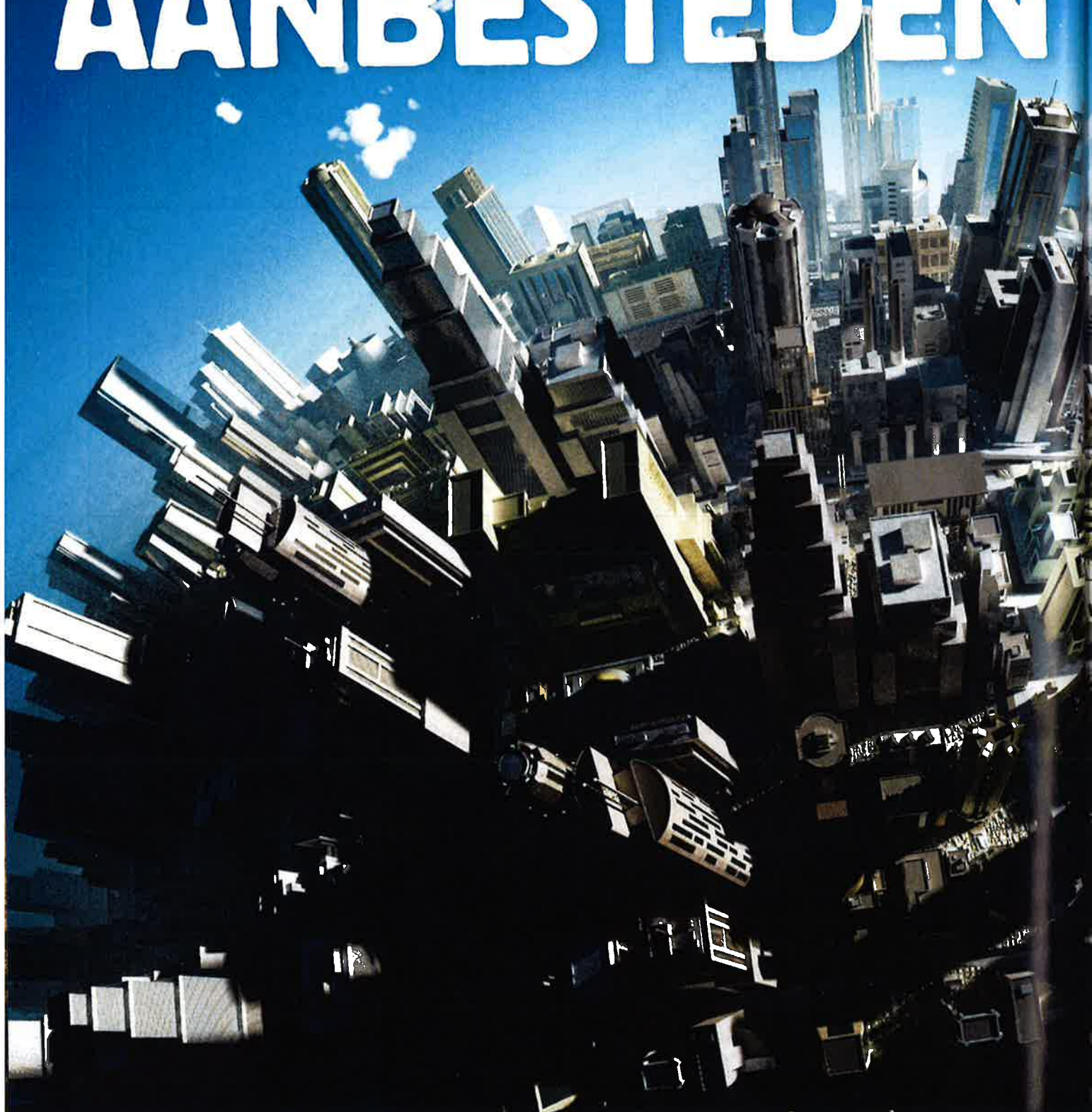
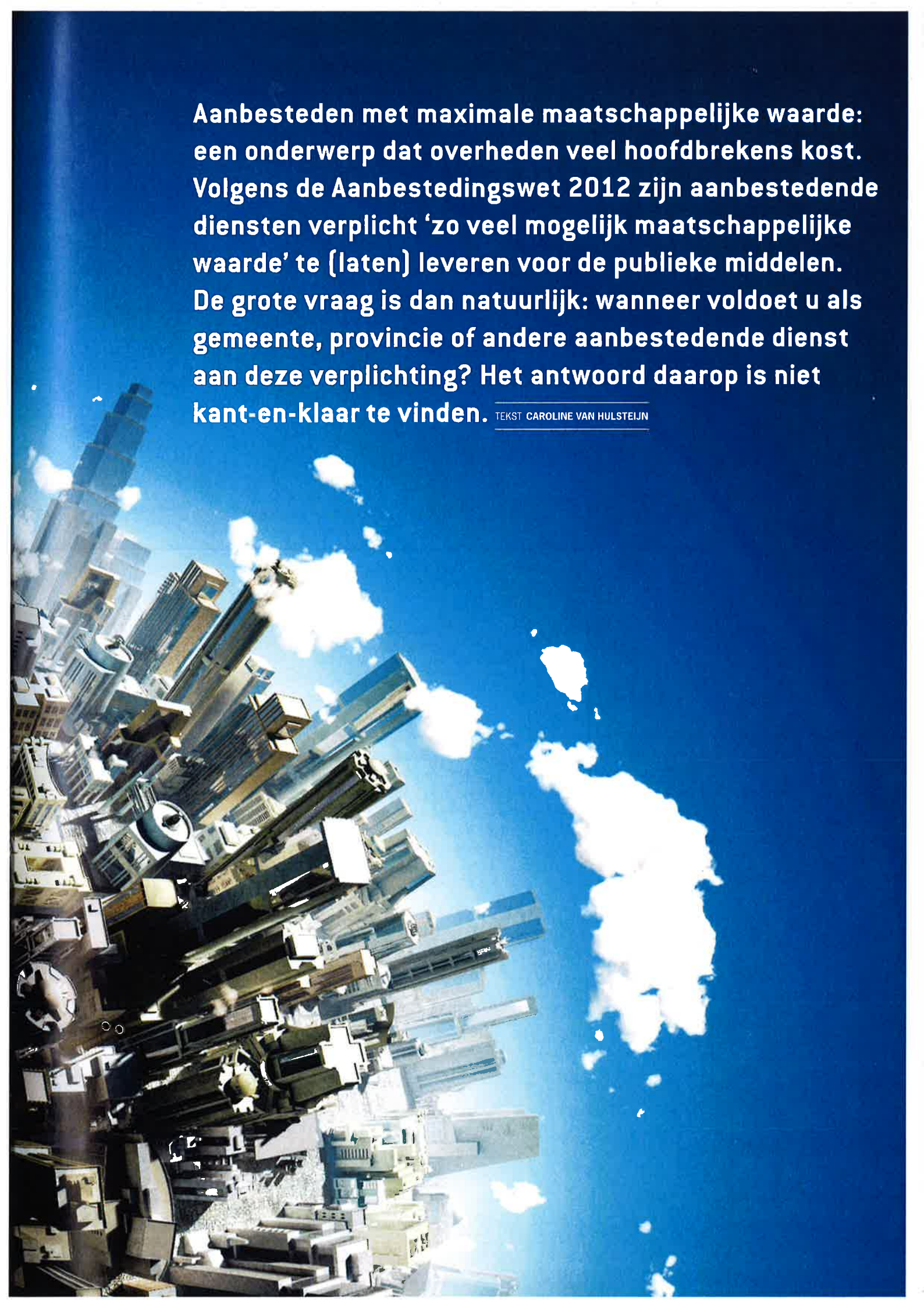


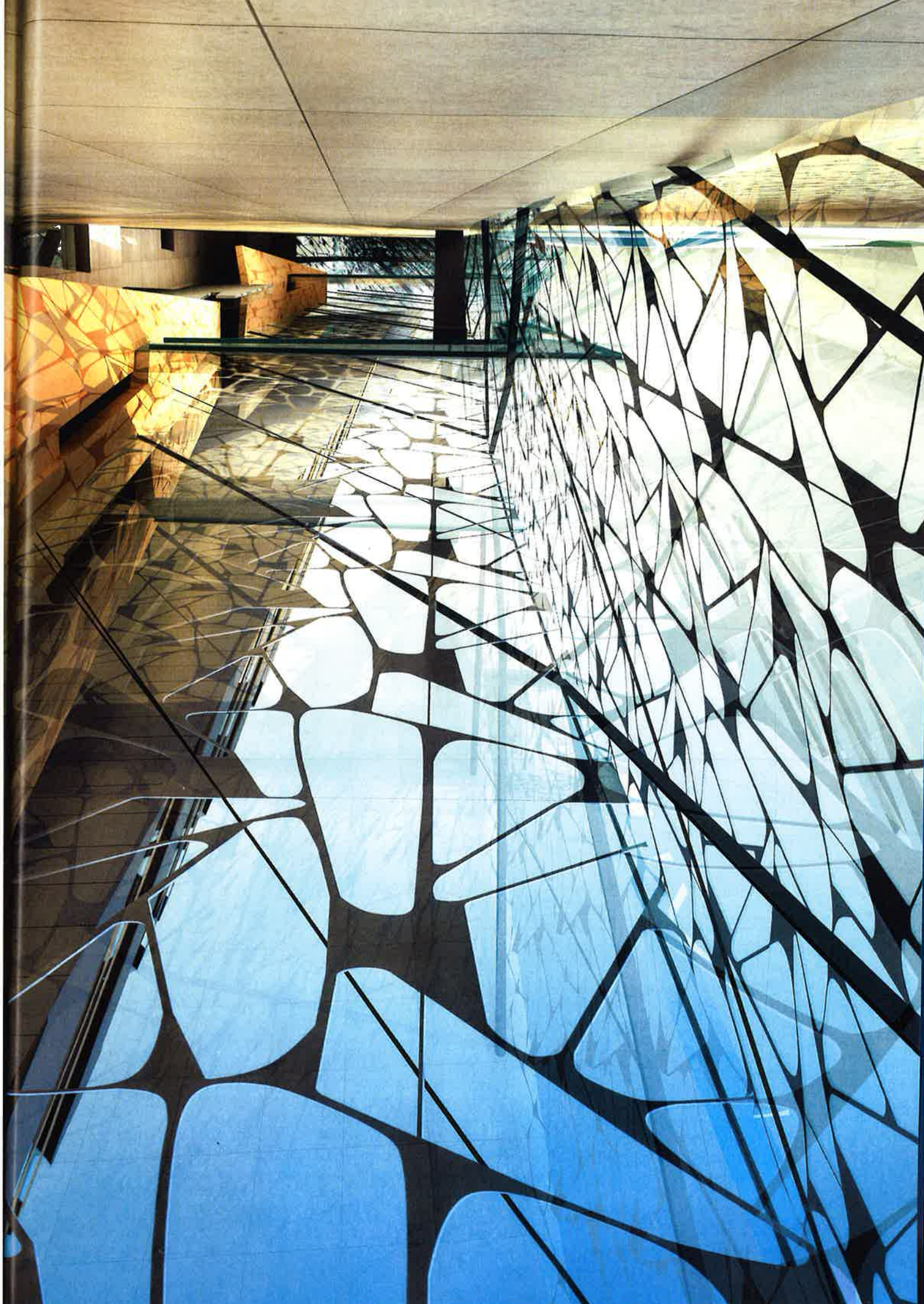
MAATSCHAPPELIJKE WAARDE DOOR NIEUWE KIJK OP AANBESTEDEN



Aanbesteden met maximale maatschappelijke waarde: een onderwerp dat overheden veel hoofdbreken kost. Volgens de Aanbestedingswet 2012 zijn aanbestedende diensten verplicht 'zo veel mogelijk maatschappelijke waarde' te (laten) leveren voor de publieke middelen. De grote vraag is dan natuurlijk: wanneer voldoet u als gemeente, provincie of andere aanbestedende dienst aan deze verplichting? Het antwoord daarop is niet kant-en-klaar te vinden.

TEKST CAROLINE VAN HULSTEIJN





Het gebrek aan duidelijkheid werkt belemmerend voor het duurzaam en sociaal inkopen. Welke mogelijkheden en oplossingen kunt u inzetten om als overheid daadwerkelijk maximale maatschappelijke waarde te creëren?

MAATSCHAPPELIJKE WAARDE NIET GEDEFINIEERD

De Aanbestedingswet geeft niet veel duidelijkheid over de invulling van het begrip 'maatschappelijke waarde'. Evenmin is gedefinieerd wat 'zo veel mogelijk' inhoudt. Ook is het de vraag of beleidsdoelen een rol mogen (of moeten) spelen bij de invulling van 'zo veel mogelijk maatschappelijke waarde'. Een voorbeeld: als u als gemeente als beleidsdoel hebt om de luchtvervuiling te beperken, mag de mate van luchtvervuiling tijdens de uitvoering van de opdracht dan bepalend zijn voor de uitkomst van de aanbesteding? Of, omgekeerd: is voor het opnemen van sociale of duurzaamheidsaspecten in een aanbesteding nodig dat u daarover tevens een concreet beleidsdoel hebt geformuleerd? Dit laatste is in elk geval niet noodzakelijk.

CREATIVITEIT VER TE ZOEKEN

Omdat de verplichting tot het leveren van maximale maatschappelijke waarde zoveel vragen oproept, volstaan overheden meestal met het stellen van de 'SROI-eis' (Social Return on Investment). In vrijwel elke aanbestedingsleidraad komt een standaardbepaling voor over SROI. Die bepaling houdt in dat de opdrachtnemer wordt verplicht om bij de uitvoering van de opdracht mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt in te zetten, voor 5% van de looncomponent (of soms van de totale waarde) van de opdracht. Een dergelijke eis staat echter haaks op het streven naar sociale en duurzame inkoop. Na afronding van de opdracht laten opdrachtnemers deze mensen weer gaan, waarop ze opnieuw in de bijstand vervallen. Er is daardoor geen sprake van een structurele oplossing.

SROI-EIS NIET PASSEND

Bovendien past de SROI-eis lang niet bij alle soorten opdrachten. Zo kan het verrichten van werkzaamheden voor de openbare verlichting deels worden uitgevoerd door mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. Maar dat geldt bijvoorbeeld niet voor een opdracht die bestaat uit architectendiensten. Hiervoor is immers gespecialiseerde kennis en ervaring nodig, zodat deze diensten niet zomaar door iedereen kunnen worden verricht. Ook een opdracht die bestaat uit de levering van print- en kopieerpapier, waar een zeer lage arbeidscomponent in zit, leent zich niet voor de SROI-eis.

MEER DAN ALLEEN SROI

Er is nog een derde bezwaar tegen het standaard toepassen van SROI. Maatschappelijke waarde omvat veel meer dan alleen het (tijdelijk) aan het werk helpen van mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. Denk

bijvoorbeeld aan hergebruik van grondstoffen, het verbeteren van arbeidsomstandigheden of het verminderen van CO₂-emissie.

CONCRETE HANDVATTEN

Het is daarom tijd dat aanbestedende diensten méér gaan inzetten op duurzaamheids- en sociale aspecten. Uit het recente 'Plan van aanpak maatschappelijk verantwoord inkopen overheden 2015-2020' blijkt dat de Rijksoverheid die mening eveneens is toegegaan. Dit plan stimuleert overheden vaker gebruik te maken van gunningscriteria bij maatschappelijk verantwoord inkopen, zodat bedrijven die zich onderscheiden op een duurzame uitvoering van de opdracht een gunningsvoordeel in de aanbesteding krijgen. Ook stimuleert het plan om uit te gaan van de levensduurkosten van een product of dienst en niet alleen van de aanschafprijs. Maar erg concreet is het plan verder niet. Het biedt onvoldoende handvatten om te zorgen dat duurzaamheids- en sociale aspecten uitgangspunten worden bij aanbestedingen van de overheid.

GIDS MAATSCHAPPELIJKE WAARDE

Eerder dit jaar is er vanuit de markt een initiatief opgestart om een 'Gids Maatschappelijke waarde' op te stellen, waarmee aanbesteders worden geholpen zoveel mogelijk maatschappelijke waarde te creëren bij het aangaan van een overeenkomst. Die hulp kan worden geboden met concrete mogelijkheden voor en voorbeelden van aanbesteden met als doel maximale maatschappelijke waarde te creëren. Uit de Gids zal blijken dat de Aanbestedingswet ruime mogelijkheden biedt om meer maatschappelijke waarde te creëren.

MAATSCHAPPELIJKE IMPACT

Een nog grotere winst op dit punt kan worden behaald door een stap eerder - nog vóór de vormgeving van de aanbestedingsprocedure - na te denken over de maatschappelijke impact van de te besteden publieke middelen, namelijk bij het formuleren van de behoefte. Bij voorkeur gaat iedere aanbestedingsprocedure vooraf door een denkexercitie over of onderzoek naar het antwoord op de vraag: Wat heb ik nodig? Is het wel echt nodig om opnieuw een contract te sluiten voor dezelfde diensten die de markt mij de afgelopen tien jaar leverde; zijn er geen andere manieren waarop ik kan (laten) voorzien in mijn behoefte - manieren die duurzamer zijn? Wat kan de markt inmiddels bieden? Een marktconsultatie kan helpen bij het beantwoorden van deze vraag. En misschien komt het vervolgens niet eens tot het organiseren van een aanbesteding, maar is er wel zo veel mogelijk maatschappelijke waarde gecreëerd. [BOUWUITVOERING](#)

INFO

Caroline van Hulsteijn is advocaat bij CMS en gespecialiseerd in bouw- en aanbestedingsrecht.