

Geachte commissie,

Graag hierbij onze position paper voor het rondetafelgesprek Aanbestedingsbeleid overheid op 27/09/2023

*“De hoofdvraag is hoe het aanbestedingsbeleid verbeterd kan worden door kansen voor het Nederlandse bedrijfsleven en mkb (in de eigen regio) beter te benutten. Daarbij is een deelvraag: hoe kan de inzet op circulair aanbesteden worden vergroot?”*

Het bracht ons tot de vraag wat het aanbestedingsbeleid nu eigenlijk is, welk beleid kan er verbeterd worden?

### **1. Het aanbestedingsbeleid verbeteren; begin met de duidelijke opdracht.**

Bij Pianoo en op andere plekken vinden we termen als MVOI, BPKV, Social Return, Innovatief aanbesteden, Toegang voor het MKB en Beter Aanbesteden. “BPKV kunt u inzetten als u inschrijvers wilt stimuleren om meer te bieden dan wat geëist wordt.”. “Sluit u aan bij het manifest MVOI.”. Veelheid en vrijblijvendheid. De aanbestedingswet 2012<sup>1</sup> is duidelijk:

*Art. 1.4 lid 2: De aanbestedende dienst of het speciale-sectorbedrijf draagt zorg voor het leveren van zo veel mogelijk maatschappelijke waarde voor de publieke middelen bij het aangaan van een schriftelijke overeenkomst als bedoeld in het eerste lid.*

Het zou goed zijn om dit artikel altijd en overal bovenaan alle beleidsdocumenten te zetten. Publieke inkopers en opdrachtgevers hebben een duidelijke opdracht. Het beleid moet handvatten geven om deze doelstelling te realiseren.

### **2. Verplicht duurzame en sociale doelen in elke opdracht**

Het beleid moet helder zijn en de wet volgen; dat betekent dat duurzame en sociale doelen een verplicht element worden.

Het beleid zou de aanbestedende diensten richting moeten geven hoe zij maatschappelijke waarde kunnen maximaliseren. Welke publieke doelen hebben in deze opdracht prioriteit? Welke soort opdrachten lenen zich het beste voor welke maatschappelijke doelen? Hoe staan eventuele meerkosten in relatie tot de gerealiseerde maatschappelijke waarde? Het beleid moet handvatten geven. Wij pleiten dan ook voor het ontwikkelen van een levende “Gids Maatschappelijke Waarde”.

### **3. Naleving is essentieel, geen afspraken die niet nageleefd worden**

Het inkoopbeleid inzetten voor maatschappelijke doelen werkt alleen met naleving van de afspraken.

3.a. De beste manier om het vertrouwen in de overheid verder uit te hollen, is dat afspraken niet worden nagekomen en niet worden gehandhaafd. Dat is bij sociale en duurzame aspecten in de praktijk vaak een probleem. Leveranciers die werken met veel mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt zien opdrachten gegund worden aan partijen die uiteindelijk de Social Return verplichting niet invullen. Of aannemers die uiteindelijk niet werken met hergebruikte materialen of elektrische machines. Of een veel lager percentage dan aangeboden biologisch voedsel. Zonder consequenties. Controleer en zorg voor consequenties.

3.b. Controle en handhaving kosten geld. Het inbouwen van grote aantallen duurzame criteria werkt niet, focus op een beperkt aantal materiële elementen die per opdracht worden gekozen.

---

<sup>1</sup> <https://wetten.overheid.nl/BWBR0032203/2022-03-02/0>

#### **4. Van beleid naar realisatie**

4.a. Meer brede welvaart voor de publieke uitgaven vraagt een duidelijke en ambitieuze inbedding van het inkoopbeleid in de grote maatschappelijke doelen waar de overheid voor staat.

4.b. Realisatie vraagt aanspreekbaarheid en dus een opwaardering van de inkoopfunctie zodat zij een gelijkwaardiger positie krijgen ten opzichte van de opdrachtgever. De inkoper krijgt meer verantwoordelijkheid en dus ook mandaat.

4.c. De maatschappelijke doelen kunnen het beste worden opgenomen in de kwaliteitscriteria met een relevante weging. Zodat meer maatschappelijke waarde leidt tot een zwaardere weging en meer winkans. Een stap verder is uitvragen met een vaste prijs (in plaats van een cap) zodat prijs uit de gunningscriteria wordt gehaald. Met enige benchmarking en marktoriëntatie kan dit zeer effectief zijn.

4.d. Waar opname in de gunningscriteria te complex is, kan gewerkt worden met een breed geïnterpreteerde Social Return, dus die zich niet beperkt tot arbeidsparticipatie.

#### **5. Betrek de duurzame vernieuwers in het mkb**

5.a. De vraag “met wie willen we graag werken” behoort een normaal onderdeel te zijn van een lokaal aanbestedingsbeleid. Daarbij zouden duurzame vernieuwers bovenaan de lijst moeten staan. Omdat zij de gevraagde maatschappelijke waarde van de opdracht realiseren en ook buiten de opdracht bijdragen aan brede welvaart. De Buy Social Market en de Code Sociale Ondernemingen zijn relevante instrumenten.

5.b. Het mkb heeft niet de stafafdelingen om op tendernet te kijken. Zij moeten gericht worden uitgenodigd via lokale netwerken en media.

#### **6. Circulariteit; kies alleen kansrijke opdrachten en houd de inzet op circulariteit eenvoudig**

Een gids maatschappelijke waarde zou kunnen helpen antwoord te geven op de vragen:

- Kijk welke opdrachten zich lenen voor welke circulaire oplossingen tegen een redelijke prijs (voor welke artikelen kunnen prima “refurbished” oplossingen worden verkregen zoals kantoormeubelen en bij welke opdrachten zijn herbruikte materialen mogelijk?);
- Breng deze in de kwaliteitscriteria met een relevante weging;
- Benader mkb bedrijven die zich hierin specialiseren en/of vraag hoofdaannemers om met deze bedrijven te werken.

Circulariteit is arbeidsintensief en gaat vaak zeer goed samen met een hoog aandeel mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. Circulariteit kan complex zijn; houd het eenvoudig.

#### **7. Benut de mogelijkheden tot het verhogen van de arbeidsparticipatie**

7.a. De gangbare 5% van de loonsom Social Return blijft een belangrijk beleidsinstrument hiervoor.

7.b. Bij geschikte opdrachten kan een stap verder worden gegaan. Opname van het aandeel mensen met een afstand in de kwaliteitscriteria, met een relevante weging. Hoe hoger het percentage des te groter de winkans.

7.c. Het gebruik van artikel 2.82 van de Aanbestedingswet. De wet biedt de mogelijkheid om opdrachten voor te behouden aan sociale ondernemingen waarvan het personeelsbestand bestaat uit tenminste 30% mensen met een arbeidsbeperking. Deze mogelijkheid is onvoldoende bekend en zeer onderbenut. Een gerichte campagne zou hier een oplossing voor kunnen bieden.

Wij zijn overtuigd dat hierdoor tienduizenden mensen van de bank naar een baan kunnen.

#### **8. Ook op andere doelen zoals biodiversiteit en sociale cohesie is nog veel onderbenut**