

Samenvatting Marktverkenning Vending ten behoeve van Europese Aanbesteding Vending voor Hogeschool Rotterdam

1. Hoe ziet de markt eruit? Zijn er veranderingen na Corona waar rekening mee gehouden dient te worden?

Organisatie 1: De grootste verandering na corona is het thuiswerken / studeren

Organisatie 2: Met betrekking tot koffieautomaten zien we een verdere verschuiving van instant-en freshbrew(filter) koffie naar bonen koffie. Tijdens Corona is het thuiswerken aanzienlijk toegenomen. Momenteel zien we hierin een normalisatie, echter is het % thuiswerkers wel beduidend hoger dan voor Corona. In onderwijs speelt dit minder, gezien de aard van het fysiek lesgeven. Echter bij invoering van Corona-maatregelen of dreigende uitval door andere oorzaken, kan er snel worden omgeschakeld naar lesgeven op afstand. Over het algemeen betekent dit dat werkgevers meer aandacht besteden aan een kwalitatievere koffievoorziening voor hun medewerkers die luxer en duurzamer is. Daarbij wordt meer gedacht in koffiecorners als ontmoetingsplekken dan de reguliere pantry waar een koffieautomaat staat. Ook wordt het aantal te plaatsen automaten heroverwogen o.b.v. benodigde capaciteit, bijv. minder automaten per locatie. Met betrekking tot de vendingautomaten is de markt redelijk rustig. De verkopen zijn weer regulier. Het enige waar rekening mee gehouden moet worden is de mogelijk langere levertijd van de automaten. Dit vanwege de wereldwijde chiptekorten. In het algemeen spelen MVO en Duurzaamheid een prominentere rol in de keuze van een leverancier en het portfolio aan automaten en producten dat wordt aangeboden.

Organisatie 3:

- a. Na Corona wordt er veel meer thuis gewerkt door staffuncties in onderwijs. Hierdoor worden er minder consumpties afgenomen. Het is goed om kritisch te kijken naar het aantal automaten, zowel vanuit kosten als duurzaamheid, als vitaliteit kan dit aantal vaak omlaag.
- b. Tevens zijn de (koffie)prijzen hard gestegen, houdt rekening met hogere prijzen dan in uw huidige contract
- c. Belangrijke ontwikkeling is dat vanaf 1 januari 2024 geen plastic gecoate kartonnen bekers toegestaan zijn. Belangrijk is om rekening te houden dat er dan dus geen bekers meer 'achter de deur' kunnen worden geplaatst.

Organisatie 4: Met name de bezettingsgraad en de verwachting hoe een nieuwe werkomgeving eruit moet zien gericht op hybride werken is sterk veranderd. Werkgevers zijn druk bezig om het aantrekkelijk te maken voor werknemers om hoe ze hun naar kantoor kunnen krijgen. Bijgevoegd vindt u onze benchmark onderzoek onder bedrijven welke wij in 2021 hebben laten uitvoeren m.b.t. de toekomst van de werkplek.

Organisatie 5: Wat je steeds meer terugziet en wat gelukkig ook steeds meer een thema is binnen het MKB is duurzaamheid. Het nadeel is dat er sinds corona ook meer sprake lijkt van Greenwashing. Claims gedaan door bedrijven die ze niet waar kunnen maken of überhaupt niet kunnen valideren. De logistiek staat onder druk en ondanks dat de koffieprijzen flink gestegen zijn is er nog steeds evenveel armoede onder koffieboeren. Momenteel wordt nog steeds zo'n 80% van de wereldproductie van koffie gedaan door kleine boeren (met o.5 hectare) die nauwelijks kunnen overleven. Ze vangen simpelweg te weinig voor hun oogst, die vaak nog 9 á 10 keer verhandeld wordt, totdat het in het land van consumptie terecht komt. Naast armoede is er helaas ook nog veel sprake van kinderarbeid en onderdrukking van koffieboeren met alle gevolgen van dien.

Rode draad veranderingen:

- Thuiswerken, dus minder afname.
- Hogere koffieprijzen

2. Met welke levertijd dienen we rekening te houden voor de aanschaf van de vendingautomaten?

Organisatie 1: 6 tot 8 weken gemiddeld, afhankelijk van uiteindelijke beslissing zullen we snel kunnen schakelen.

Organisatie 2: Voor zowel koffieautomaten als voor vendingautomaten dient u rekening te houden met een reguliere levertijd van 3 maanden. Houdt er daarbij rekening mee dat automaten worden besteld ná de definitieve gunning.

Organisatie 3: Houdt rekening met drie maanden.

Organisatie 4: Gezien de huidige economische situatie in de wereld en de nog steeds gaande oorlog in Oekraïne zijn levertijden nog niet stabiel. Wij gaan op dit moment uit van 12 weken. Dit is momenteel het gemiddelde ondanks dat 85% van onze leveranciers in Nederland gevestigd zijn.

Organisatie 5: Niet langer dan de andere partijen. Uiteindelijk heeft iedereen in de markt dezelfde problemen en zal dit nog wel even zo blijven.

Rode draad levertijd:
3 maanden

3. Op welke manier kunnen we flexibiliteit verkrijgen in het op- en afschalen van het machinepark?

Organisatie 1: In het contract kunnen we een totaal aantal machines opnemen, welke op buffervoorraad open afgeschaald kunnen worden.

Organisatie 2: Qua koffieautomaten kunt u bijvoorbeeld een flexibiliteit van 10% op het gehele automatenpark gedurende de overeenkomst uitvragen. Daarbij commiteert leverancier zich om 10% kosteloos af te schalen of tegen de afgesproken condities op te schalen. Bij aanvang vragen om fabrieksnieuwe automaten, uit oogpunt van spreiding investering over de contractduur (zie vraag 7) en duurzaamheid (zie vraag 8). Naarmate de looptijd van de overeenkomst vordert, kunnen voor de eventuele op- en afschaling refurbished automaten ingezet worden. Qua vendingautomaten kan door een nauwe samenwerking met onze partners op bepaalde locaties een extra automaat worden geplaatst tals de vraag te groot is.

Organisatie 3: Meerdere mogelijkheden:

i. Door refurbished machines toe te staan (is ook duurzaam).

ii. Een standaard flexibiliteit in onze markt is een percentage van 10%. U kunt dan een aantal automaten kosteloos retourneren, verplaatsten of bijplaatsten zonder extra kosten. Mochten er meer automaten retour komen dan kunt u in uw uitvraag een vast afkoopbedrag per automaat per resterend jaar opstellen. Leveranciers kunnen zo bepalen welk afkoop bedrag ze hanteren. Bijvoorbeeld een automaat die in het eerste jaar terugkomt kan nog als occasion ingezet worden. Een automaat die na vier jaar retour komt kan minder goed ingezet worden maar is al vier jaar afbetaald. Zo zijn risico's op voorhand gemitigeerd waarbij transparantie en voorspelbaarheid van kosten tevens geborgd zijn voor zowel opdrachtgever als leverancier.

Organisatie 4: Flexibiliteit in het op- en afschalen van machines is zeker mogelijk. Gebruikelijk in de markt is 10 tot 20% flexibiliteit in het op- en afschalen van machines. Op basis van de daadwerkelijke uitvraag vanuit jullie bepalen wij vervolgens wat het beste bij jullie aansluit. Voor het verplaatsen van machines rekenen wij doorgaans geen kosten. Ervan uitgaande dat er niet elke week een verzoek tot verplaatsing is.

Organisatie 5: Niet beantwoord

Rode draad flexibiliteit:

- Standaard percentage van 10%-20% op en afschalen in ovk opnemen
- Toestaan refurbished machines

4. Welke mogelijkheden zijn er om de vendingautomaten in te zetten als communicatiemiddel?

Organisatie 1: Op de machines kunnen aan de zijkant reclame worden aangebracht. Daarnaast zijn er machines beschikbaar met display (digitale schermen).

Organisatie 2: Een beperkt aantal koffieautomaten heeft een digitale display waarop naast de keuze van de koffiedranken middels foto, video of streaming communicatie kan plaats vinden. De ervaring leert dat wanneer dit als eis wordt gesteld, het aantal aanbieders hiervan sterk afneemt. Rond de automaat kan bijv. met displaymateriaal gecommuniceerd worden.

Daarnaast kan via intranet of via interne beeldschermen middels narrowcasting worden gecommuniceerd, waar opdrachtnemer content voor aan kan leveren. De vendingautomaten hebben geen mogelijkheden om digitaal te communiceren. Wel kan er middels statische signing rondom de automaat gecommuniceerd worden.

Organisatie 3: Deze zijn er, echter leert de praktijk dat die vaak niet gebruikt kunnen worden doordat koffie machines vanuit IT van de instelling zelf niet op het wifi mogen. Een relatief dure optie bovendien, die ook nog eens veel energie verbruikt terwijl er andere communicatiemiddelen voorhanden zijn.

Organisatie 4: Naast dat wij adviseren de automaten niet in te zetten als communicatiemiddel, gezien hier andere betere mogelijkheden voor zijn, beschikkingen onze automaten om een screensaver(s) naar keuze in te stellen.

Organisatie 5: De meeste vendingautomaten hebben een ingebouwd scherm waarop teksten of afbeeldingen of ook wel filmpjes afgespeeld kunnen worden.

Rode draad communicatiemiddel:

- **Advies om dit niet zo in te zetten**

5. In welke mate zijn uw betaalsystemen geschikt voor organisatie-eigen betaalpassen zoals de studentenpassen, medewerkerspassen etc.?

Organisatie 1: Dit is allemaal af te nemen op basis van bepaalde vormen, we kunnen alles zo inregelen met licenties dat dit voorzien kan worden.

Organisatie 2: Alle automaten kunnen in principe met alle mogelijke betaalsystemen worden uitgerust en zijn vaak middels MDB-aansluitingen hierop voorbereid. Er zijn diverse betaalsystemen mogelijk waarbij een gesloten en open betaalsysteem op een unit mogelijk is. De praktijk leert dat hoe meer betalingsmogelijkheden erworden geboden, hoe hoger de kosten zijn voor aanschaf, onderhoud en abonnementsfees.

Organisatie 3: Hier hebben we met een partner toepassingen voor. We adviseren u om de keuze voor het type betaalsysteem vrij te laten en de te ontvangen gelden direct op rekening van Hogeschool Rotterdam te storten.

Organisatie 4: Afhankelijk van het contactloze betaalsysteem wat gekozen wordt, zijn er mogelijkheden om bepaalde passen de linken aan het systeem. Wij maken gebruik van een gesloten betaalsysteem genaamd Payter welke deze mogelijkheden bieden. Het is echter wel afhankelijk van de contracten die zijn afgesloten met de betaalleveranciers of dit mogelijk is.

Organisatie 5: Bij de meeste vendingautomaten zijn meerdere betaalpassen geen probleem en zou het naast de reguliere betaalpassen ook mogelijk moeten zijn om met passen vanuit de organisatie te kunnen betalen.

Rode draad betaalsystemen:

- **Is mogelijk, kan kostenverhogend werken.**

6. Welke prijsuitvraag adviseert u? Denk aan prijs per consumptie, maandelijks bedrag (servicekosten) etc..

Organisatie 1: Maandelijks bedrag

Organisatie 2: Wij kiezen bewust voor separate facturatiestromen:

1) Automaten = i.g.v. huur 1 maandelijks tarief vooraf, waarbij de technische service is inbegrepen of i.g.v. koop 1 jaarlijks tarief vooraf voor service de technische service van de automaten.

2) Ingrediënten en producten = 1 maandelijks verzamel factuur achteraf op basis van werkelijk afgeleverde aantallen ingrediënten en producten.

3) Operating = 1 maandelijks tarief vooraf o.b.v. afgesproken dienstverlening. voor de automaten en service Op deze manier hebben zowel opdrachtgever als opdrachtnemer duidelijk én transparant inzicht in de afgesproken tarieven en facturatie daarvan en inzicht in wat u precies waarvoor betaalt.

In de markt komen wij ook Integrale Consumptie Prijs (ICP) tegen. Dit lijkaanvankelijk ideaal, maar is niet transparant voor de opdrachtgever en administratief niet wenselijk voor opdrachtnemer. Bovendien dient er periodiek een verrekening (bonus/malus) plaats te vinden op basis van de werkelijk afgenomen consumpties in relatie tot de afgesproken aantal consumpties.

Tot slot adviseren wij een prijs/kwaliteit-verhouding (PKV) van 20%-80%. Gezien de vele aanbieders in de markt ontstaat per definitie een sterk concurrerend speelveld. Inschrijvers kunnen zich juist op kwaliteit onderscheiden tegen een zo scherp mogelijke prijs. Wie met een te hoge inschrijfsom inschrijft, valt vaak al direct af. Daarentegen is Hogeschool Rotterdam niet gebaat bij een inschrijving met een significant (te) lage inschrijfsom; u kunt zich dan afvragen in hoeverre u waar voor uw geld krijgt gedurende de looptijd van de overeenkomst.

Organisatie 4: Advies is om vaste kosten per machine te rekenen en dan tikprijs of basis van afgeleverde goederen voor de ingredienten.

Organisatie 5: Gezien de verandering naar het nieuwe hybride werken in Nederland is het voor alle partijen raadzaam om een prijs per machine, service en koffie apart te factureren op basis van geleverde diensten. In tikprijzen gaat men uit van een minimale afname die wellicht in de komende jaren erg kan fluctueren en daardoor niet raadzaam is. Het risico ligt dan volledig bij de inschrijver, dat als er geen medewerkers op kantoor zijn er ook geen omzet is terwijl de vaste kosten wel doorlopen. Daarbij zijn wij van mening dat transparantie qua hardware en ingrediënten separaat aangeboden worden. Gezien de onrustige markt is dit het meest fair om het inzichtelijk te houden qua pricing en de ontwikkeling hierin tijdens de looptijd.

Daarnaast is ons advies om de prijs niet meer dan 30% mee te laten wegen. Weegt de prijs voor meer dan 30% mee dan komt de nadruk op prijs te liggen en dat gaat ten koste van de kwaliteit tijdens de samenwerking. Met de wens voor bonen kiezen jullie echter bewust voor kwaliteit, dus laat die kwaliteit dan ook tot uiting komen in het stuk.

Rode draad prijsuitvraag:

- **Separate facturatie voor automaten, ingredienten en service**
- **Prijs-kwaliteit minimaal 30-70**

7. Welke contractduur zou uw voorkeur genieten?

Organisatie 1: 5 jaar met 3x een jaar verlengen

Organisatie 2: Looptijd overeenkomst van 5 jaar met 2x of 3x de optie om 1 jaar te verlengen. Op deze manier kan opdrachtnemer scherp calculeren gezien de terugverdientijd van 5 jaar voor gedane investeringen. De optiejaren bieden de mogelijkheid om in te spelen op evt. wijzigingen in de organisatie. Automaten gaan technisch gezien, minimaal 7 jaar mee en is vanuit duurzaamheid een looptijd van minimaal 7 jaar wenselijk voor zowel opdrachtgever als opdrachtnemer.

Organisatie 3: 5 tot 7 jaar ivm optimale afschrijftijd van een machine, ook het meest duurzaam.

Organisatie 4: 1 Wij focussen graag op een duurzame en langdurige partnership met onze klanten waarbij KPI'S het leidraad zijn om kwaliteit en de gemaakte afspraken te borgen. Ook in het kader van duurzaamheid is het naar ons ziens belangrijk om de automaten voor een langere periode te gebruiken. De automaten zijn robuust, energiezuinig en van hoge kwaliteit waardoor ze makkelijk 8 jaar mee gaan.

Daarom zouden mogelijke contractduren van:

- 5 jaar plus 3 keer 1 verlengingsjaar of;
- 4 jaar plus 2 keer 2 verlengingsjaren mogelijk zijn.

Organisatie 5: Gebruikelijk in de markt is het om een contractduur van 36 t/m 60 maanden af te spreken.

Rode draad contractduur:

- 5 jaar + 2-3 optiejaren

8. Welke duurzaamscriteria adviseert u te hanteren?

Organisatie 1: De machines gaan op stand-by na enige tijd, we hebben certificatie op onze ingrediënten, we kunnen het koffiedroes laten ophalen door een samenwerking met de Rotterzwam.

Organisatie 2:

- 1)Energiezuinige automaten met led-verlichting en energiebesparende stand-by modusen een hoge mate van recyclebaarheid van de automaten (minimaal 95%).
- 2)Erkende Fairtrade, Rainforest Alliance of UTZ Certifiedcertificering voor de aangeboden koffie en thee.
- 3)Welke CO2-reducerende maatregelen neemt de opdrachtnemer, zowel als organisatie als met haar aangeboden ingrediënten en producten.
- 4)Laat opdrachtnemers omschrijven wat zij verder doen op gebied van MVO en Duurzaamheid. Maak in de aanbesteding duidelijk wat Hogeschool Rotterdam belangrijk vindt op het gebied van MVO en Duurzaamheid, zodat u de match hierin kunt beoordelen.
- 5)Vraag bewust om fabrieksnieuwe automaten bij aanvang overeenkomst, zodat de volle technische levensduur benut kan worden. Wel kan gedurende de overeenkomst in het kader van flexibiliteit (af-en opschaling) refurbished automaten worden ingezet.

Organisatie 3:

a. Het beste is om uw eigen duurzaamheids doelstellingen te formuleren en aan de markt te vragen hoe men hiermee kan helpen. Goed is ook om uit te vragen, hoe men hier gedurende de samenwerking invulling aan geeft. Zeker omdat deze (als hierboven genoemd) vaak een langere tijd duurt.

b. Daarnaast is ons advies om duurzame koffie in te kopen middels een onafhankelijk duurzaamheidskeurmerk.

Organisatie 4: Duurzaamheid is van groot belang voor het behoud van een gezonde koffie keten. Daarom is het van groot belang nadruk te leggen op verschillende aspecten binnen dit thema en dit vanuit verschillend invalshoeken te belichten/vragen. Aspecten waarbij hier aan gedacht kan worden zijn:

- Specifieke vragen gericht op de duurzaamheid van apparatuur, ingrediënten en toebehoren.
 - o Denk hierbij bijvoorbeeld aan:
 - Energiezuinigheid en duurzaamheid van machines
 - Herbruikbaarheid en recycling van machines
 - Duurzaamheid van ingrediënten d.m.v. certificeringen en traceerbaarheid
 - Duurzame oplossingen en herbruikbaarheid van bekens
- Specifieke vragen hoe bedrijven in de gehele koffie keten CO2 proberen te reduceren om klimaatdoelstellingen te halen
 - o Bijvoorbeeld: Wat voor actie nemen bedrijven voor het verduurzamen van de gehele keten en wat voor initiatieven hebben zij hiervoor?
- Specifieke vraag gericht op de verwerking van afval en verpakkingsmaterialen
 - o Denk hierbij bijvoorbeeld aan: welke oplossingen zijn er voor de afvalverwerking van koffiedik en verpakkingsmaterialen?
- Specifieke vragen gericht op lokale initiatieven hoe bedrijven lokaal betrokken is in duurzaamheid maar ook sociaal maatschappelijk betrokken
 - o Wat doen de koffieleveranciers eraan om lokaal betrokken te zijn en hoe maken ze impact op zowel duurzaamheid als maatschappelijk/sociaal vlak?

Organisatie 5: In de vooraankondiging onder het kopje gunningscriteria staat dat er op de volgende

criteria beoordeeld gaat worden, namelijk: kwaliteit en prijs. Het zou een gemiste kans zijn om hierin criteria als duurzaamheid / transparantie / traceerbaarheid niet mee te nemen als aparte criteria met wegingsfactor. Wat je zou willen is volledige

traceerbaarheid en transparantie van de aanbiedende partijen door te vragen naar een bewijslast van de prijs die betaald is aan de boer. Zoals elke handelsovereenkomst zou dit beschikbaar en inzichtelijk moeten zijn. Zeker ook met de betekeniseconomie, wat hedendaags een belangrijke rol speelt binnen de Hogeschool Rotterdam zou je dit inzichtelijk willen hebben van de aanbiedende partijen om zo zeker te weten dat de koffieboer een eerlijke prijs heeft gekregen voor zijn product. Daarnaast zijn er nog diverse andere duurzaamheidscriteria waar opgelet kan worden, zoals bijvoorbeeld het wagenpark, het aanbod van plantaardige producten en het verwerken van afvalstromen.

Rode draad duurzaamheid:

- 1)Energiezuinige automaten met led-verlichting en energiebesparende stand-by modusen een hoge mate van recyclebaarheid van de automaten (minimaal 95%).
- 2)Erkende Fairtrade, Rainforest Alliance of UTZ Certifiedcertificering voor de aangeboden koffie en thee.
- 3)Welke CO2-reducerende maatregelen neemt de opdrachtnemer, zowel als organisatie als met haar aangeboden ingrediënten en producten.
- 4)Laat opdrachtnemers omschrijven wat zij verder doen op gebied van MVO en Duurzaamheid. Maak in de aanbesteding duidelijk wat Hogeschool Rotterdam belangrijk vindt op het gebied van MVO en Duurzaamheid, zodat u de match hierin kunt beoordelen.
- 5)Vraag bewust om fabrieksnieuwe automaten bij aanvang overeenkomst, zodat de volle technische levensduur benut kan worden. Wel kan gedurende de overeenkomst in het kader van flexibiliteit (af-en opschaling) refurbished automaten worden ingezet.

9. Zijn er zaken waar Hogeschool Rotterdam, voor de aansluiting van de vendingautomaten, rekening mee moet houden?

Organisatie 1: Ja, voor de koffieautomaten dient een vaste wateraansluiting (wasmachinekraan met terugslagklep) en een 230v stroompunt te zijn, met de max van 1meter van de machine. Voor de Snack en frisdrank automaten dient een 230v stroompunt te zijn.

Organisatie 2: Voor koffieautomaten geldt een 230V/16A stroomsluiting met randaarde en een wateraansluiting middels een ¾" beluchte wasmachinekraan voorzien van een controleerbare terugslagklep. Voor koffieautomaten met 400V dient een krachtstroomaansluiting CEE 5P 16A of Perilex aansluiting aanwezig te zijn.

In geval van koffieautomaten voorzien van verse melk, dient u naast bovenstaande rekening te houden met afvoer onder de automaat met een goede doorloop en eventuele droesdoorvoer. Bovendien zijn er 2 geaarde stroomafsluitingen nodig: 1 voor de koffieautomaat en 1 voor de verse melk automaat/module.

Algemeen: wateraansluitingen mogen niet vlak/schuin boven een stroomaansluiting geplaatst zijn (dit komen we helaas nog wel eens tegen). De maximale afstand tussen wateraansluiting en koffieautomaat is 1,5 meter in verband met genoeg waterdruk.

Voor de vendingautomaten is de beschikbaarheid van een UTP-punt per automaat wenselijk. Hierdoor wordt de verbinding stabiel. Zeker gezien de vaak grote gebouwen waar de vendingautomaten geplaatst worden is dit aan te raden.

Organisatie 3: Dit kunt u vragen mee te nemen in een implementatieplan van de nschrijver.

Organisatie 4: Belangrijke ontwikkelingen die waarde toevoegen zijn met name gericht op duurzaamheid en ook gezondheidstrends zoals bijvoorbeeld plant based producten. Gezonde voeding is hierbij een belangrijk onderdeel om aan te bieden.

Speciale high-end beleving counters zijn een echte trend welke zeer gewaardeerd worden onder medewerkers en studenten. Denk hierbij aan een mooie Starbucks koffiecorner binnen uw school locatie op een centraal punt. De meerwaarde is groot en zo houd je de studenten ook centraler binnen uw scholen. Hiervoor zijn de volgende twee mogelijkheden:

1. Als een zelf service koffie corner concept waarbij zowel betaald of gratis mogelijk is.
2. Een koffiecorner concept met service. Wij kunnen hiervoor bijvoorbeeld de cateraar trainen om zo de juiste beleving en gewenst service niveau te creëren.

Met betrekking tot de aansluitingen is er telemetrie beschikbaar voor de koffiemachines. Dit is een soort online dashboard omgeving waar op elk moment gebruikersgegevens van de automaten gecheckt kunnen worden en rapportages gegenereerd kunnen worden van verbruik en storingen. Machines worden steeds zuiniger met bijv. V.I.P systems die de machine qua gebruik kunnen monitoren en daarop het energieverbruik kunnen managen. Als men met verse melk wil werken vergt dit een andere meer intensievere aanpak van de dagelijkse schoonmaakronde.

Rode draad aansluiting:

- **vaste wateraansluiting (wasmachinekraan met terugslagklep) en een 230v stroompunt**

10. Zijn er naast bovengenoemde vragen nog zaken waar Hogeschool Rotterdam rekening mee dient te houden voor de vendingautomaten?

Organisatie 1: De locaties waar de machines komen te staan, toegankelijk zijn voor iedereen.

Organisatie 2: Wanneer een smaaktest/proefplaatsing gewenst voor de koffievoorziening gewenst is, laat dit een vast onderdeel zijn van het gunningsproces. Zorg ervoor dat de te behalen score voor deze smaaktest bovenop de score komt van de te behalen punten op prijs en kwaliteit. In praktijk wordt dit nog wel eens opgeknipt in 2 fasen. In dat geval gaat prijs in de 1e fase zwaarder wegen dan aanvankelijk de bedoeling is. Bij een aantal aanbestedingen komen we ISO-certificering als (knock-out) eis tegen, waardoor op voorhand MKB-organisaties worden uitgesloten. Veel MKB-organisaties beschikken nl. niet over een ISO-certificaat, echter kennen zij wel procedures om de kwaliteit te borgen. Onze concrete tip is: laat inschrijvers omschrijven hoe ze hun kwaliteit borgen. Qua vendingautomaten kan het, afhankelijk van de locatie, mogelijk zijn dat er transportkosten voor de automaten in rekening wordt gebracht. Voor het bijvullen van de automaten is het fijn als er een spoelgelegenheid aanwezig is en opslagruimte waar enige voorraad kan worden opgeslagen, zodat de locaties makkelijk kunnen worden bijgevuld.

Organisatie 3: Opvallend genoeg wordt er in uw vraagstelling vooral gekeken naar de 'harde' kant van de aanbesteding. Dit terwijl uw medewerkers het veel belangrijker zullen vinden wat er in het bekertje zit. Welke koffie, hoe smaakt deze, en welke thee. De impact van goede koffie en thee is zeer groot op medewerkers tevredenheid. U kunt in uw aanbesteding vragen hoe inschrijvende partij helpt met verbeteren van medewerkerstevredenheid. Een smaaktest met impact, helpt ook enorm om het draagvlak te vergroten voor de gemaakte keuze. U kunt bijvoorbeeld op basis van kwaliteitsstukken en prijs een top 2 selecteren en dan via een smaaktest de winnaar aanwijzen. Advies is ook om meerdere soorten thee uit te vragen. b. Daarnaast is het denkbaar om het zetsysteem los te laten en te vragen hoe inschrijvers invulling geven aan concepten in verschillende dynamieken. Dit is bijvoorbeeld toegepast in de aanbesteding van de Hogeschool Arnhem Nijmegen (HAN). Hier hebben wij drie verschillende concepten aangeboden, die hebben geleid tot grote medewerkerstevredenheid. Dit omdat er plekken zijn waar men samenkomen wil stimuleren, of waar men juist geconcentreerd wil werken, of waar men met veel mensen te gelijk komt in een pauze en men snel koffie wil hebben.

Organisatie 4: Ons advies is om goed na te denken over de gunningscriteria en hoe deze het beste gehanteerd kunnen worden om inschrijvers objectief te kunnen beoordelen. Punten waarop inschrijvers zich kunnen onderscheiden van elkaar zijn: Duurzaamheid, kwaliteit, lokaliteit, dienstverlening en de inrichting van de koffievoorziening dmv (premium) koffiecorners.

Daarnaast kunnen jullie er bijvoorbeeld voor kiezen om een vast budget op te geven die niet meegewogen wordt en de vraag te stellen aan de leveranciers wat ze daarvoor kunnen leveren. Uiteraard is het ook mogelijk om de verschillende onderdelen te wegen, zoals: prijs, kwaliteit en smaak.

Voor de prijs geldt het advies is om deze niet meer dan 30% mee te laten wegen. Weegt de prijs voor meer dan 30% mee dan komt de nadruk op prijs te liggen en dat gaat ten koste van de kwaliteit tijdens de samenwerking. Met de wens voor bonen kiezen jullie echter bewust voor kwaliteit, dus laat die kwaliteit dan ook tot uiting komen in het stuk.

Tot slot is er het advies om met twee of maximaal drie partijen naar de smaaktest te gaan. Daarmee creëren jullie draagvlak onder de medewerkers. Laat in ieder geval de automaten een week staan, zodat iedereen de mogelijkheid heeft om te testen. Als iedereen op kwaliteit bijvoorbeeld minimaal een 6 of 7 moet halen en op prijs een budget is vastgesteld zouden jullie ervoor kunnen kiezen op basis van voorkeursstemmen om de winnaar aan de hand van de smaaktest te bepalen. De winnaar van de test is dan automatisch de winnaar van de aanbesteding.

Bovenstaande mee laten wegen in uitvraag.