



Contacten met de markt ... zo ontzettend nuttig!

Wat wij willen en wat de markt kan leveren?
In gesprek om de optimale match te vinden!

Wij weten wat we willen hebben. Vaak beter dan de markt. Die marktpartijen weten op hun beurt weer beter wat ze kunnen bieden. Dat is immers hun vakgebied. De kunst is altijd om dat zo goed mogelijk te laten aansluiten: wat willen wij hebben en wat zij kunnen leveren. Een goed contact daarover met een of enkele marktpartijen kan dan ontzettend goed helpen. Dat contact noemen we ook wel 'marktconsultatie'.

Marktconsultatie ...dat kan van licht tot zwaar

Het woord 'marktconsultatie' zegt het al: het gaat om het 'consulteren van de markt'. Moet je dat vertalen naar iets in de trant van:

- via een publicatie aankondigen dat er een marktconsultatie komt en dan schriftelijk vragen stellen?
- of mondeling maar dan met alle leveranciers aan tafel die willen meedoen en daar dan een openbaar verslag van maken?

Nee. Dat zijn vormen van een marktconsultatie. Gebruikelijke maar zware vormen.

Er zijn veel vormen van een marktconsultatie

Het kan zelfs nog zwaarder: met leveranciers in workshops aan de slag (bijvoorbeeld een ICT-haalarbeidsstoets door Nederland ICT). Het kan ook veel lichter: gewoon een of enkele leveranciers bellen en ze een paar vragen voorleggen. Tussen de lichte en de zware vorm zijn er nog talloze varianten. Zie hieronder een overzicht, met voor en nadelen ter inspiratie.

Vraag je altijd af:

- welke vorm van marktconsultatie is handig om toe te passen?
- welke vorm geeft mij de inzichten die ik nodig heb?
- welke vorm is proportioneel?

Belangrijke uitgangspunten voor elke marktconsultatie

- Mag je ook praten met enkele marktpartijen of slechts één marktpartij?

Ja, dat mag. Het is altijd handig om meerdere marktpartijen en - indien van toepassing - zowel grotere als kleinere marktpartijen te benaderen. Dit voorkomt ook de schijn van toeschrijving naar een marktpartij. Stel bovendien alle informatie die je hier geeft, later ook beschikbaar aan alle andere geïnteresseerden.

- Kun je bij een marktconsultatie met een beperkt aantal marktpartijen toch zorgen voor een level playing field zodat iedereen gelijke kansen heeft?

Sterker nog: dat moet! Dat kun je doen door:

- o de aanbesteding niet naar een partij toe te schrijven;
- o relevante gedeelde informatie met alle marktpartijen te delen. Bijvoorbeeld door aan iedereen het verslag van de marktconsultatie beschikbaar te stellen. Je kunt deze informatie ook opnemen in de aanbestedingsstukken.

Inrichtingsvormen	Voordelen	nadelen
Gesloten marktconsultatie: selectie van partijen bij het consulteren	<ul style="list-style-type: none"> • Efficiënt in uitvoering • Gerichte inschakeling benodigde expertise • Meer diepgang in consultatie 	<ul style="list-style-type: none"> • Mist informatie en reflectie aantal partijen • Schijn van Bevoordeling • Geen verkenning van mogelijkheden tot samenwerking
Schriftelijke consultatie	<ul style="list-style-type: none"> • Afzonderlijke reflectie op vragen door partijen • Geschikt voor eenvoudige vragen • Alle (geslecteerde) partijen gelijke kansen en mogelijkheden voor beantwoorde vragen 	<ul style="list-style-type: none"> • Weinig ruimte voor profilering • Weinig ruimte voor doorvragen en toelichten antwoorden
Mondelinge (1 op 1) consultatie	<ul style="list-style-type: none"> • Meer diepgang en ruimte voor doorvragen en toelichten antwoorden • Beter geschikt voor complexere vraagstukken • Meer ruimte voor profilering en imago building 	<ul style="list-style-type: none"> • Inhoudelijke discussies vraagt veel van de competenties vanuit de opdrachtgever
Interactieve consultatie	<ul style="list-style-type: none"> • Partijen reflecteren op elkaars antwoorden • Interactie tussen partijen • Meer ruimte voor profileringen en imago building 	<ul style="list-style-type: none"> • Sommige partijen kunnen onvoldoende aan bod komen • Enkele partijen kunnen consultatie zetten • Partijen kunnen geneigd zijn minder open te antwoorden vanwege de aanwezigheid van concurrenten

- Soms geeft alleen het houden van een marktconsultatie al een voorsprong. Hoe creëer je dan een level playing field?
Degenen die bij een marktconsultatie waren betrokken konden zich wellicht al voorbereiden, dat klopt. Door de doorlooptijd van de aanbesteding proportioneel te verlengen creëer je alsnog een level playing field.
- Wat doe je met marktpartijen die van mening waren dat je ze ook had moeten consulteren?
Niets. Je legt ze uit hoe het zit en dat je goede redenen had niet de Amsterdam Arena of De Kuip te huren voor alle geïnteresseerden. Het is wel aan te raden om (kort) in je dossier op te nemen waarom je welke marktpartijen hebt uitgenodigd.
- Mogen alleen inkopers met de marktpartijen praten?
Nee zeker niet. Het kan juist uiterst nuttig zijn als opdrachtgevers ook met de markt praten. Inkopen doen we tenslotte voor hen, het is hun business.
- Mag je ook tijdens een andere lopende aanbesteding een marktconsultatie houden waar aanbiedende leveranciers aan tafel zitten?
Ja, dat mag, zolang je het maar niet over die lopende aanbesteding hebt.
- Mag je tijdens een lopende aanbesteding ook andere contacten met marktpartijen hebben?
Ja, dat mag ook. En ook hier geldt: geen contact over die lopende aanbesteding. Probeer wel de schijn te vermijden. Vraag bijvoorbeeld een collega bij het gesprek aan te sluiten. (Mind: er zijn organisaties die altijd met een bepaalde organisatie wel een aanbesteding hebben lopen. Die organisaties kunnen anders dus nooit met die marktpartijen praten.)

- Moet je van elke marktconsultatie een verslag maken dat je aan je gesprekpartners of alle marktpartijen ter beschikking stelt?
Dat hoeft niet. Wel is het goed op te schrijven wat je hebt besproken. Mochten er later vragen van andere marktpartijen over komen dan hoef je niet alleen op je geheugen te vertrouwen. Ook kun je laten zien wat er is besproken. Daarnaast is het aan te raden vooraf duidelijk te maken of alleen een intern of extern verslag wordt gemaakt. Of dat de gedeelde informatie in de aanbestedingsstukken wordt verwerkt.
- Moet je alle informatie die marktpartijen hebben gegeven in het verslag opnemen?
Nee, dat hoeft niet. Maak vooraf wel duidelijk wat je met de informatie uit de gesprekken doet. Welke informatie maak je openbaar? Welke informatie behandel je vertrouwelijk (en wordt bijvoorbeeld alleen in het interne verslag opgenomen)? De marktpartijen kunnen dan vrijuit praten.

Twijfel je over een marktconsultatie? Of over hoe je een marktconsultatie vormgeeft?

Raadpleeg bij twijfel een collega. En je kunt natuurlijk altijd een van de kennisambassadeurs van Rijksinkoop samenwerking (RIS) raadplegen:

- Martijn Otte (cdi-office BZK, voor dit thema aan de RIS)
martijn.otte@minbzk.nl
- Richard Lennartz (directeur RIS)
richard.lennartz@rijksoverheid.nl