

De ervaringen van Enschede (koffie) en Leeuwarden (paviljoens)

CIRCULAIR AANBESTEDEN MET DE RCC-METHODIEK

Steeds meer gemeenten maken werk van circulair inkopen. Een nieuwe methode hiervoor is rapid circular contracting (RCC). De gemeenten Leeuwarden en Enschede hebben – voor twee heel verschillende aanbestedingen – ervaring opgedaan met deze methode.

DOOR TESSY VAN ROSSUM*



Marktonthoening van de gemeente Enschede in het kader van de aanbesteding voor de warme- en koudedrankvoorziening.

Pascal Wijnia, facilitair adviseur en contractbeheerder bij de gemeente Enschede, en Bjorn Redmeijer, adviseur internationaal ondernemen & innovatie bij de gemeente Leeuwarden, zijn het roerend met elkaar eens. Duurzaamheid is belangrijk. Maar met circulair inkopen ga je net een stapje verder. Beide gemeenten hebben circulair inkopen dan ook op het netvlies staan.

“Het is nieuw en innovatief”, stelt Redmeijer. “En van belang voor een duurzame samenleving. Het is zaak materialen en grondstoffen zo lang mogelijk in de kringloop te houden.”

Wijnia vult aan: “De gemeente Enschede wil graag een voorbeeldfunctie vervullen. Als gemeente vragen we burgers om hun afval te scheiden. Maar als we dit van hen verwachten, moeten we zelf ook het goede voorbeeld geven.” Toen beide heren hoorden van de rapid circular contracting-methode (afgekort: RCC-methode) was de keuze snel gemaakt. Dit was een goede methode om circulair inkopen een boost te geven.

WAAR GING HET OM BIJ JULLIE CIRCULAIRE INKOOPTRAJECT?

Redmeijer: “In 2018 is Leeuwarden de culturele hoofdstad van Europa. Als gemeente willen we hiervoor twee gebouwen neerzetten op de Water-Campus. Deze gebouwen – het Leliepaviljoen en de WaterBar – moeten informatie- en ontmoetingspaviljoens worden voor bezoekers. We willen hiermee laten zien dat waterinnovatie en water-technologie de Friezen in het bloed zit. Door de paviljoens circulair aan te besteden, willen we marktpartijen uitdagen om met innovatieve, circulaire oplossingen te komen. Kern van de RCC-methode is dat je in relatief korte tijd de best passende partner selecteert en daarna je wensen en behoeften in teamverband nader invult. Hierbij selecteer je de meest geschikte partij (of partijen) op basis van expertise, vakmanschap en innovatievermogen.”

Bij de gemeente Enschede gaat het om een heel ander soort project, legt Pascal Wijnia uit. “Wij hebben de reguliere aanbesteding voor de warme en koudedrankvoorziening – feitelijk gaat het om koffieautomaten – omgevormd tot een aanbesteding volgens de RCC-methodiek. Het doel was partners uit te dagen om met een slimme, circulaire oplossing te komen. We wilden beheer en onderhoud, het eigendom van de technische benodigdheden en verpakkingen bij voorkeur bij de leverancier beleggen, net zoals de duurzame verwerking van het afval, zoals koffiedrab.”

WAT WAS JULLIE AANPAK?

Redmeijer (gemeente Leeuwarden): “We hebben de markt gevraagd een actieve rol te spelen in de (door)ontwikkeling van de gebouwen. We hopen zo te bereiken dat de markt met oplossingen zou komen, waardoor de paviljoens over tien jaar als gebouw, op onderdeelniveau of als grondstof een nieuwe bestemming zouden kunnen krijgen. Hiervoor zijn we op zoek gegaan naar een nieuw, circulair businessmodel, waarin beheer, onderhoud, exploitatie en eigendom in handen blijven van de partijen die de gebouwen realiseren. Dit wordt ook wel ‘product as a service’ genoemd. Als eerste hebben we samen met gebruikers, architecten

en projectmanagers de behoefte geïnventariseerd. Daarna hebben we een zeer succesvolle marktdag georganiseerd. Overigens is het hele circulaire verhaal pas later in het project ingeschoven. Het ontwerp van de gebouwen was toen al grotendeels gereed.”

Wijnia (gemeente Enschede): “Onze aanbesteding is vormgegeven aan de hand van vier ambities. Qua prijs hebben we een plafondbedrag genoemd. Zo hebben we potentiële inschrijvers maximaal de ruimte gegeven om hun aanbieding te baseren op kwaliteit. Er waren namelijk geen punten te verdienen op prijs. Daarnaast hebben we een schouw – een marktdag – georganiseerd, waarbij we potentiële inschrijvers hebben rondgeleid. Van tevoren hebben we veel aandacht gestoken in communicatie, waardoor bij de marktdag niet de tendermanagers van partijen aanwezig waren, maar met name de beslissers. Gevolg: veel enthousiasme, waardoor er tijdens die dag al consortia werden gevormd.”

WAT WAREN DE RESULTATEN?

Wijnia: “Bij de aanbesteding hebben de gebruikers – de koffiedrinkers – een belangrijke rol gespeeld. Wij kopen namelijk niet alleen voor de gemeente Enschede de warme en koude dranken in, maar ook voor de gemeente Losser, huurders en zorginstellingen. Het gaat dus om heel veel mensen. Een smaaktest hoorde dus bij de aanbestedingsprocedure. Hiervoor hebben we de drie overgebleven partijen uitgenodigd. Zo’n 500 mensen hebben meegedaan aan de test. Uiteindelijk heeft Douwe Egberts de aanbesteding gewonnen. Het mooie is dat het cijfer dat ze voor de smaaktest hebben gekregen het uitgangspunt is voor de contractperiode. Op basis van klanttevredenheidsonderzoek moet Douwe Egberts aantonen dat ze dit cijfer ook tijdens de contractperiode halen. Zo niet, dan moeten ze aan de slag om het cijfer op te krikken.”

Redmeijer: “In Leeuwarden heeft de circulaire aanbesteding niet geleid tot een bevredigend resultaat. De aanbesteding heeft namelijk geen inschrijvingen opgeleverd. Als gemeente hebben we

‘Een plafond-
bedrag
zorgt voor
maximale
inzet op
kwaliteit’

>>

vervolgens diverse evaluatiegesprekken gevoerd met geïnteresseerde marktpartijen. Hieruit bleek dat deze partijen zeker geïnteresseerd waren in de uitvraag. Ze wilden echter flexibiliteit waar het ontwerp al vastlag en duidelijkheid op de punten waar het ontwerp/de uitvraag vrijheden bood. Daarnaast hadden ze hun twijfels over de structurele exploitatiemogelijkheden van de paviljoens.”

HOE GAAT HET NU VERDER?

Wijnia: “Momenteel bevinden we ons in de RCC work-outperiode, waarin we de puntjes op de i van het contract zetten. Zo hebben we afgesproken dat onze sociale werkplaats een belangrijke rol speelt. Daar wordt de koffiedrab ingezameld en hergebruikt. Ook gaan de koffiemachines over zes tot acht jaar naar het repaircafé van de sociale werkplaats om hersteld te worden, waarna ze een nieuw leven krijgen in sportkantines in de regio. Wij zijn echt blij met deze manier van aanbesteden. We krijgen eersteklas gemalen koffie, zijn duurzaam en circulair bezig en betalen niet meer voor onze koffie dan vroeger.”

Redmeijer: “Als eerste gaan we onderzoeken of er nog steeds behoefte is aan de paviljoens – al dan niet in de huidige vorm – of dat de inzichten zijn gewijzigd. Op basis daarvan bepalen we onze vervolgstappen. Uiteindelijk kunnen we concluderen dat zowel de gemeente Leeuwarden als de markt veel hebben geleerd van deze circulaire aanbesteding. Daarnaast hebben we marktpartijen weten te activeren om over circulariteit na te denken. De gemeente Leeuwarden blijft de ambitie houden om nieuwe projecten circulair aan te besteden. Dat kan met de RCC-methodiek, maar ook met andere aanbestedingsvormen.”

WAT ZIJN DE LESSONS LEARNED?

Redmeijer: “Het belangrijkste leerpunt is om niet met circulair aanbesteden te starten als het ontwerp al tot op zekere hoogte vastligt. Om marktpartijen maximaal uit te dagen om circulaire oplossingen te bedenken, is het dan ook een vereiste om deze partijen de vrijheid te geven om met innovatieve oplossingen te komen. Daarnaast is het zaak de aanbestedingsleidraad snel te publiceren



Een smaaktest hoorde bij de aanbestedingsprocedure in Enschede. Hiervoor zijn de drie overgebleven partijen uitgenodigd. Zo’n 500 mensen hebben meegedaan aan de test.

‘Start niet met circulair aanbesteden als het ontwerp al vastligt’

– kort na de marktconsultatiedag. Tot slot hebben we ervaren dat het op video opnemen van de marktconsultatie een stok achter de deur is voor leveranciers om geïnteresseerd te blijven in de uitvraag. Zo’n video vergroot ook de zichtbaarheid; iedereen kan zien welke ‘concurrenten’ geïnteresseerd zijn. Dit leidt weer tot nieuwsgierigheid bij andere partijen.”

Wijnia: “Als je een smaaktest organiseert, is het zaak dat zo veel mogelijk mensen eraan kunnen deelnemen. Zorg ook dat meerdere locaties meedoen aan de test en let erop dat iedereen – ook mensen die niet zo goed kunnen lezen – de test kunnen invullen. Een andere belangrijke les is dat je echt gebruik moet maken van de kennis van de markt. Tot slot: draagvlak is zeer belangrijk als je circulair wilt inkopen. Bij ons was zowel de facilitaire afdeling, de wethouder als de communicatieafdeling voor. Hierdoor konden we snel besluiten nemen en de vaart erin houden.” <<

*Tessy van Rossum is tekstschrijver bij Ravestein & Zwart.