

NOTAT

Møde om: Markedsdialog vedr.
Strategiske Partnerskaber

Dato: Uge 41

Deltagere: Arkitema Architects og
Cowi A/S Bravida
Danmark A/S
Enemærke & Pedersen
A/S og Kant Arkitekter A/S
Kemp & Lauritzen A/S
NCC Danmark A/S Niras
A/S Siemens A/S
Sweco Danmark A/S Zeso
Architects A/S

Direkte 24408056

Ref.: CEJ - HB/MKN

Dato: 4. december 2019

Center for Ejendomme, Region H.

Opsamling fra markedsdialog

1. Baggrund:

Center for Ejendomme (CEJ) indkaldte ved vejledende forhåndsmeddelelse 399726-2019, samt opslag på Regionens hjemmeside, til markedsdialog vedrørende udbud af Strategiske Partnerskaber. I forhåndsmeddelelsen blev der både henvist til en generel orientering på regionens "Markedsdialogforum" den 20. september 2019, samt om muligheden for at tilmelde sig individuelle dialog- møder. CEJ havde i forhåndsmeddelelsen begrænset deltagerantallet til de individuelle dialogmøder til mellem 5 og 10. Der blev afholdt i alt 9 dialogmøder.

2. Formål:

Formålet med markedsdialogen var at forberede det kommende udbud bedst muligt med henblik på at sikre, at udbudsgrundlaget og gennemførelsen af udbuddet får et indhold og en kvalitet, som gør det attraktivt for markedet, samtidig med at udbuddet sikrer regionens overordnede mål om en bedre og hurtigere gennemførelse af regionens stigende antal byggeopgaver, bl.a. som følge af regionens beslutning om at genoprette hospitalernes tilstand (Renoveringsplanen).

Af hensyn til muligheden for bedst mulige dialog, fik de inviterede virksomheder før møderne, tilsendt en kort introduktion om mødernes formål, indhold og varighed.

Dialogen på møderne var tematiseret og omfattede 4 overordnede forhold jf. nedenstående.

3. Hovedtemaer

3.1. Opgavens indhold og omfang

Deltagerne fremhævede vigtigheden af – i et eller flere Strategiske Partnerskaber – at have et konkret forretningsmæssigt indhold i form af byggeprojekter, der skal udvikles, planlægges, projekteres og udføres. Det er nødvendigt, at CEJ sikrer en kontinuitet i opgavetilgangen; ellers vil en partner opleve for mange ”stop & go” – situationer, hvilket ikke er gavnligt for et godt og effektivt samarbejde.

Deltagerne blev spurgt om niveauet for en optimal årlig volumen (antal projekter og omsætning). Flere deltagere pegede på en ideel årlig omsætning på 400 – 500 mkr. Under 200 mkr. ville et partnerskab være decideret urentabelt, grundet omkostninger til en fast tilknyttet basisorganisation. Om basisorganisationen skal betales for deres ydelse eller skal leveres gratis, indgik ikke i drøftelserne. Over ½ mia. kr./år anså flere af deltagerne det ikke for at være et problem; dog blev et niveau på omkring 1 mia. kr./år anført som værende maksimum. Deltagerne var opmærksomme på, at mange af regionens renoveringsprojekter er relativt små (1 - 10 mkr.), hvilket kunne være en fordel af hensyn til omsætningsudjævning, men som også kunne øge de enkelte projekters startomkostninger.

Deltagerne blev spurgt om de foretrak fagopdelte udbud, fx et udbud vedr. bygningsfag og et vedr. installationsfag eller alternativt et eller flere geografisk (matrikelopdelte) udbud. Skulle opgaveporteføljen være så stor, at den oversteg det ovenfor angivne niveau, og det derfor var nødvendigt at udbyde flere Strategiske Partnerskaber var anbefalingen entydigt, at denne tog udgangspunkt i en geografisk opdeling.

Byggeopgaverne kan have forskelligt sigte, fx tilstandsforøgelse, rokader, energieffektivisering m.v. Deltagerne blev spurgt om man kunne håndtere sådanne forskelligartede opgavetyper indenfor samme partnerskab. Deltagerne anså ikke en formålsbestemt opdeling, som angivet ovenfor, at være nødvendig eller hensigtsmæssig.

3.2. Projektets prissætning

Prissætningen af de enkelte projekter er et væsentligt element i at skabe resultater i Strategiske Partnerskaber. CEJ orienterede om at der er flere hensyn at tage, bl.a. skal tildelingskriterier i udbudssituationen være operationelle i den efterfølgende aftaleperiode. Ligeledes skal prissætningen foretages på en systematisk, ensartet og transparent måde, som på hvert projekt giver bygherren et solidt beslutningsgrundlag. Deltagerne blev spurgt til fair tildelingskriterier vedr. pris, som ville fungere efterfølgende. Konkurrence på timepriser og dækningsbidrag blev nævnt, evt. i kombination med Molio's prisbøger eller tilsvarende.

Prissætning af projekter ud fra nogle "arketypiske" cases blev ligeledes drøftet. Der var nogen tvivl om en sådan prissætning ville være anvendelig i den efterfølgende aftaleperiode.

Bygherrens tillid til prisdannelse blev drøftet. Princippet om den åbne økonomi er helt afgørende for at skabe gensidig tillid parterne imellem om hvad der er med/ikke med i et projekt og for at skabe fælles fokus på projektets risici. Mulighed for at kræve "kontrolbud", og have fuld adgang til projektets økonomi, bl.a. detailkalkulationer og rabatordninger, blev nævnt som bygherrens mulighed for at "trykprøve" prisdannelsen.

Deltagerne spurgte generelt til muligheden for at partnerskabsaftalen indeholder fælles økonomiske incitamenter til at gøre det bedre, fx ved opnåede besparelser deles mellem bygherren og de øvrige parter.

3.3. Organisation og samarbejde

Som følge af regionens forhåndsmeddelelse var der p.t. en intens dialog i markedet om teamdannelser. Deltagerne efterspurgte derfor en udmelding fra regionens om de overordnede delkonklusioner bl.a. vedr. volumen, opgaveindhold og geografi, i god tid FØR udbuddet annonceres (prækvalifikation). I den forbindelse understregede CEJ, at man forventer at et (eller flere) partnerskab(er) omfatter alle byggeriets faser/kompetencer fra den indledende behovsafklaring til projektet er afleveret og taget i brug, men at man endnu ikke har taget stilling til ovenstående forhold vedr. opgavens volumen m.v. Dette vil blive kommunikeret på et senere tidspunkt. Der blev spurgt til hvor stor andel installationsopgaver udgør i forhold til den samlede ramme. CEJ har ikke fuldt overblik over denne fordeling, men man skal forvente en overvægt af installationstunge opgaver.

3.4. Udbudsvilkår

CEJ orienterede om at udbud vil blive gennemført efter Udbudslovens bestemmelser om Udbud med forhandling og med forudgående prækvalifikation.

Den vindende tilbudsgiver vil blive tildelt en rammeaftale uden garanti for en bestemt omsætning. En rammeaftale må som hovedregel ikke have en varighed udover 4 år. CEJ spurgte hertil og flere deltagere fremhævede en bekymring ved store opstartsomkostninger. Generelt anså man dog 4 år, som en passende varighed, såfremt det er muligt at lægge projekter ind i porteføljen, som hurtigt leder til omsætning hos de deltagende firmaer.

CEJ takker for dialogdeltagernes interesse og de mange gode input til det videre arbejde.