



Maatschappelijk verantwoord inkopen **Verander de wereld en start met het stellen van de juiste vragen**

INLEIDING

HET BELANG VAN MAATSCHAPPELIJK VERANTWOORD INKOPEN (MVI)

ARTIKEL 1.4

AANBESTEDINGSWET 2012

2. De aanbestedende dienst of het speciale-sector-bedrijf draagt zorg voor het leveren van zo veel mogelijk maatschappelijke waarde voor de publieke middelen bij het aangaan van een schriftelijke overeenkomst als bedoeld in het eerste lid.

ARTIKEL 2.82

AANBESTEDINGSWET 2012

1. De aanbestedende dienst kan de deelneming aan een procedure voor de gunning van een overheidsopdracht of de uitvoering ervan voorbehouden aan sociale werkplaatsen in het kader van programma's voor beschermde arbeid indien de meerderheid van de betrokken werknemers personen met een handicap zijn die wegens de aard of de ernst van hun handicaps geen beroepsactiviteit in normale omstandigheden kunnen uitvoeren.

Het is vijf voor twaalf! Als maatschappij hebben we nog minder dan tien jaar om de Sustainable Development Goals, opgesteld door de Verenigde Naties voor 2030, te halen. De SDG's zijn zeventien doelen om van de wereld een betere plek te maken. De doelen gelden voor alle 193 VN-lidstaten, dus ook voor jou! De harde werkelijkheid? We lopen hopeloos achter op het invulling geven aan deze doelen. **Het is tijd voor actie, nu!**

Als facilitair inkoper heb je een belangrijke tool in handen om bij te dragen aan een wereld waar geen plaats is voor armoede, ongelijkheid, onrecht en klimaatverandering. Gebruik je facilitaire inkoopspend om impact te maken! Maatschappelijk verantwoord inkopen betekent dat je naast de prijs van de producten of diensten ook let op de effecten van de inkoop op milieu en sociale aspecten. **Jij kunt het verschil maken!**

HET PROBLEEM

NAUWELIJKS VRAGEN NAAR MAATSCHAPPELIJK RENDEMENT

Om maar meteen met de deur in huis te vallen: in aanbestedingen draait alles nog steeds om prijs en kwaliteit en wordt nauwelijks aandacht gegeven aan maatschappelijk rendement. De overheidsuitgaven in Nederland bedragen jaarlijks circa 75 miljard euro en nemen elk jaar toe. Voor elke euro die uitgegeven wordt aan producten en diensten, bestaat een duurzamer en eerlijker alternatief. Hoeveel maatschappelijk rendement zou je hiermee kunnen behalen?

Volgens **artikel 1.4 lid 2** van de aanbestedingswet is de aanbestedende dienst verplicht om te kiezen voor de partij met de meeste maatschappelijke waarde. Waarom vraag je dit niet uit, om zo invulling te geven aan de SDG's?

En waarom maken facilitair inkopers nog zo weinig gebruik van **artikel 2.82** van de aanbestedingswet? Dé manier om door inzet van mensen uit kwetsbare doelgroepen in de schoonmaak, glasbewassing en facilitaire dienstverlening, invulling te geven aan de SDG's.

**Niet lullen maar
poetsen**

**IMPACT
MAKEN**



Deze SDG's pakken wij aan



Geen armoede



Goede gezondheid en welzijn



Kwaliteits onderwijs



Eerlijk werk en economische groei



Ongelijkheid verminderen



Verantwoorde consumptie en productie



Klimaatactie



Partnerschap om doelstellingen te bereiken

DE FEITEN

GENERATIE Z HEEFT DE TOEKOMST

De jeugd heeft de toekomst en generatie Z, geboren tussen 1995 en 2012, betreedt langzaam maar zeker de arbeidsmarkt. Deze generatie is maatschappelijk betrokken, sociaal en politiek bewust. En dus op zoek naar transparante werkgevers met een authentieke boodschap. Ze zoeken bedrijven en organisaties die maatschappelijk verantwoord ondernemen en dat uitstralen. Lees maar:

- Onderzoekers van de Rijksuniversiteit Groningen en data-analysebureau Mlcompany tonen in een onderzoek uit 2017 aan dat maatschappelijk verantwoord ondernemen, leidt tot loyalere klanten. De loyaliteit van klanten – gemeten aan het percentage dat na twee jaar nog steeds klant is – ligt 7% hoger bij bedrijven die uitstralen dat ze een grotere maatschappelijke bijdrage leveren.
- In het boek 'Verlangen naar verandering' uit 2019, geven Jos Ahlers en René Boender op basis van uitgebreid onderzoek weer hoe generatie Z in het leven staat. De generatie verlangt naar gewetensvol ondernemen en communiceren en neemt het heft in eigen handen voor een betere toekomst.

Dus facilitair inkoper, ga voor die toekomst samen met generatie Z. Start met maatschappelijk verantwoord inkopen en laat dat zien in je interne en externe communicatie. Koop in bij een social enterprise. Waarom? Een social enterprise of sociale onderneming heeft als primaire doelstelling om maatschappelijke impact te realiseren, in plaats van aandeelhouderswinst. Waar vind je die sociale ondernemingen? Social Enterprise NL is aanjager van een groeiende beweging van sociaal ondernemers. Via hun Buy Social programma (www.social-enterprise.nl/Voor-sociaal-ondernemers/buy-social) koppelen zij inkopende organisaties aan sociale ondernemingen.

DE OPLOSSING

WORD IMPACTMAKER!

Jij bent facilitair inkoper en kunt het verschil maken bij jouw bedrijf of organisatie. Ga voor verandering en gebruik die inkoopspend om maatschappelijk rendement te behalen. Hoe je dat doet? Door de juiste vragen te stellen:

'Hoe denkt de inschrijver met deze opdracht het meeste maatschappelijke rendement te behalen?'

'Hoe geeft de inschrijver met deze opdracht invulling aan de SDG's?'

Natuurlijk vertel je in je Programma van Eisen wat er schoongemaakt dient te worden en wat het mag kosten, maar vraag naar maatschappelijk rendement!

Maak als aanbestedende dienst gebruik van een calculatie die ook inzichtelijk maakt wat de daadwerkelijke kosten zijn voor een dienst of product. Een simpel rekenvoorbeeld:

Stel dat schoonmaak van een pand € 10.000 per jaar kost. Als de opdrachtnemer hiervoor één persoon inzet vanuit een uitkeringssituatie, zoals de Participatiewet, gaat het geld opleveren. Dan kost de opdracht voor de maatschappij niet € 10.000 per jaar, maar levert het € 20.000 op. Iemand uit de Participatiewet kost de samenleving namelijk circa € 30.000 per jaar. Door deze persoon uit de uitkering te halen, vallen deze kosten weg.*

** Op basis van de bouwblokkenmethode. Een methode waarmee de leverancier zelf een pakket van maatschappelijke waarde kan samenstellen om tot de gewenste Social Return verplichting te komen.*

En kijk naar de Life Cycle Costs. Neem niet alleen de aanschafkosten, maar ook onderhouds-, reparatie- en vervangingskosten mee.

Zo ziet maatschappelijk verantwoord inkopen er ineens heel anders uit!

DE VOORDELEN

WAT LEVERT MAATSCHAPPELIJK VERANTWOORD INKOPEN OP?

- Je geeft met jouw bedrijf of organisatie invulling op de SDG's;
- Je laat je maatschappelijke betrokkenheid zien door de inzet van medewerkers uit kansarme doelgroepen en gebruik van duurzame producten;
- Je realiseert CO₂-reductie door o.a. minder en slimmer gebruik van energie, schonere voertuigen en kortere ketens;
- Je voegt waarde toe aan afvalstromen;
- Je werkt met circulaire businessmodellen.
- Je bent als organisatie aantrekkelijker voor de jongere generaties;
- Je bent toekomstbestendiger (zie onderzoek MVO Nederland); www.mvo-onderzoek.nl/#introdactie
- Je creëert 12% meer klantloyaliteit omdat je betekenisvol bezig bent (zie Publicatie Marketing Letters 2017 <https://www.rug.nl/feb/news/2017/maatschappelijk-verantwoord-ondernemen-maakt-klanten-loyaler>)

Maar het allerbelangrijkste is dat je **IMPACTMAKER** bent. Je draagt als organisatie of bedrijf je steentje bij aan een betere samenleving en dat is hard nodig. En dat kun JIJ als inkoper realiseren. **Gewoon door de juiste vragen te stellen!**

Op zoek naar meer informatie en inspiratie? Neem contact met ons op.

**#NIET
LULLEN
MAAK
IMPACT
MAKEN**



BREEDWEER
—◦ FACILITAIRE DIENSTVERLENING ◦—

Breedweeer | Contactpersoon: Jack Stuijffbergen | 0251 237314
www.breedweeer.nl | info@breedweeer.nl
Molenwerf 58, 1911 DB Uitgeest