



Centralreanlægget i Kolding.

Foto: BlueKolding

BlueKolding byder leverandører op til forhandling

Hvis du som leverandør vil byde på opgaver hos BlueKolding, det tidligere Kolding Spildevand, skal du forberede dig på at blive udfordret. Både på dit tilbud og på din måde at tænke udbuds- og ordreprocesser på. BlueKoldings nye tilgang til udbud og tilbud er en kombination af begreberne NegoEconomics, der bedst kan oversættes med forhandlingsøkonomi, og SMARTnership, der kan oversættes med klogt partnerskab.

Tekst: Tue Knudsen, BlueKolding

Det lyder umiddelbart som en rigtig god fidus: Man udbyder en opgave, får nogle tilbud og vælger de tre bedste. Derefter sætter man sig til forhandlingsbordet med de udvalgte leverandører og finder ud af, hvordan tilbuddet kan blive endnu skarpere, og opgaven kan løses billigere. Og det er en god fidus - vel at mærke for begge parter. Både udbyder og tilbudsgiver. De besparelser, som de to parter finder og forhandler sig frem til, deler de nemlig i porten.

En lærerig proces

Det oplevede Kaj Stjernholm, ejer af virksomheden Stjernholm A/S, da han bød på en opgave til BlueKoldings centralreanlæg:

- Vi blev udvalgt som én af tre tilbudsgivere, og så blev vi en del af en proces, vi ikke har prøvet før. BlueKolding gik simpelthen i dialog med os som tilbudsgiver om at optimere tilbuddet og finde frem til, om vi ville kunne løse opgaven både bedre og billigere, end vi umiddelbart havde forestillet os og regnet os frem til, forklarer Kaj Stjernholm.

Han oplevede processen som god og lærerig, og det var ikke kun, fordi han endte med at få ordren til sidst.

- Når man byder på større anlægsopgaver, så er det både kompliceret og dyrt at lave et tilbud. Derfor har den dialog, som BlueKolding indbyder til, rigtig stor værdi. Man lærer virkelig noget, og dermed er man sikker på at få noget ud af processen, uanset om man ender med at få ordren eller ej, siger han-

Til glæde og gavn for begge parter

NegoEconomics og SMARTnership handler om i fællesskab at identificere de dele af tilbuddet, der kan forhandles om, og så finde en løsning, der gavner begge parter.

Hos BlueKolding vurderer direktør Per Holm også, at selv de tilbudsgivere, der endte med at blive valgt fra, har haft en positiv oplevelse af processen:

- For de leverandører, der byder på en opgave, handler det selvfølgelig først og fremmest om at få ordren, og alle ved, at der kun kan være én vinder af en udbudsrunde. Men det betyder ikke, at man ikke kan få noget ud af det, selvom man ikke får ordren. Som udbydere har vi oplevet en konstruktiv og lærerig dialog med flere virksomheder, og selv de, der ikke fik ordren, har rost processen og den nye måde at tænke og håndtere den på, fortæller han.

Det bekræfter Aslak Skjøth, administrerende direktør i Aquagain, der også bød på opgaven.

- Selvfølgelig er det træls, når man ikke får opgaven. Der går rigtig meget tid med at udregne sådan et tilbud og byde på opgaven, og når man ikke får den, så får man jo heller ikke noget for det arbejde. Når det så er sagt, så synes jeg faktisk, det er en god proces. Alene det, at man får mulighed for selv at præsentere sit tilbud og sin løsning frem for bare at aflevere et tilbud, er positivt, og det er i hvert fald langt bedre end bare at skulle prostituere sig på prisen. Også i et samfundsmæssigt perspektiv er det mere rigtigt, at man vurderer den tekniske løsning frem for ren pris, siger Aslak Skjøth.

Monopol forpligter

Per Holm og BlueKolding kan glæde sig over, at de nu i samarbejde med leverandøren Stjernholm A/S får løst opgaven bedre og billigere, end hvis der havde været tale om en traditionel udbudsrunde.

- Hos BlueKolding har vi et helt grundlæggende princip, der hedder monopol forpligter. Det betyder, at vi føler os særligt forpligtede til at få det optimale ud af de penge, vores kunder er tvunget til at betale til os i vandafledningsbidrag. De kan ikke gå andre steder hen, for der er ikke andre leverandører. Det ser vi i højere grad som en skærpende forpligtelse end som et privilegium, og derfor er NegoEconomics- og SMARTnership-tankegangen helt i tråd med den måde, vi ønsker at drive vores virksomhed på. Kunder skal have mest muligt miljø og værdi for de penge, de betaler til os, forklarer Per Holm, der forventer en besparelse på 25% af centralreanlæggets energiforbrug.

- Vi har indtil nu brugt 1,6 mio. kWh om året på centralreanlægget, og det bliver fremover reduceret til 900.000. Vi kommer til at spare i alt 25% på centralreanlæggets energiforbrug, hvilket svarer til 8% af BlueKolding samlede forbrug, siger Per Holm og fortsætter:

- Både selve løsningen og måden at håndtere udbudsprocessen på er et naturligt led i vores strategi om at udvikle BlueKolding fra et traditionelt driftselskab og en gammeldags forsyningsvirksomhed til et moderne miljø-, energi- og klimaselskab til gavn for vores kunder og for de kommende generationer. Navnet BlueKolding udspringer af tankerne bag The Blue Economy, som handler om at hæve ambitionsniveauet i forhold til den grønne tankegang. Hvis vi skal sikre kloden og give den ordentligt videre til væres børn og børnebørn, er det ikke længere nok at gøre mindre skade, end vi som mennesker har gjort hidtil. Vi er nødt til i stedet at tænke i, at vi skal gøre mere gavn.

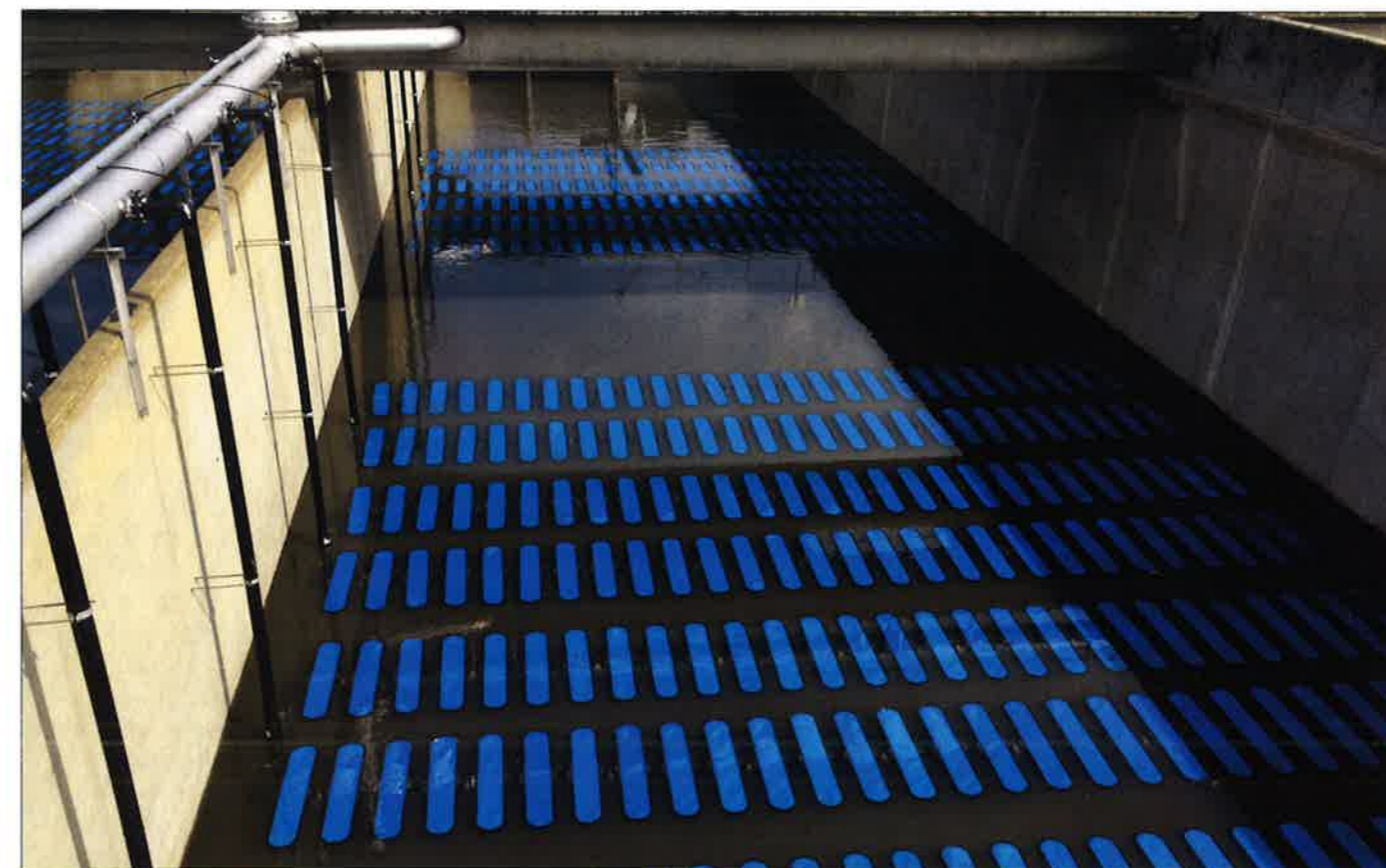
” Alene det, at man får mulighed for selv at præsentere sit tilbud og sin løsning frem for bare at aflevere et tilbud er positivt, og det er i hvert fald langt bedre end bare at skulle prostituere sig på prisen. Også i et samfundsmæssigt perspektiv er det mere rigtigt, at man vurderer den tekniske løsning frem for ren pris. ”

Aslak Skjøth, adm. dir., Aquagain

Per Holm understreger, at BlueKolding derfor vil fortsætte med konstant at udfordre både sig selv og sine leverandører og samarbejdspartnere til at finde endnu bedre løsninger på selskabets opgaver og udfordringer.

Kolding Centralreanlæg

Anlæg:	Biodenifiko med forklarings-tanke og rådnetank samt siam-mineraliseringsanlæg
Dimensionering:	125.000 PE
Byggeår:	1992
Udskiftet:	16 stk. belufterrotorer
Installeret:	2 stk. turboblaesere type PillAerator 1 stk. nødblæser type Kaeser
Diffusorer:	4480 stk total - type Supratec
Forventet elbesparelse:	30-40 %



Måtter til bundbeluftning

Foto: BlueKolding