

Marktconsultatie schoonmaken en schoonhouden / geïntegreerd facilitair concept

Aanbesteding van de schoonmaak dienstverlening met een mogelijke integratie van een aantal aanpalende facilitaire diensten in een geïntegreerd concept



Opgesteld door: Projectgroep

Versie: 1.0

1	Inleiding	3
2	Doel marktverkenning	3
3	Aanmelding en selectie	3
4	Huidige situatie schoonmaakdienstverlening.....	4
5	Blik op schoonmaken en schoon houden	6
6	Marktontwikkelingen en de nieuwe aanpak	6
7	Drie mogelijke oplossingsrichtingen	7
8	Vragen voor marktconsultatie	9
	Bijlage 1	12

1 Inleiding

De facilitaire organisatie van het ROC van Amsterdam, Voortgezet onderwijs van Amsterdam en ROC van Flevoland is bezig met de voorbereiding voor een aanbesteding van de schoonmaak dienstverlening. Hierbij willen wij komen tot een dienstverlening bestaande uit tenminste schoonmaken en schoon houden, met een mogelijke integratie van één of meerdere facilitaire diensten in een geïntegreerd concept. Voor alle locaties moet een keuze bestaan om te kiezen voor alleen schoonmaakdienstverlening, dan wel voor een (gefaseerde) overgang naar een geïntegreerd facilitair concept. Daarnaast moet de mogelijkheid worden geboden voor maatwerkinvullingen per college.

In samenwerking met de afdeling inkoop wordt deze marktconsultatie uitgevoerd om informatie te krijgen vanuit de leveranciersmarkt met betrekking tot een realistische variant van geïntegreerde facilitaire dienstverlening en een passende vorm voor een Europese aanbestedingstraject.

2 Doel marktverkenning

Het doel van deze marktconsultatie is om een gestructureerde informatie-uitwisseling met belanghebbende partijen te organiseren over een voorgenomen aanbesteding, aan de hand waarvan de aanbestedende dienst de haalbaarheid en de randvoorwaarden van de opdracht vaststelt. De aanbestedende dienst heeft behoefte om in een open dialoog met de markt een aantal onderwerpen te bespreken voordat de "strengere" aanbestedingsprocedure officieel van start gaat. Wij dagen u graag uit om met eigen oplossingen te komen die op onze situatie zijn toegepast en ons een stap verder brengen. De marktconsultatie heeft een open karakter, er wordt aangekondigd middels een algemene oproep op Tendered.

3 Aanmelding en selectie

Mocht u aan de marktconsultatie willen deelnemen verzoeken wij u op basis van de door ons opgestelde vragen uw visie op te stellen welke richting of combinatie van richtingen het best bij ons als organisatie past en hoe u dit in zou vullen. Wij vragen uw visie kort en bondig te beschrijven in enkele A4tjes aan de hand van de vragen zoals wij die in dit document hebben opgesteld. Hierbij is het niet noodzakelijk om uitgebreid op iedere vraag een expliciet antwoord te geven. Wij stellen het wel op prijs indien u iedere vraag beantwoordt. Het beantwoorden van alle vragen is echter niet verplicht. Gezien de korte doorlooptijd van deze marktconsultatie is het ook niet noodzakelijk om de vragen tot in detail uit te werken en vorm te geven.

De Aanbestedende dienst zal op basis van de visiestukken partijen selecteren met verschillende visies om aan een aanvullende mondelinge marktconsultatie deel te nemen. Tijdens de mondelinge sessie willen wij graag iets dieper ingaan op de vooraf ingediende antwoorden. De marktconsultatie dient als bron voor onze interne discussie en analyse. Hierbij zal de input bijdragen aan keuzes richting de uiteindelijke aanbesteding.

In het kader van de transparantie, objectiviteit en gelijkheid wordt deze uitnodiging/voorinformatie en de resultaten van marktconsultatie gepubliceerd op Tendered. De consultatie heeft een vrijblijvend karakter. Er wordt tijdens de marktconsultatie geen waardeoordeel aan de door u geadviseerde oplossingsrichting gehangen. Er kunnen geen rechten aan worden ontleend en de marktconsultatie zal in geen geval leiden tot enig voor- of nadeel leiden in de aanbestedingsprocedure.

U wordt uitgenodigd uw antwoorden op de vragen uiterlijk op 22 juni 2015 voor 12.00 uur middels een E-mail te sturen aan de procesbegeleider van deze aanbesteding pp.goulooze@rocva.nl. De aanvullende mondelinge marktconsultatie staan gepland op 24 en 25 juni 2015, waar u eventueel voor zult worden uitgenodigd.

De aanbestedende dienst zal uiterlijk dinsdag 22 juni 2015 in de ochtend de uitnodigingen verzenden voor de mondelinge marktconsultatie. Indien u bepaalde dagdelen op 24 of 25 juni (bij voorkeur) niet beschikbaar bent zal hiermee zo veel mogelijk rekening worden gehouden in de planning van de gesprekken.

4 Huidige situatie schoonmaakdienstverlening

De huidige overeenkomst Schoonmaakdienstverlening naar aanleiding van de Europese Aanbesteding stamt uit 2010. De schoonmaak aanbesteding is destijds bijna volledig op laagste prijs gegund, in combinatie met een gecontracteerd kwaliteitsniveau. Dit heeft bij veel MBO colleges financieel een goede overeenkomst op geleverd, echter is dit niet altijd ten gunste gekomen van de (beleefde) kwaliteit. Ondanks de resultaatverplichting die is afgesproken en de periodiek vastgestelde controlemethodiek, wordt het overeengekomen kwaliteitscijfer 7 in veel gevallen niet gehaald. De huidige werkzaamheden vinden grotendeels in de avonduren plaats.

Na 5 jaar is er besloten om de huidige overeenkomst te evalueren en om op basis van een gemotiveerde heroverweging een nieuwe aanbesteding te starten.

Ervaren knelpunten in bestaande dienstverlening

Binnen de huidige overeenkomst worden enkele knelpunten ervaren die de aanbestedende dienst in een nieuwe overeenkomst hoopt te ondervangen.

1. (Resultaatgerichte) afspraken sluiten onvoldoende aan op de werkwijze van de dienstverlening

De huidige resultaatgerichte afspraken sluiten niet goed aan op de werkwijze van de schoonmaakmedewerkers, hetgeen resulteert in een minder schoon gebouw. Daar komt bij dat, wellicht door lage inschrijfbedragen, bij de aanbesteding, door de schoonmaakleveranciers onvoldoende wordt gestuurd op het realiseren van het overeengekomen kwaliteitscijfer 7. In de huidige dienstverlening wordt de schoonmaakintensiteit opgeschaald als de periodieke controlerondes aanstaande zijn. Hierdoor komen de schoonmaakmedewerkers voor een onrealistische uitdaging te staan om de juiste kwaliteit continu te leveren. De facilitair manager heeft behoefte aan een realistisch gesimplificeerd contract en controlemethodiek die goed is uit te leggen en aansluit bij zowel de schoonmaker als de interne klant.

2. Uitlegbaarheid dienstverlening aan interne klant

In de praktijk is het voor de facilitair managers het beoogde resultaat van het schoonmaakcontract amper uit te leggen aan haar interne klanten. Dit zorgt voor veel onbegrip en ontevredenheid bij de interne klant. Wat tevens een risico is voor het gecontracteerde resultaat is dat de gemiddelde schoonmaakmedewerker op de vloer niet het vermogen heeft met een resultaatgerichte blik naar een ruimte te kijken en zo in te schatten welke werkzaamheden er verricht moeten worden.

3. Contractmanagement

De facilitair managers geven aan in de huidige situatie veel tijd en energie te steken in het aansturen, bijsturen, uitleggen en behandelen van klachten van de schoonmaak, maar dit heeft een relatief gering resultaat. De huidige dienstverlening lijkt in de praktijk met name gevoelig voor de kwaliteitscontrole per kwartaal omdat ze hier contractueel en financieel op worden afgerekend, terwijl de focus van de schoonmaak leverancier meer moet komen te liggen op een continu kwaliteitsbeleving en tevredenheid op decentraal niveau.

In de nieuwe situatie wil de facilitair manager meer in de beoogde regierol moeten komen en op tactisch niveau bij sturen om zich zo meer te concentreren op de behoefte van zijn interne klant.

4. Betrokkenheid interne klant

De beleving en perceptie van de interne klant van "schoon" sluit in de huidige situatie niet voldoende aan bij het afgesproken kwaliteitscijfer 7 in het contract. Deze perceptie en beleving is dan ook niet te vatten in de huidige controle methodiek en levert daardoor

frustratie en ontevredenheid op. Een goedgekeurde ruimte wordt regelmatig als “niet schoon” ervaren. De interne klant wil graag een graadmeter zijn in de controlemethodiek en de evaluatie van de leverancier.

5. Aanspreek cultuur

Rommelige verkeerruimtes, kantines, lokalen en schoolpleinen hebben een negatieve beïnvloeding op de perceptie en beleving van schoonmaak terwijl dit niet de verantwoordelijkheid is van de schoonmaak leveranciers. Facilitair managers ervaren geen verantwoordelijkheidsgevoel bij de medewerkers en studenten voor de staat van het gebouw en tevens ontbeert het aan een onderlinge aanspreekcultuur. De MBO colleges hebben op decentraal niveau verscheidene pragmatische oplossingen voor dit probleem op het gebied van schoonmaak bedacht en geïmplementeerd. Deze pragmatische oplossingen kosten echter geld en zijn niet geënt op het creëren van een cultuuromslag.

5 Blik op schoonmaken en schoon houden

Belang van schoonmaak en een schoon gebouw wordt gezien als een primaire behoefte. Een schoon gebouw wordt gezien als een toegevoegde waarde voor het onderwijs en straalt orde, veiligheid en prettige leer- en werkomgeving uit. Studenten zijn productiever, houden zich meer aan gedragsregels en voelen zich meer op hun gemak in een schone school. Een gebouw moet het uithangbord van de school zijn en is de eerste indruk die mensen krijgen van de school. Daarnaast is er in een schoon gebouw minder molest en op den duur zijn de onderhoudskosten van het gebouw lager.

De toekomstige dienstverlening zal dan ook niet alleen over schoonmaken gaan, maar vooral ook over het schoon houden van de locaties. Om dit te realiseren speelt niet alleen de dienstverlening een rol, maar ook de cultuur en het gedrag van medewerkers, deelnemers, facilitair dienstverleners en alle andere gebruikers van de panden. Middels de vragen bij deze marktconsultatie willen wij dan ook graag inzicht krijgen in visie, mogelijkheden en ervaringen die hierbij bestaan.

6 Marktontwikkelingen en de nieuwe aanpak

De aanbestedende dienst ervaart een aantal ontwikkelingen in de markt. De schoonmaakbranche is de laatste jaren sterk in beweging. Na jarenlange focus op verlaging van de kosten en verhoging van productiviteit zijn opdrachtgevers, opdrachtnemers en vakbonden tot de conclusie gekomen dat de schoonmaakdienstverlening ‘oude stijl’ niet meer realiseerbaar is. Gezamenlijk is in 2011 de Code Verantwoordelijk Marktgedrag opgesteld. Binnen deze code hebben partijen afspraken gemaakt om te komen tot een werkbaar klimaat en maakbare dienstverlening

met verplichtingen voor opdrachtgevers en opdrachtnemers. Relevante onderwerpen in dit kader zijn:

- Geen opdrachten op basis van laagste prijs
- Meer schoonmaak gedurende de dag en volwaardige werktaken
- Zorg voor sociale aspecten zoals opleiding, werkdruk, ziekteverzuim en ontwikkeling

Nu, enkele jaren na de introductie is een sterke ontwikkeling zichtbaar naar dagschoonmaak. Deze toename van dagschoonmaak zorgt voor uitgebreidere werkzaamheden voor de schoonmakers, hogere klanttevredenheid, betere schoonmaakresultaten, lager ziekteverzuim, minder verloop, kwalitatief betere medewerkers en een grotere betrokkenheid van de medewerkers.

Parallel aan voornoemde ontwikkelingen binnen de schoonmaakbranche is er bij organisaties de ontwikkeling gaande dat medewerkers meer werkplekonafhankelijk werken. Medewerkers en docenten hebben steeds minder een eigen vaste werkplek of 'eigen' lokaal en voelen zich hierdoor minder verantwoordelijk voor een ruimte waar zij (een deel van) de dag doorbrengen.

Door een grote mate van outsourcing verrichten diverse dienstverleners op eenzelfde plaats diensten, waarbij er veelal te weinig sprake is van synergie en samenwerking en partijen langs elkaar heen werken. Binnen deze situatie is de schoonmaker vaak een van de weinige vaste gezichten van een etage of bouwdeel. Door het samenvoegen van werkzaamheden bij de schoonmaak wordt de betrokkenheid van de schoonmaak verhoogd, waarmee de mogelijkheid bestaat kwalitatief betere medewerkers te binden en een verdere verhoging van de kwaliteit te realiseren.

7 Drie mogelijke oplossingsrichtingen

Op basis van de rondgang van begin 2015 langs de MBO-colleges is de generieke behoefte naar voren gekomen om een kwaliteitssprong te maken in de schoonmaakdienstverlening op collegeniveau. Daarnaast bestaat bij een aantal colleges de behoefte om ook een ontwikkelingssprong te maken op facilitair gebied. De MBO Colleges zien een toegevoegde waarde in verschillende mogelijke oplossingen die onder te verdelen zijn in een drietal richtingen:

- Kwaliteitsverbetering van de schoonmaakdienstverlening
- Maatwerk op collegeniveau
- Geïntegreerd facilitair concept

Kwaliteitsverbetering van de schoonmaakdienstverlening

Een veilige, schone en prettige werk- en leeromgeving zien MBO Colleges als een primaire randvoorwaarde om een kwaliteitssprong in de facilitaire dienstverlening te maken. Een schoonmaakcontract meer geënt op tevredenheid van medewerkers/studenten en de beleving van de fysieke omgeving moet hierin uitkomst bieden.

Doelstellingen:

- Verbeteren van de kwaliteit van de schoonmaakdienstverlening;
- Meer service voor het ROC, medewerkers en deelnemers;
- Meer sturingsmogelijkheden voor het ROC in de schoonmaakdienstverlening.

Maatwerk op Collegeniveau

Een oplossing die de specifieke kenmerken van een MBO-college als uitgangspunt neemt voor de verbetering van de schoonmaakdienstverlening. Dit moet tot uiting komen in competenties van de medewerkers en specifieke eisen aan de dienstverlening die afgestemd zijn op het type onderwijs.

Doelstellingen:

- Verbeteren van de kwaliteit van de schoonmaakdienstverlening;
- Meer aansluiting bij het type onderwijs op collegeniveau;
- Meer specifiek gerichte service voor het betreffende ROC, medewerkers en deelnemers;
- Meer commitment van de betrokken medewerkers doordat men zich meer betrokken voelt bij de specifieke serviceniveaus van het betreffende college;
- Aantrekkelijker werk voor de betrokken medewerkers, waardoor zij beter gemotiveerd zullen zijn.

Geïntegreerd facilitair concept

Een geïntegreerd facilitair concept waarbij, naast schoonmaak, ook andere facilitaire diensten worden geïntegreerd tot een nader vorm te geven facilitair dienstverleningsconcept. De dienstverlening binnen een geïntegreerd facilitaire concept kan maximaal bestaan uit de diensten die zijn opgenomen in bijlage 1. Uitgangspunt van een geïntegreerd concept is dat de samenvoeging van diensten moet leiden tot een aantoonbaar toegevoegde waarde.

Doelstellingen:

- Verbeteren van de kwaliteit van de dienstverlening;
- Meer service voor het ROC, medewerkers en deelnemers;

- Meer commitment van de betrokken medewerkers doordat men zich meer betrokken voelt bij het ROC;
- Meer commitment van de gecontracteerde leverancier(s);
- Innovatie van de dienstverlening;
- Meer sturingsmogelijkheden voor het ROC in de facilitaire dienstverlening;
- Synergie in kwaliteit en/of efficiëntie van de dienstverlening;
- Beter afstemming tussen de verschillende activiteiten;
- Aantrekkelijker werk voor de betrokken medewerkers, waardoor beter gemotiveerde medewerkers ontstaan.

8 Vragen voor marktconsultatie

De aanbestedende dienst heeft diverse vragen in het kader van de marktconsultatie, waarbij wij nieuwsgierig zijn naar de visie van marktpartijen. De vragen zijn onderverdeeld in een drietal rubrieken. Het is wel gewenst, maar niet noodzakelijk, om op alle vragen een antwoord te geven.

Visie op schoon houden

1. De aanbestedende dienst heeft een aantal marktontwikkelingen genoemd die zij ziet in de markt. Deelt u deze ervaringen?
2. Ziet u nog andere marktontwikkelingen die relevant zijn voor de uit te voeren aanbesteding in relatie met de beoogde invulling van een uit te voeren aanbesteding en/of de beschreven context?
3. Hoe geeft u binnen uw organisatie invulling aan de marktontwikkelingen in de schoonmaakbranche?
4. Heeft u ooit onderzoek verricht, dan wel kent u aantoonbaar onderzoek naar de invloed van cultuur en andere beïnvloedbare factoren op de (ervaren) dienstverlening? Kunt u aangeven wat de aanbestedende dienst uit deze onderzoeken kan leren en realistisch kan toepassen?
5. Welke innovaties kunt u noemen die bijdragen aan het schoonmaken en schoon houden van de panden?
6. Welke succesfactoren zijn bepalend om tot succesvolle innovatie van de dienstverlening te komen?
7. Wat is uw visie op het herwaarderen van het vak schoonmaken/schoonhouden?
8. Welke rol heeft de schoonmaker in uw toekomstvisie?
9. Wat is uw visie op de rol en taak van de (medewerkers van de) klant op het succes van de dienstverlening?
10. Welke activiteiten verwacht u van een opdrachtgever om in de positie te komen en te blijven om tot een succesvolle dienstverlening te komen?

Uitgewerkte oplossingsrichting

11. De aanbestedende dienst heeft een aantal knelpunten beschreven die worden ervaren in de huidige dienstverlening. Kunt u aangeven wat uw visie is op deze knelpunten en kunt u mogelijke oplossingsrichtingen weergeven voor deze knelpunten?
12. De aanbestedende dienst ziet een toegevoegde waarde in een geïntegreerd facilitair concept, waarbij de schoonmaakdienstverlening wordt gecombineerd met één of meerdere facilitaire diensten. Kunt u aangeven voor welke facilitaire diensten een samenvoeging in uw ogen een zeer duidelijke toegevoegde waarde kan hebben en waarom en kunt u tevens aangeven voor welke facilitaire diensten u weinig of geen toegevoegde waarde ziet in een geïntegreerd facilitair concept en waarom?
13. Hoe ziet de door u geadviseerde oplossingsrichting er uit voor de in te richten dienstverlening bij de aanbestedende dienst?
14. Hoe ziet de ideale bijpassende facilitaire organisatie eruit?
15. Kent u best practices/referenties van de door u geadviseerde oplossing (dit mogen zowel oplossingen zijn waarbij de dienstverlening door uw organisatie wordt verricht, dan wel oplossingen waarbij andere marktpartijen de dienstverlening verrichten)?

Overige gerelateerde aspecten

16. Heeft u kennis en ervaring met het geven van invulling aan de participatiewet met de genoemde dienstverlening als dienstverlener bij uw opdrachtgevers? Zo ja, welke en welke adviezen kunt u ons naar aanleiding van deze ervaring geven?
17. Wat zijn kansen en knelpunten die u ervaart met betrekking tot de participatiewet en welke mogelijkheden zou u in dat kader in willen en/of kunnen vullen met een opdrachtgever bij toekomstige projecten?
18. Ziet u een rol voor uw branche en zo ja, welke rol ziet u voor de aanbestedende dienst in het kader van de participatiewet? Wie moet(en) in uw ogen de trekkende rol vervullen in de invulling van de participatiewet en in welke vorm?
19. Hoe kijkt u aan tegen het eigenaarschap van de dienstverlening? Met welke organisatievorm heeft u ervaring? Welke ervaringen (positief en negatief) heeft u met specifieke organisatievormen zoals bijvoorbeeld joint ventures of inbesteding in combinatie met externe aansturing?
20. Heeft u succesvolle ervaring, dan wel kent u aanbestedende organisaties die succesvolle ervaring hebben, met verdergaande integratievormen tussen opdrachtgever en opdrachtnemer? Hebben dergelijke samenwerkingsvormen

geleid tot duurzame en rechtmatige financiële en/of fiscale besparingen en/of voordelen voor de opdrachtgever?

Aanbestedingsvorm

21. Heeft u een visie op de wijze waarop de verschillende oplossingsrichtingen (Alleen schoonmaakdienstverlening, maatwerk op collegeniveau, geïntegreerd facilitair concept) in één aanbesteding kunnen worden ondervangen, waarbij colleges gedurende de looptijd van de overeenkomst zich tussen de oplossingsrichtingen kunnen ontwikkelen
22. De aanbestedende dienst heeft op dit moment de intentie om samen met de markt de invulling de vorm en inhoud van de dienstverlening in te vullen en voelt veel voor een aanbesteding in de vorm van een concurrentiegerichte dialoog. Kunt u aangeven wat ervaring en visie is in deze?
23. Hoe zou u het contractmanagement inrichten, passend bij de geadviseerde aanbestedingsvorm, om een oplossing te bieden voor de beschreven knelpunten?
24. Welke vragen zou de aanbestedende dienst moeten stellen, opdat u voor het geschetste probleem de meest ideale oplossing kunt benoemen?’
25. Welke gunningscriteria kunnen leveranciers zich onderscheiden in de behooringsfase?

Overeenkomst

26. Welke contracttermijn zou u adviseren? Wat is de argumentatie hierachter?
27. Hebben het opnemen van opties of contractverlening nog invloed op de prijsstelling?

Bijlage 1

Mogelijke dienstverlening binnen een geïntegreerd facilitair concept:

Dienst/ product	Omschrijving	Externe uitgaven per jaar (indicatief *€1000)	Gecontracteerde leveranciers (aantal) ¹	Uitgevoerd door eigen medewerkers
Schoonmaak	Inclusief eerstelijns activiteiten ten behoeve van sanitaire middelen	€ 3.400	3	Nee
Afvalverwerking		€ 250	1	Nee
Archief		€		
Automaten voorziening		€ 550	9	Nee
Beveiliging	Inclusief aansturing stagiaires	€ 750	3	Gedeeltelijk
BHV		€		Gedeeltelijk
Catering		€ 1.000	6	Nee
Conciërge diensten	Inclusief dienstverlening op het gebied van distributie kantoorartikelen	€		Ja
Glasbewassing	eerstelijns storingen ten behoeve van verschillende diensten (E,W, B)	€ 200	2	Nee
Groenvoorziening		€ 150	3	Nee
Kantoorartikelen		€		Nee
Klein onderhoud				
Ongedierte bestrijding		€ 60	1	Nee
Receptiediensten		€		Gedeeltelijk
Repro	Incl. machinekosten	€ 400	1	Gedeeltelijk
Verhuizingen		€ 150	1	

¹ Met diverse leveranciers bestaan meerdere overeenkomsten voor variërende dienstverlening. Het aantal overeenkomsten is daarmee hoger dan het aantal leveranciers