

VAN LINKS NAAR RECHTS Wim Kooyman, Thomas Leenders, Muriel Moorrees, Sander Janssen, Edwin Smit,
Janneke Leenaars, Gilinde van Geldorp, Bryan Valkenburg, Niels van Geenhuizen, Cas van Striep.

Zeven tips voor
duurzame (facilitaire) inkoop

DUURZAAM AANBESTEDEN IN DE FACILITAIRE SECTOR: HET KAN!

DEELNEMERS

Niels van Geenhuizen, manager duurzaamheid van CSU
Muriel Moorrees, Duurzaamheidsmanager bij HEYDAY
Edwin Smit, Key Accountmanager bij Unica
Bryan Valkenburg, Inkoopmanager van inkoopcoöperatie Intrakoop
Gilinde van Geldorp, Programmamanager sustainability bij Vanderlande
Janneke Leenaars, Sustainability manager van Interface
Thomas Leenders, Head of Public & Government Affairs bij Signify
Sander Janssen, Sustainability-consultant van Canon
Wim Kooyman, directeur bij Smart WorkPlace

We hebben de mond vol over duurzaamheid. In de praktijk blijkt duurzaam opereren een stuk weerbarstiger, concluderen deelnemers aan de Round Table Duurzaam aanbesteden, in november 2024 georganiseerd te Uden. Te vaak is het zeker in aanbestedingen - nog euro's boven duurzaamheid. Maar de deelnemers aan de ronde tafel concluderen ook dat duurzaam aanbesteden wel kan: "Ga het gesprek over duurzaamheid altijd aan. Toon lef! Ga het liefst voor contracten van onbepaalde tijd." En ook: "Begin nu!"

TEKST Ronald Buitenhuis

BEELD Lieke Kooyman

De Round Table 'Duurzaam aanbesteden in de facilitaire sector' werd geïnitieerd door schoonmaakbedrijf CSU en Smart WorkPlace. Niels van Geenhuizen, manager duurzaamheid van CSU, trok direct zelf het boetekleed aan: "In de schoonmaaksector is duurzaamheid vaak nog helemaal geen thema. Hooguit in de eigen bedrijfsvoering van bedrijven speelt het. Daarbuiten draait toch vooral om regels en euro's. Terwijl als 'goed samenwerken' een onderwerp vormt in tenders, je in mijn ogen betere kwaliteit kunt leveren en ook kunt innoveren. Uiteindelijk wordt het er misschien wel goedkoper van." De Round Table is voor Van Geenhuizen en CSU ook een middel om te kijken naar hoe het anders en

vooral beter kan. En dat het kan, is voor Van Geenhuizen geen twijfel. Maar is er iets van een standaard bestek te maken? Of een top 10-puntenplan duurzaam aanbesteden?

Van Geenhuizen heeft goed gezelschap aan tafel uitgenodigd. Vrijwel iedereen is bezig met een soortgelijke zoektocht naar duurzame inkoop. Want bij de meesten geldt de 80-20 regel, waarbij de prijs tachtig procent van de aanbesteding bepaalt en duurzaamheid ergens in de overige twintig procent verstopt zit. Dan wordt duurzaamheid niet of nauwelijks beloond. Duurzaamheidsmanager Muriel Moorrees van facilitair dienstverlener HEYDAY herkent het beeld in elk geval: "De factor mens wordt in aanbestedingen nog wel genoemd, duurzaamheid zelden." Key Accountmanager Edwin Smit van technische dienstverlener Unica voegt daaraan toe: "De vraag in een aanbestedingsproces 'hoe kan iets beter' wordt nog te weinig gesteld." Inkoopmanager Bryan Valkenburg van inkoopcoöperatie Intrakoop: "Legal leidt. Wat moet er vanuit de wet. Daar gaat inkoop dan vervolgens mee aan de slag."

HEEL VEEL WERK

Programmamanager sustainability Gilinde van Geldorp bij installatieproducent Vanderlande (en daarvoor bij de NS werkzaam) heeft er wel een verklaring voor:

TIPS VOOR DUURZAME INKOOP

1 STRATEGISCHE ROL INKOOP

Vertaal de duurzaamheidsstrategie van de organisatie naar de afdeling inkoop en ook de in te kopen dienst/product.

2 KENNIS IS DE SLEUTEL

Zet kennis aan tafel; laat de manager duurzaamheid van zowel de inkopende als verkopende partij met elkaar verkennen wat er mogelijk is en hoe je dit concreet maakt.

3 MARKTCONSULTATIE

Oriënteer je vroegtijdig in wat de duurzame ontwikkelingen zijn in de markt, welke trends er zijn en hoe je daar rekening mee houdt in het in te kopen product/dienst.

4 BELONING

Beloon duurzaamheid serieus: zowel in het percentage (30 procent duurzaamheid, 70 procent kwaliteit) dat meetelt als in het geven van punten: beloon de topper met een 10 en de slechtste met een 1.

5 BEN TRANSPARANT

Maak concreet wat je als organisatie wilt bereiken, hoe je denkt dat te bereiken en wat je daarin verwacht van de leverende partij. Wees daarin transparant, benoem het minimale en beloon betere resultaten.

6 VERBETERWENSEN

Benoem het minimale duurzame start-niveau op duurzaamheid en ook hoe en hoeveel je wilt 'verbeteren' gedurende de samenwerking.

7 LANGDURIGE SAMENWERKINGEN

Ga voor contracten voor onbepaalde tijd. Natuurlijk met (drie)jaarlijks een toets of je nog marktconform met elkaar werkt, of er voldoende duurzame resultaten zijn behaald en of de samenwerking nog naar tevredenheid is. Zo niet, stem een verbetertraject af; lukt dat niet: ga uit elkaar. Investeer de kosten van een nieuwe aanbesteding in het samen verbeteren van de relatie en dienstverlening. Daar wordt iedereen beter van.



Janneke Leenaars: Cruciaal is een ambitieuze duurzaamheidsmissie en de vertaling naar rol en doelen voor iedere afdeling.



"Duurzaamheid definiëren en vastleggen is in het voortraject gewoon enorm veel werk. Het is naast bewustwording rond het onderwerp ook gewoon kennis hebben van de materie. Als je het goed wilt doen, is duurzaamheid echt 'een werkje', zeker voor de eerste keer." En die kennis op het gebied van duurzaamheid zit vaak nog te weinig bij inkoop, is de algemene opinie aan tafel.

Verklaarbaar. Inkoopers zijn toch vaak vooral met de deal bezig en het halen van eigen targets. Veel minder met duurzaamheid. Sustainability manager Janneke Leenaars van tapijt- en vloerenfabrikant Interface heeft daar een duidelijke visie op: "Eigenlijk heb je het over organisatieontwikkeling. Cruciaal is een ambitieuze duurzaamheidsmissie en dat die wordt doorvertaald naar rol en doelen voor elke afdeling, zeker ook naar

inkoop. Inkoop heeft een strategische rol bij het behalen van duurzaamheidsdoelstellingen, bijvoorbeeld scope 3, de CO₂-impactreductie van ingekochte goederen en diensten. Duurzaamheidskennis voor inkoop, al dan niet via advies van experts, is van groot belang om duurzaamheidsclaims uit de markt qua impact en betrouwbaarheid te beoordelen."

Als duurzaamheid wél onderdeel van gesprek zijn, dan kun je ook samen innoveren en samen diensten en producten beter maken. Circulaire coalities en innovatie



Bryan Valkenburg: Duurzaamheid moet meer dan een dienstbonaan inkoop zijn.

Thomas Leenders: Samen met partners streven we innovatie na, ook op gebied van duurzaamheid.



van 'groene groei'. Van Geenhuizen: "Nu gaat het toch vaak over contracten van pakweg vijf jaar in de schoonmaak. Waarom zou je na vier jaar nog gaan investeren in of bij die klant? Dat is gek. Waarom laat je de investering in een nieuwe stofzuiger na vier jaar maar gewoon lopen?" Smit: "Wat je eigenlijk wilt, is samen met inkoop een volgende stap maken op het gebied van duurzaamheid. Om organisaties ook op dit terrein met elkaar te verbinden. Dat gebeurt nog veel te weinig." Ofwel: een herijking van inkoop.



GEEN HANDHAVING

Het opbouwen van onderlinge relaties is het hoofdthema dat tijdens de Round Table aan bod komt. Wat is het mooi als opdrachtgever en leverancier samen langjarig op basis van vertrouwen zakendoen en zo duurzaamheid tot hot topic maken. Op de vraag of dat binnen de aanbestedingsregels wel mag, zegt Van Geldorp: "Praten mag altijd. Ook in de oriëntatiefase. Soms moet je informatie delen met andere aanbieders, maar in gesprek gaan kan én mag altijd. Toon lef!" Ze bepleit dat te doen, alleen zo kom je met elkaar verder als je duurzaamheid echt op de agenda wilt zetten.



Edwin Smit:
De vraag in een aanbestedingsproces 'Hoe kan iets beter' wordt nog te weinig gesteld.



Gilinde van Geldorp:
Als je het goed wilt doen, is duurzaamheid echt veel werk, zeker voor de eerste keer.



Toch blijkt duurzaamheid ook een veelkoppig monster. Thomas Leenders, Head of Public & Government Affairs bij Signify van verlichtingsbedrijf Signify (voorheen Philips Lighting) onderstreept dit direct. Ook hij wil graag nóg meer duurzame aanbestedingen. "De aandacht voor duurzaamheid verschilt ook echt per klant. Zo krijgt bijvoorbeeld circulariteit bij de overheid vanuit aanbestedingen onvoldoende aandacht." Hij suggereert dat de overheid haar kennisniveau op dit gebied moet verhogen om haar ambities voor een duurzame samenleving te realiseren. "En handhaving! Uiteraard zorgen wij ervoor dat elke letter van de aanbesteding klopt. Maar we maken soms in onze sector mee dat er onduidelijkheid is over de vraag of wat er daadwerkelijk wordt opgeleverd overeenkomt met wat er aangevraagd is. En dat is niet wenselijk. Wij leveren écht lampen met 500 lux, concurrenten alleen op tenderpapier, terwijl het in de uitvoering niet zo is. Maar ze krijgen de klus uiteindelijk wel. En er is niemand die handhaaft."

Een ander uitdaging is tijd, ervoer Signify bij de aanleg van de A2-tunnel in Maastricht. Leenders: "Die is pakweg twintig jaar geleden ontworpen en aanbesteed. De bouw begon veel later en toen hadden we inmiddels veel energiezuiniger toepassingen zoals ledlampen. Maar dat kun je dan niet meer aanpassen, omdat er al een aanbesteding is. Die conform contract moet worden uitgevoerd. Dat is natuurlijk heel jammer, maar ook een gemiste kans in het kader van duurzaamheid." Ook hierover is er eenstemmigheid aan tafel. Bij langdurige relaties kun je ook tijdens 'het spel' regels aanpassen omdat iedereen er beter van wordt. Door samen op te trekken en ambities te delen, kun je duurzaamheid verder brengen. Van Geenhuizen zoekt het antwoord in een soort van standaard aanbestedingstekst waar het duurzaamheid betreft. De tafel knikt, maar de invulling ervan is nog best een lastige. Want wat is duurzaamheid? Iedereen verstaat er wel wat anders onder.

HOGE LAT

Sustainability-consultant Sander Janssen van printerfabrikant Canon heeft andere ervaringen met de overheid dan Leenders van Signify. Hij ervaart juist dat bedrijven helemaal niet voldoen aan de eisen van de overheid en diezelfde overheid (waar hij sprak over het kennisniveau verhogen) de lat juist extreem hoog legt. Hierdoor kunnen leveranciers niet aan de inkoopvragen voldoen. Janssen: "De overheid schrijft voor dat minimaal dertig procent van de plastic onderdelen van een kopieermachine gemaakt moeten zijn van gerecycled plastic. Dat is bij ons nog geen procent. En er is wereldwijd geen leverancier die dat wel kan. We hebben nu net een machine waarbij we die dertig procent wel kunnen beloven, maar in de laatste tender was vijftig procent opgenomen als wens."

Gespreksleider Wim Kooyman (Smart WorkPlace) brengt ook een voorbeeld in. "Het Rijksvastgoedbedrijf droeg op om alle leaseauto's elektrisch te maken. Maar er waren maar twee laadpalen bij die organisatie. Inkoop kan natuurlijk niets als het er zo van bovenaf opgelegd wordt." Van Geenhuizen wil ook een lange termijnvisie op inkoop, die verder gaat dan euro's. "Ga voor contracten voor onbepaalde tijd. Natuurlijk met (drie)jaarlijks een toets of je nog marktconform met elkaar werkt, of er voldoende duurzame resultaten zijn behaald en of de samenwerking nog tevreden is. Zo niet, stem een verbetertraject af; lukt dat niet, ga dan uit elkaar. Investeer de kosten van een nieuwe aanbesteding in het samen verbeteren van de relatie en dienstverlening. Daar wordt iedereen beter van." Inkoopma-

nager van inkoopcoöperatie IntraKoop Bryan Valkenburg zegt: "Duurzaamheid moet meer dan een 'dienstbon' aan inkoop zijn. Zelfs bij recruitment van inkoopers moet visie op duurzaamheid een issue zijn. Sta je als koper achter onze visie." Moorrees vat het als volgt samen: "Mijn ideaalbeeld is, resultaatgerichte samenwerking. Je weet immers nooit wat over vijf of tien jaar de situatie in de wereld is."



Muriel Moorrees:
Mijn ideaalbeeld is resultaatgerichte samenwerking.



GEOPOLITIEKE ONTWIKKELINGEN

Koren op de molen van Thomas Leenders. Hij voorziet geopolitieke ontwikkelingen die ook voor inkoop en aanbesteden grote gevolgen kunnen hebben. "De wereld gaat sterk in transitie de aankomende jaren. Kijk maar eens naar de krantenkoppen over de US en China. Ook primaire grondstoffen worden cruciaal, wat een belangrijke versneller kan worden van de circulaire economie. Als Signify spelen we erop in door bijvoorbeeld meer in te zetten op 3D-printen van armaturen op diverse plekken in de wereld. Deze ontwikkeling biedt ons kansen. Samen met partners moeten innovatie nastreven, ook op gebied van duurzaamheid." Van Geenhuizen haakt erop in: "Vaak zien we in een tenderpro-

ces dat er alleen een minimume wordt gesteld aan duurzaamheid. Dat is in mijn ogen een 'bare' minimum. Je zou juist moeten belonen dat partijen meer doen dan het minimum. En als je daarop gaat selecteren dan wel punten gaat geven, durf dan echt te kiezen zoals we dat met prijs ook steeds vaker doen. Durf een tien te geven voor een duurzaamheidstopper, maar ook echt een één voor de slechtste inzender waar het duurzaamheid betreft."

Is de buitenwereld de druk niet aan het opvoeren? Wordt duurzaamheid niet via die kant een issue, wordt op (de ovaal ronde) tafel gelegd. Leenders: "Ik hoop dat het zo is. Maar in mijn, misschien naïeve bubbel, zie ik geen kind zeggen 'Opa, die auto kan echt niet meer', en grote groepen blijven gewoon bij de low-budget kledingbedrijven kopen. Wat ik overigens



Niels van Geenhuizen:
Vaak zien we in een tenderproces dat er alleen een minimum eis wordt gesteld aan duurzaamheid, een bare minimum.

oek begrijp vanuit financieel oogpunt. Nog los van de vraag dat we dan misschien al wel te laat zijn; we moeten nu aan de slag, niet morgen." Maak je duurzaamheidsdoelstelling daarom concreet, adviseert Moorrees.



Sander Janssen:
De overheid schrijft voor dat minimaal dertig procent van de plastic onderdelen van een kopieermachine gemaakt moeten zijn van gerecycled plastic, maar er is geen leverancier die dat kan.



"Weet ook wat er bij de klant speelt", voegt Van Geldorp toe. Alleen dan kun je een kwalitatieve bijdrage leveren. Van Geenhuizen: "In de schoonmaak wordt de prijs voor 85 procent bepaald door personeelskosten en die zijn in de CAO vastgelegd. Daar maak je het verschil dus niet op. Het zou mooi zijn als in aanbestedingen het verschil gemaakt kan worden juist op basis van aandacht voor duurzaamheid." Van Geldorp herhaalt daarop nog maar eens: "Ga het gesprek gewoon aan. Laat je niet imponeren door de klant." Smit tot slot: "Rek de termijn van aanbesteding op en maak ze misschien zelfs oneindig. Je merkt vanzelf wel als een relatie niet meer werkt, en dat moet je net zoals in het echte leven gaan scheiden."