Gemeente Amsterdam

Raadsinformatiebrief
Afdoening moties

Aan:	De leden van de gemeenteraad van Amsterdam
Datum	10 september 2024
Portefeuille(s)	Coördinatie Inkoop en Sociale Zaken
Portefeuillehouder(s):	Hester van Buren en Rutger Groot Wassink
Behandeld door	Directie Financiën & Inkoop (bestuurszaken.inkoop@amsterdam.nl), Sociaal Werkkoepel, Bureau Social Return (bestuurszaken.wpi@amsterdam.nl) en Economische Zaken (directie-.en.managementadvisering.ez@amsterdam.nl
Onderwerp	Afdoening moties 420.23, 422.23 en 425.23 van de leden Schmit (D66), Namane (PvdA), Bentoumya en IJmker (Groen Links) en voormalig lid Hoogtanders (VVD) inzake maatschappelijk verantwoord opdrachtgeven en inkopen.

Geachte leden van de gemeenteraad,

In de vergadering van de gemeenteraad van 29 juni 2023 heeft u bij de behandeling van de actualisatie van het inkoopbeleid *opdrachtgeven en inkopen met invloed* en de *leidraad sociaal opdrachtgeven en ondernemen* de moties 420, 422 en 425 van de raadsleden, Schmit (D66), Namane (PvdA), IJmker (GL) en Bentoumya (Groen Links) en voormalig lid Hoogtanders (VVD) aangenomen. Met deze raadsinformatiebrief willen wij u informeren over de wijze waarop wij invulling geven aan de gestelde vragen.

Motie 420 ‘Meer maatschappelijk impact realiseren via inkoop’
Inhoud motie:

- Impactvol aanbesteden wordt de norm. Bij elke aanbesteding wordt extra impact uitgevraagd en gewaardeerd in de beoordeling van de inschrijvingen, tenzij dit onderbouwd niet mogelijk is;
- In 2024 de eerste stappen te zetten en in 2026 volledig inzichtelijk te maken hoe in gemeentelijke aanbestedingen impact wordt uitgevraagd en gewaardeerd in de beoordeling van de inschrijvingen;
- De raad jaarlijks te informeren over de inzet en de resultaten van impactvol inkopen.

Beantwoording motie:
Impactvol aanbesteden is al sinds enkele jaren de norm. Sinds 2021 is dit verankerd in het Amsterdamse inkoopbeleid en de leidraad sociaal opdrachtgeverschap[1]. Uitgangspunt is dat in elke aanbesteding daar waar het past maatschappelijk effect een prominente plek krijgt. Ook hebben wij als college in 2022 het landelijk manifest *maatschappelijk verantwoord opdrachtgeven*

[1] Inkopen met invloed uit 2021, klik hier en leidraad sociaal opdrachtgeverschap uit 2021, klik hier

en inkopen (MVOI) ondertekend, waarin is uitgesproken dat de gemeente Amsterdam haar inkoopfunctie standaard inzet als middel om haar maatschappelijke beleidsdoelen te behalen.

Het meenemen van social return verplichtingen in aanbestedingen is al langer de norm. En hoewel er altijd ruimte voor verbetering is, is er een goed werkend systeem dat ervoor zorgt dat social return een prominente plek heeft in aanbestedingen waar dat logisch is. Via de jaarrekening wordt u geïnformeerd over de behaalde resultaten. Nu staan wij voor de uitdaging om zo'n zelfde systeem te bouwen voor de andere maatschappelijke doelen. Anders dan bij social return laten de doelen m.b.t. milieu, biodiversiteit, klimaat, circulariteit, ketenverantwoordelijkheid, inclusie en diversiteit en lokaal inkopen zich niet 1 op 1 vertalen in een bepaald percentage dat in contracten moet worden opgenomen. Dat betekent dat per aanbesteding moet worden onderzocht welke maatschappelijke doelen kunnen worden meegenomen. Ook zal soms een keuze moeten worden gemaakt welk maatschappelijk effect prioriteit krijgt, omdat stapeling van eisen tot mislukte aanbestedingen kan leiden. Ook moet worden bepaald welke informatie wordt vastgelegd t.b.v. monitoring en sturing op realisatie.

Al enige tijd zijn wij bezig met het bouwen van een systeem dat ervoor gaat zorgen dat maatschappelijk verantwoord opdrachtgeven en inkopen onderdeel wordt van het DNA van de organisatie, m.a.w. dat bij gemeentelijke aanbestedingen altijd impact wordt uitgevraagd en gewaardeerd wordt in de beoordeling van de inschrijvingen. Wij doen dit stapsgewijs en werken daarbij steeds aan de meest cruciale aspecten. Dat betekent dat in 2024 en 2025 de focus ligt op:

- het continueren van en het steeds effectiever en efficiënter screenen van de inkoopkalender voor een eerste quickscan op impact (MVOI breed);
- de implementatie van het inkoopafsprakendocument: elke aanbesteding start met een intakegesprek. Dit intakegesprek gebeurt aan de hand van een lijst met punten. Dit helpt de inkoopadviseur en opdrachtgevende directie om belangrijke onderdelen in het proces te markeren, hierover afspraken te maken en deze vast te leggen in het inkoopafsprakendocument. Een belangrijk aspect dat in dit document aan de orde komt zijn de maatschappelijke doelen. Concreet worden daarin de MVOI-thema's geëxpliciteerd, en besproken op welke wijze geborgd wordt dat experts van de MVOI-thema's tijdig aanhaken om het aanbestedingsteam en de opdrachtgever te ondersteunen bij marktconsultaties, dan wel het borgen van MVOI-gunningseisen en -criteria in de aanbestedingsdocumenten;
- het verder uitrollen en implementeren van het instrument ambitieweb: het zorgt ervoor dat de opdrachtgevende directies en de inkopers en MVOI-adviseurs kansrijke ambities identificeren, expliciteren en tegen elkaar afwegen en zo het ambitieniveau vastleggen. Hierna volgt een concretiseringslag in MVOI-gunningseisen en –criteria, of bijvoorbeeld een indeling in percelen, en wordt vervolgens het definitieve besluit genomen;
- het borgen van het werken met contractmanagementplannen: na het afsluiten van het contract worden de afspraken op het gebied van MVOI gerealiseerd. De voortgang hierop moet worden gemonitord, zodat tijdig kan worden bijgestuurd als onvoldoende of niet aan de afspraken wordt voldaan. Dit jaar wordt een start gemaakt met het onderzoek om in beeld te brengen welke contractinformatie wenselijk is en wat ervoor nodig is om dit op een goede manier vast te leggen in contractmanagementplannen en mogelijk systemen.

- het toepassen van aanbestedingsprocedures gericht op innovaties: impactvol aanbesteden gaat ook over het toepassen van aanbestedingsprocedures die gericht zijn op de ontwikkeling van innovatieve producten, diensten of werken. Bijvoorbeeld het innovatiepartnership. Op dit moment maken wij nog sporadisch gebruik van dergelijke procedures. Dit voorjaar zijn verschillende geslaagde en mislukte innovatiegerichte aanbestedingen geëvalueerd. Dit onderzoek richt zich op hoe we de methodes van samenwerken met de markt kunnen verbeteren en kunnen doorontwikkelen en welke gevolgen dit heeft voor ons eigen gemeentelijke systeem (denk aan interne beleidskaders, processen, etc.) De resultaten daarvan worden voor de zomer gevalideerd -onder andere bij wetenschappers – en worden omgezet in verbeteracties.

Tot slot verzoekt u het college om de raad jaarlijks te informeren over de inzet en de resultaten van impactvol inkopen. Wij rapporteren integraal in de jaarrekening op basis van de beschikbare informatie. De komende jaren kunnen wij deze rapportage gaan uitbreiden, omdat wij meer sturingsinformatie gaan vastleggen onder andere via het contractmanagement.

Motie 422 ‘De bekendheid van inkoopmogelijkheden bij sociale firma’s vergroten’
Inhoud motie:
- Binnen de eigen organisatie Bureau Social Return, Inkoop en Financieel Beleid, de Sociaal Werkkoepel en Amsterdam Impact actiever in te zetten om de bekendheid van sociale firma’s en de mogelijkheid om hierbij in te kopen te vergroten;
- Bedrijven en organisaties waar de gemeente mee samenwerkt of gesprekken mee voert, actief te stimuleren om meer sociaal in te kopen (denk aan deelnemingen, ankerinstituten zoals ziekenhuizen en universiteiten en bedrijven waarmee contacten zijn vanuit EZ);
- De bekendheid van de lijst met sociale firma’s op www.socialezaken.info te vergroten, zowel binnen als buiten de gemeentelijke organisatie;
- Samen met De omslag, City Deal en Buy Social de aangesloten sociale firma’s en lokale ondernemers die veel ervaring hebben met gemeentelijke aanbestedingen een werkconferentie (of meerdere) te organiseren, met als doel om de samenwerking met en ondersteuning van sociale firma’s te versterken.

Beantwoording motie:
Sociale firma’s zijn een belangrijke groep sociale ondernemers en daarmee cruciale partners voor de grote sociale uitdaging waar de gemeente Amsterdam voor staat. We hebben daarom een speciaal ondersteuningsbeleid voor deze sociale partners, waaronder diverse communicatiekanalen waarmee sociale firma’s actief worden gepromoot richting leveranciers, werkgevers en inkoopadviseurs van de gemeente, zoals:
- *De flyer Be social, buy social*: deze wordt meerdere keren per jaar zowel intern (via intranet SAM) als extern via sociale media en nieuwsbrieven onder de aandacht gebracht, waaronder

de bedrijven en organisaties genoemd onder motie dictum 2. De laatste keer was december 2023[2];
- *Het digitale platform Gemeente | Home | Sociale Zaken – Marktplaats voor sociaal verantwoord inkopen*: deze wordt actief onder de aandacht gebracht bij opdrachtnemers met een social return verplichting en bij het bredere netwerk van samenwerkingspartners van de gemeente (o.a. via LinkedIn); daarnaast staan diverse sociale firma's ook op het landelijke platform Buy Social. De gemeente Amsterdam is partner van het Buy Social Partnernetwerk;
- *Inspiratie-sessies en gesprekken via Bureau Social Return*: na gunning worden opdrachtnemers door de adviseurs social return geïnformeerd over de mogelijkheid om in te kopen bij erkende sociale firma's in het kader van hun social return verplichting;
- *Bewustwordingscampagnes consumenten*: het college heeft via Amsterdam Impact de afgelopen jaren diverse bewustwordingscampagnes en communicatie opgezet gericht op consumenten. Communicatie is gericht op bewoners en bezoekers in deze campagnes met tips om sociaal in te kopen bij sociaal ondernemers en wordt ook met ambtenaren gedeeld. Recent zijn routes geactualiseerd voor alle stadsdelen en het stadsgebied Weesp[3]. Met onder meer het programma Circulaire Economie en de Voedselstrategie wordt op dit moment in kaart gebracht hoe wij verder kunnen bijdragen aan de bewustwordingscommunicatie gedurende het jaar en hoe we de samenwerking met diverse initiatieven en platforms verder kunnen versterken.

De uitdaging is om bedrijven, organisaties en onze inwoners nog meer tot sociaal inkopen aan te zetten. Door aandacht te vragen voor wat de meerwaarde is en vooral ook te laten zien wat er mogelijk is. We zijn het eens met de indieners van de motie en vinden het belangrijk de bekendheid van sociale firma's/ondernemingen/lokale initiatieven verder te vergroten.
We gaan daarom hun bekendheid verder versterken binnen en buiten de gemeentelijke organisatie. Doel daarbij is nog meer maatschappelijke impact te maken via sociale inkoop.
Daarom is de gemeente van plan om, in aanvulling op de voorgaande acties, in te zetten op:
- Het actualiseren van de *etalage socialezaken.info/gemeente* om de informatie toegankelijker, aantrekkelijker en leesbaarder te maken voor leveranciers en interne opdrachtgevers;
- *Content campagne sociaal inkopen*: om sociaal inkopen zowel binnen de gemeente als extern richting alle Amsterdamse bedrijven extra te promoten, wordt dit jaar een content campagne gehouden;
- Het in 2024 organiseren van een *(digitale) werkconferentie/-sessie* samen met o.a. Buy Social, de Omslag, City Deal, sociale firma's en lokale ondernemers, met als doel de samenwerking met en ondersteuning van sociale firma's te versterken. De bevindingen worden meegenomen in het beleid voor lokaal inkopen.

Motie 425 'Inkopen bij kleinere partijen verhogen'

[2] Buy Social flyer (iamsterdam.com)
[3] In het Nederlands: Duurzaam winkelen en eten | I amsterdam en in het Engels: Conscious shopping routes (iamsterdam.com)

Inhoud motie:

- Te onderzoeken bij welke typen aanbestedingen het verdelen in kleine percelen extra mogelijkheden zou bieden voor kleinere partijen, zoals sociale firma's en kleine ondernemingen;
- De resultaten te koppelen aan een plan van aanpak, zodat dit in de praktijk gebracht kan worden;
- Hierover te rapporteren aan de raad.

Beantwoording motie

Zoals bij de beantwoording van motie 420 is aangegeven contineren wij het vooraf screenen van de inkoopkalender voor een eerste quickscan op impact (MVOI breed). Onderdeel van deze screening is de kansrijkheid voor kleinere partijen. Wij willen ons dan ook niet beperken tot het definiëren van type aanbestedingen, maar willen vooral per aanbesteding kijken welk aanbod er in de markt is of waarvan het wenselijk is dat dit gestimuleerd wordt.

Daarnaast brengen wij in dit kader de ontwikkelingen binnen het uitvoeringsprogramma *Wij Maken Samen Nieuw-West*, in het bijzonder Community Wealth Building (CWB) onder de aandacht, waarin de stappen zijn uitgezet ter versterking van de plaatselijke lokale economie. Eén van de doelen is om de komende 2 jaar minstens vier (werknemers- of buurt) coöperatieven te helpen realiseren, waarbij ook expliciet wordt gekeken deze te koppelen aan de inkopen van de gemeente Amsterdam en andere grote organisaties in de stad. Inkoop is dan ook een van de pijlers van het programma. Afgelopen maart bent u hierover geïnformeerd. Voor de rapportage aan de raad verwijzen wij u naar de beantwoording van motie 420.

Het college beschouwt de moties hierbij als afgehandeld.

Met vriendelijke groet,
Namens het college van burgemeester en wethouders van de gemeente Amsterdam,

Hester van Buren
Wethouder Coördinatie inkoop

Rutger Groot Wassink
Wethouder Sociale Zaken

Bijlagen

A. Korte beschrijving van het Amsterdamse inkoopbeleid
B. Motie 420 Meer maatschappelijke impact realiseren via inkoop;
C. Motie 422 De bekendheid van inkoopmogelijkheden bij sociale firma’s te vergroten;
D. Motie 425 Inkoop bij kleinere partijen te verhogen.

Bijlage 1 Korte beschrijving van het Amsterdamse inkoopbeleid

Amsterdams inkoopbeleid met zes maatschappelijke thema's

Op gebied van *maatschappelijk verantwoord opdrachtgeven en inkopen* proberen we altijd binnen de grenzen van de aanbestedingswet te kijken naar wat er mogelijk is. De focus van rechtmatig inkopen (volgens wet- en regelgeving) verlegt zich steeds meer naar doelmatig en dus maatschappelijk verantwoord opdrachtgeven en inkopen. Dat is te zien in ons inkoopbeleid 'Opdrachtgeven en inkopen met invloed'. Naast een goede prijs/kwaliteit verhouding dagen we de markt uit om mee te denken over hoe we een in te kopen product of dienst zo maatschappelijk verantwoord mogelijk kunnen aanbesteden.

De volgende zes maatschappelijke thema's staan op dit moment centraal in ons inkoopbeleid:

Duurzaam De gemeente wil via de inkoop opdrachtgevers stimuleren en ondernemers de mogelijkheid bieden om duurzame producten en diensten te leveren.	*Gezond* De gemeente wil via de inkoop opdrachtgevers en ondernemers stimuleren om bij te dragen aan een gezonde stad.	*Inclusie en Diversiteit* De gemeente wil via inkoop ondernemers stimuleren om na te denken over inclusie en diversiteit binnen de opdrachten en ook binnen hun eigen organisatie.
Innovatie De gemeente wil via innovatiegerichte inkoopprocedures ondernemers (van klein tot groot) stimuleren om samen te innoveren.	*Regionaal en mkb* De gemeente wil via de inkoop het midden- en kleinbedrijf in en om Amsterdam stimuleren. Daarom worden regionale en mkb-bedrijven gericht uitgenodigd om samen te werken.	*Sociaal* Amsterdam vraagt opdrachtgevers, ondernemers en organisaties om een sociale bijdrage te leveren aan de stad en kansen te geven aan kwetsbare Amsterdammers.

De gemeente Amsterdam is de eerste overheidsorganisatie in Nederland die de uitgangspunten van het manifest *maatschappelijk verantwoord opdrachtgeven en inkopen (MVOI)* structureel heeft geborgd in haar inkoopbeleid. Ook aan de uitvoering van het beleid is gedacht. De implementatie doen we via zogenaamde verbeteropgaven, zodat de ambtelijke organisatie goed wordt meegenomen.

Wat betreft de directe sociale inkoop door de gemeente, de aanleiding van de drie moties, is dat op dit moment als volgt in te delen:

- Inbesteden waar mogelijk (Pantar)
  - We hebben de mogelijkheid opdrachten aan Pantar te verstrekken zonder dat daarvoor een aanbestedingsprocedure gevolgd hoeft te worden. Dat doen we in 2023 bij Pantar voor € 14 mln., deels via inbesteden, deels via gegunde aanbestedingen;
- Onder de aanbestedingsdrempel 'bestellen' bij sociale firma's

  - Als gemeente verstrekken we opdrachten die onder de aanbestedingsgrens liggen, ‘klein inkopen’. Dit biedt de ruimte om dit maatschappelijk verantwoord te doen bij sociale ondernemers die hieraan voldoen. Dit wel binnen het kader dat hiervoor geldt en erop is gericht tegen een gunstige prijs/kwaliteitverhoudingen in te kopen. In 2023 kochten we voor € 2,5 miljoen bij erkende Amsterdamse sociale firma’s;
- Maatschappelijk verantwoord aanbesteden boven de aanbestedingsdrempel
  - Boven de aanbestedingsdrempel worden opdrachten vooral gegund op basis van beste prijs-kwaliteit verhouding. Het beleid is er op gericht in de aanbesteding gunningscriteria op te nemen waarmee de inschrijvers zich op hun maatschappelijke impact kunnen onderscheiden.
  - Sociaal inkopen boven de aanbestedingsdrempel is vastgelegd via een uitvoeringsvoorwaarde social return. Deze voorwaarde geeft aan welk deel van de omzet door de leverancier moet worden ingezet als social return. Ook kunnen specifieke sociale gunningscriteria worden opgenomen in de aanbesteding of kunnen opdrachten worden voorbehouden voor sociale ondernemingen (via artikel 2.82 van de Aanbestedingswet). In 2023 hebben onze leveranciers zo'n 2.900 mensen geholpen (o.a. door begeleiding en opleiding) bij het vinden van (tijdelijk) werk, stage of werkervaringsplek, waarvan de helft in Amsterdam zelf. Dit bovenop de reguliere inspanning van de gemeente Amsterdam op het gebied van arbeidstoeleiding. In 2023 kochten leveranciers van de gemeente voor € 8 miljoen bij erkende Amsterdamse sociale firma's in het kader van hun social return verplichting. En werd door onze leveranciers als social return invulling € 5 miljoen geïnvesteerd in lokale initiatieven of overige projecten.