



Kunstgras aanbesteden: wat gaat goed, wat kan beter?

Drie experts geven hun mening

De standaardmanier voor een gemeente om een kunstgrasveld aan te schaffen, is door een aanbesteding uit te schrijven. Een methode die al jaren toegepast wordt, maar niet altijd vlekkeloos verloopt. Vakblad Fieldmanager sprak erover met Rutger Schuijffel van CSC-Greenfields, Sander Akkerman van Plann ingenieurs en Jan-Willem Boon van Gras Advies.

Auteur: Nino Stuivenberg

Aanbesteden als vereniging

Naast de aanbestedingen door gemeenten zijn er ook stichtingen en verenigingen die zelf het geld verzamelen om kunstgrasvelden te renoveren. Volgens Boon kijken zij vooral bij andere clubs en kiezen ze vervolgens een veld. 'Een beetje het idee "dat wil ik ook!" Maar vaak gaat dat helemaal niet op voor de onderbouw die zij hebben liggen. Daar moet je als adviesbureau in bijsturen. Verenigingen verwachten dat je aan hun kant staat omdat zij je betalen. Dat sta ik ook, totdat ze onreëel worden.' Akkerman deelt Boons mening: 'Clubs zien alleen het veld, maar hebben vaak geen idee wat er nog meer bij komt kijken. Daarnaast heeft Zembla ook een belangrijke rol gespeeld bij de beeldvorming, die in veel gevallen ongefundeerd is. Je kunt clubs op technisch vlak bij wijze van spreken alles wijsmaken. Vandaar dat het belangrijk is om deze partijen bij te staan met onafhankelijk advies.'

Verreweg de meeste aanbestedingen voor kunstgrasvelden hebben hetzelfde uitgangspunt. Op de huidige markt voor kunstgras is aanbesteden op laagste prijs namelijk nog altijd de standaard, constateert Rutger Schuijffel van CSC-Greenfields. Schuijffel kent beide kanten van de medaille als het om aanbestedingen gaat. Hij was in het verleden werkzaam als adviseur voor Kybys en werkte als eenpitter voor Polytan als leverancier. Tegenwoordig is hij projectmanager bij CSC en is hij degene die bestekken ontvangt. 'Negentig procent daarvan is aanbesteding op laagste prijs', schat Schuijffel. 'Dan is er nog een procent of vijf waarbij Emvi is opgenomen in de gunning – ik noem dat schijn-Emvi – en vijf procent waarbij Emvi echt de leidraad is. Dat zijn de meest uitdagende projecten.'

Onlogisch is de keuze voor de laagste prijs niet. Sander Akkerman van Plann ingenieurs begrijpt wel waarom aanbesteden op laagste prijs de meest gekozen optie is, vooral bij de renovatie van een of twee kunstgrasvelden. Akkerman zegt: 'De renovatie van een kunstgrasveld is geen rocketscience. Over aanbesteden op laagste prijs wordt weleens negatief gedacht, maar het voordeel van de methode is dat een aannemer in het hoogseizoen heel snel een offerte kan uitrekenen. Bovendien is de kwaliteit van kunstgrasmatten zo genivelleerd, dat het voldoende is om aan de voorkant zo'n hoge minimumeis aan de kwaliteit van de kunstgrasmat te stellen, zodat er louter nog geselecteerd hoeft te worden op basis van de prijs. Bij grotere, multidisciplinaire projecten, waarbij bijvoorbeeld volledige sportparken opnieuw worden ingericht, kunnen kwaliteitsaspecten een optie zijn.'

Geld besparen

Volgens Jan-Willem Boon van Gras Advies is

laagste prijs ook aantrekkelijk omdat de budgetten bij gemeentes beperkt zijn. Hij legt uit: 'Gemeentes die renoveren en bij de eerste aanleg geluisterd hebben naar de aannemer, is beloofd dat ze voor een ton nieuw kunstgras konden krijgen. Dat klopt, maar meer dan een nieuwe mat heb je daar niet voor. Je zit ook met infill, afvoer van de mat et cetera. In zo'n geval moet de gemeenteraad eerst weer beslissen om extra geld vrij te maken. Ik zie weleens gemeentes die daarom op elke honderd euro proberen te besparen. Dat is voor de korte termijn leuk, maar ik betwijfel of je dan voor de lange termijn wel de goede beslissingen neemt.'

Het nadeel aan al die aanbestedingen op laagste prijs is dat er eigenlijk geen ruimte is voor innovatie. Boon vertelt: 'Nederland is een toonaangevend land als het gaat om sportinfrastructuur. Dat komt onder meer doordat we alles hebben vastgelegd in normeringen en afmetingen; alles staat al vast op de Sportvloerenlijst van NOC*NSF. Tegelijkertijd is het daardoor moeilijk om het verschil te maken met innovaties; daar is eigenlijk geen ruimte voor.'

Duurzaamheid, een vorm van innovatie, komt als criterium bijna niet voor. Een recent voorbeeld waarbij dat wel het geval was, is Sportbedrijf Rotterdam. Deze partij schreef een aanvraag uit op basis van duurzaamheid voor de renovatie van 27 kunstgrasvelden, verspreid over drie jaar. Sportbedrijf Rotterdam had twee eisen. Enerzijds moest de recycling van het oude kunstgras gewaarborgd worden. Daarnaast wilde het sportbedrijf duurzaamheid terugzien in de nieuwe kunstgrasvelden. De ene helft van de opdracht werd gegund aan Tarkett Sports, de andere aan CSC-Greenfields. Schuijffel: 'Dit is een mooi voorbeeld van een uitvraag op Emvi, waarbij wij als aannemer



maximaal kunnen inzetten op innovatie. We hebben ruimte voor alternatieve infill en onze geweven matten. Daar worden we blij van, een toekomstgerichte uitvraag die ruimte biedt om te laten zien wat je in huis hebt.'

Seizoenspreiding

Een ander veelbesproken discussiepunt is het moment van renoveren. Het is algemeen bekend dat de zomermaanden, buiten het speelseizoen, als piekmoment gelden voor de sportsector. Het is lastig om daar verandering in te brengen. Volgens Boon komt dat onder andere door de jaarplanning van gemeenten. 'Gemeenten keuren in november het budget voor het nieuwe jaar goed, maar geven dat geld pas in januari uit. In januari komt er dus pas een adviesbureau om de renovatie voor te bereiden, en dat bureau heeft weken nodig voor milieu- en voorbereidend onderzoek. Daarna start het traject van aanbesteding, dat nog eens acht weken duurt. Uiteindelijk kan de aannemer pas in juni starten met de uitvoering, als het hoogseizoen al begonnen is.'

'Het zou veel beter zijn als we eerder renoveren, bijvoorbeeld in april. Bij natuurgrasvelden lukt dat ook en beginnen we in het voorjaar al met de trainingsvelden. Waarom niet bij kunstgras?', vraagt Boon zich af. 'Voor de aannemers is dat ook een voordeel. Ze kunnen het kleine werk al doen in april/mei en de grote projecten met grondwerk in de zomermaanden. Dat betekent wel dat de gemeente eerder moet handelen.

Als zij in april starten, moet er in november al een adviesbureau ingeschakeld worden. Het vergt dus een andere manier van denken, maar dat zou voor iedereen in de markt beter zijn.' Akkerman herkent het probleem dat Boon schetst. Hij vindt dat het adviesbureau veelal wel op tijd ingeschakeld wordt, maar ziet dat het proces vaak vertraging oploopt doordat er geen knopen doorgehakt worden. Het gaat dan vaak om de ligging van het veld, of er moeten op de achtergrond nog afspraken gemaakt worden tussen gemeente en club over financi-

ele verrekeringen, waardoor de aanbestedingsstukken relatief laat op de markt komen en de startdatum van de renovatie uiteindelijk toch pas in juni is. Bij de Friese club vv Oudehaske lukte het Akkerman met Plann ingenieurs dit jaar wel om al tijdens het speelseizoen te renoveren. Het veld werd halverwege mei opgeleverd. Akkerman: 'In de branche is iedereen het er wel over eens dat het reguliere kleinere werk in het voor- of najaar kan en de meer bijzondere en grotere werken in de zomer. Bij deze renovatie hebben we goed geluisterd naar de



Sander Akkerman



Plann ingenieurs

'Deze ervaring motiveert mij niet om opdrachtgevers te adviseren velden buiten het speelseizoen te renoveren'

'Je ziet weleens dat een gemeente op elke honderd euro wil besparen'



Jan-Willem Boon



Gras Advies

wensen van de club en gemeente. De club heeft drie weken zonder veld gezeten, maar kan nu weer vooruit.'

Kanttekening

Toch zet Akkerman een kanttekening bij renovatie in het speelseizoen. De renovatie bij Oudehaske heeft bij hem een bittere nasmaak achtergelaten. Waar de club moeite deed voor een renovatie in mei, stelden de aannemers hem teleur. Akkerman legt uit: 'Wat ik bijzonder vind, is dat de hele markt roept om seizoen-spreiding, maar de prijzen daar niet naar zijn. Dit project in mei was voor ons een van de duurste velden van het jaar. We hebben vier partijen laten inschrijven, die allemaal een relatief hoge prijs hanteerden. Deze ervaring motiveert mij niet om opdrachtgevers te adviseren buiten het speelseizoen te renoveren. De opdrachtgever en club moeten heel veel regelen om dit mogelijk te maken, terwijl eigenlijk alleen de markt ermee geholpen is. Van de markt had ik meer verwacht. De opdrachtgever moet altijd maar begrip hebben voor de situatie van de aannemer, met drukte in het hoogseizoen. Als de opdrachtgever zich dan aanpast, mag daar ook iets tegenover staan.'

Eigenaardig

Andersom zijn de aannemers ook niet altijd helemaal tevreden over de adviseurs. Adviesbureaus spelen vaak een cruciale rol bij aanbestedingen. Zij zijn de spil tussen opdrachtgever en opdrachtnemer en hebben de kennis in huis. Van zo'n partij mag je een bestek op maat verwachten, maar Rutger Schuijffel ziet in de praktijk nog weleens het tegendeel. 'De kwaliteit van de bestekken is de laatste jaren afgenomen', zegt hij. 'Ik wil de markt en de collega's niet afkraken, maar het komt vaak voor dat ik eigenaardige beschrijvingen zie. Wat op papier beschreven staat, is dan in de uitvoering helemaal niet haalbaar. Dat is overigens niet altijd de schuld van de adviseurs. Een reden is ook de onduidelijkheid rondom normering (Fifa af, KNVB in) en de trage besluitvorming

'De kwaliteit van bestekken is de laatste jaren afgenomen'

hierbij. Daardoor worden er onredelijke eisen omschreven en dat veroorzaakt spanning bij aannemers. Ik begrijp dat een waterdicht bestek niet bestaat, maar het moet toch beter kunnen. Nederland heeft inmiddels pakweg vijftien jaar ervaring met kunstgras; het wordt tijd dat de sector volwassen wordt.'

Huilen met de pet op

Schuijffel neemt geen blad voor de mond en hoopt dat zijn betoog wat teweeg brengt. De huidige situatie omschrijft hij als 'huilen met de pet op'. 'Iedereen doet zijn best, maar tegelijkertijd kijkt iedereen naar elkaar. Onderling wordt veel politiek bedreven. Dat moet toch beter kunnen in een serieuze markt? We hebben een normstelsel nodig waarmee iedereen tevreden is. Wat mij betreft steken we een half jaar de koppen bij elkaar om tot iets concreets te komen. Kennis is er immers voldoende.' Schuijffel geeft een voorzet: een belangrijk doel voor hem is dat er in een bestek ruimte komt voor prestatie. 'Wat mij betreft moet prestatie er veel meer bij betrokken worden. Als wij nu



Rutger Schuijffel



CSC-Greenfields

ergens werken en het project loopt uit, levert dat een boete op. Maar als we goed presteren, levert dat niets op. Dat moet veranderen; ook bestekken moeten met de tijd mee.' Akkerman is het deels eens met de opvattingen van Schuijffel. Ook hij ziet producten op de markt verschijnen die het daglicht niet kunnen verdragen. 'Als je kiest voor een traditionele aanbesteding, mag een aannemer verwachten dat er een deugdelijk contract op de markt wordt gebracht, waarbij er goed onderzoek is verricht en er een juiste verdeling is van verantwoordelijkheden. Het is – om in aanbestedingstermen te spreken – disproportioneel om aan de voorkant nauwelijks onderzoek te doen (door bijvoorbeeld alleen de hoeken van een veld op te tillen om te bepalen hoe de sporttechnische laag eruitziet) en vervolgens flutcontractjes op de markt te zetten, waarbij de aannemers zelf maar moeten uitzoeken hoe het zit én alle verantwoordelijkheid moeten dragen. Helaas is dit in sommige gevallen wel de praktijk. Vervelend, want de reputatie van goede adviseurs wordt hiermee geschaad.'

Ook voordelen

Hoewel het aanbestedingsproces in dit artikel niet altijd even positief uit de verf komt, zijn de geïnterviewden het wel eens dat aanbesteden tal van voordelen heeft. Akkerman: 'Het geld dat aan kunstgras uitgegeven wordt, is gemeenschapsgeld. Het is belangrijk dat dit op een rechtmatige manier ingekocht wordt, zodat de gemeente een product koopt met een goede prijs-kwaliteitverhouding en er jaren mee vooruit kan.' Boon voegt toe: 'Als je 80.000 euro extra uitgeeft aan kunstgras en dat geld gaat niet naar bijvoorbeeld de ouderenzorg, dan is het belangrijk dat je die keuze kunt motiveren.'



Be social

Scan of ga naar:

www.fieldmanager.nl/article/30541/kunstgras-aanbesteden-wat-gaat-goed-wat-kan-beter