

Eindrapportage Marktconsultatie

Openbare Europese aanbesteding Vervaardiging, opslag, verkoop, verzending en marketing van leer- en trainingsmateriaal

ten behoeve van
Stichting Lezen en Schrijven

Colofon:	
Contactpersoon:	Dieuwertje Koesen
Tel:	0610751221
Vervangend contactpersoon:	Zuhal Yilmaz
Tel:	0648781486
Datum:	14-10-2022
Naam openbare Europese aanbesteding	Vervaardiging, Opslag, Verkoop, Verzending, Marketing van Leer- en Trainingsmaterialen



Inleiding

Stichting Lezen en Schrijven heeft een marktconsultatie uitgevoerd ten behoeve van de voorbereiding van de aanbesteding Vervaardigen, opslag, verkoop, verzending, marketing van leer- en trainingsmaterialen. In de marktconsultatie hebben we concept aanbestedingsstukken gedeeld met de markt en de marktpartijen om hun mening en ideeën gevraagd. De marktconsultatiedocumenten zijn te vinden op deze link van [TenderNed](#).

Er zijn in totaal met zeven marktpartijen gesprekken gehouden. Deze gesprekken waren erg waardevol voor opdrachtgever en helpen vorm en richting te geven aan de aanbesteding. Bij deze wil de opdrachtgever alle marktpartijen nogmaals danken voor het aanreiken van de informatie en voor de inspanningen die zij hiervoor hebben geleverd.

Samenvattend verslag

De uitkomsten van de concept aanbestedingsstukken van de marktconsultatie worden verwerkt in de definitieve aanbestedingsstukken. De belangrijkste aandachtspunten zijn hieronder opgesomd.

#	Onderwerp	Reactie
1	Vorm van opdracht: Concessie of Raamovereenkomst	Voor beide contractvormen bestaat interesse, maar de meeste partijen spreken een voorkeur uit voor een concessie. Zij geven wel aan niet akkoord te kunnen gaan met alle gestelde eisen. In het algemeen gaven partijen aan dat bij een concessie, waarbij het risico bij de opdrachtnemer/concessiehouder ligt, het niet passend is te veel eisen te stellen. Hier zou meer overleg over moeten plaatsvinden om gezamenlijke keuzes te maken wat passend en haalbaar is en wat niet. Met name vanuit uitgevers wordt aangegeven dat de voorgestelde wijze van samenwerken niet past bij hun manier van werken. Uitgevers zijn gewend eigenaar te zijn van de producten waarbij de maker een vergoeding betaald krijgt voor de de materialen. Er zijn echter wel varianten mogelijk. In het algemeen geldt dat het bij een concessie niet logisch is dat de aanbestedende dienst op voorhand een groot aantal eisen neerlegt. Het is wenselijk om hier de dialoog over aan te gaan en gezamenlijk te bepalen wat wenselijk en haalbaar is.
2	Ervaring m.b.t. het leveren van gevraagde diensten	Er zijn partijen die alle gevraagde diensten kunnen leveren; alleen of in een samenwerkingsverband.



3 Aantrekkelijkheid opdracht	• De laaggeletterdenmarkt; • De doelstellingen van LES.
Niet acceptabele voorwaarden in de aanbestedingsstukken	• Uit oogpunt van risicobeheersing zou het, vanuit de opdrachtnemer bezien, beter zijn om een concessiebijdrage per verkochte publicatie of een percentage van de omzet af te spreken. • De stap van gratis materiaal naar betaald materiaal wordt door een aantal partijen gezien als een groot risico. Partijen gaven aan een afname tot wel 80% te verwachten. • Een aantal partijen gaven aan dat LES in de huidige stukken te veel eisen stelt. Veel eisen zijn niet bepaald met een commerciële blik en kunnen een prijsopdrijvend effect hebben. Daarnaast past het niet bij het idee van een partnerschap en bij een concessie. Het is wenselijk om de eisen niet als eis te stellen, maar te informatie om met elkaar over in gesprek te gaan. • De doorbelasting van 2fte vanuit LES is fors (onacceptabel).
Inschrijving	• Er is interesse in de aanbesteding. De meeste partijen geven aan dat de inschrijving afhankelijk is van de uiteindelijke eisen die gesteld zullen worden. • Op basis van de huidige eisen en de 2 overeenkomsten met de bijbehorende risico's geven sommige partijen aan dat de opdracht in de huidige vorm te hoge risico's voor de opdrachtnemer met zich meebrengt. Een uitdaging zit dan o.a. in de materialen die voorheen gratis waren opnieuw in de markt te brengen tegen betaling.
4 Ontbrekende punten in aanbestedingsstukken	Partijen geven aan dat er nog behoefte is aan aanvullende informatie t.a.v.:



		• De organisaties die nu de materialen van LES af nemen; • Voor zover mogelijk een realistische inschatting van het verwachte volume en een onderbouwing. • De doelgroep. Dit moet duidelijker beschreven worden in de aanbestedingsstukken; • Duidelijk maken wat er met de bestaande voorraad dient te gebeuren.
5	Onderscheidend vermogen leverancier	Dit betreft bedrijfsvertrouwelijk informatie.
6	Verwachtingen t.a.v. marketing	Partijen gaven aan dat voor de marketing en het bereiken van de doelgroep een actieve rol van LES gewenst is. Voor het uitbreiden van de doelgroep is er een stevige marketing campagne (met bijbehorend budget) nodig.
7	Implementatietermijn	Enkele partijen gaven aan dat dit afhankelijk is van de gekozen aanpak. Andere partijen vonden een termijn van 3 à 4 maanden realistisch voor de implementatie.
8	Kritische succesfactoren	• Behouden van de doelgroep; • Uitbreiding van de doelgroep; • Inzetten op verbreden van bestaand portfolio, omzetgroei, doorontwikkelkracht. Om dit te kunnen doen is het nodig dat de opdrachtnemer vrijheid krijgt en niet alleen als uitvoerder optreedt; • Marketing en nieuwe verkoopkanalen; • Goede samenwerking als partners.
9	Prijs- en verrekensystematiek	• Het aantal materialen heeft een prijsopdrijvend effect, met name voor inrichten en beheer van de webwinkel. Dit wordt door meerdere partijen bevestigd. • Om de kostprijs zo laag mogelijk te houden (en daarmee de bereikbaarheid zo groot mogelijk) is het advies om kritisch te kijken naar het aanbod (en met name in relatie tot de vraag) • De doorbelasting van 2 FTE vanuit LES wordt door alle partijen gezien als fors (onacceptabel). • Partijen geven aan dat informatie ontbreekt over of en hoe overdracht van eigendom van bestaande voorraad materialen zal plaatsvinden, tegen welke waarde.



10	Kansen t.a.v. MVO	Door partijen worden verschillende mogelijkheden gegeven, zoals; • Inzet in de productie en de te gebruiken materialen in samenwerking met de drukker; • Aanbieden van werkervaringsplekken aan mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt.
11	Vormgeving van de lidmaatschapsstructuur	De partijen gaven aan dat hier nog wat verduidelijking nodig is over welk bedrag een lidmaatschap biedt en welke korting daar tegenover staat. Ook is er duidelijkheid gewenst over de rol van LES op het gebied van lidmaatschapsstructuur. Deze informatie hoeft niet in de aanbesteding al vast te staan.
12	Overige input	• AVG verwerkersovereenkomsten vergt een apart hoofdstuk bij het vastleggen van de data: wie is eigenaar. • Meer ruimte in de levertermijn is wenselijk. • De koppeling met het CRM systeem is lastig/niet mogelijk of heeft een prijsopdrijvend effect. Dit geldt niet voor alle partijen. • Om een groter bereik te realiseren kan de visie van LES vertaald worden naar een bredere doelgroep.