

Ook opdrachtgevers moeten leren

Eensgezindheid op praktijkcongres VAC

Zeist - Het praktijkcongres 'Samenwerken of uitknippen?' van het Verf Advies Centrum mocht zich in een grote belangstelling verheugen. Het aantal schilder- en onderhoudsbedrijven en het aantal opdrachtgevers in de zaal was ongeveer gelijk. Aan het eind bleek de grote meerderheid vóór prestatiegerichte contracten. In de praktijk zal daar nog flink aan gewerkt moeten worden, van beide kanten.

'Bij sommige corporaties kom je er gewoon niet door,' aldus een directeur van een groot schildersbedrijf in de wandelgangen van het VAC-congres. 'Die bepalen nog altijd zélf wanneer er schilderwerk moet worden gedaan, wát er moet gebeuren, en hoevéél het moet kosten. Dan benaderen ze een aantal schildersbedrijven, en de laagste inschrijver mag de klus klaren. Het is heel moeilijk om uit te leggen dat het ook anders kan.'

Een zelfde geluid liet Frits Smits, van Smits Vastgoedzorg, één van de sprekers op het congres, horen. 'Opdrachtgevers zouden eens moeten ophouden met een grote doos met bestekken te overhandigen. Ik zeg: geef mij een aantal functionele eisen. Aan de hand daarvan kun je open en eerlijke werkafspraken maken.' In een dergelijke samenwerking kan worden gestuurd op resultaat, betoogde Smits: 'Samen met de

opdrachtgever stel je een aantal prestatie-indicatoren op: je omschrijft de kwaliteit van het proces en het product dat je levert, je spreekt af hoe het proces wordt gerealiseerd. Die zaken maak je meetbaar. Zo kan het werk helder worden geëvalueerd, en kunnen verbetervoorstellen worden gedaan.'

Stofzuigen

Smits Vastgoedzorg toetst regelmatig de klanttevredenheid. Een voorbeeld van zo'n meting had Smits ter hand gesteld aan professor Arjan van Weelen, bijzonder hoogleraar inkoopmanagement. Die haalde een voorbeeld van thuis aan om te illustreren hoe belangrijk klanttevredenheid is: 'We hebben een schilder die regelmatig bij ons werkt.

In de wandelgangen werd uitgebreid gediscussieerd over het thema van het congres

(foto: Michiel von Balluseck)

Ik vroeg mijn vrouw of ze daar eigenlijk tevreden over is. Ze antwoordde dat ze heel tevreden is, omdat het zo'n nette man is, omdat hij altijd heel beleefd is, en alles altijd netjes opruimt. Ik weet dan ook zeker dat wanneer ik een goedkopere schilder zou willen, zij daar tegen zou zijn.'

Van Weelen bedoelde dat aan schilderwerk een meerwaarde kan worden gegeven. 'Misschien zouden schilders wel een cursus stofzuigen of ramenlappen moeten volgen,' suggereerde hij. Uit het voorbeeld van Smits haalde hij dat er behoorlijk wat opmerkingen waren over het werk: er was een deur vergeten, een balkonhek niet meegenomen, en iemand had last gehad van het lawaai van schuurmachines. 'Er wordt geconcludeerd dat 75 procent van de bewoners tevreden is over de kwaliteit. Je kunt

echter net zo goed concluderen dat 25 procent van de bewoners ontevreden is!' Verschillende sprekers, waaronder Van Weele, denken dat in de toekomst er een financiële afrekening op dit soort gegevens wordt gemaakt. 'In de auto-industrie is dat heel gebruikelijk,' legde hij uit. 'Incentive Based Contracting: je spreekt af dat de klanttevredenheid bijvoorbeeld met een cijfer 8 moet worden gewaardeerd. Blijkt dat een 8,5 te zijn, dan staat daar een premie op, is het een 7,5 dan moet de schilder betalen.'

Desastreus

Over inkoopbeleid bleek een heleboel te vertellen te zijn, met name over 'fair-play'. Van Weele presenteerde een aantal stellingen waarop de zaal met behulp van een elektronisch stemkastje kon reageren.





Duidelijk verschillend dachten de opdrachtgevers en de opdrachtnemers over de stelling: 'Tijdens het offerte-proces doet een schildersbedrijf de inkoper een idee aan de hand dat hem aanzienlijke besparingen oplevert. De inkoper geeft dit idee door aan de andere vier bedrijven met het verzoek hun voorstellen hierop de baseren.' Van de opdrachtgevers vond 54 procent dat een te verantwoord woorden maatregel, onder de opdrachtnemers was 61 procent het er niet mee eens. Van Weele was het eens met de schilders: 'Het is desastreus voor innovaties', vindt hij. 'Je houdt op met met de klant meedenken op die manier.'

Besparingen

Harm Jellema, directeur van het organiserende Verf Advies Centrum, wees er op dat een opdrachtgever moet oppassen voor een té grote afhankelijkheid van het schildersbedrijf. 'In het selectieproces zijn voor opdrachtgevers een aantal zaken van belang,' legde hij uit. 'Bijvoorbeeld het aandeel van de opdracht in de omzet van het schildersbedrijf: dat mag niet hoger zijn dan 10 á 15 procent.' Jellema is, als bekend, een vurig pleitbezorger van

Via een elektronisch stembestelsysteem konden de deelnemers op stellingen reageren

(foto: Michiel von Balluseck)

prestatiecontracten. 'Ik geloof in langdurige relaties tussen opdrachtgevers en opdrachtnemers. In het beste geval worden schildersbedrijf en opdrachtgever 'ontwikkelingspartners': ze werken resultaatgericht met elkaar samen. Op dat niveau kun je standaardprijzen met elkaar afspreken, en samen afspraken maken voor kostenreductie.' Een van de duidelijke voorbeelden is dat van de risico-inventarisatie. 'Er wordt nog veel aan conditiemetingen gedaan: de kwaliteit moet binnen bepaalde grenzen blijven. Maar je kunt ook vertrekken vanuit het strategisch woningbeheer van een corporatie. Een bepaalde deur hoeft bijvoorbeeld maar maximaal acht jaar mee. Dan kun je een risico-inventarisatie maken, op basis van de materiedeskundigheid van de schilder, en daar je prestatie-afspraken op afstemmen.' In reactie op zijn 'eigen' congres-thema 'samenwerken of uitknippen' stelde Jellema dat er duurzame relaties moeten kunnen worden opgebouwd, zij het 'met vallen en opstaan'.

