



# HANDREIKING MARKTCONSULTATIE

PRATEN MET DE MARKT VOORAFGAAND AAN EEN AANBESTEDING

JUNI 2016



# 1. AANLEIDING

Goede kennis van de markt levert Value for taxpayers money. Met die kennis hebt u als opdrachtgever meer kansen om het mkb, duurzaamheid en innovatie te stimuleren. U krijgt meer mogelijkheden om maatschappelijke doelstellingen te bereiken. Bovendien levert het u een betere prijs/kwaliteitverhouding. Nu de marktconsultatie in de gewijzigde Aanbestedingswet een definitieve plek heeft gekregen is het tijd voor een herziening van de PIANOo handreiking over marktconsultaties. Dat het thema anno 2016 nog steeds actueel is, bijvoorbeeld in de zoektocht naar innovatie – blijkt bijvoorbeeld uit de positie van de marktconsultatie in de ‘innovatiekoffer’ en de sterke toename in het aantal marktconsultatie dat wordt uitgevoerd. Dit is positief, maar dit kan soms ook doorslaan in slecht voorbereiden marktconsultaties. Ook zien we dat aanbestedende diensten steeds meer alternatieve varianten gebruiken om invulling te geven aan het contact met de markt. In deze handreiking willen ook deze varianten een platform bieden. Genoeg redenen om de handreiking marktconsultaties een flinke update te geven!

Kennis van de markt<sup>1</sup> kunt u op verschillende manieren en op verschillende momenten verkrijgen. In deze handreiking gaan we in op de marktconsultatie.

In de periode voor de aanbesteding verzamelen opdrachtgevers hun marktkennis voornamelijk via deskresearch. De meest interessante informatie krijgt u via persoonlijk contact met leveranciers. In persoonlijke communicatie (schriftelijk of mondeling) zullen leveranciers veel meer geneigd zijn om die relevante informatie te delen met de aanbestedende dienst. Recent heeft ook de commissie Elias het nut van de dialoog met de markt onderstreept.

- 1. AANLEIDING
- 2. MARKTCONSULTATIE
- 3. OVERWEGINGEN VOOR MARKTCONSULTATIE
- 4. VORMEN VAN MARKTCONSULTATIE
- 5. UITVOERING VAN DE MARKTCONSULTATIE
- 6. MARKTCONSULTATIE TIJDENS EEN AANBESTEDING
- 7. AANBESTEDINGSOVERSTIJGENDE MARKTCONSULTATIE
- 8. AFSLUITENDE TIPS EN OVERWEGINGEN
- 9. BRONNEN
- 10. OVER PIANOo EXPERTISECENTRUM AANBESTEDEN

<sup>1</sup> Lees meer over het verzamelen van marktkennis in de brochure van PIANOo ‘Ken de markt; wat moeten we van markten weten om een goede uitvraag te kunnen doen?’

Veel aanbestedende diensten zijn minder terughoudend ten aanzien van marktconsultaties dan vijf jaar geleden. Er bestaat echter nog steeds veel angst en onduidelijkheid over (on)rechtmatigheid van gesprekken met marktpartijen in het kader van aanbestedingen. Daardoor missen inkopers in de publieke sector echter wel relevante informatie.

Deze handreiking schetst een beeld van de verschillende doelen van een marktconsultatie. We leggen uit op welke verschillende manieren via een marktconsultatie het contact met de markt rechtmatig en gestructureerd tot stand kan komen.

- 1. AANLEIDING
- 2. MARKTCONSULTATIE
- 3. OVERWEGINGEN VOOR MARKTCONSULTATIE
- 4. VORMEN VAN MARKTCONSULTATIE
- 5. UITVOERING VAN DE MARKTCONSULTATIE
- 6. MARKTCONSULTATIE TIJDENS EEN AANBESTEDING
- 7. AANBESTEDINGSOVERSTIJGENDE MARKTCONSULTATIE
- 8. AFSLUITENDE TIPS EN OVERWEGINGEN
- 9. BRONNEN
- 10. OVER PIANO O  
EXPERTISECENTRUM AANBESTEDEN

## 2. MARKTCONSULTATIE

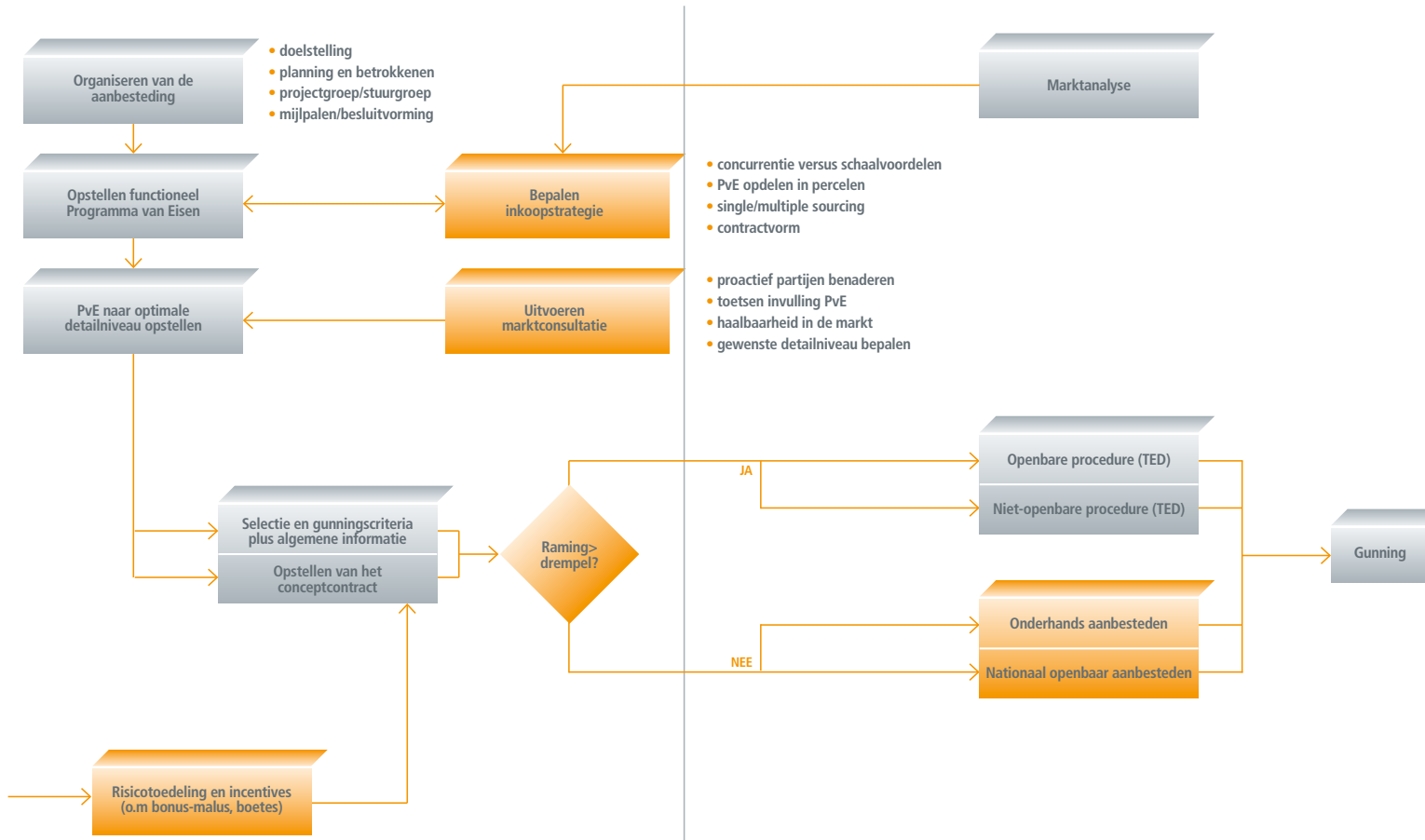
Een marktconsultatie is een, door een aanbestedende dienst, georganiseerde informatie-uitwisseling met belanghebbende partijen over een voorgenomen aanbesteding. Ondernemers zijn als potentiële leverancier belanghebbende partijen, maar ook burgers (als afnemer van bepaalde diensten) en belangenorganisaties kunnen worden uitgenodigd. Aan de hand van de opgedane informatie en inzichten stelt de aanbestedende dienst de haalbaarheid en de randvoorwaarden van de opdracht vast. Dit kunnen zeer concrete vragen zijn: welke selectie- of gunningscriteria zou ik moeten toepassen, en welke gewichten moet ik verbinden aan de gunningscriteria in een Beste PKV-aanbesteding? Maar het kan juist ook – veel breder – gaan over het inzicht krijgen in of zicht krijgen op mogelijke oplossingen voor een probleem. Ook kan de markt om ideeën gevraagd worden. Of u vraagt de markt: ‘Welke vragen zou ik moeten stellen, opdat u voor het geschetste probleem de meest ideale oplossing kunt benoemen?’ Kortom, u daagt de markt uit om met eigen oplossingen te komen.<sup>2</sup>

De consultatie vindt plaats in een fase waarin de feedback nog kan worden gebruikt bij het opstellen van de opdrachtspecificatie (of de besluitvorming over de aanbesteding van een opdracht) en de aanbestedingsstrategie. Een marktconsultatie kan zowel gericht zijn op de inhoud, het proces als op de markt. Hij kan zowel eenzijdig als tweezijdig worden uitgevoerd. Bij een tweezijdige marktconsultatie worden gevormde ideeën getoetst bij de marktpartijen. Die geven daar een reactie op. Bij een eenzijdige consultatie wordt er – zonder inhoudelijk in te gaan op de toekomstige aan te besteden behoefte – informatie bij marktpartijen ingewonnen over product markt roadmap, et cetera.

1. AANLEIDING
- 2. MARKTCONSULTATIE
3. OVERWEGINGEN VOOR MARKTCONSULTATIE
4. VORMEN VAN MARKTCONSULTATIE
5. UITVOERING VAN DE MARKTCONSULTATIE
6. MARKTCONSULTATIE TIJDENS EEN AANBESTEDING
7. AANBESTEDINGSOVERSTIJGENDE MARKTCONSULTATIE
8. AFSLUITENDE TIPS EN OVERWEGINGEN
9. BRONNEN
10. OVER PIANO EXPERTISECENTRUM AANBESTEDEN

<sup>2</sup> Zie ook de PIANO brochure ‘9 kansen om de markt beter te benutten.’

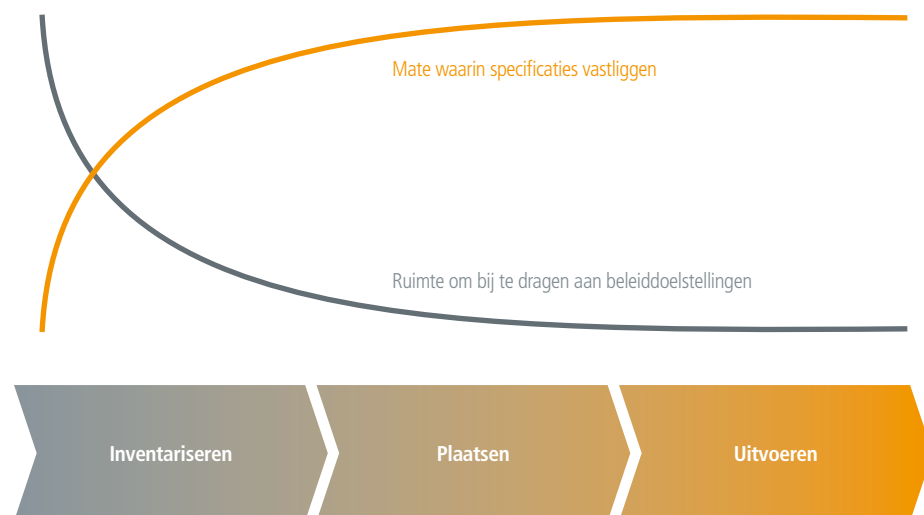
Figuur 1 De plaats van marktconsultatie in het aanbestedingsproces  
(presentatie Van Loenhout en Papenhuijzen, mei 2011)



1. AANLEIDING
- 2. MARKTCONSULTATIE
3. OVERWEGINGEN VOOR MARKTCONSULTATIE
4. VORMEN VAN MARKTCONSULTATIE
5. UITVOERING VAN DE MARKTCONSULTATIE
6. MARKTCONSULTATIE TIJDENS EEN AANBESTEDING
7. AANBESTEDINGSOVERSTIJGENDE MARKTCONSULTATIE
8. AFSLUITENDE TIPS EN OVERWEGINGEN
9. BRONNEN
10. OVER PIANOO  
EXPERTISECENTRUM AANBESTEDEN

Een marktconsultatie kan worden gehouden vóór het opstellen van het Programma van Eisen, of erna. Het is raadzaam de marktconsultatie te houden voordat het PvE definitief is opgesteld en beleidskeuzes zijn gemaakt. Bij een vroege marktconsultatie (vóór PvE) is er veel ruimte om bij te sturen. Na een opgesteld PvE is er intern minder draagvlak om fundamentele wijzigingen door te voeren. Een consultatie na een opgesteld PvE biedt echter het voordeel dat veel duidelijker is hoe fundamentele wijzigingen doorwerken in de uitvraag. Een ogenschijnlijk onbelangrijke eis of bepaling kan soms enorme gevolgen hebben voor de kosten en daarmee de uitwerking van een aanbesteding. Een marktconsultatie in deze fase kan helpen om dergelijke ongewenste effecten te voorkomen, mits het wijzigen van eisen dus nog mogelijk is. Daarbij is het van belang de objectiviteit niet uit het oog te verliezen (marktpartijen redeneren vanuit hun eigen belang) en oplossingsrichtingen die een vendor lock-in situatie (een sterke afhankelijkheid van één leverancier) opleveren, zoveel mogelijk te vermijden.

Figuur 2 **Sturingsmogelijkheden in het inkoopproces**



1. AANLEIDING
2. MARKTCONSULTATIE
3. OVERWEGINGEN VOOR MARKTCONSULTATIE
4. VORMEN VAN MARKTCONSULTATIE
5. UITVOERING VAN DE MARKTCONSULTATIE
6. MARKTCONSULTATIE TIJDENS EEN AANBESTEDING
7. AANBESTEDINGSOVERSTIJGENDE MARKTCONSULTATIE
8. AFSLUITENDE TIPS EN OVERWEGINGEN
9. BRONNEN
10. OVER PIANO O EXPERTISECENTRUM AANBESTEDEN

# 3. OVERWEGINGEN VOOR MARKTCONSULTATIE

## MOGELIJKE DOELEN

Marktconsultatie in het kader van een concrete aanbesteding kan verschillende doelen hebben. Er zijn globaal 4 hoofdredenen om een marktconsultatie uit te voeren. Bij elke hoofdreden passen meerdere 'vragen':

### Inschatten van de inspanning van inschrijvers en aanbestedende dienst van een aanbesteding:

- Is een voorgestelde planning van de aanbesteding haalbaar?

### De uitvraag laten aansluiten op de mogelijkheden van de markt:

- Is de opdracht haalbaar en zijn de gestelde randvoorwaarden realistisch?
- Welke toekomstige ontwikkelingen, producten en partijen zijn er in de markt?
- Wat is de beste te volgen inkoopstrategie?
- Heeft de markt een oplossing voor een functioneel gestelde vraag?
- Moet er functioneel of technisch gespecificeerd worden?
- Leidt de gestelde behoefte tot de optimale oplossing voor de eigen organisatie?
- Welke mogelijkheden zien marktpartijen om met minder beschikbaar budget toch aan minimale eisen te kunnen voldoen?
- Zijn er innovatieve oplossingen of alternatieve oplossingsrichtingen voor een probleem?

### Beheersen van inkooprisico's:

- Is een project inhoudelijk en financieel haalbaar?
- Kan de markt voldoen aan gestelde eisen?
- Welke selectiecriteria zijn belangrijk voor de opdracht?
- Is er voldoende interesse en capaciteit in de markt voor de opdracht?
- Leidt de gestelde behoefte tot de optimale oplossing voor de eigen organisatie?
- Welke normen en eisen zijn relevant?
- Welke gunningscriteria en gewichten leiden tot de beste inschrijving?

1. AANLEIDING
2. MARKTCONSULTATIE
- 3. OVERWEGINGEN VOOR MARKTCONSULTATIE
4. VORMEN VAN MARKTCONSULTATIE
5. UITVOERING VAN DE MARKTCONSULTATIE
6. MARKTCONSULTATIE TIJDENS EEN AANBESTEDING
7. AANBESTEDINGSOVERSTIJGENDE MARKTCONSULTATIE
8. AFSLUITENDE TIPS EN OVERWEGINGEN
9. BRONNEN
10. OVER PIANO O EXPERTISECENTRUM AANBESTEDEN



### Inschatten concurrentie en prijsdruk:

- Hebben private partijen interesse en mogelijkheden om de opdracht uit te voeren of te realiseren?
- Wat is de mate van gekwalificeerde opdrachtnemers/leveranciers in de markt?

De genoemde doelen zijn alle gerelateerd aan een concrete aanbesteding of inkoopbehoefte. Een aanbestedende dienst kan echter ook buiten concrete aanbestedingen in gesprek gaan met de markt. Een proactieve inkoper of categoriemanager doet dit bijvoorbeeld om goed op de hoogte te blijven van trends en ontwikkelingen in de industrie. Daarnaast biedt het ook de mogelijkheid om zelf de aanbestedingsagenda voor de komende jaren met de markt te delen zodat de leveranciersmarkt vroeg op de hoogte is van de behoeften van inkopers en weten welke aanbestedingen ze op langere termijn kunnen verwachten.

### JURIDISCH KADER

Een marktconsultatie is een geoorloofd en rechtmatig hulpmiddel bij het vaststellen van een optimale uitvraag. Natuurlijk moet een aanbestedende dienst zich bij een marktconsultatie houden aan de algemene beginselen van het aanbestedingsrecht, maar verder stellen de Europese richtlijnen (Richtlijn 2004/18/EG en diens opvolger Richtlijn 2014/24/EU voor klassieke sectoren) en Nederlandse wetgeving (Aanbestedingswet 2012) geen specifieke (procedurele) eisen aan de marktconsultatie. In feite is een marktconsultatie daarmee vormvrij. U bent dus binnen de grenzen van de aanbestedingsbeginselen vrij en kunt zelf kiezen hoe u – voordat u gaat aanbesteden – de interactie met marktpartijen vorm geeft.

Dat wil niet zeggen dat er helemaal geen regels rondom marktconsultatie zijn. In artikel 40 en 41 Richtlijn 2014/24/EU staat:

‘Vóór de aanvang van een aanbestedingsprocedure kunnen aanbestedende diensten, ter voorbereiding van de aanbesteding, marktconsultaties houden om de ondernemers op de hoogte te brengen van hun aanbestedingsplannen en voorwaarden. Met dit doel kunnen aanbestedende diensten bijvoorbeeld advies van onafhankelijke deskundigen of instanties of van marktdeelnemers inwinnen of ontvangen dat kan worden gebruikt bij de planning en uitvoering van de aanbestedingsprocedure, mits dit advies niet leidt tot vervalsing van de mededinging en geen aanleiding geeft tot schending van de beginselen van non-discriminatie en transparantie.’

‘Wanneer een gegadigde of inschrijver of een met een gegadigde of inschrijver verbonden onderneming de aanbestedende dienst of diensten heeft geadviseerd, al dan niet in het kader van artikel 40, of anderszins betrokken is geweest bij de voorbereiding van de aanbestedingsprocedure, neemt de aanbestedende dienst passende maatregelen om ervoor te zorgen dat de mededinging niet wordt vervalst door de deelneming van die gegadigde of inschrijver. Deze maatregelen omvatten de mededeling aan andere gegadigden en inschrijvers van relevante informatie die is uitgewisseld in het kader van of ten gevolge van de betrokkenheid van de gegadigde of inschrijver bij de voorbereiding van de aanbestedingsprocedure, alsmede de vaststelling

1. AANLEIDING
2. MARKTCONSULTATIE
- 3. OVERWEGINGEN VOOR MARKTCONSULTATIE
4. VORMEN VAN MARKTCONSULTATIE
5. UITVOERING VAN DE MARKTCONSULTATIE
6. MARKTCONSULTATIE TIJDENS EEN AANBESTEDING
7. AANBESTEDINGSOVERSTIJGENDE MARKTCONSULTATIE
8. AFSLUITENDE TIPS EN OVERWEGINGEN
9. BRONNEN
10. OVER PIANO O EXPERTISECENTRUM AANBESTEDEN



van passende termijnen voor de ontvangst van inschrijvingen. De betrokken gegadigde of inschrijver wordt slechts van de aanbestedingsprocedure uitgesloten indien er geen andere middelen zijn om de naleving van het beginsel gelijke behandeling te verzekeren.'

'Vervalsing van de mededinging' betekent dat één partij dusdanige voorsprong heeft dat andere partijen niet meer voor gunning in aanmerking kunnen komen. U dient te zorgen dat de deelnemers aan een marktconsultatie geen voorsprong hebben in tijd en kennis ten aanzien van andere marktpartijen. Door het opstellen van een verslag van de marktconsultatie en dit te publiceren bij de aanbesteding voorkomt u een kennisvoorsprong bij deelnemers aan de marktconsultatie. Door het plaatsen van een vooraankondiging van de marktconsultatie is voorsprong in tijd ook geen discussiepunt.

Het is echter mogelijk dat in een marktconsultatie met één-op-één gesprekken tussen een aanbesteder en marktpartij door deze laatste informatie wordt verschaft die vertrouwelijk is ten opzichte van de concurrentie. De aanbestedende dienst dient deze informatie juist vertrouwelijk te behandelen en publiceert concurrentiegevoelige informatie niet. De aanbestedende dienst kan er bijvoorbeeld voor kiezen om een intern en extern verslag van de marktconsultatie te maken, waarbij alle concurrentiegevoelige informatie (van verschillende partijen) uit het externe verslag wordt weggelaten. Maak in ieder geval vóór de marktconsultatie duidelijke afspraken met deelnemers aan de marktconsultatie over welke informatie uit de consultatie openbaar gepubliceerd zal worden en welke informatie vertrouwelijk behandeld zal worden.

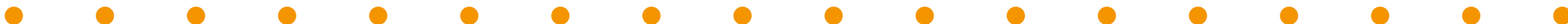
Door ervoor te zorgen dat de deelnemers aan een marktconsultatie geen voorsprong in tijd en kennis hebben, zijn zij ook niet uitgesloten van deelname aan de aanbesteding.

Een marktconsultatie is zowel voor de overheid als voor de marktpartijen vrijblijvend. Een aanbestedende dienst die geborgd heeft dat alle verstrekte informatie voor een ieder gelijk is, die partijen voldoende tijd geeft om een offerte uit te brengen, die geen voorkeur laat blijken en die van te voren goede afspraken maakt over vertrouwelijkheid van concurrentiegevoelige informatie kan tijdens een marktconsultatie in beginsel alle gewenste informatie uitwisselen. Zo worden ook de juridische risico's verminderd. Dit is overigens een randvoorwaarde bij elke aanbesteding.

### **OVERWEGINGEN VOOR HOUDEN MARKTCONSULTATIE**

In de voorgaande hoofdstukken zijn de voordelen van het houden van een marktconsultatie besproken, en welke doelen een marktconsultatie kan dienen. Het getuigt echter ook van professioneel opdrachtgeverschap om een goede afweging te maken van de voordelen van een marktconsultatie ten opzichte van de kosten voor de aanbesteder en marktpartijen. Een marktconsultatie verhoogt immers de transactiekosten en niet voor elke aanbesteding wegen deze kosten tegen de baten op. Soms is de benodigde informatie wellicht ook op andere manieren te verkrijgen.

1. AANLEIDING
2. MARKTCONSULTATIE
- 3. OVERWEGINGEN VOOR MARKTCONSULTATIE
4. VORMEN VAN MARKTCONSULTATIE
5. UITVOERING VAN DE MARKTCONSULTATIE
6. MARKTCONSULTATIE TIJDENS EEN AANBESTEDING
7. AANBESTEDINGSOVERSTIJGENDE MARKTCONSULTATIE
8. AFSLUITENDE TIPS EN OVERWEGINGEN
9. BRONNEN
10. OVER PIANO O EXPERTISECENTRUM AANBESTEDEN



In onderstaande ladder staan verschillende manieren van informatieverzameling in de voorbereidende fase van een aanbesteding in volgorde van oplopende transactiekosten.

Figuur 3 Verzamelen projectspecifieke marktkennis



1. AANLEIDING
2. MARKTCONSULTATIE
3. OVERWEGINGEN VOOR MARKTCONSULTATIE
4. VORMEN VAN MARKTCONSULTATIE
5. UITVOERING VAN DE MARKTCONSULTATIE
6. MARKTCONSULTATIE TIJDENS EEN AANBESTEDING
7. AANBESTEDINGSOVERSTIJGENDE MARKTCONSULTATIE
8. AFSLUITENDE TIPS EN OVERWEGINGEN
9. BRONNEN
10. OVER PIANOo EXPERTISECENTRUM AANBESTEDEN

- Gebruik eigen inzichten (*Afgeronde inkooptrajecten, inzichten uit gesprekken met bekende leveranciers, vakopleidingen*)
- Raadplegen openbare bronnen (*PIANOO marktdossiers, Tendered, CBS, gepubliceerde marktconsultaties, monitoren van banken en brancheverenigingen*)
- Ervaring vakgenoten (*Collega's, leidinggevenden, ervaringen van andere aanbestedende diensten, aansluiten bij netwerken, leerkringen, PIANOO-Forum*)
- Bezoek bijeenkomsten en congressen (*Congressen, vakbeurzen, marktontmoetingen, deelname aan marktconsultaties van andere aanbestedende diensten*)
- Raadplegen externe adviseurs (*Inhuren externe experts, uitzetten onderzoeksopdracht, bevragen help-desks, PIANOO vragenloket*)
- Consulteren van de markt (*Uitvoeren van een marktconsultatie of technische dialoog, betrek brancheverenigingen, betrek belangrijke partijen, promotie voor de marktconsultatie*)

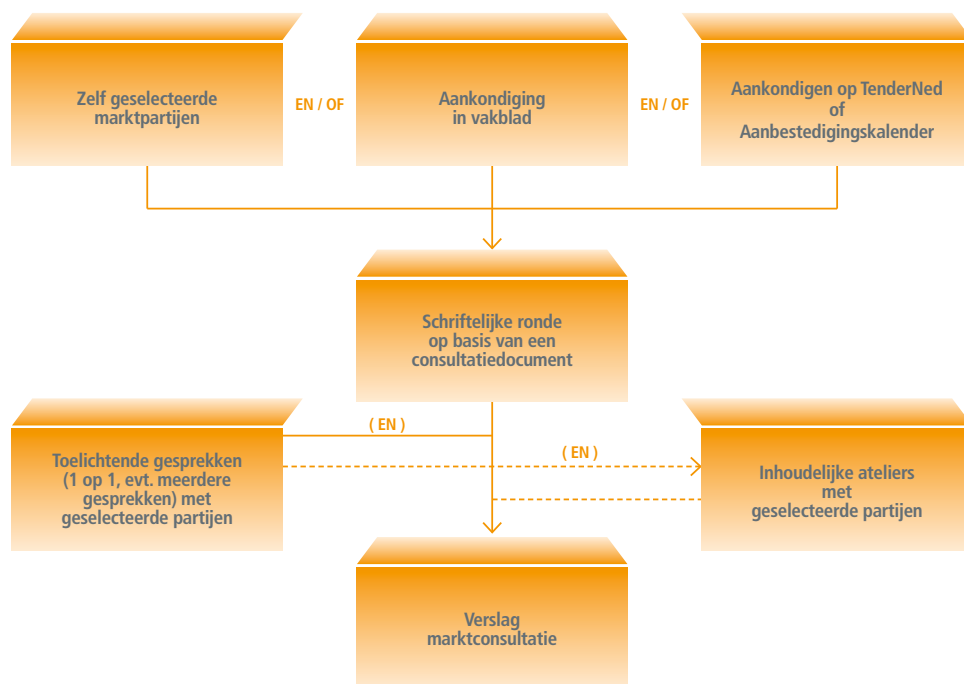
Het is aan te raden de eerste acties van de lijst altijd uit te voeren, en acties verder op de lijst – waaronder de marktconsultatie – voor te behouden voor aanbestedingen die minder vaak voorkomen en inhoudelijk complexer en risicvoller zijn.

1. AANLEIDING
2. MARKTCONSULTATIE
- 3. OVERWEGINGEN VOOR MARKTCONSULTATIE
4. VORMEN VAN MARKTCONSULTATIE
5. UITVOERING VAN DE MARKTCONSULTATIE
6. MARKTCONSULTATIE TIJDENS EEN AANBESTEDING
7. AANBESTEDINGSOVERSTIJGENDE MARKTCONSULTATIE
8. AFSLUITENDE TIPS EN OVERWEGINGEN
9. BRONNEN
10. OVER PIANOO EXPERTISECENTRUM AANBESTEDEN

# 4. VORMEN VAN MARKTCONSULTATIE

Een marktconsultatie kan op meerdere manieren worden gehouden: gesloten of open, schriftelijk of mondeling, interactief of niet-interactief of een combinatie hiervan. In sommige gevallen kan het ook gebeuren dat er meerdere rondes van consultatie plaatsvinden en/of dat er meerdere vormen gecombineerd worden. Factoren die de keuze bepalen zijn bijvoorbeeld de ambitie van de opdrachtgever, het beoogde resultaat, de soort vraag of het soort marktpartijen.

Figuur 4 **Verskillende vormen van marktconsultaties**



1. AANLEIDING
2. MARKTCONSULTATIE
3. OVERWEGINGEN VOOR MARKTCONSULTATIE
- 4. VORMEN VAN MARKTCONSULTATIE
5. UITVOERING VAN DE MARKTCONSULTATIE
6. MARKTCONSULTATIE TIJDENS EEN AANBESTEDING
7. AANBESTEDINGSOVERSTIJGENDE MARKTCONSULTATIE
8. AFSLUITENDE TIPS EN OVERWEGINGEN
9. BRONNEN
10. OVER PIANO O EXPERTISECENTRUM AANBESTEDEN

## GESLOTEN OF OPEN

### Gesloten marktconsultatie

De opdrachtgever gaat op bezoek bij een beperkt aantal partijen of doorloopt een interactief proces met vooraf zelf geselecteerde partijen. Er zijn meerdere redenen om te kiezen voor een gesloten procedure, zoals:

- De vraag is zo specifiek dat slechts een select aantal marktpartijen hem kan beantwoorden,
- De opdrachtgever wil een reactie van een aantal specifiek te benoemen marktpartijen,
- De opdrachtgever wil de omvang en inspanning beperkt houden om de kosten en hoeveelheid tijd te besparen.

Denk bij een gesloten marktconsultatie goed na over de te benaderen partijen in relatie tot de potentiële markt. Zorg bijvoorbeeld dat ook kleinere marktpartijen uit midden- en kleinbedrijf input kunnen leveren als dit aansluit bij de opdracht. Zij komen wellicht met andere oplossingen en inzichten. Bij een gesloten marktconsultatie waarin een beperkt aantal partijen worden geconsulteerd ligt de schijn van het voortrekken van deze partijen op de loer. Besteed in dit geval extra aandacht aan de transparantie van het proces en het delen van de uitkomsten met alle geïnteresseerden.

### Open marktconsultatie

Alle geïnteresseerde deelnemers worden uitgenodigd een reactie te geven. Hiermee verkleint de aanbestedende dienst de kans dat er potentiële oplossingen voor de behoefte van de aanbestedende dienst of andere informatie verloren gaat. Een open consultatie vindt vaak plaats na een algemene oproep op de Aanbestedingskalender of Tendered.

## SCHRIFTELIJK OF MONDELING

### Schriftelijke marktconsultatie

Deze vorm wordt gebruikt bij relatief eenvoudig vragen of wanneer de opdrachtgever geen interactie wil tussen de verschillende marktpartijen. Bij een schriftelijke consultatie moet uiteraard extra goed op de formulering van de vragen en het aantal gelet worden. De consultatie kan bijvoorbeeld gehouden worden door het verzenden van een consultatiedocument of via digitale vragenlijsten.

1. AANLEIDING
2. MARKTCONSULTATIE
3. OVERWEGINGEN VOOR MARKTCONSULTATIE
- 4. VORMEN VAN MARKTCONSULTATIE
5. UITVOERING VAN DE MARKTCONSULTATIE
6. MARKTCONSULTATIE TIJDENS EEN AANBESTEDING
7. AANBESTEDINGSOVERSTIJGENDE MARKTCONSULTATIE
8. AFSLUITENDE TIPS EN OVERWEGINGEN
9. BRONNEN
10. OVER PIANO O EXPERTISECENTRUM AANBESTEDEN



### **Mondelinge marktconsultatie**

Voor een mondelinge consultatie kan gekozen worden bij complexe of contextgevoelige onderwerpen. Wanneer de opdrachtgever geen onderlinge interactie tussen de verschillende marktpartijen wil, kan hij kiezen voor een bilaterale (1 op 1) vorm van consultatie. Als hij juist wel onderlinge interactiviteit tussen marktpartijen wenst, zijn plenaire groepsbijeenkomsten of digitale media meer geschikt. Nadeel van deze vorm is, dat het minder transparant is wat er daadwerkelijk besproken is. Een goede verslaglegging is daarom van groot belang. Als er concurrentiegevoelige informatie op tafel komt, kan naast een volledig 'intern' verslag ook een verslag zonder deze concurrentiegevoelige informatie opgesteld worden voor openbare publicatie.

### **Combinatie open en mondelinge marktconsultatie**

Vaak kiest men voor een combinatie. Na een openbare vooraankondiging volgt een schriftelijke ronde, waarna met een aantal partijen toelichtende gesprekken gevoerd worden. Dit zijn vaak 1 op 1 gesprekken over de reactie van de betreffende marktpartij op het marktconsultatiedocument. Indien er specifieke inhoudelijke thema's zijn waar meerdere partijen relevante feedback op kunnen geven en waar de onderlinge discussie tot aanvullende inzichten leidt, kunnen extra interactieve inhoudelijke 'ateliers' georganiseerd worden.

## **INTERACTIEF OF NIET-INTERACTIEF**

### **Interactieve marktconsultatie**

Een interactieve marktconsultatie heeft als groot voordeel dat een opdrachtgever direct kan reageren op verkregen feedback, meerdere inzichten over hetzelfde thema tegenover elkaar kan zetten en kan doorvragen of kan verduidelijken. Worden alle partijen tegelijkertijd uitgenodigd, dan kunnen zij ook direct op elkaar reageren, wat een levendige discussie tot gevolg kan hebben. Dat heeft bij groepsbijeenkomsten tegelijk het nadeel dat misschien niet iedereen aan bod komt. Een ander nadeel is dat een ondernemer in aanwezigheid van concurrenten wellicht minder informatie prijsgeeft dan in een 1 op 1 situatie. Dit nadeel kan ondervangen worden door later een aantal vragen op schrift na te sturen.

### **Niet-interactieve marktconsultatie**

De niet-interactieve consultatie ondervangt de nadelen zoals die voor de interactieve vorm gelden, maar mist ook de voordelen daarvan. Deze vorm is in de voorbereiding bewerkelijker, omdat nog beter over de vraagstelling nagedacht moet worden. Bovendien is de kans op verdieping kleiner, doordat de marktpartijen minder betrokken zijn. (Zij hoeven er immers minder voor te doen.) In een niet-interactieve manier wordt vaak minder informatie prijsgegeven: ook dat gaat ten koste van de diepgang. Daar staat tegenover dat de uitvoering minder tijd kost.

1. AANLEIDING
2. MARKTCONSULTATIE
3. OVERWEGINGEN VOOR MARKTCONSULTATIE
- 4. VORMEN VAN MARKTCONSULTATIE
5. UITVOERING VAN DE MARKTCONSULTATIE
6. MARKTCONSULTATIE TIJDENS EEN AANBESTEDING
7. AANBESTEDINGSOVERSTIJGENDE MARKTCONSULTATIE
8. AFSLUITENDE TIPS EN OVERWEGINGEN
9. BRONNEN
10. OVER PIANO O EXPERTISECENTRUM AANBESTEDEN

## SAMENVATTING

De onderstaande tabel geeft een overzicht van de verschillende manieren van marktconsultatie.

Inrichtingsvormen	Voordelen	Nadelen
<b>Gesloten marktconsultatie: selectie van partijen bij het consulteren</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Efficiënt in uitvoering</li> <li>• Gerichte inschakeling benodigde expertise</li> <li>• Meer diepgang in consultatie</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mist informatie en reflectie aantal partijen</li> <li>• Schijn van bevoordeling</li> <li>• Geen verkenning van mogelijkheden tot samenwerking</li> </ul>
<b>Schriftelijke consultatie</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Afzonderlijke reflectie op vragen door partijen</li> <li>• Geschikt voor eenvoudige vragen</li> <li>• Alle (geselecteerde) partijen gelijke kansen en mogelijkheden voor beantwoorde vragen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Weinig ruimte voor profilering</li> <li>• Weinig ruimte voor doorvragen en toelichten antwoorden</li> </ul>
<b>Mondelinge (1 op 1) consultatie</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Meer diepgang en ruimte voor doorvragen en toelichten antwoorden</li> <li>• Beter geschikt voor complexere vraagstukken</li> <li>• Meer ruimte voor profilering en imago-building</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inhoudelijke discussies vraagt veel van de competenties vanuit de opdrachtgever</li> </ul>
<b>Interactieve consultatie</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Partijen reflecteren op elkaars antwoorden</li> <li>• Interactie tussen partijen</li> <li>• Meer ruimte voor profilering en imagobuilding</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sommige partijen kunnen onvoldoende aan bod komen</li> <li>• Enkele partijen kunnen consultatie overheersen</li> <li>• Eerste antwoord kan toon consultatie zetten</li> <li>• Partijen kunnen geneigd zijn minder open te antwoorden vanwege de aanwezigheid van concurrenten</li> </ul>

1. AANLEIDING
2. MARKTCONSULTATIE
3. OVERWEGINGEN VOOR MARKTCONSULTATIE
- 4. VORMEN VAN MARKTCONSULTATIE
5. UITVOERING VAN DE MARKTCONSULTATIE
6. MARKTCONSULTATIE TIJDENS EEN AANBESTEDING
7. AANBESTEDINGSOVERSTIJGENDE MARKTCONSULTATIE
8. AFSLUITENDE TIPS EN OVERWEGINGEN
9. BRONNEN
10. OVER PIANO O EXPERTISECENTRUM AANBESTEDEN

# 5. UITVOERING VAN DE MARKTCONSULTATIE

## VOORBEREIDING

### Inhoudelijke voorbereidingen:

- Stel de doelstelling en de gewenste informatie vast,
- Bepaal hoe de informatie (zo laagdrempelig mogelijk) verkregen kan worden, zonder dat enige toezegging gedaan wordt over het verkrijgen van de opdracht,
- Maak per aanbesteding of in het inkoopbeleid afspraken over de positie van de marktconsultatie binnen het inkoopproces,

### Procesmatige voorbereidingen:

- Hanteer redelijke termijnen,
- Leg de vraagstelling vast in een marktconsultatie document,
- De vraagstelling moet helder en goed afgebakend zijn, zodat de markt partijen snel en kort antwoord kunnen geven. De gevraagde investering door marktpartijen blijft daarmee beperkt. De inhoud van dit document kan variëren. Dit is mede afhankelijk van het soort project en vooral de vraagstelling die aan de marktpartijen wordt voorgelegd.

### Communicatieve voorbereiding:

- Selecteer de te benaderen partijen door een eigen selectie van geschikte kandidaten en/of via een openbare publicatie in de vorm van een vooraankondiging,
- Publiceer een open marktconsultatie om een zo breed mogelijk publiek aan te trekken en zo een optimale dekking van de relevante markt te bereiken. Geef duidelijk aan dat de consultatie een vrijblijvend karakter heeft (meedoen aan de markt oriëntatie verplicht nergens toe) en er geen rechten aan ontleend kunnen worden (kan niet leiden tot enig voor- of nadeel in de aanbestedingsprocedure),
- Maak duidelijk wat u met de verkregen informatie van marktpartijen gaat doen en wat u in het verslag van de marktconsultatie gaat opnemen,

Geef aan hoe u omgaat met vertrouwelijke informatie van marktpartijen en op welke wijze marktpartijen kunnen melden dat er sprake is van vertrouwelijke informatie.

1. AANLEIDING
2. MARKTCONSULTATIE
3. OVERWEGINGEN VOOR MARKTCONSULTATIE
4. VORMEN VAN MARKTCONSULTATIE
- 5. UITVOERING VAN DE MARKTCONSULTATIE
6. MARKTCONSULTATIE TIJDENS EEN AANBESTEDING
7. AANBESTEDINGSOVERSTIJGENDE MARKTCONSULTATIE
8. AFSLUITENDE TIPS EN OVERWEGINGEN
9. BRONNEN
10. OVER PIANO O EXPERTISECENTRUM AANBESTEDEN





**Publiceer de marktconsultatie: marketing van de inkoop**

Afhankelijk van de doelstellingen van de marktconsultatie heeft de aanbestedende dienst baat bij een zo breed mogelijk publiek en een optimale dekking van de relevante markt. Welke marktpartijen relevant zijn is juist een vraag waar de aanbestedende dienst via de marktconsultatie antwoord op zoekt. Misschien zijn het niet de 'usual suspects' die de beste oplossingsrichting voor de behoefte van de aanbestedende dienst in huis hebben. Denk in deze gevallen ook buiten de geijkte kaders voor wat betreft het aankondigen van de marktconsultatie: publiceer deze bijvoorbeeld ook in vakbladen, maak gebruik van een persbericht en beperk de aankondiging niet tot de gebruikelijke kanalen en doelgroepen. Houd bij brede publicatie wel rekening met de vorm – en daarmee administratieve lasten – die hieraan verbonden kunnen zijn.

1. AANLEIDING
2. MARKTCONSULTATIE
3. OVERWEGINGEN VOOR MARKTCONSULTATIE
4. VORMEN VAN MARKTCONSULTATIE
- 5. UITVOERING VAN DE MARKTCONSULTATIE
6. MARKTCONSULTATIE TIJDENS EEN AANBESTEDING
7. AANBESTEDINGSOVERSTIJGENDE MARKTCONSULTATIE
8. AFSLUITENDE TIPS EN OVERWEGINGEN
9. BRONNEN
10. OVER PIANO O EXPERTISECENTRUM AANBESTEDEN

## 6. MARKTCONSULTATIE TIJDENS EEN AANBESTEDING

### COMMUNICATIE TIJDENS DE CONSULTATIE

- Benadruk vooraf de 'spelregels' in relatie tot transparantie, objectiviteit en gelijkheid,
- Zorg dat je (als opdrachtgever) vooral aan het luisteren bent, en niet zelf aan het praten,
- Zorg voor een duidelijk proces en een 'informele' sfeer tijdens de mondelinge consultatie en de interactieve sessies,
- Gebruik open vragen om deelnemers uit te dagen om te reageren: u wilt immers gebruik maken van de aanwezige kennis en expertise. Bied partijen de mogelijkheid ook vragen te stellen naar aanleiding van het marktconsultatie document. Hoe beter zij weten wat uw vragen zijn, des te beter zij die kunnen beantwoorden,
- Deelnemers of de aanbestedende dienst kunnen een presentatie geven (zorg dat deze presentatie beschikbaar gesteld wordt),
- Zorg voor een notulist voor de schriftelijke verslaglegging van de marktconsultatie.

### AFRONDEN VAN DE MARKTCONSULTATIE

#### Procesmatige afhandeling:

- Maak afspraken over de mate van openbaarheid, ook gelet op de Wet Openbaarheid Bestuur,
- Documenteer de marktconsultatie goed: leg alle belangrijke punten, oplossingen en – vooral – de aan partijen verstrekte informatie op papier vast. Maak een verslag van de 1 op 1 gesprekken en leg deze verslagen ter goedkeuring voor aan de deelnemende partij(en),
- Maak het verslag van de marktconsultatie openbaar (bijvoorbeeld via een aanbestedingsplatform) voor de deelnemende partijen en overige belangstellenden zoals andere aanbestedende diensten,
- Voeg het verslag van de marktconsultatie toe aan het beschrijvend document om een voorsprong in kennis te voorkomen,
- Beleg in een latere fase van de aanbesteding een bijeenkomst met de inschrijvers en leg uit welke onderdelen er al dan niet van de marktpartijen zijn overgenomen. Leg de redenen uit, bijvoorbeeld de achterliggende beleidskeuze voor de duur van een contract. Wanneer de afgewezen inschrijvers uw keuze begrijpen, kunnen ze daar ook op een minder negatieve manier mee omgaan.

1. AANLEIDING
2. MARKTCONSULTATIE
3. OVERWEGINGEN VOOR MARKTCONSULTATIE
4. VORMEN VAN MARKTCONSULTATIE
5. UITVOERING VAN DE MARKTCONSULTATIE
- 6. MARKTCONSULTATIE TIJDENS EEN AANBESTEDING
7. AANBESTEDINGSOVERSTIJGENDE MARKTCONSULTATIE
8. AFSLUITENDE TIPS EN OVERWEGINGEN
9. BRONNEN
10. OVER PIANO O EXPERTISECENTRUM AANBESTEDEN



**Inhoudelijke afhandeling:**

- Verleng eventueel de minimale termijnen voor het inschrijven en aanmelden als in het bestek belangrijke informatie wordt gegeven die eerder via het consultatiedocument aan geselecteerde marktpartijen is verstrekt. Dit doet u om informatievoorsprong in tijd te compenseren.
- Beoordeel de verkregen informatie,
- Bepaal de definitieve inkoopstrategie,
- Bepaal welke inzichten opgenomen worden in het definitieve Programma van Eisen, de risicoverdeling, het betalingsregime, de proportionele selectiecriteria en het uiteindelijke bestek,  
Stel het verslag van de marktconsultatie op, waarin u op hoofdlijnen de verkregen inzichten beschrijft. Neem geen specifieke verwijzingen naar marktpartijen of commercieel gevoelige informatie op,  
Let er op dat de verkregen informatie niet leidt tot het toeschrijven van het bestek naar één marktpartij.

**DIALOOG MET BELANGHEBBENDEN TIJDENS EEN AANBESTEDING**

De marktconsultatie in de hiervoor beschreven vormen vindt typisch plaats voorafgaand aan een aanbestedingstraject. Dit is echter niet de enige mogelijkheid om in het kader van een aanbesteding marktpartijen te bevragen over het onderwerp van de aanbesteding. In bepaalde aanbestedingsprocedures zit het element van inhoudelijke dialoog al ingebouwd, en is er tevens ruimte om naar gelang de uitkomsten de inhoud en voorwaarden van de opdracht te herformuleren. Denk aan de concurrentiegericht dialoog<sup>3</sup> of de onderhandelingsprocedure. Tevens is het voor opdrachten die 'vormvrij' mogen worden aanbesteed ook mogelijk om dergelijke elementen in een procedure in te bouwen. Dit gebeurt bijvoorbeeld veelvuldig bij inkoopprocedures in het gemeentelijk sociaal domein.

1. AANLEIDING
2. MARKTCONSULTATIE
3. OVERWEGINGEN VOOR MARKTCONSULTATIE
4. VORMEN VAN MARKTCONSULTATIE
5. UITVOERING VAN DE MARKTCONSULTATIE
6. MARKTCONSULTATIE TIJDENS EEN AANBESTEDING
7. AANBESTEDINGSOVERSTIJGENDE MARKTCONSULTATIE
8. AFSLUITENDE TIPS EN OVERWEGINGEN
9. BRONNEN
10. OVER PIANO O EXPERTISECENTRUM AANBESTEDEN

<sup>3</sup> Meer informatie is te vinden in de 'Handreiking Concurrentiegericht dialoog' die door de Rijksoverheid is uitgegeven.

# 7. AANBESTEDINGSOVERSTIJGENDE MARKTCONSULTATIE

De marktconsultatie is tot hier toe beschreven als een instrument om toe te passen in het kader van een concrete aanbesteding. Echter, ook als er geen sprake is van een concrete behoefte of voorbereiding van inkoopproces kan een marktconsultatie een geschikt instrument zijn om marktinformatie te vergaren zonder de voornoemde beperkingen van desk research.

## OVERWEGINGEN AANBESTEDINGSOVERSTIJGENDE MARKTCONSULTATIE

Er zijn diverse redenen om buiten aanbestedingen om de markt te consulteren:

- Periodiek op de hoogte blijven van ontwikkelingen in de markt in een bepaalde sector.
- Inzicht krijgen in oplossingen, benaderingen en innovaties van huidige leveranciers én niet gecontracteerde (nieuwe) marktpartijen
- door marktpartijen en/of brancheverenigingen laten adviseren over (nieuwe) mogelijkheden en ontwikkelingen in de markt voordat er een concrete behoefte bij de aanbestedende dienst is.
- Informatie delen met de markt over inkoopvisie en -strategie en de concrete aanbestedingskalender van de aanbestedende dienst op langere termijn

## VORMEN AANBESTEDINGSOVERSTIJGENDE MARKTCONSULTATIE

Bij een aanbestedingsoverstijgende marktconsultatie concentreert de informatiebehoefte zich niet op het voorwerp van één opdracht. Afhankelijk van het specifieke doel past daarom ook een andere vorm van consultatie dan eerder beschreven. Hieronder beschrijven we kort enkele vormen.

1. AANLEIDING
2. MARKTCONSULTATIE
3. OVERWEGINGEN VOOR MARKTCONSULTATIE
4. VORMEN VAN MARKTCONSULTATIE
5. UITVOERING VAN DE MARKTCONSULTATIE
6. MARKTCONSULTATIE TIJDENS EEN AANBESTEDING
- 7. AANBESTEDINGSOVERSTIJGENDE MARKTCONSULTATIE
8. AFSLUITENDE TIPS EN OVERWEGINGEN
9. BRONNEN
10. OVER PIANO O EXPERTISECENTRUM AANBESTEDEN



## SPREEKUUR

Ondernemers die nieuwe producten of diensten hebben ontwikkeld maken deze graag bij inkopers bekend. Het kan zeer waardevol zijn om deze partijen buiten een concrete aanbesteding om 'spreektijd' te geven in het kader van marktverkenning zonder verdere verplichtingen of verwachtingen van beide kanten.

## MARKT- OF LEVERANCIERSDAG

Een bijvoorbeeld jaarlijks terugkerend evenement voor alle geïnteresseerde marktpartijen in een specifieke sector waarbij enerzijds marktpartijen de kans krijgen om ontwikkelingen, trends en vernieuwingen te presenteren. Anderzijds kan de aanbestedende dienst op een leveranciersdag richting de sector zijn visie en doelstellingen voor langere termijn kenbaar maken, en de concrete aanbestedingskalender delen. Zo krijgt ook de markt relevante informatie over eventuele te verwachten aanbestedingen, en krijgt de markt de kans 'aanbestedingsoverstijgend' in gesprek te gaan met de aanbestedende dienst over diens visie en beleid op het gebied van inkoop. Nodig voor een dergelijk element zo breed mogelijk marktpartijen uit, bijvoorbeeld door de uitnodiging te laten verlopen via brancheverenigingen. Een goed voorbeeld van deze vorm van aanbestedingsoverstijgende marktconsultatie is de rijksbrede jaarlijkse Leveranciersdag Rijk.

## THEMA-BIJEENKOMST

Een thema-bijeenkomst is vergelijkbaar met de markt- of leveranciersdag, maar centreert zich rond een bepaald thema. De thema-dag staat open voor alle geïnteresseerde marktpartijen, juist ook partijen die momenteel geen leverancier zijn. Deze partijen kunnen via brancheverenigingen en brede publicatie op de hoogte worden gesteld. Ook PIANOo zelf faciliteert periodiek marktontmoetingen rondom bepaalde thema's, zoals bijvoorbeeld het circulair inkopen van kantoorinrichting.

## DOORLOPEND CONTACT VIA BRANCHEVERENIGING OF BELANGENORGANISATIE (BIJVOORBEELD MVO NEDERLAND)

Relevante informatie over ontwikkelingen en innovaties in de markt kunnen ook worden opgedaan via doorlopend contact met brancheverenigingen en belangenorganisaties door te participeren in overleggen van dergelijke organisaties.

1. AANLEIDING
2. MARKTCONSULTATIE
3. OVERWEGINGEN VOOR MARKTCONSULTATIE
4. VORMEN VAN MARKTCONSULTATIE
5. UITVOERING VAN DE MARKTCONSULTATIE
6. MARKTCONSULTATIE TIJDENS EEN AANBESTEDING
- 7. AANBESTEDINGSOVERSTIJGENDE MARKTCONSULTATIE
8. AFSLUITENDE TIPS EN OVERWEGINGEN
9. BRONNEN
10. OVER PIANOo EXPERTISECENTRUM AANBESTEDEN



## 8. AFSLUITENDE TIPS EN OVERWEGINGEN

- Overweeg de kosten en baten van een marktconsultatie en wees kritisch over de vraag of een marktconsultatie het enige middel is om de benodigde informatie boven tafel te krijgen.
- Deel uitkomsten van een marktconsultatie door een verslag openbaar te publiceren. Zo kunnen andere aanbestedende diensten gebruik maken van de opgedane kennis.
- Overweeg of het verstandig is om een financiële vergoeding beschikbaar te stellen voor marktpartijen die deelnemen aan een marktconsultatie. Het advies van PIANOo is om hier terughoudend mee om te gaan.
- Als een marktconsultatie vanuit veel verschillende marktpartijen overwegend dezelfde antwoorden oplevert, dan kan dit een signaal zijn van kartelvorming.
- Laat marktpartijen meedenken over goede gunningscriteria en gewichten. Marktpartijen kunnen nuttige inzichten verschaffen in de (on)wenselijkheid van criteria, gepaste gewichten en (on)wenselijk effecten van gunningscriteria.
- Een aanbestedingsoverstijgende marktconsultatie biedt de aanbestedende dienst ook de kans om de markt te prikkelen en activeren om te gaan nadenken over oplossingen die passen binnen de inkoopvisie en lange termijn aanbestedingskalender van de aanbestedende dienst.
- Een marktconsultatie is een zeer geschikt instrument om in te zetten in het kader van innovatiegerichte aanbestedingstrajecten.

1. AANLEIDING
2. MARKTCONSULTATIE
3. OVERWEGINGEN VOOR MARKTCONSULTATIE
4. VORMEN VAN MARKTCONSULTATIE
5. UITVOERING VAN DE MARKTCONSULTATIE
6. MARKTCONSULTATIE TIJDENS EEN AANBESTEDING
7. AANBESTEDINGSOVERSTIJGENDE MARKTCONSULTATIE
- 8. AFSLUITENDE TIPS EN OVERWEGINGEN
9. BRONNEN
10. OVER PIANOo EXPERTISECENTRUM AANBESTEDEN

## 9. BRONNEN

- Boer, F. den, (2015), Aanbestedende diensten terughoudend in het delen van kennis, Tender Nieuwsbrief September 2015 / Nr. 6 pp. 5, 8.
- Chao-Duivis, M.A.B., (2008), Quicksan Contactmomenten in aanbestedingsprocedures, Instituut voor bouwrecht, pp 8-9.
- Corvers, S.F.M., (2005), Marktonderzoek en technische dialoog, Procurement letter 5e jaargang nr 1, pp 10-12.
- Garsse Van, S; Theirssen, M.; Muyter De, J. (2008), Marktraadpleging door openbare besturen, Vlaams Kenniscentrum Publiek-Private Samenwerking.
- Papenhuijzen, J.P. (2007), De Marktconsultatie, 'weet wat er te koop is en onder welke voorwaarden', PIANOo-bijeenkomst.
- Papenhuijzen, J.P., Loenhout van, J. (2011), De Marktconsultatie, hoe haalt u de waarde uit?, PIANOo-bijeenkomst.
- Pijnacker Hordijk, E.H., Bend van der, G.W. en van Nouhuys, J.F. (2009), Aanbestedingrecht, Handboek van het Europese en het Nederlandse Aanbestedingsrecht Den Haag: SDU Uitgevers BV, 4e druk p400-401.
- Rijkswaterstaat, (2006), Werkwijzer Marktconsultatie.
- Wassenaar van, A.G.J, Kroef van der, F.G.M., Horst van der, R., (2005), Marktconsultatie: een dialoog tussen markt en overheid, Kenniscentrum PPS.
- M.J.J.M. Essers (2013), Aanbestedingsrecht voor overheden, Amsterdam: Reed Business Education, 4e druk, p.170-171.
- [www.innovatiekoffer.nl](http://www.innovatiekoffer.nl)

1. AANLEIDING
2. MARKTCONSULTATIE
3. OVERWEGINGEN VOOR MARKTCONSULTATIE
4. VORMEN VAN MARKTCONSULTATIE
5. UITVOERING VAN DE MARKTCONSULTATIE
6. MARKTCONSULTATIE TIJDENS EEN AANBESTEDING
7. AANBESTEDINGSOVERSTIJGENDE MARKTCONSULTATIE
8. AFSLUITENDE TIPS EN OVERWEGINGEN
9. BRONNEN
10. OVER PIANOo EXPERTISECENTRUM AANBESTEDEN

# 10. OVER PIANOo EXPERTISECENTRUM AANBESTEDEN

Professionele overheidsinkoop ondersteunt overheidsbeleid en levert *value for taxpayers money* op. PIANOo, Expertisecentrum Aanbesteden draagt bij aan de professionalisering van overheidsinkoop door kennis te delen. PIANOo biedt informatie, instrumenten en advies over het inkopen en aanbesteden van werken, leveringen en diensten.

Op [pianoo.nl](http://pianoo.nl) vindt u onder meer:

- Het laatste nieuws over inkopen/ aanbesteden
- Wet- en regelgeving
- Het inkoopproces in stappen
- Tools, methodieken en voorbeelddocumenten
- Praktijkvoorbeelden
- Themadossiers op inkooponderwerpen die extra aandacht vragen zoals Maatschappelijk Verantwoord Inkopen (MVI), inkoop in de GWW, elektronisch aanbesteden, aanbesteden van geïntegreerde contracten.
- Informatie over specifieke markten

## Bijeenkomsten

PIANOo organiseert regelmatig bijeenkomsten over uiteenlopende onderwerpen binnen publieke inkoop. [Overzicht](#) van de actuele bijeenkomsten

## Nieuwsbrief

Automatisch op de hoogte blijven van PIANOo-nieuws? Wordt dan lid van de tweewekelijkse digitale nieuwsbrief PIANOo Alert.

[Direct aanmelden](#)

## PIANOo-Forum

Op het grootste Europese platform voor inkopers Procurement Forum kunt u met vakgenoten uit heel Europa informatie delen. PIANOo heeft een eigen, besloten gedeelte op het platform: PIANOo Forum. Binnen PIANOo Forum kunt u met Nederlandse publieke inkopers in verschillende groepen informatie uitwisselen, vragen stellen of discussies voeren. U kunt ook een eigen groep starten. [Lid worden](#) (van Procurement Forum en het PIANOo Forum)

## Vragenloket

Heeft u als aanbestedende dienst vragen over bijvoorbeeld wet- en regelgeving, de toepassing van een (gunning)methodiek of beleidsthema's als duurzaamheid of social return? Leg deze voor aan het Vragenloket van PIANOo via [info@pianoo.nl](mailto:info@pianoo.nl)

1. AANLEIDING
2. MARKTCONSULTATIE
3. OVERWEGINGEN VOOR MARKTCONSULTATIE
4. VORMEN VAN MARKTCONSULTATIE
5. UITVOERING VAN DE MARKTCONSULTATIE
6. MARKTCONSULTATIE TIJDENS EEN AANBESTEDING
7. AANBESTEDINGSOVERSTIJGENDE MARKTCONSULTATIE
8. AFSLUITENDE TIPS EN OVERWEGINGEN
9. BRONNEN
10. OVER PIANOo  
EXPERTISECENTRUM AANBESTEDEN