

Closing the Gap

Inkopen met impact:
verschillen overbruggen

BUY SOCIAL

#BeterAanbesteden

“De aanbestedende dienst of het speciale-sectorbedrijf draagt zorg voor het leveren van zo veel mogelijk maatschappelijke waarde voor de publieke middelen bij het aangaan van een schriftelijke overeenkomst ... ”

Aanbestedingswet 2012, artikel 1.4, lid 2

Closing the Gap

In theorie zou het allemaal zo makkelijk moeten zijn. Nederlandse overheden hebben een jaarlijkse inkoopkracht van meer dan € 85 miljard en volop ambities om onze samenleving duurzamer en inclusiever te maken. Tegelijk is er een groeiende sector van ondernemingen die hun dienstverlening inzetten als middel om duurzame en inclusieve ambities te realiseren, ook wel 'sociale ondernemingen' of 'impactondernemingen' genoemd.

Toch belandt de inkoopkracht van overheden nog maar mondjesmaat bij deze ondernemingen. Wat zijn daarvan de oorzaken? En, belangrijker nog, hoe kunnen we inkopende en aanbestedende diensten en het sociale en duurzame mkb dichter bij elkaar brengen?

Met deze compacte handreiking hopen we die kloof te verkleinen, oftewel: *Closing the Gap*. Op de volgende pagina's zullen we eerst definiëren wat we met een sociale of impactonderneming bedoelen. Daarna zullen we een aantal obstakels benoemen en mogelijkheden om die (deels) weg te nemen. De nadruk ligt vooral op aanbestedingen, maar niet uitsluitend; ook inkoop onder de aanbestedingsgrenzen komt aan bod.

De inzichten en tips in deze handreiking zijn tot stand gekomen dankzij meerdere gesprekken met inkopende en aanbestedende overheden en sociale of impactondernemingen. We hopen dat u er als inkoopprofessional waardevolle inzichten uit haalt om succesvol met impact in te kopen.

Karen Poot

Lead Buy Social en Closing the Gap

Sociale onderneming?

Impactonderneming?

Voor ondernemingen met een sociale of duurzame missie worden zowel de termen 'sociale onderneming' als 'impactonderneming' gebruikt. Sommigen hebben een voorkeur voor 'impactonderneming', omdat 'sociale onderneming' vaak vooral met arbeidsparticipatie wordt geassocieerd en minder met andere doelen, zoals duurzaamheid en circulariteit. Niettemin zullen we in deze handreiking de term 'sociale onderneming' gebruiken, omdat die ook internationaal sterker gevestigd is.

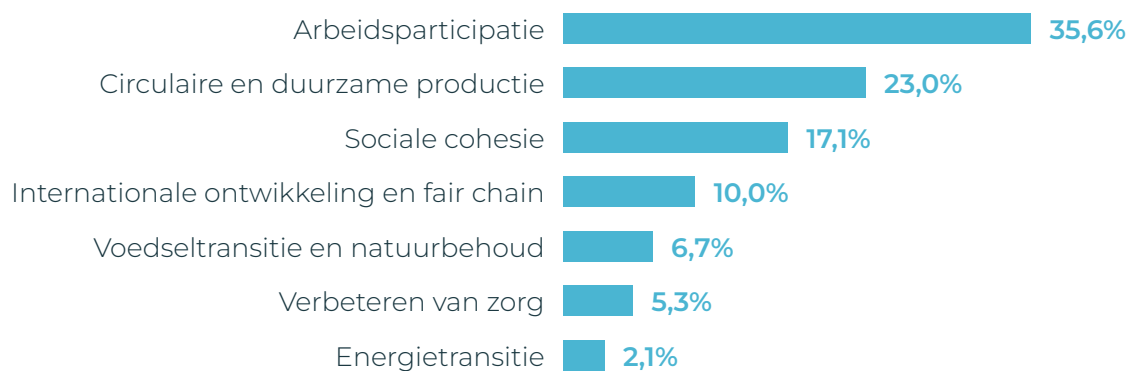
De Europese definitie van 'sociale onderneming' is als volgt:

- Onderneemt allereerst vanuit een maatschappelijke missie (*impact first*).
- Maakt impact als zelfstandige onderneming die een dienst of product levert.
- Heeft een verdienmodel.
- Ziet winst als middel, niet als doel.
- Is transparant en eerlijk naar iedereen.
- Is sociaal in de wijze waarop de onderneming wordt gevoerd.
- Baseert bestuur en beleid op gelijke invloed van alle betrokkenen.¹

Impactgebieden

Bovenstaande definitie is dus breder dan uitsluitend arbeidsparticipatie. Dat wordt bevestigd door het ledenoverzicht van Social Enterprise NL, de grootste netwerk- en lobbyorganisatie voor sociale ondernemingen van Nederland. Weliswaar is arbeidsparticipatie het grootste impactgebied waarop de leden actief zijn, alsnog richt 64,4% zich (mede) op andere gebieden.²

De leden van Social Enterprise NL zijn actief op de volgende impactgebieden:



¹ Bron: www.social-enterprise.nl/over-sociaal-ondernemen/wat-zijn-het, geraadpleegd op 20 april 2023.

² Geraadpleegd op 20 april 2023.

In deze handreiking doelen we met de term 'sociale onderneming' dus op ondernemingen die impact maken op een of meerdere van deze gebieden. Waar mogelijk zullen we ook zo min mogelijk spreken over voorwaarden die gericht zijn op specifieke impactgebieden, zoals social return on investment (SROI), maar meer algemeen over 'impactvoorwaarden'.

Sectoren

Sociale ondernemingen kunnen in principe diensten of producten leveren in alle mogelijke sectoren. Onder de leden van Social Enterprise NL is de verdeling als volgt:



Het is dus mogelijk om op een breed vlak producten en diensten in te kopen bij sociale ondernemingen, al zal dat in sommige sectoren kansrijker zijn dan in andere.

Obstakels en tips

Uit de gesprekken die we in het kader van Closing the Gap hebben gevoerd, zijn een aantal obstakels naar voren gekomen. We hebben deze in algemene termen samengevat, toegelicht en per struikelblok een aantal tips voor inkopende en aanbestedende diensten verzameld. Aangezien dit geen uitputtend overzicht is en het veld van zowel aanbestedingen als van sociale ondernemingen in beweging blijft, zijn aanvullende tips altijd van harte welkom via market@buy-social.nl. Zo mogelijk zullen we bruikbare toevoegingen in nieuwe edities van deze handreiking verwerken.



Obstakel 1. Vindbaarheid

Sociale ondernemingen en inkopende of aanbestedende diensten hebben moeite om elkaar te vinden. De infrastructuur van sociale ondernemingen is bij de diensten vaak niet in beeld, terwijl ondernemingen moeite hebben om kansrijke aanbestedingen te vinden. Bij onderhandse aanbestedingen hebben aanbestedende diensten de neiging om al bekende (lokale) partijen te vragen, terwijl sociale ondernemingen het moeilijk vinden om bij de dienst in beeld te komen; zij komen bijvoorbeeld niet voorbij het klantcontactcentrum om acquisitie te doen.

Uiteraard hebben sociale ondernemingen een eigen verantwoordelijkheid om zich in de kijker te spelen, want dat is inherent aan het ondernemerschap. Het is wel van belang te erkennen dat het vaak om relatief nieuwe ondernemingen gaat die breken met traditionele modellen. Dat levert ze specifieke obstakels op om hun verhaal voor het voetlicht te brengen, bijvoorbeeld omdat de manier waarop ze maatschappelijke impact maken enige uitleg vereist. Daarnaast is het ook in het belang van inkopende en aanbestedende diensten om het contact tot stand te brengen; sociale ondernemingen kunnen immers belangrijke bijdragen leveren aan lokale en nationale ambities om duurzaamheid en inclusie te bevorderen, zoals MVOI of de Sustainable Development Goals (SDG's).



Tips



Ken de platforms

Een goed startpunt om de sector in beeld te krijgen, is het eerdergenoemde Social Enterprise NL, de grootste netwerk- en lobbyorganisatie voor sociale ondernemingen in Nederland. Hierbij zijn op het moment van schrijven meer dan vierhonderd ondernemingen aangesloten. Lidmaatschap is alleen mogelijk voor ondernemingen die voldoen aan normen gebaseerd op de Europese definitie van sociale ondernemingen. Bij toetsing van die normen wordt uitgegaan van zelfrapportage. Het ledenoverzicht is te vinden op social-enterprise.nl.

Het initiatief Buy Social, onderdeel van Social Enterprise NL, biedt een Market waar aangesloten sociale ondernemingen direct hun *business-2-business-* of *business-to-government-*gerichte producten en diensten aanbieden. Deze markt is te vinden op [de website van Buy Social](#).

De Code Sociale Ondernemingen hanteert vijf principes die zijn afgeleid van de eerdergenoemde Europese definitie van sociale ondernemingen. In het Register van de Code zijn ondernemingen opgenomen die uitgebreid door de Review Board zijn getoetst op de wijze waarop zij de principes naleven. Het Register is te vinden op de [website van de Code](#).

Er zijn ook lokale platforms waar sociale ondernemingen uit de regio hun producten en diensten aanbieden. De normen voor toelating verschillen per platform. Een actueel overzicht is te vinden op de site van de City Deal Impact Ondernemen.

- [Platform Goed Inkopen](#) (Groningen, Friesland en Drenthe)
- [Kennemer Inkoop Platform](#) (Haarlem en Kennemerland)
- [VoorGoed](#) en [Impactondernemen010](#) (Rotterdam)
- [Stérk.Brabant](#) (Brabant)
- [Impact030](#) (Utrecht)
- [Amsterdams Platform Sociale Firma's](#) (Amsterdam)
- [ImpactCity](#) (Den Haag)

Vervolg op de volgende pagina »

Daarnaast is er veel onderling contact tussen sociale ondernemingen en doorgaans helpen zij elkaar graag. Het is dus niet altijd nodig om de volledige infrastructuur in beeld te hebben; als er al contact met één sociale onderneming is, kan het de moeite waard zijn om die te vragen naar andere relevante sociale ondernemingen.

Uiteraard is een zoekmachine als Google een goed startpunt om sociale ondernemingen te vinden, maar denk ook eens aan AI-gestuurde toepassingen als ChatGPT of de chatfunctie van Microsoft's Bing. Hoewel er geen garantie is dat hun antwoorden kloppen, kunnen ze af en toe weldegelijk nuttige informatie bieden.



Wees toegankelijk voor sociale ondernemingen

Maak gebruik van sociale media, zoals LinkedIn, om kansrijke aanbestedingen onder de aandacht te brengen.

Organiseer netwerkevenementen waar sociale ondernemingen duidelijk welkom zijn of bezoek dergelijke evenementen die door andere partijen zijn georganiseerd.

Organiseer een periodiek inloopspreekuur speciaal voor sociale ondernemingen (een 'acquisitie-uurtje').

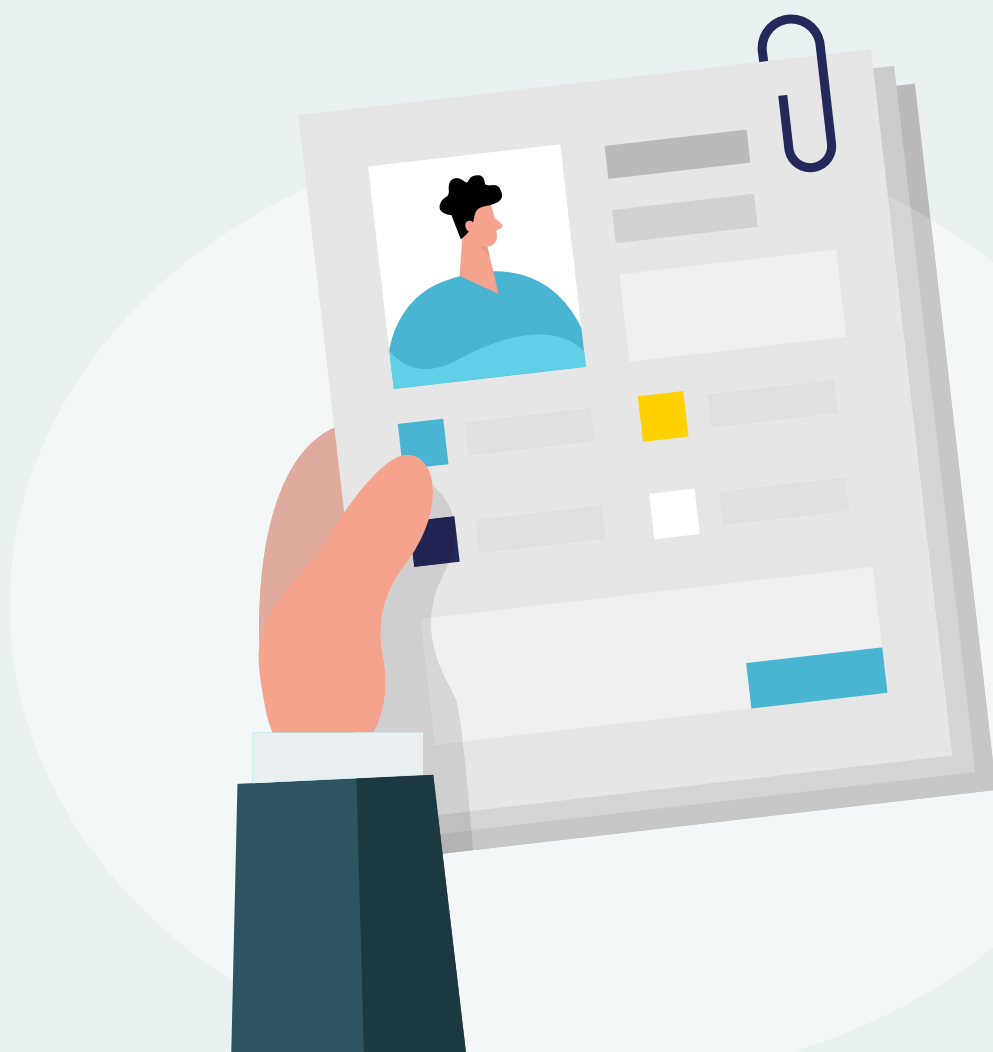
Bied een duidelijk punt waar ondernemers aan kunnen geven dat ze in aanmerking willen komen voor meervoudig onderhandse inkoopprocedures. Zorg dat de betreffende inkoper deze aanmeldingen waar mogelijk ook opvolgt.

Obstakel 2: Expertise en normering

De sector van sociale ondernemingen in Nederland is relatief nieuw. Kennis en normen moeten zich daarom nog steeds uitkristalliseren. Zo hebben inkoopende en aanbestedende diensten niet altijd helder wat haalbare criteria zijn waarmee ze kunnen beoordelen wat sociale ondernemingen zijn en welke toegevoegde waarde die bieden. Stappenplannen voor het uitschrijven van aanbestedingen zijn vaak gebaseerd op traditionelere ondernemersmodellen, waardoor sociale ondernemingen de ruimte missen om hun toegevoegde waarde voor het voetlicht te brengen.

Verder is het begrip 'SROI' bij inkoopende en aanbestedende diensten sterk ingeburgerd, waardoor er een grote nadruk ligt op arbeidsparticipatie als impactvoorwaarde. Dit kan het zicht ontnemen op andere mogelijkheden binnen de Aanbestedingswet om bijzondere voorwaarden te stellen die verband houden met "economische, innovatiegerelateerde, arbeidsgerelateerde, sociale of milieuoverwegingen" (artikel 2.80, Aanbestedingswet 2012).

Ook kunnen te sterke juridische afbakeningen leiden tot overmatig complexe aanbestedingen; dit neemt mogelijk de benodigde voedingsbodem voor creativiteit en voortschrijdend inzicht weg, terwijl die noodzakelijk is binnen een sector die zich nog zo sterk ontwikkelt. Daarnaast hebben sociale ondernemingen vaak de expertise nog niet om (zelfstandig) in te schrijven op een aanbesteding.



Tips



Creëer inzichten en deel die

Geef ruimte aan de meer 'activistische' ambtenaren binnen de organisatie en zorg dat zij zich vrij voelen om die ruimte te nemen. Vanuit intrinsieke motivatie kunnen zij een belangrijke bijdrage leveren aan de kennisontwikkeling binnen de organisatie.

De [Code Sociale Ondernemingen](#) biedt goed uitgewerkte handvatten om inzicht te krijgen in de principes die van belang zijn bij een sociale onderneming. Deze zijn na te lezen op de website van de Code.

Buy Social biedt met [Best Practices](#) inspiratie en inzichten in geslaagde aanbesteding- en inkooptrajecten. Deze zijn te vinden op de website van Buy Social.

Op de website van de City Deal Impact Ondernemen staat [een uitgebreid artikel](#) over de juridische mogelijkheden om in te kopen met impact. Er is namelijk meer mogelijk dan vaak gedacht wordt.

Het kan zeer leerzaam zijn om als inkoopende of aanbestedende dienst gezamenlijk met een sociale onderneming een casus uit te werken en die vanuit beide perspectieven te bekijken. Buy Social faciliteert graag een dergelijke sessie; neem daarvoor contact op via karen@buy-social.nl.

Deel kennis met anderen in de organisatie. Attendeer de budgethouders van inkopen, zoals managementassistenten en facilitaire inkopers, op het bestaan van de eerdergenoemde platforms voor sociale ondernemingen. Deze medewerkers zijn doorgaans verantwoordelijk voor de inkoop van lunches, vergaderzalen en geschenken. Vraag ze om eerst op die platforms te zoeken naar mogelijkheden. Zo stuurde de gemeente Groningen een overzicht van sociale ondernemingen die kunnen voorzien in geschenken, vergaderfaciliteiten en catering, aan alle secretaresses die deze producten en diensten inkopen.

Vervolg op de volgende pagina »

Luister ook eens naar de podcast [#Beter Aanbesteden](#): een reeks van vier afleveringen, waarin de makers specifiek ingaan op impact maken met inkoop. Verder behandelt de aflevering '[Geen diensten, maar impact](#)' van podcast De Gunningsfactor dit onderwerp.

De tweewekelijkse podcast [Alles over aanbesteden](#) gaat meer in het algemeen over aanbesteden en bevat waardevolle inzichten in de drempels die inschrijvers regelmatig ervaren – ongeacht of dit sociale of reguliere ondernemingen zijn.

Organiseer tijdens het aanbestedingstraject een informatiesessie voor inschrijvers, eventueel online, om de afstand tussen aanbestedende dienst en inschrijvers te verkleinen en de procedure toe te lichten.

Als een sociale onderneming een opdracht niet gegund heeft gekregen, ga dan alsnog met die onderneming in gesprek. Doe dit pas op een later moment, bijvoorbeeld enkele weken tot maanden later. Op die manier kan er weer tijd voor worden vrijgemaakt, terwijl de emoties iets gezakt zijn. Als een sociale onderneming de opdracht wél gegund heeft gekregen, kan een constructieve terugblik op het proces overigens ook zeer waardevolle inzichten bieden.



Denk na over de beoordeling

Kijk breder dan arbeidsparticipatie: SROI is slechts één keuze uit verschillende mogelijke impactvoorwaarden.

Organiseer een marktconsultatie om inzicht te krijgen in de mogelijke *key performance indicators* waarop sociale ondernemingen kunnen presteren. Laat wel zien dat inzichten uit een marktconsultatie daadwerkelijk meegenomen worden in de aanbesteding – zo niet, beargumenteer dan waarom niet; deelnemers hebben tijd en moeite gestoken in hun bijdrage en het is demotiverend als ze merken dat er niets mee gedaan wordt.

Vervolg op de volgende pagina »

Organiseer tijdens het aanbestedingstraject een informatiesessie voor inschrijvers, eventueel online, om de afstand tussen aanbestedende dienst en inschrijvers te verkleinen en de procedure toe te lichten.

Pas op met hoge referentie-eisen waar een sociale onderneming niet aan kan voldoen. Overweeg dat een referentie altijd uitgaat van bereikte resultaten in het verleden en dat niet altijd de beste graadmeter is om nieuwe, innovatieve werkwijzen te realiseren.

Voor de ondernemingen die in het [Register van de Code](#) zijn opgenomen, geldt dat al uitgebreid getoetst is of zij aan de principes van een sociale onderneming voldoen. Overweeg om bepaalde bewijslast voor geregistreerde ondernemingen te verlichten.

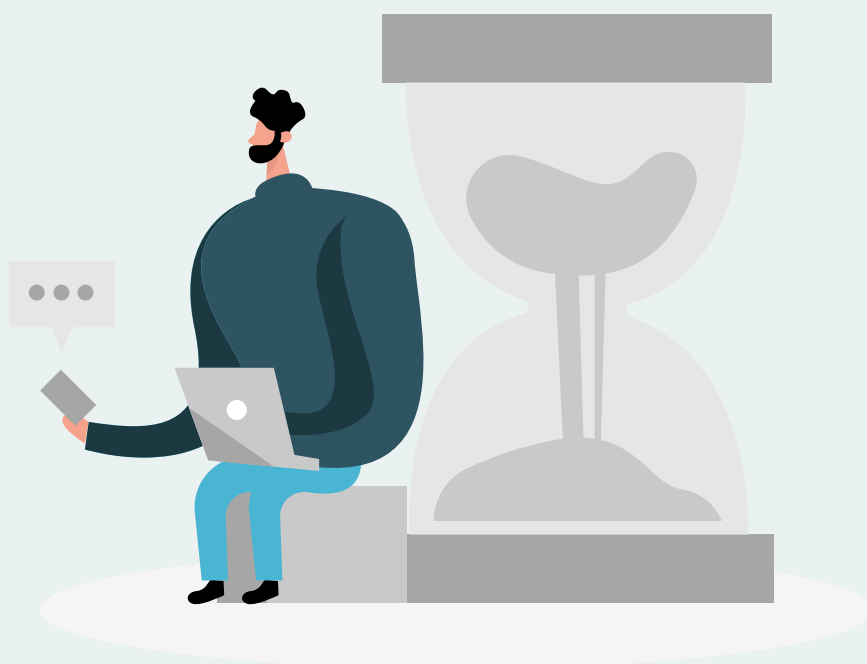
Bied tijdens de inschrijvingsfase ruimte om een voorstel mondeling toe te lichten, bijvoorbeeld tijdens een presentatie. Zeker met innovatieve werkwijzen kan het te beperkend zijn als die alleen schriftelijk verwoord mogen worden.

Uiteraard moeten alle inschrijvende partijen een eerlijke kans krijgen. Zorg daarom dat de basisvereisten juridisch geborgd zijn, maar zorg ook dat er een vrijere ruimte is waarop ondernemingen – zowel sociale als reguliere – zich kunnen onderscheiden. Bijvoorbeeld door een 'impact-kansendossier' als gunningscriterium toe te voegen: welke kansen ziet de inschrijver om extra impact te leveren op het gebied van inclusie of duurzaamheid, aanvullend op de opdracht? Verzilver na het aanbestedingsproces de beste kansen.

Obstakel 3: Tijd en menskracht

Zowel het uitschrijven van een aanbesteding als erop inschrijven kost tijd en menskracht – dus geld. Sociale ondernemingen moeten daarom selectief zijn met de tenders waarop zij inschrijven. Vaak missen zij kansen omdat het volume van aanbestedingen te groot is. Hoewel aanbestedende diensten opdrachten in principe in percelen moeten verdelen, vermijden ze dit in de praktijk regelmatig, bijvoorbeeld omdat die verplichting voor hen tot extra werkdruk leidt.

Ook als een sociale onderneming wel inschrijft, worden achteraf kansen gemist door een gebrek aan tijd en menskracht aan beide kanten. Hierdoor maken sociale ondernemingen vaak geen bezwaar tegen een gunning. Aan de kant van de aanbestedende dienst lijkt de toelichting op een afwijzing hier vaak onder, waardoor sociale ondernemingen waardevolle leermomenten mislopen.



Tips



Maak het proces laagdrempeliger

Voor zowel reguliere als sociale ondernemingen zijn uitsluitingsgronden en gunningscriteria het belangrijkste; als zij al in één oogopslag kunnen zien dat ze niet mee kunnen doen, hoeven ze verder geen tijd te besteden aan de inschrijving. Zorg daarom dat deze essentiële elementen in de aanbestedingsdocumenten makkelijk vindbaar zijn.

Neem een overzichtelijke checklist op van in te dienen stukken, zowel bij inschrijving en na gunning door de winnende inschrijver: het zou jammer zijn als een goede onderneming door een vergeten bewijsstuk uitgesloten moet worden.

Deel opdrachten op in percelen die ook voor een sociale onderneming te behappen zijn. Motiveer het als opdelen in percelen niet mogelijk is – dit is sowieso verplicht, maar gebeurt in de praktijk vaak onvoldoende.

Maak gebruik van de '[percelenregeling](#)', oftewel artikelen 2.18 en 2.19 van de Aanbestedingswet 2012: het recht om een perceel met een maximale omvang van 20% van de totale dienstenopdracht, met een maximumwaarde van € 80.000, een-op-een te gunnen, bijvoorbeeld aan een sociale onderneming. Neem deze mogelijkheid ook op in het inkoopbeleid.

Ga een raamovereenkomst aan met meerdere leveranciers, zodat de opdracht ook voor kleinere ondernemingen – waaronder sociale ondernemingen – behapbaar is.

Artikel 2.82 van de Aanbestedingswet 2012 maakt het mogelijk om deelneming aan een procedure voor te behouden “aan ondernemers die de maatschappelijke en professionele integratie van gehandicapten of kansarmen tot hoofddoel hebben [...] mits ten minste 30% van de werknemers van deze [...] ondernemingen gehandicapte of kansarme werknemers zijn.”

Vervolg op de volgende pagina »

Overweeg om in de selectiefase van een niet-openbare aanbesteding een selectie-criterium betreffende impact op te nemen. Dit is een logische keuze als impact een integraal onderdeel van de opdracht is. Daarnaast is het voor een kleinere onderneming die al door de selectiefase heen is, beter te verantwoorden om veel tijd aan de inschrijving op de aanbesteding te besteden.

Neem in het beleid op dat bij een meervoudig onderhandse procedure altijd minstens één sociale onderneming wordt uitgenodigd, of zelfs twee, tenzij er geen aanbod beschikbaar is.

Inventariseer de aanbestedingskalender op potentiële kansen voor sociale ondernemingen en deel die met hen, zodat ze zich kunnen voorbereiden. Buy Social verspreidt ook graag aanbestedingen die interessant zijn voor sociale ondernemingen in het eigen netwerk. Aanbestedende diensten kunnen deze onder de aandacht brengen met een e-mail naar market@buy-social.nl.

Achterhaal via TenderNed de aanbestedingsdocumenten van recent geslaagde trajecten waarbij impact een rol speelde. Maak deze op maat voor de eigen organisatie.



Bevorder onderaanneming

Stimuleer in de uitvraag reguliere ondernemingen om samen met sociale ondernemingen in te schrijven en breng deze partijen met elkaar in contact tijdens de marktconsultatie. Vermeld dit streven in de aankondiging van de marktconsultatie, zodat ook ondernemingen die er niet bij waren naar een sociale onderneming op zoek kunnen gaan. Een mooi voorbeeld is de gemeente Utrecht: tijdens de marktconsultatie voor de catering, organiseerde de gemeente een dag waarop sociale en reguliere ondernemingen bij elkaar kwamen. Een uitgebreide beschrijving van dit proces is te vinden op de website van Buy Social.

Vervolg op de volgende pagina »

Breng het mogelijke onderaannemerschap van een sociale ondernemer voor kleinere delen van de opdracht ook onder de aandacht in de vooraankondiging, in het aanbestedingsdocument, bij het gesprek over SROI of andere impactvoorwaarden, of bij de start van de opdracht. Verwijs waar mogelijk ook naar de eerdergenoemde platforms.

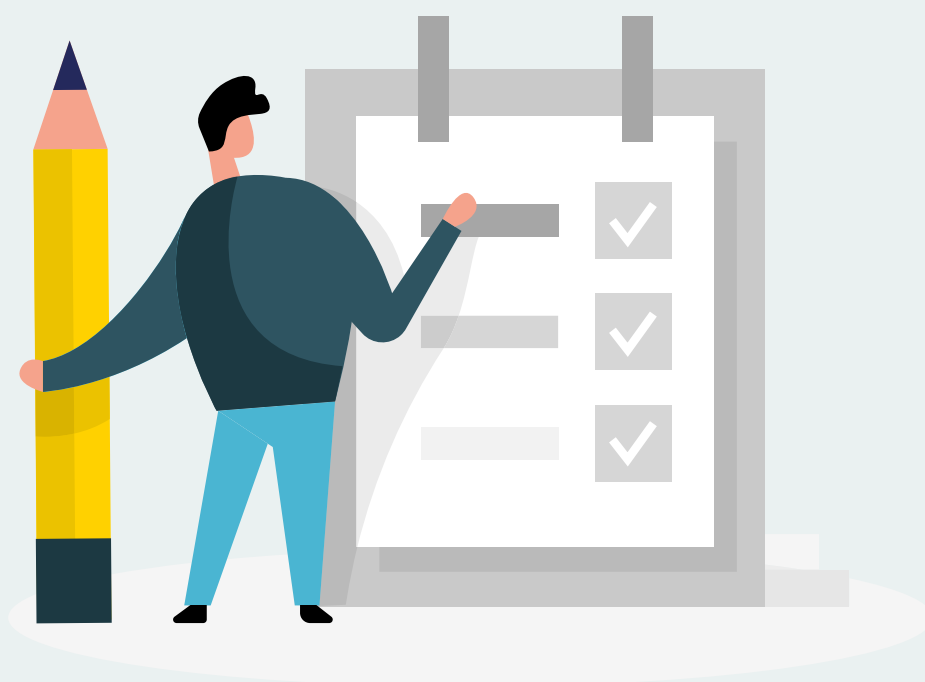
Een flink aantal sociaal ondernemers neemt contact op met inschrijvers die een aanbesteding gegund krijgen, om zich als onderaannemer aan te bieden. Zij gebruiken hiervoor de contactinformatie in de aankondiging van de gegunde opdracht in TenderNed. Faciliteer dit contact door ervoor te zorgen dat die informatie én de CPV-code volledig is.

Neem in het beleid op dat de impactvoorwaarde ook ingevuld mag worden door producten of diensten af te nemen bij sociale ondernemingen en ken hier een hoge waarde aan toe: bijvoorbeeld 125% van de factuurwaarde.

Faciliteer de opdrachtnemer met een impactcoördinator die ook weet welke sociale ondernemingen er zijn. Door de mogelijkheid van het invullen van impactvoorwaarden door (sociale) ondernemingen te noemen, is deze coördinator de cruciale verbinder van overheden en sociale ondernemingen.

Obstakel 4: Contractmanagement

Sociale ondernemingen dragen met hun maatschappelijke missie vaak bij aan het realiseren van beleidsdoelen van lokale en nationale overheden. Toch zijn er regelmatig uitdagingen in de bijbehorende gedeelde verantwoordelijkheid. De projectleiders die aanbestedingen uitschrijven zijn vaak geen eigenaar van thema's in het MVOI-beleid en worden daarop niet beoordeeld. Dit leidt ertoe dat impactvoorwaarden als duurzaamheid en social return weliswaar bij steeds meer aanbestedingen worden uitgevraagd, maar dit vaak te vrijblijvend is; een evaluatie van de gerealiseerde impact ontbreekt en er worden geen consequenties verbonden aan het uitblijven van gedane beloften. Soms wordt de impact tijdens de aanbesteding wel gevraagd en aangeboden, maar niet geïmplementeerd of überhaupt niet bij de gunning als wegingsfactor meegenomen.



Tips



Anticipeer op de samenwerking

Vraag in het Plan van Aanpak uit te werken hoe de inschrijver de samenwerking voor zich ziet. Het realiseren van maatschappelijke thema's vraagt namelijk ook inzet van de opdrachtgever. De huidige medewerkers moeten bijvoorbeeld wennen aan de inzet van mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt of er zijn faciliteiten nodig voor een CO2-neutrale dienstverlening.



Monitor op naleving

Zorg dat bij het uitschrijven van de aanbesteding een inkoper, contractmanager of een andere nauwbetrokkene eigenaar is van het betreffende MVOI-thema.

Zorg dat de impact die met inkoop gerealiseerd wordt, onderdeel is van de functioneringsgesprekken met projectleiders, contractmanagers en inkopers.

Zorg dat de contractbepaling van de impactvoorwaarde wordt nageleefd. Dergelijke verplichtingen niet naleven kan juridisch gezien worden als een 'wezenlijke wijziging' en is in ieder geval niet eerlijk tegenover partijen die juist vanwege die voorwaarde niet hebben ingeschreven.

Maak een impactvoorwaarde een integraal onderdeel van de beloofde dienstverlening door er een gunningscriterium van te maken, geen eis die pas achteraf ingevuld hoeft te worden. Vraag de sociale onderneming om aan te geven hoe die de gemaakte impact aan gaat tonen. Als die belofte niet wordt nageleefd, zouden de consequenties net zo zwaar moeten wegen als voor elk ander niet-nagekomen aspect van de dienstverlening.

Vervolg op de volgende pagina »

Neem als contractbepaling of uitvoeringsvoorwaarde op dat de opdrachtnemer jaarlijks, eventueel tegen een vergoeding, een x-aantal verbeteringen moet doorvoeren in de opdracht of in zijn bedrijfsvoering op een impactgebied als duurzaamheid en inclusie, bijvoorbeeld door sociaal ondernemers in te zetten. Leef die bepaling ook na – zo kan de opdrachtnemer gevraagd worden om te rapporteren waarvoor een sociale onderneming is ingezet.

Verantwoording

Deze handreiking is gerealiseerd door Buy Social, in opdracht van Beter Aanbesteden. Bij de samenstelling hebben we dankbaar gebruikgemaakt van de inzichten en ervaringen van verschillende aanbestedende diensten, inkopende organisaties en sociale ondernemingen.

Onze dank gaat uit naar: Anne Broshuis (Sociale Verzekeringsbank), Annemiek Dresen (NewBees INC.), Arjan Schipperus (RS Finance), Bartel Geleijnse (The Colour Kitchen), Bonnie van Poortvliet (Gosling Coffee), Chris Schuchmann (Gemeente Amersfoort), Flo Pelupessy (Sociale Verzekeringsbank), Fredo Schotanus (hoogleraar Publieke Inkoop, Universiteit Utrecht), Frieda den Heyer (Luchtverkeersleiding Nederland), Hugo Bruijn (Gemeente Amsterdam), Ian Smeyers (Nelis Company), Inge Welmers (Gemeente Utrecht), Jack Stuijbergen (Breedweer), Jochanan Nagel (Gemeente Utrecht), Joram van der Velde (Categoriemanager Schoonmaak Rijksoverheid), Jos van Beuningen (The Flower Family), Lisanne Blom (Compass Group), Luka van Wolferen (Sociale Verzekeringsbank), Maria Nguyen (CRE8), Martin de Roode (Van Oord), Max van der Burght (MEO), Niels van Buren (Swink), Patrick Cox (Compass Group), Remco Schilperoord (Wedowe), Ryan Bark (Closing the Loop), Thea Smid-Verheul (twINKel inkoop met impact), Victor Jansma (ARGO360), Wim van Druenen (Gemeente Amersfoort).

Buy Social

Buy Social zet zich in om van maatschappelijk inkopen de norm te maken. Om dit te bereiken, werken we samen met inkopende organisaties en impactondernemingen.

buy-social.nl

Hoewel Buy Social deze publicatie zorgvuldig heeft samengesteld, kunnen we niet garanderen dat de inhoud altijd en in alle aspecten juist en volledig is. Buy Social is niet verantwoordelijk voor de volledigheid en juistheid van de verstrekte informatie en aanvaardt geen enkele aansprakelijkheid in geval van schade die, ongeacht de reden, voortvloeit uit het gebruik van deze uitgave.

BUY SOCIAL

#BeterAanbesteden