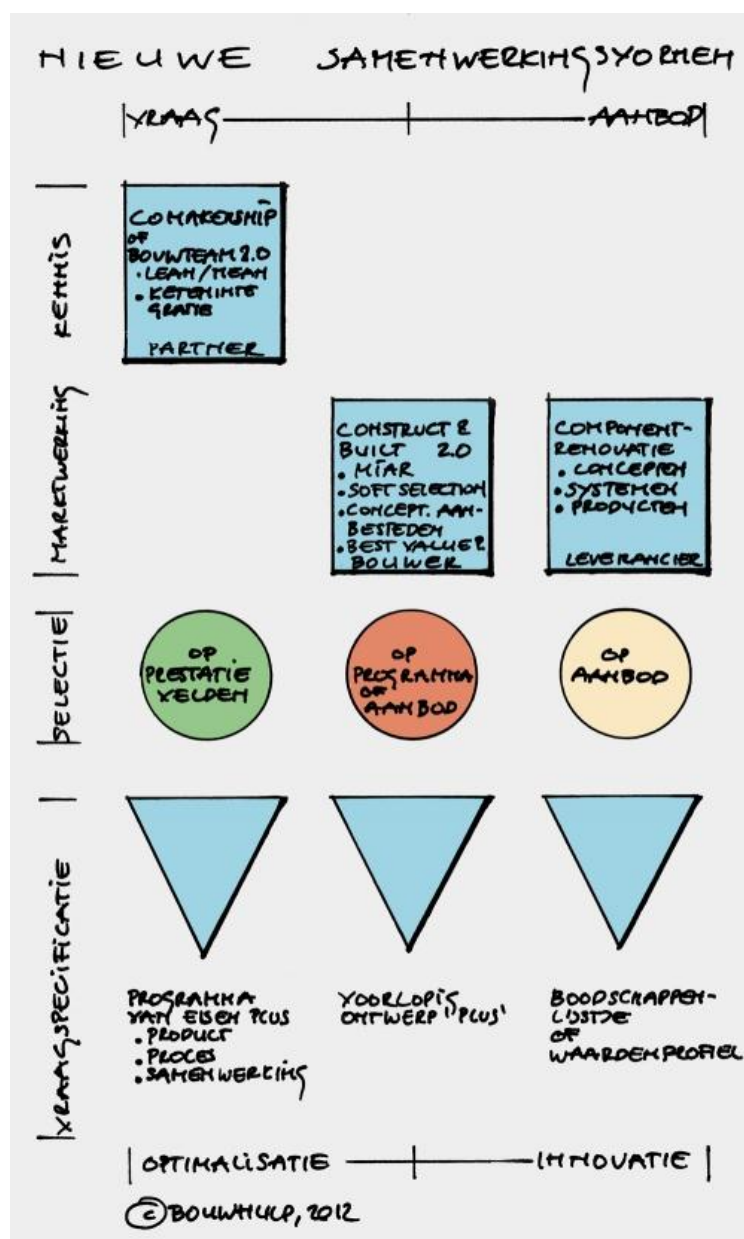


OP ZOEK NAAR PLUG EN PLAY-OPLOSSINGEN UIT DE MARKT

1 juni 2012

Door: Yuri van Bergen en Martin Liebrechts

In principe wil je de marktpartijen die dingen laten doen, waarin ze aangetoond hebben dat ze er goed in zijn. Dat is niet aannemen, maar bouwen of verbouwen van woningen in dit geval. En omdat nooit iemand alleen (ver)bouwt en bij bestaande woningen bewoners een centrale plaats innemen, gaat het niet alleen om het product, maar om het proces en de samenwerking. Dus als het om plug en play uit de markt gaat, spelen al deze aspecten eventueel een rol.



In principe zijn er drie benaderingen te onderscheiden, die de selectie van het aanbod in de markt kunnen sturen:

- Gericht op een passend concept in de markt (bijvoorbeeld het aanbod van Alliantie Dak+ in de vorm van Panzer of ‘Smartrenovatie 1.0’). Het betreft een Systeem-leverancier dat gekozen wordt.
- Selectie op een ‘specifieke’ vraagspecificatie, waarbij de uitwerking aan de aanbieder wordt overgelaten. MIAR (Methode Innovatiestimulerend Aanbesteden en Realiseren) is hiervoor het geëigende middel. In wezen gaat het hierbij om een vernieuwende vorm van ‘Construct en Built 2.0’. Niet de prijs is doorslaggevend, maar de ‘integrale’ kwaliteit en de bijbehorende prijs-kwaliteitsverhouding.
- Selectie op een ‘globale’ vraagspecificatie, waarbij de selectie zich richt op de competentie van de aanbieder ten aanzien van de gewenste prestaties van product, proces en samenwerking. Deze vorm is te karakteriseren als een vernieuwende invulling van het bouwteam, waarbij ‘Lean en Mean’ sleutelwoorden zijn, en de prestaties op meerdere aspecten gemeten worden (aan te duiden als co-makership of Bouwteam 2.0).

Voor alle drie de vormen is een vraagspecificatie nodig en zal er weer een selectieprocedure gevolgd moeten worden.

Het aanbod, dat aangeduid wordt met kant-en-klaar concept ofwel plug en play oplossingen, is er op het gebied van renovatie niet of nauwelijks. Op zeer bescheiden wijze begint de markt hiermee een begin te maken.

VRAAGSPECIFICATIES OP DRIE MANIEREN

De wijze waarop de vraag naar de markt van aanbieders gesteld wordt, is verschillend per bovengenoemde benaderingen:

- Systeem. In dit geval wordt een (waarde)profiel geformuleerd, met bijbehorende budgetten voor bouwkosten, energiekosten, onderhoudskosten en proceskosten (vragenlijstje).
- Construct en Built 2.0. Hierbij wordt bijvoorbeeld de werkwijze van MIAR gevolgd om te selecteren. In dat geval is het essentieel de vraag nauwkeurig ten aanzien van de gewenste prestaties te definiëren. Uiteindelijk moet de basis vergelijkbaar zijn met voldoende ruimte voor innovatie ten aanzien van product, proces en samenwerking. De vraagspecificatie bestaat uit een soort voorlopig ontwerp plus, eventueel aangevuld met een beeldkwaliteit. Het aanbod wordt in dit geval geleverd door een consortium.
- Co-makership of Bouwteam 2.0. De vraagspecificatie kan een algemeen karakter hebben, omdat het niet gebruikt wordt om het productaanbod te selecteren, maar veel meer om de opgave te formuleren. De opgave moet voor de mogelijke samenwerkende partijen een indicatie geven van de problematiek, aard en omvang (een soort programma van eisen). Al die zaken waarin de mogelijke partner niet deskundig is, moeten vooraf uitgezocht zijn.

Boodschappenlijstje of waardeprofiel

De vorm van de samenwerking bepaalt ook de wijze waarop geselecteerd gaat worden. Hoe opener het aanbod des te globaler de selectie zal verlopen. Ingeval van systeemaanbod, kies je gewoon een product met de bijbehorende diensten. Allerlei opties maken het tot maatwerk. De selectie vindt dan plaats op basis van een waardeprofiel of boodschappenlijstje. En is het aan de koper om te komen tot de juiste keuze in het aanbod. Ingeval de aanbieder specifiek werk moet verrichten om vrager te laten zien of het aanbod ook past, zal hiervoor betaald moeten worden, waarbij de vergoeding in redelijke relatie moet staan tot de gemaakte kosten.

Voorlopig ontwerp nieuwe stijl

De huidige markt is nog niet zo ver dat je uit een uitgebreid aanbod kunt kiezen. Wel zijn de diverse marktpartijen op onderdelen bezig vernieuwingen door te voeren. Dit kan op het niveau van het product liggen, de uitvoering betreffen (bijvoorbeeld tijd), de samenwerking met partners etc. Om dit initiatief ruimte te geven en de marktwerking niet geheel uit te sluiten, is de eerdergenoemde MIAR ontwikkeld. Een dergelijke vorm van selecteren/aanbesteden moet ook gestuurd worden door een ‘passende’ vraagspecificatie. Omdat het hier om concurrerende aanbiedingen gaat, moet de basis waarop geselecteerd wordt toch door een nader gedefinieerde vraag vergelijkbaar gemaakt kunnen worden. Hiervoor is een voorlopig ontwerp ‘nieuwe stijl’ nodig, waarbij de ruimtelijke kwaliteit wordt benoemd en de prestatie-eisen ten aanzien van de technische kwaliteit, de kosten en het proces op hoofdlijnen uitgewerkt zijn. Dit geheel dient als een soort referentie of ijkpunt. De aanbieders staat het vervolgens vrij om ten aanzien van het gevraagde basisplan te variëren op basis van eigenheid en innovatieve inzichten.

Omdat de beeldkwaliteit gedefinieerd is, behoeven de aanbieders zich niet uit te sloven in allerlei beeldmateriaal. Het antwoord of aanbod moet liggen in de verbinding tussen de vraag, vastgelegd in het voorlopig ontwerp ‘nieuwe stijl’ en de eigenheid van de aanbieder. Om dit aanbod uit te werken, krijgen de aanbieders een passende vergoeding.

Programma van eisen plus

Als je in het kader van ketenintegratie een partner zoekt, dan moet je ook de vraag daarop afstemmen. Ketensamenwerking komt er op neer dat gezocht wordt naar een herverdeling van taken en verantwoordelijkheden, waardoor er efficiënter en effectiever omgegaan wordt met de beschikbare mensen en middelen. Een programma van eisen plus moet hier handen en voeten aan geven. Plus houdt in, dat het niet alleen gaat over het product (kosten en kwaliteit), maar ook over het proces en de samenwerking.

DE SELECTIE EN DE ROL VAN DE OPDRACHTGEVER

Afhankelijk van de benadering van de markt en de keuze van de selectiemethode wordt de rol van de opdrachtgever bepaald. In alle gevallen is het nodig dat de opdrachtgever zijn vraag specificeert. Maar zoals we gezien hebben, wordt de aard en omvang van deze vraagspecificatie in sterke mate bepaald door het samenspel tussen aanbieder en opdrachtgever.

Voor de opdrachtgever is het van belang te weten welke wijze van selecteren past bij de vraag (en de opgave) en bij de eigenheid van de organisatie.

In principe is te stellen, hoe beperkter de rol van de opdrachtgever (en zijn adviseurs) wordt in de selectie en uitvoering, des te hogere eisen er gesteld worden aan de professionaliteit van het opdrachtgeverschap. Als je bij wijze van spreken kunt bijsturen tot de spijker in de muur gaat, kun je je vraagspecificatie in zijn essentie lang uitstellen. Je kunt altijd bijsturen. Er kunnen bij wijzen van spreken nog altijd andere bougies in de auto aangebracht worden. Als je de auto kiest, dan neem je de beslissing voor het totaal. Het verlanglijstje moet dan wel kloppen.

Bij MIAR is de opdrachtgever de spil in het nauwkeurig formuleren van wat je zoekt. Dit vindt niet plaats op de ouderwetse methode van een dichtgetimmerd bestek, maar op basis van een vraag, die ondersteund wordt door expliciete prestaties ten aanzien van kwaliteit, kosten en proces. Het doel is het verenigen van twee idealen: de opdrachtgever moet het meest passende aanbod krijgen en de aanbieder moet eigenheid en innovatieve kracht zo goed mogelijk kunnen inzetten. Van de opdrachtgever vraagt deze werkwijze nog meer dan traditioneel dat hij weet wat er gewenst wordt.