



**Naam** Wout Groeneveld

**Functie** Senior

Operations Manager

**Organisatie** Canon Nederland

FACTOREN DIE HET AANTAL VRAGEN BEINVLOEDEN BIJ NOTA VAN INLICHTINGEN

# VRAGEN ALS MIDDEL VOOR EEN DIALOOG

**Hoeveel vragen zijn normaal bij een Nota van Inlichtingen (NvI) bij een aanbesteding? Wat zegt het aantal inschrijvers over het aantal vragen? Senior Operations Manager Wout Groeneveld van Canon geeft antwoord op deze en andere vragen.**

**D**e afgelopen jaren heb ik onderzoek gedaan naar Europees aanbesteden in Nederland. Daarover verscheen mei vorig jaar in Deal! het artikel 'Ga vaker de dialoog aan in aanbestedingen'. Het onderzoek is het afgelopen jaar verder uitgebreid naar ruim 40.000 percelen. Dat is meer dan 60 procent van de Nederlandse aanbestedingsmarkt in de periode 2014-2022, waardoor dit onderzoek een goed beeld geeft van de markt. Om de dialoog tussen inkoop en verkoop te stimuleren, zijn specifiek de data van de NvI uitgediept.

## Voorspellende indicatoren

In gesprekken met inkoopprofessionals hoor ik frequent de klacht dat het aantal ontvangen vragen bij een aanbesteding groot is. Daarbij stellen marktpartijen in de ogen van inkopers

ook regelmatig 'slechte vragen'. Als met veel zorg een inkoopdocument is opgesteld, kun je je voorstellen dat dit niet bijdraagt aan de bereidheid om positieve antwoorden te geven. Maar hoeveel vragen kan de aanbestedende dienst verwachten bij een aanbesteding? Uit de steekproef blijkt dat het gemiddelde aantal rond de zestig ligt. Maar dat fluctueert en bovendien zijn er factoren die het aantal vragen beïnvloeden. Wij nemen hier de volgende factoren onder de loep:

- complexiteit van het product
- algemene voorwaarden
- betrokkenheid van een adviesbureau
- kwaliteitsweging
- contractwaarde
- aantal vragen en aantal inschrijvers
- aantal vragenrondes

## Complexiteit product

Afhankelijk van waar het product (goed of dienst) zich in de Kraljic-matrix bevindt, varieert het aantal vragen dat gesteld wordt. Als voorbeeld nemen we brandstof, een product dat makkelijk vervangbaar is (routineproduct). In deze productcategorie krijg je gemiddeld 15 vragen bij een aanbesteding. Ook voor overige producten die eenvoudig te vervangen zijn, geldt dat je gemiddeld niet meer dan 25 vragen hoeft te verwachten. Bevindt het product zich in een ander kwadrant, bijvoorbeeld payrolldienstverlening, dan kunnen gemiddeld meer dan 150 vragen gesteld worden. Een groot verschil. Houd daar dus rekening mee, want dat is blijkbaar gewoon in bepaalde markten.

### Algemene voorwaarden

Een ander punt dat opvalt, is dat bij aanbestedings-trajecten voor routineproducten nauwelijks vragen over de algemene voorwaarden worden gesteld. Bij producten die een groter belang hebben voor de organisatie zie je dat veel vragen (soms meer dan de helft) wel gaan over de voorwaarden. Een mogelijke verklaring is dat de leverancier ook het financiële belang van inkoop inziet. Om de risico's te beheersen, worden dan veel juridische vragen gesteld. Een tweede verklaring kan zijn dat voor niet-routineproducten meer operationele kaders worden gesteld in de algemene voorwaarden, wat leidt tot meer vragen. Dus voor niet-routinematige producten lijkt het raadzaam specifieke voorwaarden te hanteren dan wel voorafgaand de voorwaarden al ter beoordeling aan de markt voor te leggen. Dat scheelt beide partijen veel tijd en zorgt dat de aanbesteding aansluit op de markt.

### Betrokkenheid adviesbureau

Als een adviesbureau betrokken is bij de aanbesteding is het aantal vragen bijna 30 procent lager dan wanneer dat niet het geval is. Te verwachten, aangezien het adviesbureau per jaar vele trajecten in een segment doorloopt en daarnaast een bestek heeft ontwikkeld waar wijzigingen op basis van eerdere feedback van de markt zijn verwerkt. Met een adviesbureau dat gespecialiseerd is in een product-categorie daalt het aantal vragen met 33 procent ten opzichte van een adviesbureau dat in meerdere markten actief is. Wat opvalt, is dat dat geldt voor alle markten behalve schoonmaak, catering en print. Expertise met aanbesteden lijkt het aantal vragen dus significant te verlagen. Daarnaast geldt in de meeste branches dat specialistische kennis van hetgeen wordt aanbesteed het aantal vragen nog verder verlaagt. Een mogelijk risico is dat de uitvraag zo voorgekauwd is, dat er weinig specifieke klantelementen inzitten die leveranciers in staat stellen om onderscheidend te zijn.

### Kwaliteitsweging

De weging van kwaliteit geeft de mate aan waarin de aanbestedende organisatie waarde hecht aan de kwaliteit die de leverancier kan leveren, dan wel bereid is meer te betalen voor de geleverde toegevoegde waarde. Je ziet dat de waarde die de aanbestedende organisatie toekent aan kwaliteit bijdraagt aan meer vragen. Als de kwaliteitsweging in vier groepen verdeeld wordt (0-25 procent, 25-50 procent, 50-75 procent en >75 procent), dan loopt het aantal vragen per trede op en krijg je bij een weging boven de 75 procent twee keer zo veel vragen als bij een uitvraag van 0-25 procent. Het lijkt er dus op dat wanneer je als opdrachtgever meer waarde hecht aan kwaliteit, de leveranciers dat ook doen en meer en gerichtere vragen stellen. Er zijn uitzonderingen: bij aanbestedingen van meubilair worden de meeste vragen gesteld bij een kwaliteitsweging tussen 0-25 procent.



### Contractwaarde

Hoe groter een contract, hoe groter het belang voor de markt. Dit is ook duidelijk te zien aan het aantal gestelde vragen. Wanneer we de contractwaarde in 3 categorieën indelen (0-200 k, 200-5000 k en > 5000 k), dan verdubbelt het aantal vragen tussen categorie 1 en 3. De contractwaarde is dus zeker een indicator van het aantal te verwachte vragen.

### Aantal vragen en aantal inschrijvers

De gedachte dat als er meer inschrijvers zijn het aantal vragen in de NvI toeneemt, lijkt logisch. Als er meer dan vijf inschrijvers zijn neemt het gemiddeld aantal vragen met slechts met 25 procent toe ten opzichte van een traject met één inschrijver. Voorbeeld: in een traject met één inschrijver worden gemiddeld 100 vragen ontvangen. Bij vijf inschrijvers is dat aantal gemiddeld 125. Deze delta wordt kleiner als het de inkoop van een dienst betreft, dan neemt het aantal vragen met slechts 10 procent toe. Er zijn meerdere oorzaken te bedenken, maar die worden niet onderbouwd door het onderzoek. Is er een marktpartij die veel vragen stelt, waar vervolgens de rest van de markt op meelift? Een andere verklaring is dat marktpartijen afhaken door de antwoorden die gegeven worden. Maar belangrijk is dat de concurrentie beïnvloed wordt door de antwoorden in de NvI.

### Aantal vragenrondes

Het aantal vragenrondes heeft een positief effect op het aantal vragen dat gesteld wordt. Het aantal momenten waarop vragen zijn gesteld zijn onderverdeeld in 1, 2, 3-5 en meer dan 6 momenten. In alle branches, op print en kantoorartikelen na, is er een stijgende lijn in het aantal vragen als het aantal vragenrondes toeneemt. Dus het aantal rondes lijkt een voorspeller voor het aantal vragen te zijn. Waarom dit niet opgaat voor aanbestedin-

gen voor print en kantoorartikelen, is onduidelijk. Door de markt meer ruimte te geven, krijg je blijkbaar meer vragen. Als deze vragen bijdragen in het doorgronden van de uitgeschreven opdracht is dat positief: de kans op een passend voorstel neemt dan toe.

### Conclusies

Het is lastig om de conclusie te trekken dat veel vragen iets zeggen over de kwaliteit van een bestek. In sommige situaties zal dat het geval zijn, maar er zijn ook bestekken waarbij uitgebreide achtergrondinformatie is verstrekt door de aanbestedende organisatie en waar vervolgens veel vragen over worden gesteld. Als veel vragen gesteld worden over de achtergrond van de uitvraag, betekent het dat de opdracht beter doorgrond kan worden. Dit met als gevolg een beter advies, aanbieding en/of dienstverlening. We hebben ook gekeken naar de relatie tussen het aantal vragen en de implementatietijd van het goed of de dienst. In twee op de drie branches zie je dat de implementatietijd korter wordt als het aantal vragen toeneemt. Het is statistisch te kort door de bocht om hier conclusies aan te verbinden, maar opvallend is het wel. Mogelijk is dat een onderwerp voor een vervolgonderzoek. Want als er inderdaad een positieve relatie te ontdekken valt tussen het aantal vragen en de implementatietijd, dan moet je als inkoper voor de interne opdrachtgever juist blij zijn dat er veel vragen worden gesteld.



Bij een toename van de complexiteit van een product, de kwaliteitsweging en de contractwaarde neemt het aantal NvI-vragen ook toe. Bij gebruik van een adviesbureau neemt het juist af en meer inschrijvers betekent niet per se veel meer NvI-vragen. Deze bevindingen kunnen als handvatten dienen in de dialoog tussen inkoop en verkoop. Zo wordt de NvI een goed middel om tot een gemeenschappelijk doel te komen: de dialoog aangaan om daar samen beter van te worden. ●

*Van de inzichten van het onderzoek is een infographic gemaakt. Heb je daar belangstelling voor, mail dan naar: woutgroeneveld@gmail.com.*

# DOEN WAAR JE ÉCHT BLIJ VAN WORDT?



We denken niet in hokjes, wel buiten het standaard speelveld.  
 We werken hard en hebben vooral véél plezier. Bij ons heb jij een wereld aan mogelijkheden. Ga aan de slag als junior, medior of senior inkoper of start met een van onze hbo- of wo-traineeships.  
**De bal ligt bij jou!**

## WHAT MAKES YOU TICK?

Een glansrijke carrière met voldoende uitdaging, leuke collega's én werkplezier?  
 Absoluut. Stilzitten? Geen denken aan.  
 Uitdaging en plezier? Let's go!



## ONTDEKKEN WAT BIJ JOU PAST?

Laten we de mogelijkheden bespreken!  
 Neem contact op via [recruitment@aevesbenefit.com](mailto:recruitment@aevesbenefit.com)  
 of ga naar [werkenbij.aevesbenefit.com](https://werkenbij.aevesbenefit.com)



SCAN MIJ! ↷