

Geslaagd tenderen dankzij ervaringen uit reclamewereld

13-09-2018 08:00

Tenderen wordt door veel vastgoedpartijen gezien als een noodzakelijk kwaad om opdrachten te kunnen binnenhalen. Toch kun je met tenders, dankzij het inzetten van kennis uit de reclamewereld zeer overtuigende vastgoedconcepten neerzetten, aldus Ruben Esser van [Tenderboost](#).

Esser (1980) weet waarover hij praat. Met zijn langjarige achtergrond in de reclamewereld zet hij sinds twee jaar zijn kennis en kunde in om met zijn bedrijf Tenderboost vastgoedpartijen bij te staan met hun tenders.

En met succes. Recent won hij de tender [Spaandammerschool \(van projectontwikkelaar Heijmans Vastgoed\)](#), [het Gerechtsgebouw Breda](#) en [Sloterdijk Kavel N1&3](#) (grote foto).

Ook behaalde zijn bureau Tenderboost de hoogste score op kwaliteit voor de tender Amstelstation Blokken B&C maar verloor het slechts op de prijs.

“Een tender is topsport. Als deelnemend team wordt er in korte tijd maximale inzet en creativiteit gevraagd van alle partijen. De aanpak van Tenderboost is erop gericht dit proces zo te stroomlijnen dat leidt tot onderscheidende kwalitatieve plannen die de kans op het winnen van de tender aanzienlijk vergroot”, zo licht Esser toe.

Tussen de regels lezen

“Het doen van een tender betekent niet slechts het ontwerpen van een gebouw. Je moet antwoord kunnen geven op een vraag waar vaak jarenlang over is nagedacht. Tussen de regels door moet je lezen wat de werkelijke vraag is en hoe je daar op een eenduidige manier antwoord op kunt geven. Daarom werken we strategisch, conceptueel en communicatief zeer nauw samen met de ontwikkelaar, bouwer of belegger om te komen tot één integraal verhaal dat overtuigt.”

Tenderboost gaat daarbij zeer grondig te werk. Eerst maakt het een uitgebreide analyse van alle inhoudelijke stukken en kijkt ook of er politieke gevoeligheden zijn. Daarna volgt de positionering van het concept dat als centrale ‘kapstok’ dient en waarin alle aspecten zoals architectuur, programmering en duurzaamheid met elkaar zijn vervlochten. Dit is essentieel om een projectontwikkelingsplan communicatief, geloofwaardig, overtuigend en werkend te maken.

In de latere uitwerking wordt het concept vertaald in een integraal verhaal, start de art direction van de 3D beelden en komt de planning van het indienen van de stukken aan de orde.

Kostenbeheersing belangrijk

Esser weet dat de kosten van tenders een gevoelig punt zijn. “Als Tenderboost begrijpen we dat kosten geminimaliseerd moeten worden in een voortraject. Het niet zeker weten van het binnenhalen van een plan brengt risico’s met zich mee en daarin wil men de kosten zo laag mogelijk houden. De kosten van de werkzaamheden zoals bovengenoemd zijn bij afrekening in uren onbetaalbaar. Tenderboost werkt dan ook op basis van een fixed fee gecombineerd met een succesfee”, aldus Esser.