

22 maart 2017

Marktconsultatie bouwcampus Nationale Politie

Ronde 1: Doelkeuze: ORGANISATIE HUISVESTING

Om te komen tot een goede samenwerking met de markt is het belangrijk dat er een duidelijke visie ligt die past bij de werkelijke vastgoed-vraag. De valkuil die op de loer ligt is dat één samenwerkingsmodel wordt gekozen. De vastgoed-vraag is divers en het samenwerkingsmodel kan dit ook zijn. Puntsgewijs zijn in het kort aspecten weergegeven die leiden tot "Goed opdrachtgeverschap":

- Lange termijn relatie leidt tot meer succes; niet meer de hit en run bouwprojecten maar minimaal 3 tot 5 jaar service en onderhoud van de locatie om prestatie ook tijdens de operationele fase te borgen.
- Ontkoppelen van de functie en het gebouw. Door de concentratie van specifieke gebouwfuncties (cellen, sport, onderzoek, garage etc.) op centrale regionale plekken worden de locaties "in de wijk" generiek, goedkoper en toegankelijker.
- De organisatie moet een afgeleide zijn van de specifieke vastgoedvraag.
 - **Generieke kleine bureaus** onder een goed geoliede eigen organisatie (Mc Donalds model: gelijke systematiek met lokale verbijzonderingen). Deze locaties zijn op termijn te bundelen in meerjarige service contracten of zelfs via huur te outsourcen.
 - **Middelgrote regio bureaus** onder een professionele landelijke organisatie. Specifieke voorzieningen ondersteunen met eigen expertise. Uitzonderingen wegleggen bij externe expert partijen. Per situatie beoordelen welke contractvorm het beste past (van Servicecontract tot DBFMO).
 - **Grote bijzondere locaties** onderbrengen onder de landelijke vastgoedorganisatie. Bij vraagstukken (zoals renovatie, verduurzaming, onderhoudscontracten of nieuwbouw) externe bureaus inschakelen voor expertise en gepast maatwerk. Per situatie beoordelen welke contractvorm het beste past. De gevallen met specifiek maatwerk en gevoeligheid zijn voor outsourcing en huur minder geschikt.
- Overweeg "Pop-up" locaties bij specifieke situaties en gelegenheden.
- Het lokaal en publieke draagvlak via buurtbureaus is belangrijk.
- Vervanging van lokale hubs door een **Virtueel Politiebureau** met koppelingen naar de lokale medewerkers in de wijk verlaagt de publieke drempel en resulteert in respect. (Twitterende buurtagent)
- Ook de Auto is met moderne media een flexibele werkplek geworden.

Ronde 2: SAMENWERKING EN BENADERING MARKT

In ronde 1 zijn al aspecten m.b.t. Marktbenadering omschreven. Bij de samenwerking met de markt zijn vele aspecten van belang om een betere samenwerking tot stand te laten komen. Een opsomming:

- Meerwaarde is belangrijker dan waarde (lees euro's)
- Creëer een lange termijn relatie waar dit meerwaarde heeft. Opgebouwd specialisme benutten voor meer dan een project.

22 maart 2017

- Maak onderscheid tussen soorten gebouw (zie stap 1)
- Besteed meer aandacht aan de vraagdefinitie. Te veel nadruk op juridische aspecten en te weinig op de inhoudelijke (uit)vraag.
- Meten van de prestatie en deze reflecteren/terug koppelen
- Innovatie en duurzaamheid uitdagen op een realistische schaal
- Ga bij keuze marktpartijen een dialoog aan (o.a. Value engineering)
- Zoek ook op accountability en maatschappelijk bewustzijn.
- Betrek de gebruikers

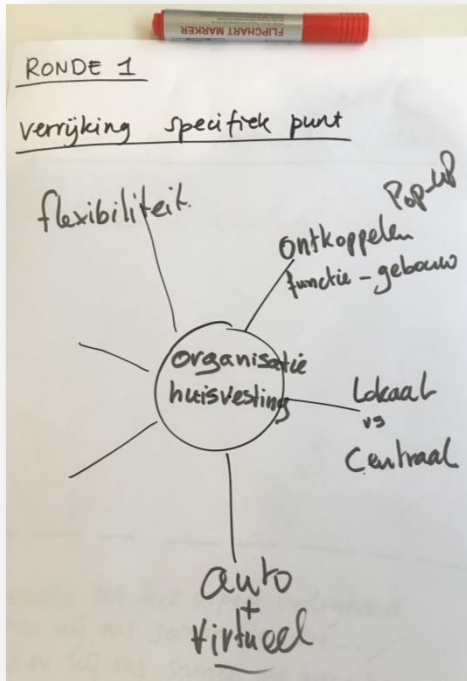
Ronde 3: WAARDEVOLLE EN GEDRAGEN MARKTVISIE

Een goede samenwerking is gestoeld op wederzijds voordeel en vertrouwen. Dat begint intern bij de NP en reflecteert zich extern in de markt. Betrek hierbij alle stakeholders waaronder marktpartijen (marktconsultatie), publiek en eigen achterban.

- Wees duidelijk over je ambitie en maak keuzen.
- Vertrouwen en langdurige samenwerking
- Waardering geeft meerwaarde → Bonus i.p.v. malus
- De publieke acceptatie is belangrijk. Dit genereert draagvlak via de politiek en acceptatie van nieuwe klant-modellen (wel of geen buurtbureau....).
- Zeker zo belangrijk is de interne acceptatie. Betrokkenen zijn de ambassadeurs in de eigen organisatie die kennis uit de organisatie halen en informatie in de organisatie brengen.

Wie	hoe	wanneer
Vak- en belangenvereniging	Via marktconsultatie	juni 2017 - 2018
Vastgoed partijen	Werk- en thema groepen	2017Q2 - 2018
De betrokken gebruikers (klant-intern)	Werk- en thema groepen	2017Q2 en verder
Personeel	voorlichting, info bulletins, intranet	2017Q3 en periodiek
Burgers (extern)	voorlichting, info avonden, media, enquête	2017Q4 en periodiek
Ambassadeurs van bedrijven	MC en thema gebonden werkgroepen	2017Q2 en verder

22 maart 2017



PUNT: ORGANISATIE HUISVESTING
"OPDRACHTGEVERSHIP"

- * PROFESSIONEEL OPDRACHTGEVERSHIP
- * LANGE TERMIJN RELATIE
- * ONTKOPPELEN FUNCTIE GEBOUW → Pop-up
- * LOKAAL DRAGEND vs CENTRALE AANSTURING

flexibel vs marktwerk
virtueel vs reëel

Doel: Organisatie ← vastgoed vraag

RONDE 2

uitgangspunten & behoeften irt

- Samenwerking NP & markt
- benadering markt i.r.t. opgaven

- * (meer) Waarde vs €
- * Lange termijn ? belang
- * VRAAG definitie
- * meten - reflectie
- * innovatie
- * meer partijen
- * Keus - Dialoog
- * accountability

hoe zou dat er concreet uit kunnen zien?

ert te differentiëren naar type opgaven

↳ concreet markt bewust

RONDE 3

naar een waardevolle & gedragen marktvisie: wie betrekken? hoe? wanneer?

Wie naam organisatie	hoe	wanneer
Belanger: - huur, verb. etc. - gebouwen - VWS - Gebruikers	- Bijeenkomst	juni 2017
Ambassadeurs bedrijven		juni 2017
Pers	Bijeenkomst	juni 2017

Waarom binnen organisaties voor juiste draagvlak/ input?

Wie gaat de marktvisie straks ondertekenen?