

Bliv leverandør til det offentlige

Langt de fleste offentlige ordrer skal i udbud, så konkurrencen bliver fri og fair. Hvis virksomheden kender reglerne, forstår de offentlige indkøbere og tør udfordre både dem og udbudsreglerne, er det slet ikke så svært. Keld Jensen fra Marketwatch Management A/S giver her indsigt i et stort og spændende marked

Tekst Anne Absalonsen • Foto Jens Dige



Sådan bliver du offentlig leverandør

Alle udbudsopgaver bliver bragt i Statstidende, der siden oktober 2005 kun udgives i elektronisk form (statstidende.dk). Men udbudsopgaverne ligger også on-line på udbudsvagten.dk eller udbudsavisen.dk, der også viser norske og svenske udbud. De fleste mindre udbud annonceres ofte i lokalavisen. EU-udbud annonceres i EF-Tidende og kan findes gratis i TED-databasen, ted.europa.eu.

Statens og Kommunernes Indkøbsservice, SKI, skal godkende alle leverandører, men det er en ren formssag og kan gøres her: ski.dk.

Kend din indkøber, så det ikke er kommunen, men Palle og Marianne, du snakker med. Den sociale dimension tæller.

Indpakningen har altid betydning, så dit tilbudsmateriale må gerne være flot layoutet og printet pænt.

Budgettet i år er vigtigere, hvis der er valg. Politikere er kortsigtede.

Du kan også altid true med en klagesag, for det er noget, det offentlige ikke har lyst til. Klagesager bruges også strategisk i kampen om de offentlige opgaver.

Læs mere på konkurrencestyrelsen.dk

Et tohovedet monster. Sådanne forestiller mange danske virksomheder sig det offentlige, men i virkeligheden er det ikke så svært at komme igennem til stat, region eller kommune, der oven i købet kan være attraktive kunder.

- Der er relativ lille konkurrence, når man handler med det offentlige, det er profitabelt, og det offentlige er en sikker betaler. Desuden er der ofte tale om større volumen og et stort potentiale i samarbejdet, for har man en gang knækket koden for udbudsregler, er det ikke svært at afgive tilbud.

Det forklarer direktør og partner i MarketWatch Management A/S, Keld Jensen, der er specialiseret i forhandling og samarbejde, herunder også med det offentlige.

Alle opgaver over en vis størrelse skal ifølge EU-regler i udbud for at sikre en fri og fair konkurrence. Netop disse udbudsregler er med til at skræmme mange små- og mellemstore virksomheder fra at byde ind. Keld Jensen siger:

- Grænsen for, hvornår en opgave eller leverance skal i udbud, ligger over 1,5 millioner kroner, og det gælder langt de fleste offentlige opgaver. Mange private virksomheder, der ikke tidligere har handlet med det offentlige, forventer, at det er svært eller besværligt. Men i virkeligheden handler det om at kende udbudsreglerne og kunne afgive et tilbud i henhold til de regler. Og det bedste, en virksomhed kan gøre, er at hyre eksperter til at hjælpe med udbudsmaterialet, så det lever op til det offentliges krav og regler.

Selv om man bruger eksterne konsulenter til at analysere opgaven, formidle udbudsreglerne

og udarbejde tilbudsmaterialet, er det dog stadig virksomheden selv, der skal gå de afgørende skridt i retning af en ordre - f.eks. ved at starte en dialog med den offentlige myndighed.

Nye spillere og spil

En fordel ved at handle med det offentlige er, at alle indkomne tilbud skal tages med i vurderingen. Keld Jensen opfatter de offentlige indkøbere, der skal vurdere tilbud, som både fair og kompetente.

- De handler ikke automatisk med det største firma eller med dem, de har handlet med før, hvis der kommer et bedre bud fra en ny, ukendt leverandør. Snarere tværtimod, for dominerer en leverandør i en branche, er indkøberne endnu mere opmærksomme på nye spillere for at hindre monopoldannelse. Så man har en reel chance - og faktisk en ganske stor chance - for at komme igennem til ordren, blot man overholder udbuds- og gældende spilleregler.

- Mange virksomheder har specialiseret sig i offentlig samhandel. De har sat sig ind i udbudsreglerne, formår at fejlsikre og bruger dialogen aktivt til at bringe de parametre i spil, der tilgodeser deres ydelser og produkter. Man kan vælge at betragte hele udbudsprocessen som en investering, hvor det handler om at få sat tilbudsafgivningen op som en skabelon, der let kan anvendes på de følgende opgaver i udbud. Måske koster det noget at lave det første tilbudsmateriale, men det betaler sig ind i løbet af de efterfølgende.



Street-smartness virker ikke i det offentlige, bl.a. fordi 23 ud af 30 indkøbere er kvinder



Keld Jensen opfatter de offentlige indkøbere, der skal vurdere tilbud, som både fair og kompetente

”

Der er ingen, der siger, at deadline ikke kan udskydes

Dialog giver fordele

Skal man for første gang afgive tilbud til det offentlige på vandglas eller jagerfly, er det en god ide at lære de mennesker at kende, der i sidste ende træffer

beslutningen. Udbudsreglerne forbyder ingen at ringe indkøberen op og fortælle lidt om det firma, man repræsenterer - eller spørge ind til, hvad der er brug for, hvad der er vigtigt i denne ordre eller om særlige faktorer spiller ind.

- Ring dem op. Sig, du ved, der kommer et udbud, og at du gerne vil høre noget mere om krav og forventninger. Men vær ikke sælgende - street-smartness

virker ikke i det offentlige, bl.a. fordi 23 ud af 30 indkøbere er kvinder. Brug hellere dialogen som en mulighed for at drøfte potentialet i udbuddet og bringe flere variabler i spil, for eksempel leveringsbetingelser eller deadline for aflevering af tilbudsmateriale. Uden dialog bliver det et rent prisspørgsmål, for det lægger EU-reglerne op til.

Mange virksomheder har fortvivlet oplevet at aflevere tilbudsmaterialet kvart over tolv, for så at blive afvist med den begrundelse, at deadline var klokken tolv. Men deadline er også en variabel:

- Der er ingen, der siger, at deadline ikke kan udskydes. Det er blot at spørge om det, hvis man kan se, at det bliver svært at nå at få materialet klart til den forventede tid.

Klar til aben

En 15.30-kultur kalder Keld Jensen arbejdskulturen i det offentlige. I modsætning til det private erhvervsliv overholdes arbejdstiden, så det er svært at få fat i nogen efter fyraften. At det er et politisk system betyder også, at kommandovejen kan være lang, og at nogle beslutninger ikke umiddelbart virker logiske ud fra en økonomisk betragtning. Det politiske vejer tungt, særligt i et valgår.

- I det offentlige tænker mange, at jo mindre arbejde, des bedre. Jo mere du kan løfte byrden fra kundens skuldre, desto mere attraktiv er din virksomhed. Det betyder også noget, at virksomheden kan beskytte kunden mod fejl og mod det, der i sidste ende kan give dårlig presse.

- Det er helt sikkert sværere for en offentlig leder at træffe en beslutning, for man også skal tage hensyn til det politiske led. Valgperioder, politiske aftaler og signalværdi betyder noget. Lige nu opfattes det for eksempel som et positivt træk ved en potentiel leverandør, at leverandøren har en grøn profil. Mens man i det private kan lave fejl, tilgive dem og komme hurtigt videre, vejer bureaukratiet tungt i det offentlige. Selv små fejl kan få konsekvenser, både i administrationen og på det politiske niveau.

- Når du handler med det offentlige, skal du være indstillet på at hjælpe og befri din kunde for mest muligt besvær. Du skal også i et vist omfang være parat til at tage aben, hvis et eller andet går skævt. Men jeg har endnu aldrig oplevet, at man blev smidt ud, fordi man påtog sig et ansvar i en skæv sag. Man skelner skarpt mellem prestigetab og pengetab, og det er som regel vigtigere, at ministeren står i et godt lys frem for, hvad prisen bliver, siger Keld Jensen og opfordrer alle danske virksomheder til at tænke europæisk:

- Danske virksomheder burde allerede i morgen give tilbud på ydelser i for eksempel det tyske sundhedsvæsen. Der gælder jo de samme udbudsregler i hele EU.