

Position paper Doelgroepenvervoer

(16 januari 2017, Vaste Kamercommissie VWS)

Wie zijn wij

Tender People is een adviesbureau dat zich heeft gespecialiseerd in inkoopadvies in de publieke sector. Werkzaamheden bestaan onder meer uit het opstellen van inkoopbeleid, het adviseren en uitvoeren van (complexe) inkooptrajecten en het inrichten en uitvoeren van contractmanagement. Europees aanbesteden is de kerncompetentie van Tender People.

Advies

De prijs en niet de *kwaliteit* bij de aanbesteding van doelgroepenvervoer is leidend bij het merendeel van de aanbestedingen. Hierdoor ontstaan de volgende problemen: een race to the bottom, onvoldoende sturing op de klanttevredenheid en onvoldoende ruimte voor duurzame oplossingen.

Dat vinden wij een gemiste kans en daarom stellen wij de volgende zaken voor:

- ★ Laat ook leerlingenvervoer onder de AMvB (wijziging Uitvoeringsbesluit Wmo 2015) vallen;
- ★ Geef een impuls aan kennisdeling tussen opdrachtgever en marktpartijen door extra budget voor voorlichting en productontwikkeling.
- ★ Voer landelijke klanttevredenheidsmonitoring in.
- ★ Creëer ruimte om daadwerkelijk innovatie op het gebied van duurzaamheid te stimuleren.

1. Verbreding AMvB

De AMvB (Uitvoeringsbesluit Wmo 2015) bevat een aantal goede maatregelen om de gebruiker centraal te zetten bij het aanbesteden van zorgvervoer. Wij zijn positief over de expliciete positie die gegeven wordt aan de gemeenteraad om, als budgetrechthouder, de inkoopstrategie vast te stellen. Daarnaast verwachten wij dat de verplichte toepassing van een redelijke prijs een goed instrument is om in de krimpemde taximarkt de focus te krijgen op de kwaliteit voor de gebruiker. Daarmee wordt voorkomen dat er een verdere druk op de prijs komt. Een instrument zoals opgenomen in de AMvB zien wij daarom graag terug in een breder verband, waardoor ook leerlingenvervoer hieronder valt. Wij raden u daarom aan om bij de behandeling van de AMvB in uw Kamer dit mee te nemen in uw overwegingen. Juist deze zaken kunnen bijdragen aan een kwalitatief beter doelgroepenvervoer.

2. Race to the bottom

De taxibedrijven die meedoen bij aanbestedingen voor doelgroepenvervoer kampen met overcapaciteit. Daardoor doen veel bedrijven een poging om een contract te bemachtigen. In het overgrote deel van de aanbestedingen is de prijs doorslaggevend in de gunning. Deze race leidt ertoe dat bedrijven inschrijven voor een lagere prijs dan de kostprijs. Deze te scherpe prijzen hebben gevolgen voor de kwaliteit van de dienstverlening, resulteren in concurrentie op arbeidsvoorwaarden en leidt regelmatig tot faillissementen van taxibedrijven. Zowel opdrachtgevers als marktpartijen hebben een verantwoordelijkheid in het stoppen van deze race to the bottom. Het verplicht toepassen van een redelijke

prijs is daarbij een goede stap. Voorwaarde is wel dat er een eenvoudig toe te passen instrument komt op basis waarvan de opdrachtgever deze redelijke prijs kan berekenen. Daarnaast zien wij andere goede voorbeelden in ontwikkeling waarbij in aanbestedingen de focus ligt op de kwaliteit. Een voorbeeld daarvan is het modelbestek dat Tender People in opdracht van KNV samen met diverse cliënten- en belangenorganisaties in ontwikkeling heeft. In dit modelbestek wordt uitgegaan van aanbesteden op basis van een beschikbaar budget. Vervolgens wordt hier gekeken welk taxibedrijf de meest meerwaarde kan leveren. Daarnaast wordt in het modelbestek meer ruimte gegeven aan de taxibedrijven om het beschikbare budget efficiënt in te zetten; bijvoorbeeld door het combineren van vervoer.

3. Klanttevredenheid

Een veel gehoorde klacht is dat in de uitvoering van de opdracht onvoldoende sturing plaats vindt op het leveren van kwaliteit. In veel gevallen wordt er gemonitord op afspraken met betrekking tot juistheid van de rittenadministratie en stiptheid maar onvoldoende op de tevredenheid van de persoon die gebruik maakt van het taxivervoer. Wij zijn een voorstander van het vereenvoudigen van deze feitelijke controles en meer focus aan te brengen op het uit eindelijke doel: klanttevredenheid door goed en passend vervoer. Daar waar er nu wel een klanttevredenheidsonderzoek wordt gehouden, is de methode verschillend, waardoor een vergelijking tussen gemeenten moeilijk is. Daarom pleiten wij ervoor de meting van klanttevredenheid landelijk te organiseren. Bijvoorbeeld door dit te beleggen bij het CROW zoals dit ook al succesvol gebeurt in het openbaar vervoer. Door deze objectieve meting van klanttevredenheid te combineren met een bonus/malussysteem in de contracten wordt het leveren van kwaliteit beloont.

4. Duurzaam doelgroepenvervoer

Ondanks goede initiatieven van zowel opdrachtgevers als marktpartijen komt er in de praktijk nog onvoldoende terecht van het verduurzamen van vervoersoplossingen. Diverse marktpartijen geven aan dat dit vooral komt doordat contracten veelal een looptijd hebben van maar twee jaar. Daarom stellen wij voor om de minimale contractduur te verlengen naar vijf jaar. Op die manier ontstaat er voor de markt ruimte om te investeren in duurzame vervoersoplossingen. Daarnaast is het wenselijk om vanuit de landelijke overheid bruikbare duurzaamheidscriteria aan te reiken die door opdrachtgevers eenvoudig kunnen worden toegepast. Dit heeft in het verleden een goede impuls gegeven aan duurzaam inkopen. Het is daarom jammer dat de duurzaamheidscriteria voor doelgroepenvervoer voor het laatst zijn geactualiseerd in 2011. Wij adviseren u om alsnog snel werk te maken van een nieuwe actualisatie.

Met vriendelijke groet,



Ludo Huisman
Directeur Tender People B.V.