



KOINNO Vergabereport

Startups und KMU 2024



Startups und KMU im Fokus: Ihre Perspektive auf öffentliche Ausschreibungen

Ausschreibungsrecherche

Wann kommt es
zu einem „match“?

Angebotserstellung

Welche Faktoren beeinflussen die
Entscheidung zur Angebotsabgabe?

Zuschlag

Strategische Erwartungs-
haltung von Startups
und KMU

Editorial

Liebe KOINNO Community,

die gute Nachricht direkt vorweg: Startups und KMU sind an mehr öffentlichen Aufträgen interessiert, und öffentlichen Auftraggebern sind nicht die Hände gebunden, um Innovationen zu beschaffen.



Doch das Zusammenkommen von öffentlicher Beschaffung und Startups sowie KMUs ist keine Liebe auf den ersten Blick. Es ist keine Beziehung, die aufgrund zahlreicher Gemeinsamkeiten sofort harmonisch verläuft. Vielmehr wächst und stabilisiert sie sich durch das gegenseitige Kennenlernen und aufeinander zugehen. Erst durch das Verstehen der jeweils anderen Seite wird diese Beziehung zu einer Bereicherung für beide Partner.

Pragmatisch gesagt: Nur wenn alle Beteiligten die Herausforderungen und Ziele der anderen kennen und berücksichtigen, entstehen notwendige Synergien, die zu innovativen und erfolgreichen Ergebnissen führen.

Der Vergabereport Startups und KMU ist ein Beitrag von KOINNO, um dieses Verständnis auf beiden Seiten weiter aufzubauen und zu vertiefen. Er soll allen Innovatoren, Beschaffenden sowie politischen Entscheidungsträgerinnen und Entscheidungsträgern als Ideengeber dienen, um weitere Ansätze für ein erfolgreiches Miteinander zu finden.

Beispielsweise zeigt der Vergabereport auf, dass die Fragmentierung der Vergabepattformen ein Hindernis für Startups und KMU darstellt und den Wettbewerb um das Gut „Innovationen“ für öffentlich Beschaffende maßgeblich erschwert. Auf den ersten Blick kein verwunderndes Ergebnis, und wir sind uns sicherlich einig, dass eine einheitliche Vergabepattform eine naheliegende, jedoch nicht allein in unserer Hand liegende Lösung darstellt.

Die Frage lautet aber, wie können wir diesem und anderen Problemen im Rahmen der Möglichkeiten begegnen, um gemeinsam einen Schritt aufeinander zuzugehen?

Ich bin sicher, dass Sie und KOINNO in den nächsten Monaten viele Wege und Lösungen finden werden. Der erste Schritt des Kennenlernens ist zumindest mit dem Lesen des Vergabereports bereits gegangen...

Mit beziehungsfreundlichen Grüßen
Sven-Steffen Schulz

P.S.: Vielen Dank an alle teilnehmenden Startups und KMUs, die viel Zeit investiert haben, um uns Einblicke in ihre Welt zu ermöglichen!

Inhalt

- 05 KOINNO-Vergabereport Startup & KMU 2024 – Überblick
- 20 Ausschreibungsrecherche - Wann kommt es zu einem „match“?
- 36 Angebotserstellung - Welche Faktoren beeinflussen die Entscheidung zur Angebotsabgabe?
- 52 Zuschlag - Strategische Erwartungshaltung von Startups und KMU
- 63 Ausblick
- 66 Abbildungsverzeichnis
- 68 Redaktion
- 69 Impressum



KOINNO-Vergabereport 2024



Überblick

Startups und kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) sind wichtige Partner für die öffentliche Beschaffung. Diese Unternehmen tragen maßgeblich zur Einführung innovativer Technologien und Lösungen bei, was letztlich zur Effizienzsteigerung und Modernisierung öffentlicher Dienstleistungen führt. In Deutschland unterstützt das Kompetenzzentrum für innovative Beschaffung (KOINNO) im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK) die Zusammenarbeit zwischen Unternehmen und öffentlichen Auftraggebern, um dieses Potenzial voll auszuschöpfen.

Der Bericht analysiert die Erfahrungen und Einschätzungen von Unternehmen hinsichtlich ihrer Teilnahme an öffentlichen Ausschreibungen. Die Datengrundlage bildet eine umfassende Umfrage, die sowohl Unternehmen mit erfolgreichen als auch solchen mit weniger Erfahrungen berücksichtigt. Diese Unterscheidung basierte auf einer Selbsteinschätzung der Unternehmen. Insbesondere kleine Unternehmen mit bis zu 50 Beschäftigten sind in beiden Gruppen stark vertreten. Ungeachtet ihrer Erfahrung schätzen alle befragten Unternehmen ihre Innovationskraft positiv ein, wobei etwa 70 % von ihnen diese als hoch bewerten.

Die Stimmung gegenüber der öffentlichen Beschaffung variiert zwischen den Gruppen: Erfahrene Unternehmen haben eine ambivalenter Einstellung, während unerfahrene Unternehmen eher eine positive Sichtweise haben. Beide Gruppen heben transparente und faire Prozesse positiv hervor, äußern jedoch auch den Wunsch nach weniger Bürokratie und mehr Digitalisierung.

Diese Untersuchung zeigt auch, dass erfahrene Unternehmen den öffentlichen Sektor überwiegend als wichtiges Kundensegment betrachten, während unerfahrene Unternehmen hier zurückhaltender sind, aber dennoch Interesse zeigen. Beide Gruppen erwarten eine steigende oder gleichbleibende Nachfrage nach ihren Produkten und Leistungen im öffentlichen Beschaffungswesen. Die Kenntnis relevanter Vergabeplattformen und die Möglichkeiten zur Bildung von Bietergemeinschaften sind bei erfahrenen Unternehmen weit verbreitet, was ihnen bei der Suche nach passenden Ausschreibungen zugutekommt. Allerdings bleibt diese für viele eine Herausforderung, wobei der Bedarf an einer zentralen Ausschreibungsplattform deutlich wird.

Ein weiterer wesentlicher Aspekt ist der hohe zeitliche und organisatorische Aufwand, der mit der Teilnahme an Ausschreibungen verbunden ist. Während erfahrene Unternehmen diesen Aufwand besser bewältigen, sehen unerfahrene Unternehmen hierin eine erhebliche Hürde.

Die Umfrageergebnisse offenbaren darüber hinaus wesentliche Motivationsfaktoren für die Teilnahme an öffentlichen Ausschreibungen, wie professionelle und effiziente Auftraggeber, Entscheidungsbefugnis der Ansprechpartner, Flexibilität und gute Kundenbeziehungen. Gleichzeitig gibt es klare Wünsche zur Verbesserung der öffentlichen Ausschreibungen, einschließlich mehr Transparenz, qualitativ hochwertiger Leistungsbeschreibungen, ausgewogenerer Zuschlagskriterien und eines reduzierten bürokratischen Aufwands.

Einleitung

Startups und KMU sind wichtige Partner in der öffentlichen Beschaffung. Sie sind oft Vorreiter in der Entwicklung neuer Technologien und innovativer Lösungen. Durch ihre Einbindung in den öffentlichen Sektor können Behörden von diesen Innovationen profitieren und ihre Effizienz sowie die Qualität ihrer Dienstleistungen verbessern.

Das Kompetenzzentrum für innovative Beschaffung (KOINNO) agiert im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK) als Brückenbauer für Unternehmen und öffentliche Auftraggeber. Ziel des Kompetenzzentrums ist es, die Innovationsorientierung der öffentlichen Beschaffung in Deutschland dauerhaft zu stärken und den Anteil der Beschaffung von Innovationen am Gesamtvolumen des öffentlichen Einkaufs in Deutschland zu erhöhen.

Mit dem Vergabereport 2024 hat das KOINNO nun ein breites Stimmungsbild von Startups und KMU gegenüber der Zusammenarbeit mit dem öffentlichen Sektor eingefangen. Dieser Bericht beleuchtet die Erfahrungen und Einschätzungen von Unternehmen im Bereich der öffentlichen Beschaffung. Die Analyse basiert auf zwei sorgfältig konzipierten Umfragen, die speziell darauf abzielen, die unterschiedlichen Perspektiven von Unternehmen mit und ohne erfolgreiche Teilnahme an öffentlichen Ausschreibungen zu erfassen.

Der erste Fragebogen richtete sich an Unternehmen, die bereits erfolgreich an öffentlichen Ausschreibungen teilgenommen haben. Er war ausführlicher und detaillierter, um tiefere Einblicke in die Erfahrungen dieser Unternehmen zu gewinnen. Der zweite, kürzere Fragebogen wurde für Unternehmen erstellt, die bisher keine erfolgreichen Erfahrungen mit öffentlichen Ausschreibungen gemacht haben. Die Unternehmen wählten selbst, welchen Fragebogen sie ausfüllen, basierend auf ihrer eigenen Einschätzung ihrer Erfahrungen. Diese Selbsteinschätzung bildet die Grundlage für die folgenden Analysen und Ergebnisse.

Um die Zuverlässigkeit der Selbsteinschätzungen zu überprüfen, enthielten beide Fragebögen zusätzlich eine direkte Frage zur bisherigen Teilnahme an öffentlichen Ausschreibungen: „An wie vielen öffentlichen Ausschreibungen hat Ihr Unternehmen in den vergangenen drei Jahren erfolgreich teilgenommen?“ Die Antworten auf diese Frage zeigen, dass die Selbsteinteilung der Unternehmen überwiegend korrekt war (s. Abbildung 1). Dennoch gaben neun Teilnehmende im Fragebogen für erfahrene Unternehmen an, in den letzten drei Jahren nicht erfolgreich an einer öffentlichen Ausschreibung teilgenommen zu haben. Umgekehrt berichteten drei Befragte im Fragebogen für unerfahrene Unternehmen, dass sie in diesem Zeitraum erfolgreich waren.



An wie vielen öffentlichen Ausschreibungen hat Ihr Unternehmen in den vergangenen 3 Jahren bereits erfolgreich teilgenommen?

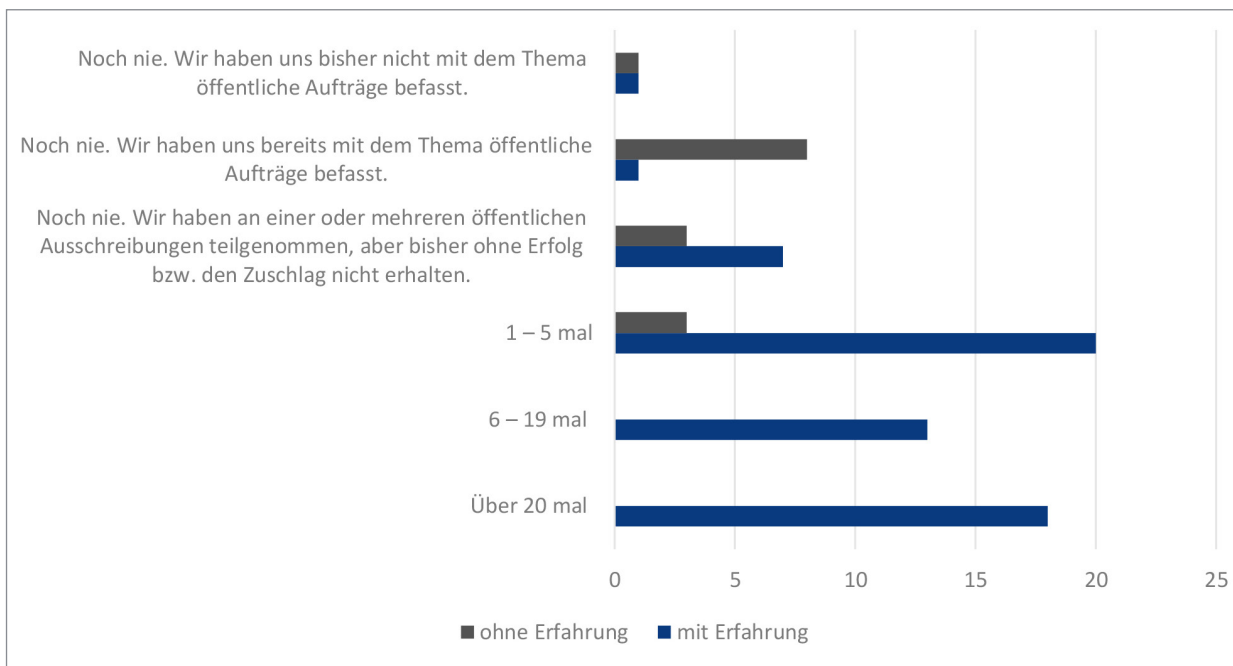


Abbildung 1: An wie vielen öffentlichen Ausschreibungen hat Ihr Unternehmen in den vergangenen 3 Jahren bereits erfolgreich teilgenommen?

Diese Diskrepanzen zwischen der Selbstuweisung und der tatsächlichen Erfahrung können vielfältige Ursachen haben, die im Rahmen dieses Berichts nicht geklärt werden können. Es ist daher wichtig zu betonen, dass die Gruppenunterscheidung auf der Selbstwahrnehmung der Unternehmen hinsichtlich ihrer Erfahrungen und Erfolge bei öffentlichen Ausschreibungen basiert. Für die bessere Verständlichkeit und Lesbarkeit unterscheiden wir die beiden Gruppen in den Grafiken dennoch als „ohne Erfahrung“ und „mit Erfahrung“.

Die befragten Themen umfassten eine breite Palette von Aspekten der öffentlichen Beschaffung. Dazu gehörten die Selbsteinschätzung der Innovationskraft der Unternehmen und deren Relevanz für den öffentlichen Sektor sowie die Bedeutung des öffentlichen Sektors als Kundensegment. Weiterhin wurden Erfahrungen mit öffentlichen Aufträgen, die Recherche nach öffentlichen Aufträgen, der damit verbundene Aufwand, Eignungsnachweise, Leistungsbeschreibungen, die Erstellung von Angeboten und die Durchführung öffentlicher Aufträge thematisiert. Beide Fragebögen enthielten eine Mischung aus offenen und geschlossenen Fragen. Die offenen Fragen ermöglichten es den Unternehmen, ihre Erfahrungen und Meinungen ausführlich darzulegen, während die geschlossenen Fragen strukturierte Daten lieferten, die eine systematische Auswertung erleichterten.

Im Folgenden werden wir die Ergebnisse der Umfragen detailliert darstellen und analysieren. Dabei werden wir auf die unterschiedlichen Herausforderungen und Perspektiven der Unternehmen eingehen, die an öffentlichen Ausschreibungen teilnehmen, und mögliche Empfehlungen für die Verbesserung der Prozesse in der öffentlichen Beschaffung diskutieren.

Unternehmensdaten

Insgesamt haben sich 92 Personen an der Umfrage für den Vergabereport beteiligt. Davon 63 Personen an der Umfrage für Unternehmen, die sich als erfahren einschätzen, und 29 Personen an der Umfrage für Unternehmen, die sich als unerfahren betrachten. Zunächst einmal soll kurz die Struktur der in dieser Befragung repräsentierten Unternehmen betrachtet werden.

Ein bemerkenswerter Aspekt ist die Unternehmensgröße: In beiden Gruppen sind kleine Unternehmen mit bis zu 50 Beschäftigten stark vertreten. Insgesamt sind es jeweils 70 % bzw. 72 % der befragten Unternehmen. Dies unterstreicht die Relevanz kleiner Unternehmen im Bereich der innovativen öffentlichen Ausschreibungen und ihre speziellen Herausforderungen und Bedürfnisse.

Wie groß ist Ihr Unternehmen?

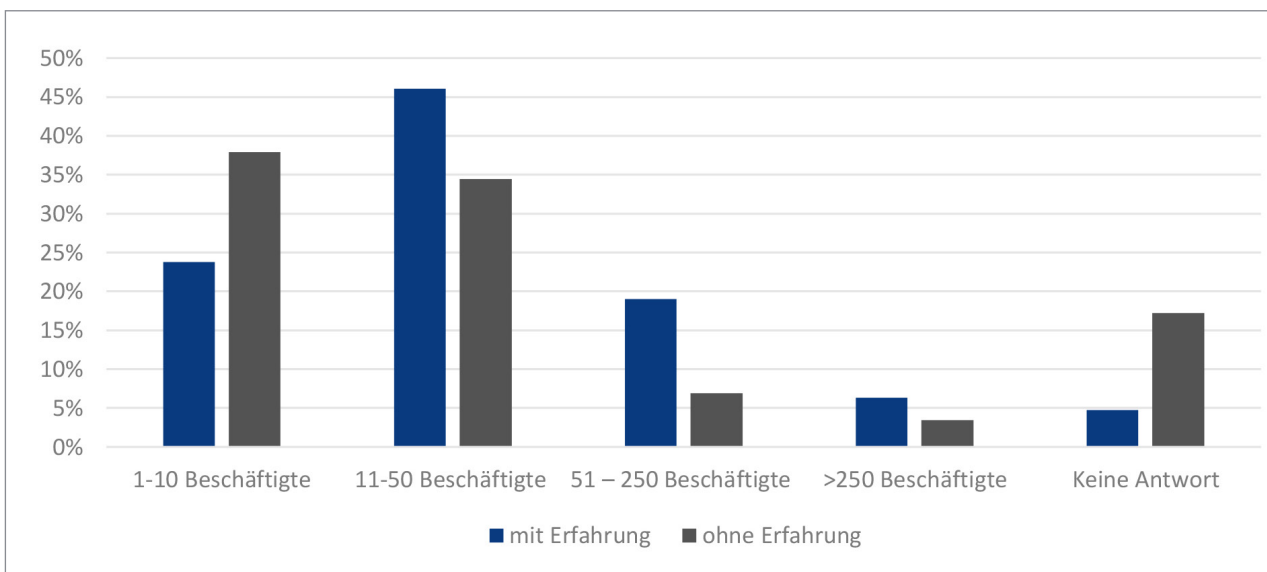


Abbildung 2: Wie groß ist Ihr Unternehmen?

Die beiden Gruppen unterscheiden sich jedoch hinsichtlich der Unterscheidung von Kleinstunternehmen und kleinen Unternehmen. Während beide Unternehmensgrößen in beiden Gruppen vertreten sind, zeigt sich bei der Auswertung des Fragebogens für erfahrene Unternehmensvertreter eine Dominanz der Gruppe der kleinen Unternehmen mit 11-50 Beschäftigten (46 %), während bei der Auswertung des Fragebogens für unerfahrene Unternehmen die Gruppe der Kleinstunternehmen mit 1-10 Beschäftigten mit rund 38 % die größte Gruppe bildet. Dies wirft die Frage auf, inwieweit die (erfolgreiche) Teilnahme an öffentlichen Ausschreibungen für Kleinstunternehmen schwieriger ist. Gleichzeitig zeigt sich jedoch auch das Interesse dieser Gruppe an der innovativen öffentlichen Beschaffung.

Ein Großteil der befragten Unternehmen in beiden Gruppen ist im Bereich der Liefer- und Dienstleistungen tätig (s. Abbildung 3). Diese Kategorie dominiert das Feld, während weniger als fünf Unternehmen im Baugewerbe aktiv sind. In der Gruppe der Unternehmen, die sich als unerfahren einschätzen, war nur ein Unternehmen im Baugewerbe tätig. Diese Verteilung zeigt, dass öffentliche Ausschreibungen vor allem im Liefer- und Dienstleistungssektor von Interesse sind, während das Baugewerbe weniger vertreten ist. Gründe für die geringe Beteiligung von Bauunternehmen an der Befragung könnten sein, dass diese häufiger größer und weniger innovativ sind. Dadurch entsprechen sie nicht der Zielgruppe von KOINNO. Moderne Technologien revolutionieren jedoch die Bau-Beschaffung. Werkzeuge wie Building Information Modeling (BIM), elektronische Dokumentenmanagementsysteme (EDMS) und geografische Informationssysteme (GIS) verbessern die Zusammenarbeit, den Datenaustausch und das Projektmanagement erheblich. Diese Technologien bieten erhebliche Vorteile und tragen dazu

bei, die Effizienz zu steigern, Kosten zu senken und die Qualität der Bauprojekte zu verbessern. Daher besteht im Baugewerbe erhebliches Innovationspotenzial, das genutzt werden kann, um wettbewerbsfähig zu bleiben und nachhaltige Projekte zu fördern.

Interessant ist, dass 17 % der Unternehmen, die sich als erfahren einstufen, die Option „Sonstiges“ wählten, was auf eine Vielzahl von Tätigkeitsbereichen hinweist, die möglicherweise nicht durch die Standardkategorien abgedeckt werden. Diese Vielfalt könnte darauf hindeuten, dass innovative öffentliche Beschaffung für ein breites Spektrum an Unternehmen relevant ist, die nicht unbedingt in die dem Vergaberecht entsprechenden Kategorien von Lieferungen, Dienstleistungen oder Baugewerbe fallen.

In welchem Bereich ist Ihr Unternehmen tätig?

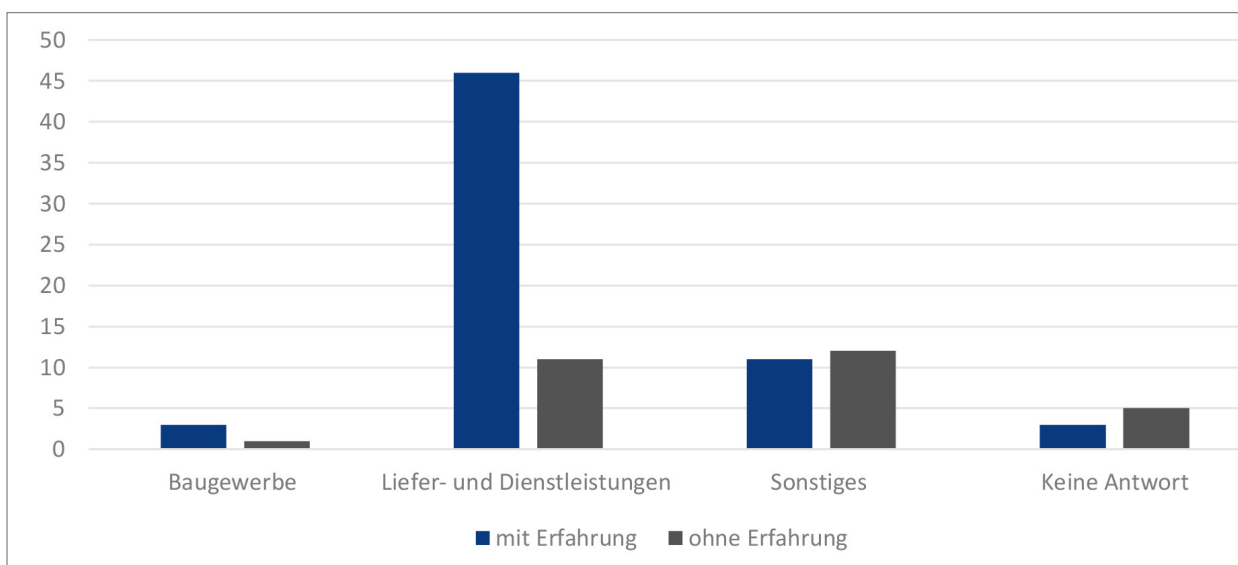


Abbildung 3: In welchem Bereich ist Ihr Unternehmen tätig?

Ein Blick auf die Gründungszeitpunkte der Unternehmen verdeutlicht einige interessante Unterschiede zwischen den Unternehmen, die sich als erfahren und unerfahren einschätzen (s. Abbildung 4):

- **In den letzten fünf Jahren:** Es ist erkennbar, dass der Anteil der Unternehmen, die sich als unerfahren einschätzen, höher ist als der der Unternehmen, die sich als erfahren einschätzen. Dies könnte darauf hindeuten, dass jüngere Unternehmen noch dabei sind, Erfahrung im Bereich öffentlicher Ausschreibungen zu sammeln.
- **Vor 6-10 Jahren:** Beide Gruppen sind hier ähnlich stark vertreten. Dies deutet darauf hin, dass Unternehmen, die vor 6-10 Jahren gegründet wurden, in etwa gleichermaßen Erfahrungen mit öffentlichen Ausschreibungen gesammelt haben oder noch sammeln möchten.
- **Vor mindestens 10 Jahren:** Ein signifikanter Unterschied zeigt sich bei Unternehmen, die vor mindestens zehn Jahren gegründet wurden. Hier ist der Anteil der Unternehmen, die sich als erfahren einschätzen, deutlich höher (über 60 %). Dies könnte darauf hindeuten, dass ältere Unternehmen tendenziell mehr Erfahrung und Erfolg in der Teilnahme an öffentlichen Ausschreibungen haben.

Diese Verteilung unterstreicht, dass ältere Unternehmen tendenziell mehr Erfahrung mit öffentlichen Ausschreibungen haben und sich entsprechend als erfahren einstufen. Gleichzeitig zeigt die Teilnahme neuerer Unternehmen, dass öffentliche Ausschreibungen auch für jüngere Firmen eine relevante Option darstellen.

Wann wurde Ihr Unternehmen gegründet?

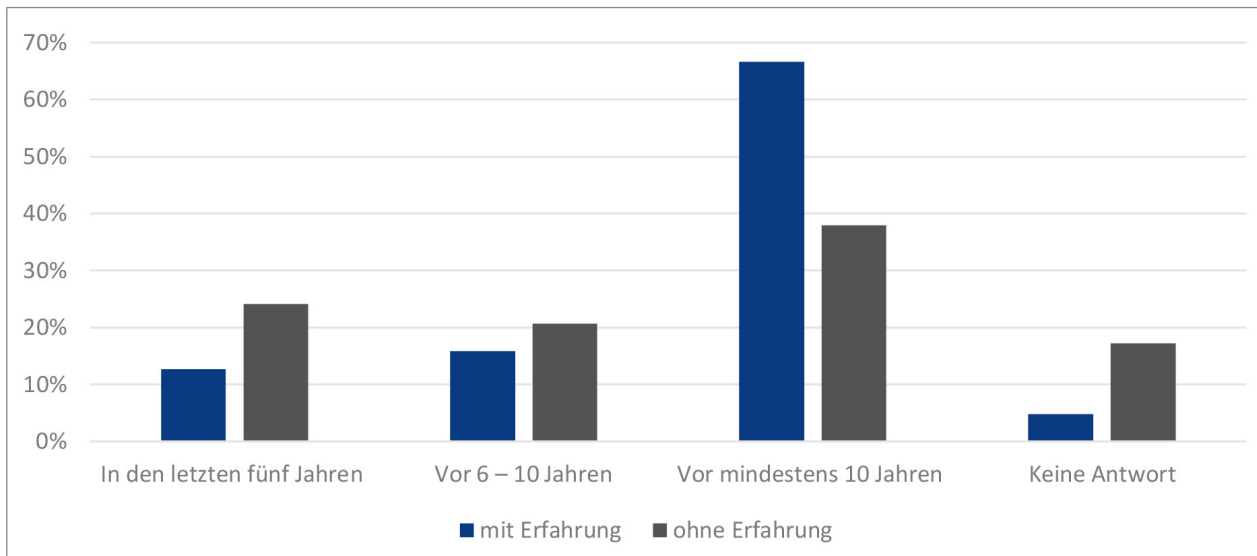


Abbildung 4: Wann wurde Ihr Unternehmen gegründet?

Unternehmensinnovation und Marktperspektiven

Einschätzung der Innovationskraft und Perspektiven im öffentlichen Beschaffungswesen

Die Abbildung 5 zeigt die Selbsteinschätzung der Innovationskraft von Unternehmen, die sich als erfahren oder unerfahren in der Teilnahme an öffentlichen Ausschreibungen betrachten. Im Kontext der öffentlichen Beschaffung bezieht sich der Begriff „innovativ“ auf die Einführung und Anwendung neuer Ideen, Technologien, Prozesse oder Produkte, die darauf abzielen, die Effizienz, Effektivität und Nachhaltigkeit der öffentlichen Dienstleistungen zu verbessern.

Ein beträchtlicher Anteil der erfahrenen Unternehmen (44 %) bewertet sich als innovativ. Dies zeigt, dass eine große Anzahl dieser Unternehmen Vertrauen in ihre innovativen Fähigkeiten hat. Etwas mehr als ein Fünftel der erfahrenen Unternehmen schätzt sich als eher innovativ ein. Zusammengenommen ergibt dies, dass etwa 70 % der erfahrenen Unternehmen eine positive Selbsteinschätzung ihrer Innovationskraft haben. Etwa 20 % der Unternehmen in dieser Gruppe bewerten ihre Innovationskraft mit „teils/teils“, was auf eine gemischte Einschätzung hindeutet. Nur ein kleiner Anteil (ca. 3 %) schätzt sich als eher nicht innovativ ein und lediglich 2 % bewerten sich als nicht innovativ.

Auch sich unerfahrener wahrnehmende Unternehmen bewerten sich zu 44 % als innovativ. Damit sind die unerfahrenen Unternehmen etwas zurückhaltender in der Bewertung ihrer Innovationskraft. Zusätzlich schätzt mit 28 % ein erheblicher Anteil dieser Unternehmen ihre Produkte und Leistungen als eher innovativ ein, was zeigt, dass auch hier eine positive Selbsteinschätzung vorherrscht. Etwa 20 % der unerfahrenen Unternehmen bewerten ihre Innovationskraft als „teils/teils“. Keiner der Befragten dieser Gruppe stuft sein Unternehmen als eher nicht innovativ ein. Wie bei den erfahrenen Unternehmen gibt es auch hier nur einen kleinen Anteil (5,5 %), der sich als nicht innovativ bewertet.

Wie innovativ schätzen Sie die Leistungen und Produkte Ihres Unternehmens ein?

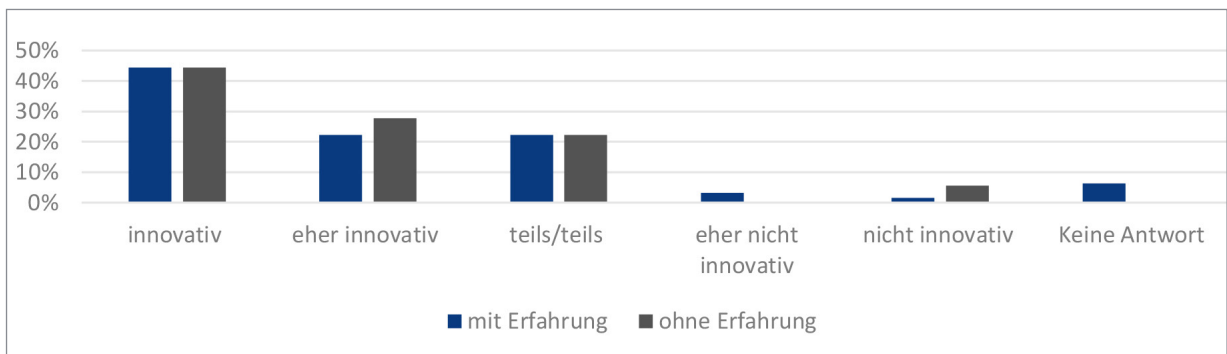


Abbildung 5: Wie innovativ schätzen Sie die Leistungen und Produkte Ihres Unternehmens ein?

Diese Ergebnisse zeigen, dass sowohl die hier als erfahren als auch unerfahren repräsentierten Unternehmen tendenziell eine positive Selbsteinschätzung ihrer Innovationskraft haben. Interessanterweise ist der Anteil der Unternehmen, die sich als innovativ einschätzen, in beiden Gruppen identisch. Dies könnte darauf hindeuten, dass die Wahrnehmung der eigenen Innovationskraft nicht unbedingt von der Erfahrung im Bereich der öffentlichen Beschaffung abhängt. Die Tatsache, dass sich nur sehr wenige Unternehmen als „nicht innovativ“ oder „eher nicht innovativ“ einstufen, unterstreicht die allgemein positive Sichtweise auf die eigenen Produkte und Leistungen. Diese positive Selbsteinschätzung könnte auch die Motivation oder das Interesse dieser Unternehmen widerspiegeln, sich an öffentlichen Ausschreibungen zu beteiligen, die auf Innovationen und innovative Lösungen abzielen und den öffentlichen Sektor als potenziell wichtiges Kundensegment zu betrachten.

Grundstimmung gegenüber der öffentlichen Beschaffung

Die grafische Analyse in Abbildung 6 veranschaulicht die Grundstimmung der Unternehmen gegenüber der öffentlichen Beschaffung, differenziert nach ihrer Selbsteinschätzung als erfahren oder unerfahren in der Teilnahme an öffentlichen Ausschreibungen.

Unter den Unternehmen, die sich als erfahren einschätzen, zeigt sich eine vielfältige Verteilung der Grundstimmungen. Etwa 8 % dieser Unternehmen betrachten die öffentliche Beschaffung mit einer sehr positiven Grundstimmung, während weitere 17 % diese als positiv einstufen. Dies deutet darauf hin, dass ein Teil der erfahrenen Unternehmen die Prozesse der öffentlichen Beschaffung als vorteilhaft und gewinnbringend empfindet. Ein größerer Anteil, etwa 44 % der erfahrenen Unternehmen, hat eine geteilte Einstellung zur öffentlichen Beschaffung. Diese gemischte Haltung könnte auf unterschiedliche Erfahrungen und Herausforderungen hinweisen, denen diese Unternehmen begegnet sind. Rund 16 % der erfahrenen Unternehmen haben eine eher negative Einstellung und 10 % eine negative Einstellung gegenüber der öffentlichen Beschaffung, was auf bestehende Schwierigkeiten oder Enttäuschungen hinweisen könnte.

Unter den Unternehmen, die ihre Erfahrung als gering einschätzen, ist der Anteil der Optimisten deutlich höher. Obgleich keines der Unternehmen in dieser Gruppe die öffentliche Beschaffung mit einer sehr positiven Grundstimmung betrachtet, zeigt sich bei 40 % eine positive Einstellung. Dies lässt den Schluss zu, dass eine signifikante Anzahl an unerfahrenen Unternehmen die öffentlichen Beschaffungsprozesse mit Zuversicht und positiven Erwartungen betrachtet. In etwa 44 % der befragten Unternehmen, die sich als unerfahren einstufen, wird die öffentliche Beschaffung als „teils/teils“ bewertet. Dies lässt auf eine vorsichtige oder unentschlossene Haltung schließen. Rund 17 % der befragten unerfahrenen Unternehmen zeigen eine eher negative Einstellung gegenüber der öffentlichen Beschaffung. Eine negative Grundstimmung wird von keinem der Befragten angegeben.

Mit welcher Grundstimmung betrachten Sie die öffentliche Beschaffung?

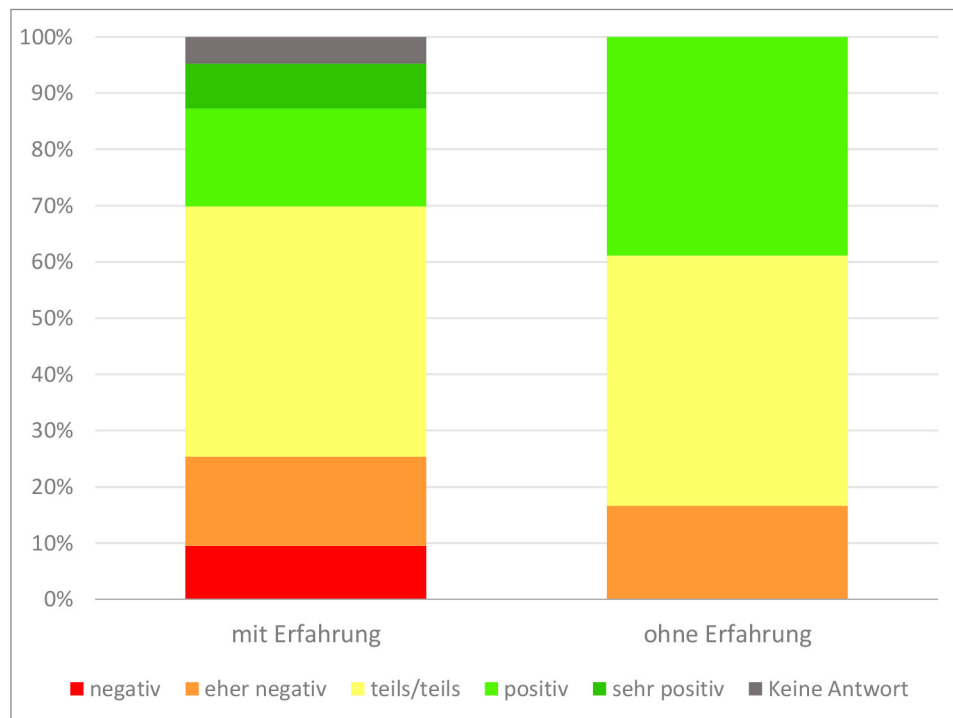


Abbildung 6: Mit welcher Grundstimmung betrachten Sie die öffentliche Beschaffung?

Die Ergebnisse der Untersuchung legen nahe, dass sowohl erfahrene als auch unerfahrene Unternehmen überwiegend positive oder neutrale Grundstimmungen gegenüber der öffentlichen Beschaffung aufweisen. Diese Ergebnisse stehen im Widerspruch zu der in öffentlichen Diskursen oft wahrgenommenen eher negativen Grundstimmung und zeigen, dass der öffentliche Sektor größtenteils als wertvoller Partner wahrgenommen wird. Die Gruppe der erfahrenen Unternehmen zeigt eine ambivalenteren Meinungsbildung, was auf die umfassenderen und differenzierteren Erfahrungen zurückzuführen ist. Unerfahrene Unternehmen hingegen neigen zu einer positiveren oder neutraleren Grundstimmung, was möglicherweise auf die Hoffnung auf Chancen und Potenziale im öffentlichen Beschaffungsmarkt zurückzuführen ist.

Was finden Sie besonders gut an den Prozessen der öffentlichen Beschaffung?

Im Rahmen der durchgeführten Umfrage zur öffentlichen Beschaffung wurde die offene Frage gestellt, welche Aspekte der öffentlichen Beschaffung als besonders positiv wahrgenommen werden. Die Antworten der Unternehmen, welche sich als erfahren einstufen, wiesen eine tendenziell negative Einschätzung auf, wobei genaue Angaben zu den Problemen häufig fehlten. Dennoch wurden einige positive Aspekte hervorgehoben. Ein transparenter Ablauf der Prozesse wurde von den Befragten häufig als Vorteil genannt. Zudem wurde die Bemühung um Fairness von den Befragten anerkannt. Des Weiteren wurde die verständliche Struktur der Beschaffungsprozesse als positiv bewertet, da sie die Navigation und das Verständnis erleichtert. Diesbezüglich erweist sich der Vorteil standardisierter Verfahren als evident. Die wiederholte Beteiligung an öffentlichen Ausschreibungen ermöglicht es Unternehmen, die Struktur und die erforderlichen Schritte kennenzulernen und ihre Erfahrungen bei weiteren Ausschreibungen zu nutzen. Auch die Einhaltung von Sicherheitsstandards und -vorschriften wurde positiv hervorgehoben, da sie die Integrität und Zuverlässigkeit der Prozesse sicherstellt. Beispielhafte Zitate lauten wie folgt:

„Dass so transparent wird, welche Beschaffungsverfahren stattfinden, und man sich bei passender Eignung i.d.R. bewerben kann.“

„Die Prozesse zielen darauf ab, allen eine Chance zu geben; Gleichbehandlung wird angestrebt. Gut ist auch, dass inzwischen nicht mehr nur auf den Preis geschaut werden soll, sondern auch Kriterien wie Nachhaltigkeit mitberücksichtigt werden können.“

„Da können wir leider keine Punkte anführen. Wir würden gerne weniger öffentliche Ausschreibungen bedienen und unsere Kunden lieber individuell auf seine tatsächlichen Bedürfnisse hin beraten und entsprechende Angebote unterbreiten.“

„Strukturiertes Verfahren mit klarer Zeitschiene und Entscheidung am Ende.“

Stimmen der unerfahrenen Befragten beziehen sich positiv auf die Fairness und Gerechtigkeit der Verfahren, ebenso wie die Effektivität und Detailgenauigkeit der Prozesse. Ein Teilnehmer hebt hervor, dass jeder an öffentlichen Ausschreibungen teilnehmen kann und jedem eine Chance geboten wird. Die wichtigen Leitlinien des Vergaberechts, wie der Wettbewerbs- und Gleichbehandlungsgrundsatz, scheinen also auch bei weniger erfahrenen Bietern wahrgenommen zu werden.

Was würden Sie gerne an den Prozessen der öffentlichen Beschaffung ändern?

Die Befragten der erfahrene Bieter äußerten vielfältige Anliegen zur Verbesserung der öffentlichen Beschaffungsprozesse. Ein zentraler Punkt war der Wunsch nach Verschlankung und Abbau der Bürokratie, um die bestehenden Verfahren zu vereinfachen und die Vielzahl an Formularen und Nachweisen zu reduzieren. Gleichzeitig wurde eine Verbesserung der inhaltlichen Ausarbeitung der Ausschreibungsdokumente gefordert, um klarere und präzisere Leistungsbeschreibungen zu erhalten.

Ein weiteres bedeutendes Anliegen war die stärkere Digitalisierung der Beschaffungsprozesse. Die Einführung einheitlicher, zentralisierter Plattformen für Ausschreibungen und die Abschaffung papierbasierter Verfahren wurden als notwendig erachtet. Die Beschleunigung der Verfahren insgesamt war ein weiterer Wunsch, da kürzere Fristen und effizientere Abläufe als dringlich angesehen werden.

Die Einbindung und Unterstützung von kleinen und jungen Unternehmen ist ein weiterer wichtiger Aspekt. Viele Befragte forderten, dass diese Firmen stärker in die Beschaffungsprozesse einbezogen und ihnen Hilfestellungen geboten werden sollen, um ihnen die Teilnahme zu erleichtern. Zudem betonten viele Kommentare die Notwendigkeit, Qualitätskriterien stärker zu gewichten und den Fokus weniger auf den Preis zu legen, um eine fairere Bewertung und eine bessere Qualität der beschafften Leistungen zu gewährleisten.

Eine bessere Auffindbarkeit von Ausschreibungen durch verbesserte Filterfunktionen und eine Vereinheitlichung der Vergabeportale wurde ebenfalls gewünscht. Dies soll den Aufwand für die Suche nach passenden Ausschreibungen reduzieren. Schließlich wurde mehr Transparenz in den Vergabeentscheidungen und eine einheitliche Behandlung aller Bieter gefordert, um Willkür bei Vergabeentscheidungen zu minimieren. Hier einige beispielhafte Auszüge aus den Antworten:

- „Eine Plattform für alle Ausschreibungen, unabhängig vom Bundesland!!!“
- „1. Mehr Qualitätskriterien in die Zuschlagsgewichtung aufnehmen. Die meisten Vergabeverfahren haben nach wie vor 100% Preis zum Gegenstand, wodurch Bieter mit qualitativ hochwertigen Produkten benachteiligt sind.
2. Mehr Rahmenverträge ausschreiben, wodurch die Anzahl der Vergabeverfahren sinkt. Dadurch haben Bieter weniger Ausschreibungen zu bearbeiten und somit weniger Aufwand.“
- „Digitaler & Transparenter. Beispielsweise über eine Plattform gebündelt.“
- „Startups und KMU sollten Hilfestellung bekommen, damit sie teilnehmen können und erfolgreich sein können.“

Auch die Befragten der Gruppe der sich als unerfahren verstehenden Unternehmen, forderten weniger Regeln und Formalien sowie mehr Übersichtlichkeit. Vorgeschlagen wurde hierbei beispielsweise bestimmte Bedingungen wie Referenzenanforderungen optional zu gestalten, da jungen oder kleinen Unternehmen sonst kaum eine Chance geboten wird. Ein weiterer Teilnehmer wünschte sich eine bessere 1-zu-1-Korrespondenz.

Bedeutung des öffentlichen Sektors als Kundensegment

Die folgende grafische Darstellung (Abbildung 7) präsentiert die Einschätzung der Unternehmen hinsichtlich der Bedeutung des öffentlichen Sektors als Kundensegment für das Geschäft. Dabei wird eine Differenzierung nach dem Selbstverständnis der Unternehmen vorgenommen, ob sie bereits Erfahrung mit der Teilnahme an öffentlichen Ausschreibungen gesammelt haben oder nicht.

Unter den Unternehmen, die sich als erfahren einschätzen, zeigt sich eine überwiegend positive Einstellung gegenüber dem öffentlichen Sektor als wichtigem Kundensegment. Etwa 49 % der Unternehmen stimmen der Aussage zu, dass der öffentliche Sektor ein bedeutendes Kundensegment darstellt, während weitere 19 % dieser Einschätzung eher zustimmen. Damit betrachtet die Mehrheit der befragten erfahrenen Unternehmen den öffentlichen Sektor als bedeutend für ihr Geschäft. Etwa 19 % der erfahrenen Unternehmen haben eine gemischte Meinung und bewerten die Aussage mit „teils/teils“. Ein kleinerer Anteil von knapp 5 % stimmt eher nicht zu und 3 % lehnen die Aussage vollständig ab.

Bei den Unternehmen, die sich selbst als unerfahren einstufen, fallen die Einschätzungen anders aus. Lediglich 28 Prozent dieser Unternehmen stimmen der Aussage zu, dass der öffentliche Sektor ein wichtiges Kundensegment darstellt, während 17 Prozent dieser Aussage eher zustimmen. Es ist nicht verwunderlich, dass Unternehmen, die sich als nicht erfolgreich bzw. erfahren hinsichtlich der Teilnahme an öffentlichen Ausschreibungen einschätzen, den öffentlichen Sektor seltener als wichtiges Kundensegment betrachten. Dennoch lässt sich aus den Ergebnissen ableiten, dass nahezu die Hälfte der als unerfahren eingestuften Unternehmen Interesse am öffentlichen Sektor als Kunden hat. Ein Anteil von 17 % der unerfahrenen Unternehmen bewertet die Aussage mit „teils/teils“. Es ist bemerkenswert, dass 33 % der unerfahrenen Unternehmen der Aussage eher nicht zustimmen und 6 % sie vollständig ablehnen.

Inwiefern stimmen Sie folgender Aussage zu:
 Der öffentliche Sektor ist (potenziell)
 ein wichtiges Kundensegment für unser
 Unternehmen

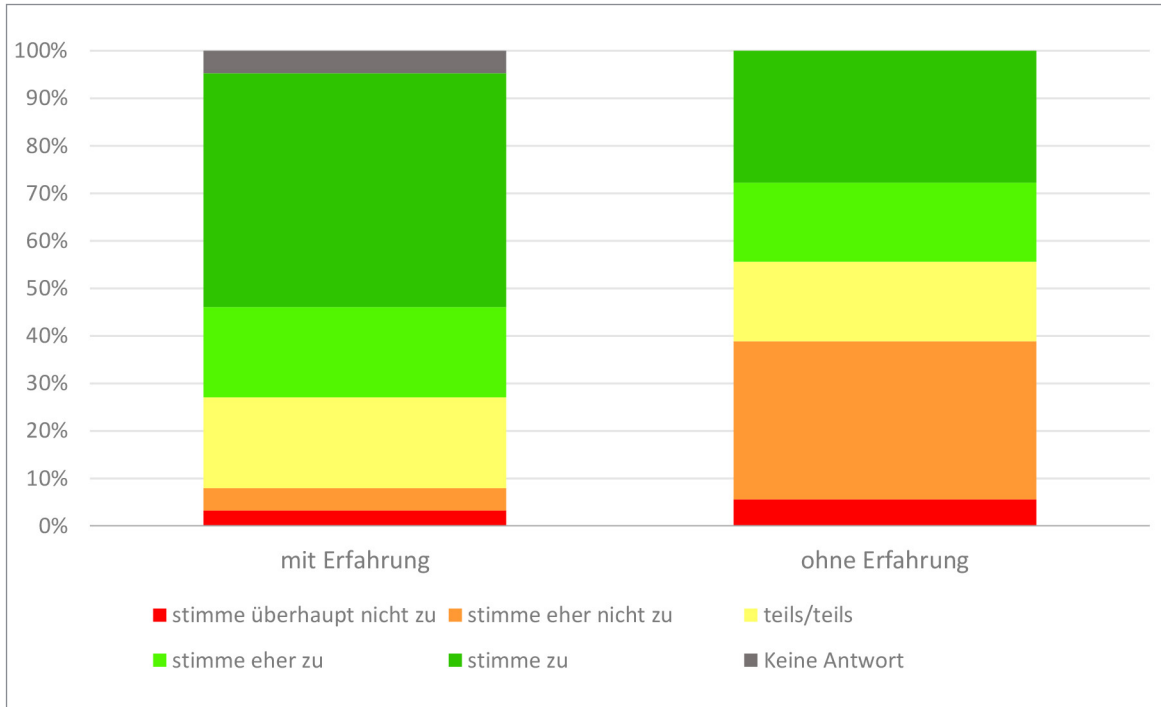


Abbildung 7: Inwiefern stimmen Sie folgender Aussage zu: Der öffentliche Sektor ist (potenziell) ein wichtiges Kundensegment für unser Unternehmen

Die untersuchten Unterschiede weisen darauf hin, dass Unternehmen mit mehr Erfahrung in öffentlichen Ausschreibungen die Chancen und Potenziale des öffentlichen Sektors besser einschätzen können und somit eher geneigt sind, diesen als wichtiges Kundensegment zu betrachten. Darüber hinaus haben sie womöglich schon öffentliche Ausschreibungen gewonnen und Aufträge ausgeführt. Somit ist der öffentliche Sektor bereits ein etabliertes Kundensegment und wird dementsprechend als wichtig betrachtet. Unerfahrene Unternehmen sind hingegen aufgrund mangelnder Erfahrung oder negativer Erwartungen zurückhaltender, den öffentlichen Sektor als bedeutenden Markt zu sehen. Sie haben ihr Unternehmen bislang ohne dieses Kundensegment geführt, ihr Geschäftsmodell ist möglicherweise noch nicht auf den öffentlichen Sektor ausgelegt, wodurch sie den öffentlichen Sektor womöglich nur als zusätzliche Möglichkeit sehen.

Zukünftige Nachfrage nach Produkten und Leistungen

Unter den Unternehmen, die sich als erfahren einschätzen, gehen 29 % davon aus, dass die öffentliche Nachfrage nach ihren Produkten und Leistungen in den nächsten fünf Jahren stark steigen wird (s. Abbildung 8). Weitere 38 % erwarten eine moderate Steigerung der Nachfrage. Dies deutet darauf hin, dass eine Mehrheit der erfahrenen Unternehmen optimistisch in die Zukunft blickt und ein Wachstum des öffentlichen Beschaffungsmarktes für ihr Produkt erwartet. Rund 19 % der erfahrenen Unternehmen gehen davon aus, dass die Nachfrage gleichbleiben sein wird. Nur ein kleinerer Anteil von 10 % erwartet, dass die Nachfrage abnimmt. Keines der erfahrenen Unternehmen geht davon aus, dass die Nachfrage stark abnehmen wird.

Wie entwickelt sich aus Ihrer Sicht in den nächsten 5 Jahren die öffentliche Nachfrage nach Produkten und Leistungen, die Ihr Unternehmen anbietet?

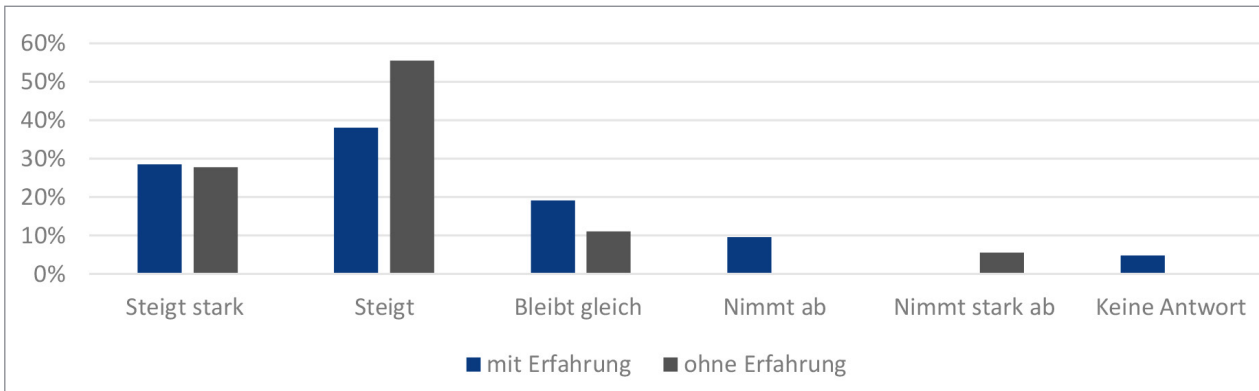


Abbildung 8: Wie entwickelt sich aus Ihrer Sicht in den nächsten 5 Jahren die öffentliche Nachfrage nach Produkten und Leistungen, die Ihr Unternehmen anbietet

Bei den Unternehmen, die sich als unerfahren einschätzen, zeigt sich ein leicht anderes Bild. Etwa 28 % dieser Unternehmen erwarten, dass die Nachfrage stark steigen wird, und 56 % gehen von einer moderaten Steigerung aus. Dies zeigt, dass auch unerfahrene Unternehmen größtenteils optimistisch sind, was die zukünftige Nachfrage betrifft. Ein kleinerer Anteil von 11 % der unerfahrenen Unternehmen geht davon aus, dass die Nachfrage stabil bleibt. Keines der unerfahrenen Unternehmen erwartet, dass die Nachfrage abnimmt, jedoch glauben 6 %, dass die Nachfrage stark abnehmen wird.

Diese Ergebnisse verdeutlichen, dass sowohl erfahrene als auch unerfahrene Unternehmen überwiegend eine steigende oder gleichbleibende Nachfrage nach ihren Produkten und Leistungen in der öffentlichen Beschaffung erwarten. Erfahrene Unternehmen zeigen jedoch eine etwas differenziertere Einschätzung, indem sie auch die Möglichkeit einer abnehmenden Nachfrage in Betracht ziehen. Unerfahrene Unternehmen sind insgesamt optimistischer, wobei ein erheblicher Teil von einer starken oder moderaten Steigerung der Nachfrage ausgeht. Diese optimistischen Erwartungen könnten darauf hindeuten, dass Unternehmen, unabhängig von ihrer bisherigen Erfahrung mit öffentlichen Ausschreibungen, die öffentlichen Beschaffungsmärkte als wachsend und vielversprechend betrachten. Mit einem jährlichen Beschaffungsvolumen in dreistelliger Milliardenhöhe ist der öffentliche Sektor ein attraktiver und stetig wachsender Markt. Aufgrund seiner dezentralen Struktur mit insgesamt über 30.000 Vergabestellen auf Kommunal-, Landes-, Bundesebene und EU-Ebene besteht die Herausforderung für Unternehmen jedoch darin, zu ermitteln, an welcher Stelle die Nachfrage für ihr Produkt wahrscheinlich und ihre Erfolgchancen am größten sind.

Wissen und Prozesse des öffentlichen Einkaufs

Bewertung des Wissens über Prozesse des öffentlichen Einkaufs

Die Einschätzung des Wissens über die Prozesse des öffentlichen Einkaufs variiert deutlich zwischen Unternehmen, die sich als erfahren oder unerfahren in der Teilnahme an öffentlichen Ausschreibungen betrachten (Abbildung 9). Erfahrene Unternehmen schätzen ihr Wissen auf einer Skala von 1 (niedrig) bis 10 (hoch) im Durchschnitt höher ein, mit einem Mittelwert von 6,2, während unerfahrene Unternehmen einen deutlich niedrigeren Mittelwert von 4,2 aufweisen.

Unter den erfahrenen Unternehmen zeigt sich eine breite Verteilung der Selbsteinschätzungen. Der größte Anteil (25 %) bewertete ihr Wissen mit Stufe 7, was darauf hinweist, dass sie insgesamt ein gutes Wissen über die Prozesse des

öffentlichen Einkaufs haben. 19 % der erfahrenen Unternehmen stufen ihr Wissen auf Stufe 8 ein. Zum Vergleich: Nur 19 % ordnen sich insgesamt auf den untersten 4 Stufen ein, wovon nur ein kleiner Prozentsatz (2 %) ihr Wissen mit der niedrigsten Stufe 1 bewertete, was auf einzelne Unsicherheiten hinweist.

Auf einer Skala von 1 (niedrig) – 10 (hoch), wie gut schätzen Sie Ihr Wissen über die Prozesse des öffentlichen Einkaufs ein?

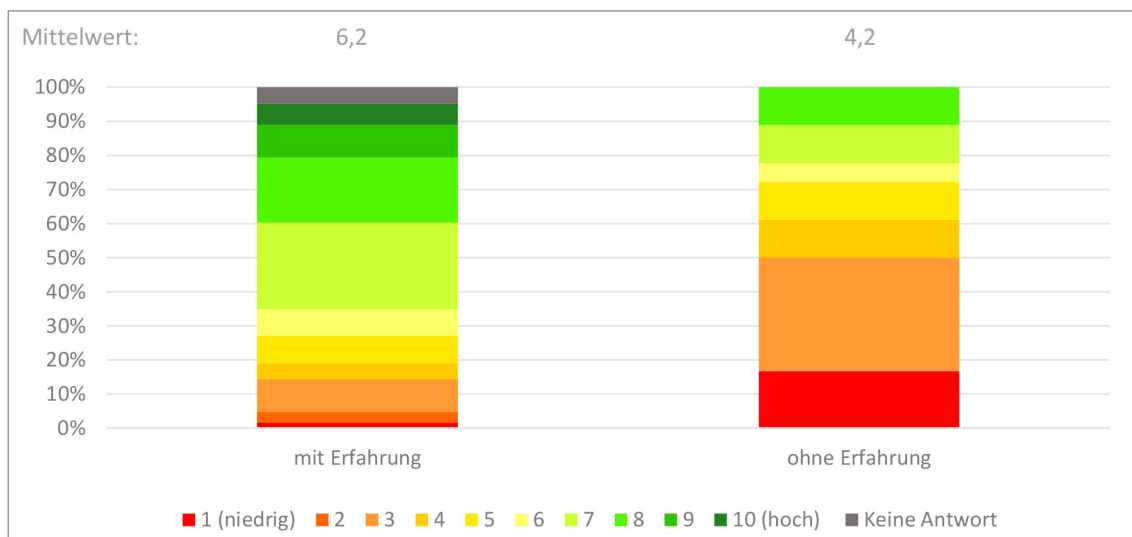


Abbildung 9: Auf einer Skala von 1 (niedrig) – 10 (hoch), wie gut schätzen Sie Ihr Wissen über die Prozesse des öffentlichen Einkaufs ein?

Im Gegensatz dazu stufen unerfahrene Unternehmen ihr Wissen tendenziell niedriger ein. Ein erheblicher Anteil (33 %) dieser Unternehmen bewertete ihr Wissen mit Stufe 3, was auf erhebliche Wissenslücken hinweist. In dieser Gruppe verorten sich über 60 % auf den niedrigsten 4 Stufen. Davon bewerteten 17 % der unerfahrenen Unternehmen ihr Wissen mit der niedrigsten Stufe 1. Nur wenige unerfahrene Unternehmen schätzen ihr Wissen über die Prozesse des öffentlichen Einkaufs hoch ein. Nur 2 % der unerfahrenen Unternehmen bewerteten ihr Wissen mit der höchsten Stufe 10, was auf ein geringes Selbstvertrauen oder tatsächlich weniger Wissen hindeuten könnte.

Diese Diskrepanz in der Selbsteinschätzung des Wissens über die Prozesse des öffentlichen Einkaufs verdeutlicht die Notwendigkeit, die Schulung und Information unerfahrener Unternehmen zu verbessern. Ein umfassendes Verständnis der Beschaffungsprozesse könnte dazu beitragen, die Teilnahmebereitschaft und den Erfolg dieser Unternehmen bei öffentlichen Ausschreibungen zu erhöhen.

Kenntnis der relevanten Vergabeplattformen

Die Aussage „Wir kennen die relevanten Vergabeplattformen für die Bekanntmachung von Ausschreibungen (TED, Bund.de, Vergabeplattform des Bundes, der Bundesländer, DTVP etc.)“ wurde nur den Befragten des Fragebogens für erfahrene Unternehmen vorgelegt. Abbildung 10 verdeutlicht, wie gut diese Unternehmen die relevanten Vergabeplattformen kennen. Die Ergebnisse zeigen, dass die Mehrheit der Unternehmen ein gutes Verständnis für diese Plattformen hat.

Ein beträchtlicher Anteil der Unternehmen, nämlich 44 %, bekundete vollumfänglich Zustimmung zu der Aussage, dass sie die relevanten Vergabeplattformen kennen. Weitere 29 % der Unternehmen stimmten der Aussage eher zu, was insgesamt zeigt, dass mehr als 70 % der Unternehmen ein hohes Maß an Vertrautheit mit Vergabeplattformen aufweisen. Ein Anteil von 11 % der Unternehmen bewertete seine Kenntnis als „teils/teils“. Ein geringerer Anteil von 6 % stimmte der

Aussage eher nicht zu, während nur 2 % gar nicht zustimmten. Dies lässt den Schluss zu, dass nur eine geringe Anzahl von Unternehmen erhebliche Wissenslücken in Bezug auf Vergabeplattformen aufweist.

Wir kennen die relevanten Vergabeplattformen für die Bekanntmachung von Ausschreibungen (TED, Bund.de, Vergabeplattform des Bundes, der Bundesländer, DTVP etc.)

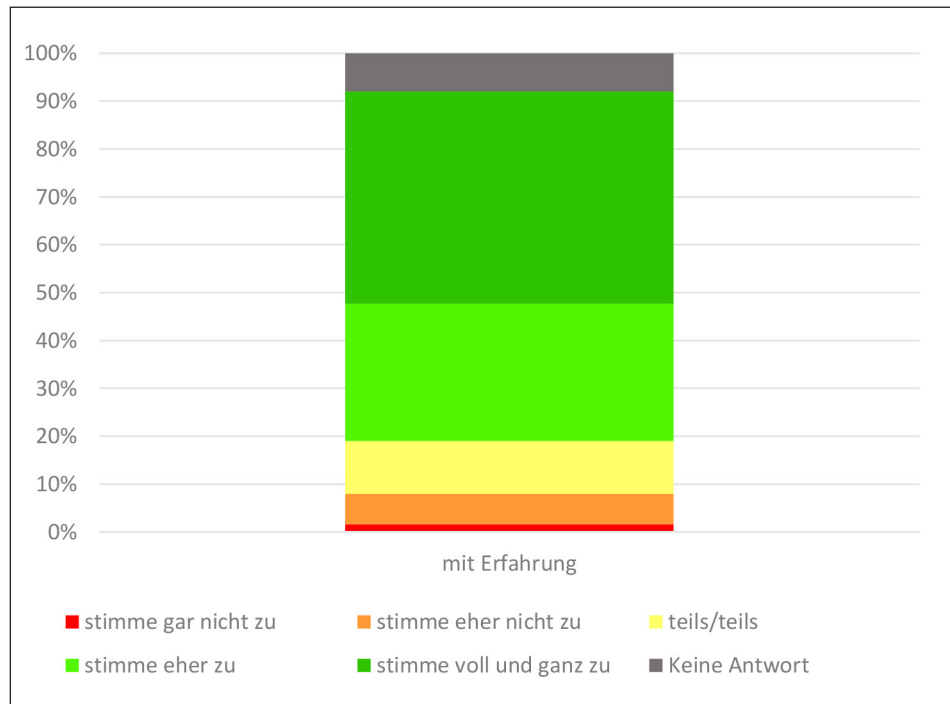


Abbildung 10: Wir kennen die relevanten Vergabeplattformen für die Bekanntmachung von Ausschreibungen (TED, Vergabeplattform des Bundes, der Bundesländer, DTVP etc.)

Diese Ergebnisse deuten darauf hin, dass die meisten Unternehmen gut über die wichtigsten Vergabeplattformen informiert sind, was ihnen ermöglicht, effektiv an öffentlichen Ausschreibungen teilzunehmen. Die hohe Zustimmung zeigt, dass die Bekanntheit und das Wissen über diese Plattformen weit verbreitet sind, obwohl es immer noch einen kleinen Teil der Unternehmen gibt, die Wissenslücken aufweisen. Durch die Vielzahl an Vergabeplattformen ist es wahrscheinlich, dass themenspezifische oder regionale Plattformen nicht bekannt sind. Dies könnte auf die Notwendigkeit weiterer Informations- und Schulungsangebote hinweisen, um sicherzustellen, dass alle Unternehmen gleichermaßen gut informiert sind. Je breiter die vielen Möglichkeiten bekannt sind und je transparenter der Zugang zu öffentlichen Ausschreibungen ist, desto mehr Unternehmen beteiligen sich.

Kenntnis der Kooperationsmöglichkeiten

Auch die Aussage „Wir kennen die Möglichkeit, mit anderen Unternehmen zu kooperieren (sogenannte Bietergemeinschaften), wenn wir nur einen Teil der ausgeschriebenen Leistungen erbringen können“ lag nur in dem Fragebogen für erfahrene Unternehmen vor Abbildung 11. Die Möglichkeit der Bildung von Bietergemeinschaften erlaubt es Unternehmen, sich zusammenzuschließen, um gemeinsam an öffentlichen Ausschreibungen teilzunehmen. Dies ist besonders vorteilhaft für größere Ausschreibungen sowie kleinere Unternehmen, die nicht in der Lage sind, eigenständig alle Anforderungen eines Ausschreibungsauftrags zu erfüllen. In einer Bietergemeinschaft bündeln mehrere Unternehmen ihre Ressourcen und Kompetenzen und können dadurch ihre Chancen auf erfolgreiche

Auftragsvergaben erhöhen. Dies ermöglicht es auch unerfahrenen Unternehmen öffentliche Aufträge zu gewinnen und erste Referenzen zu sammeln.

Ein Großteil der Befragten, nämlich 52 %, stimmte der Aussage voll und ganz zu, dass sie diese Möglichkeit kennen. Weitere 22 % der Unternehmen stimmten eher zu, was insgesamt zeigt, dass etwa drei Viertel der Unternehmen gut über diese Kooperationsmöglichkeit informiert sind.

Nur 5 % der Unternehmen bewerteten ihre Kenntnis als „teils/teils“. Ein kleinerer Anteil von 10 % stimmte der Aussage eher nicht zu, und 5 % stimmten gar nicht zu, was darauf hindeutet, dass auch einige erfahrene Unternehmen erhebliche Wissenslücken in Bezug auf Bietergemeinschaften haben.

Wir kennen die Möglichkeit mit anderen Unternehmen zu kooperieren (sogenannte Bietergemeinschaften), wenn wir nur einen Teil der ausgeschriebenen Leitungen erbringen können.

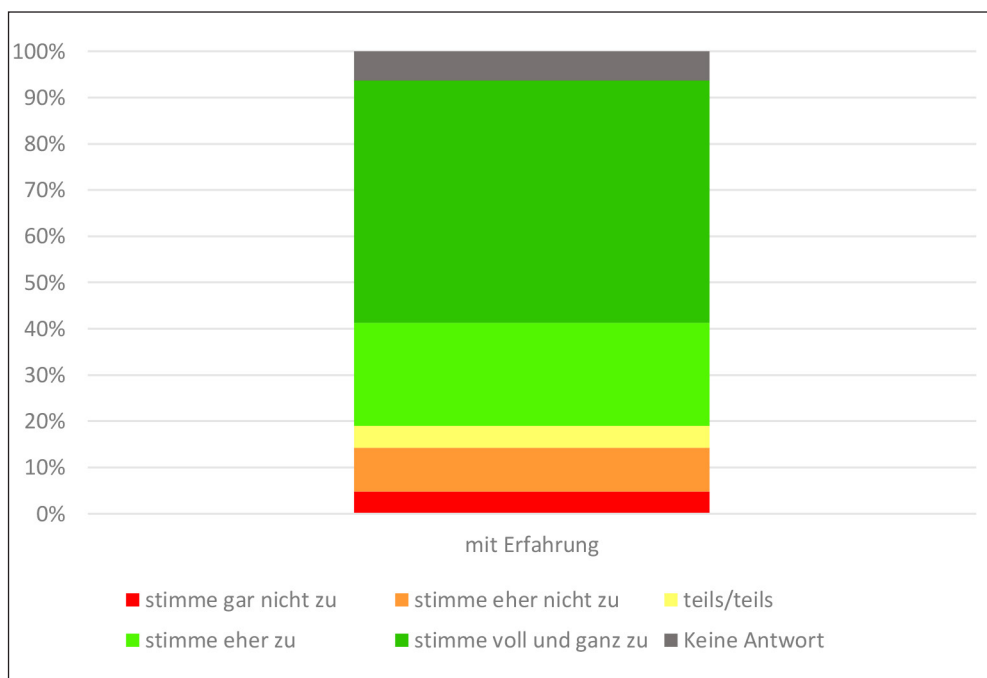


Abbildung 11: Wir kennen die Möglichkeit mit anderen Unternehmen zu kooperieren (sogenannte Bietergemeinschaften), wenn wir nur einen Teil der ausgeschriebenen Leitungen erbringen können.

Diese Ergebnisse deuten darauf hin, dass die meisten erfahrenen Unternehmen gut über die Möglichkeit der Bildung von Bietergemeinschaften informiert sind, was ihnen ermöglicht, effektiver an öffentlichen Ausschreibungen teilzunehmen, auch wenn sie nur einen Teil der ausgeschriebenen Leistungen erbringen können. Die hohe Zustimmung zeigt, dass die Kenntnis über diese Kooperationsmöglichkeit weit verbreitet ist, obwohl es immer noch einen kleinen Teil der Unternehmen gibt, die Wissenslücken aufweisen. Die Ergebnisse zeigen, dass die Kenntnis über die Möglichkeit Bietergemeinschaften zu gründen weitestgehend besteht, jedoch nicht, ob und wie häufig diese Möglichkeit auch genutzt wird. Mithilfe von umfassenden Informationen zu den Vorteilen und Vorgehensweisen könnten Unternehmen weiter unterstützt werden. Insbesondere unerfahrene und kleinere Unternehmen sollten hierbei in den Blick genommen werden, da für sie Bietergemeinschaften ein wichtiges Instrument für den Einstieg in den öffentlichen Sektor sein können.

Ausschreibungsrecherche - Wann kommt es zu einem „match“?



Auffindbarkeit und Passgenauigkeit öffentlicher Ausschreibungen

Die folgenden Fragen und Aussagen waren ausschließlich Teil des Fragebogens für erfolgreiche Bieter. Die Abbildung 12 veranschaulicht, wie Unternehmen die Übereinstimmung ihrer Leistungen und Produkte mit den Anforderungen öffentlicher Ausschreibungen bewerten.

Ein beachtlicher Anteil von 16 % der Unternehmen stimmt der Aussage, dass sie selten Ausschreibungen finden, die zu 100 % mit ihren Leistungen und Produkten übereinstimmen, voll und ganz zu. Weitere 19 % der befragten Unternehmen stimmen dieser Aussage eher zu. Dies impliziert, dass über ein Drittel der Unternehmen angibt, Schwierigkeiten bei der Suche nach geeigneten Ausschreibungen zu haben.

Auf der anderen Seite stehen 32 % der Unternehmen der Bewertung der Frage unentschlossen gegenüber. Zudem stimmten 19 % der Unternehmen eher nicht zu, dass sie selten passende Ausschreibungen finden, und knapp 10 % lehnten diese Aussage völlig ab. Dies zeigt, dass es eine bedeutende Anzahl von Unternehmen gibt, die durchaus Ausschreibungen finden, die gut zu ihren Angeboten passen.

Wir finden selten öffentliche Ausschreibungen, die zu 100 % mit unseren Leistungen und Produkten „übereinstimmen“.

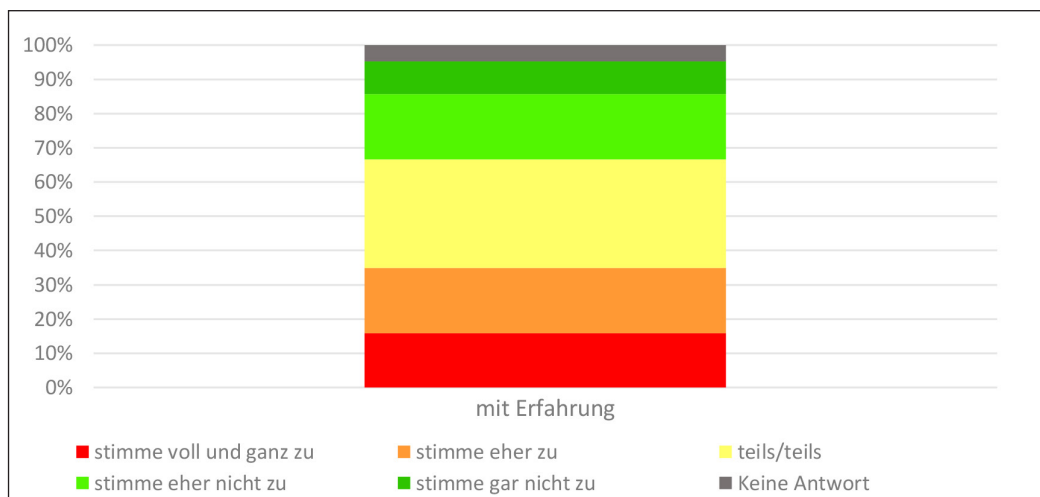


Abbildung 12: Wir finden selten öffentliche Ausschreibungen, die zu 100 % mit unseren Leistungen und Produkten „übereinstimmen“.

Diese unterschiedlichen Einschätzungen deuten darauf hin, dass obwohl ein bedeutender Teil der Unternehmen Schwierigkeiten hat, perfekt passende Ausschreibungen zu finden, auch viele Unternehmen geeignete Ausschreibungen entdecken. Die gemischten Erfahrungen könnten darauf hinweisen, dass die Passgenauigkeit von Ausschreibungen stark von der spezifischen Branche und den angebotenen Leistungen der Unternehmen abhängt. Dies unterstreicht die Notwendigkeit, Ausschreibungen klar und detailliert zu formulieren, um die passenden Anbieter besser zu erreichen. Die Passgenauigkeit kann durch eine umfassende Markterkundung durch die öffentlichen Auftraggeber erhöht werden. Je besser das Marktverständnis der Ausschreibenden ist, desto eher finden markt- oder branchenspezifische Besonderheiten berücksichtigt und innovative Aspekte einbezogen.

Die Abbildung 13 basiert auf der Frage: „Wir finden es leicht, öffentliche Ausschreibungen zu finden, die auf unsere Unternehmensangebote passen.“ Ein beachtlicher Anteil der Unternehmen, nämlich 17 %, bekundete vollumfänglich Zustimmung zu der Aussage, dass sie es als leicht empfinden, öffentliche Ausschreibungen zu identifizieren, die auf ihre Unternehmensangebote passen. Weitere 17 % der Unternehmen stimmten dieser Aussage eher zu, was insgesamt zeigt, dass etwa ein Drittel der Unternehmen diese Herausforderung als relativ gering ansieht.

Wir finden es leicht, öffentliche Ausschreibungen zu finden, die auf unsere Unternehmensangebote passen.

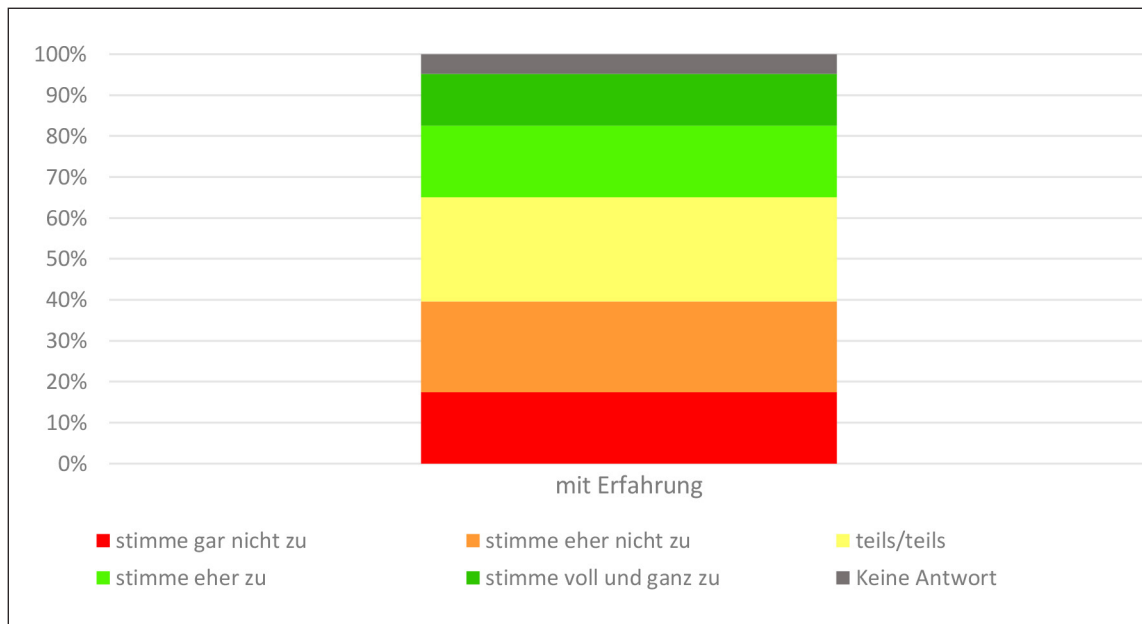


Abbildung 13: Wir finden es leicht, öffentliche Ausschreibungen zu finden, die auf unsere Unternehmensangebote passen.

Demgegenüber steht ein höherer Anteil der Unternehmen, die Schwierigkeiten bei der Auffindbarkeit passender Ausschreibungen angeben. 22 % der Unternehmen stimmten der Aussage eher nicht zu, und 17 % stimmten gar nicht zu, dass sie leicht passende Ausschreibungen finden können. Dies signalisiert, dass fast 40 % der Unternehmen Probleme bei der Suche nach geeigneten Ausschreibungen haben. Etwa 25 % der Unternehmen bewerteten ihre Erfahrungen als „teils/teils“, was auf gemischte Einschätzungen und möglicherweise branchenspezifische Unterschiede hinweist.

Diese Ergebnisse zeigen, dass die Meinungen der Unternehmen zur Auffindbarkeit passender Ausschreibungen stark variieren. Während ein Drittel der Unternehmen die Suche nach passenden Ausschreibungen als relativ einfach empfindet, berichtet ein bedeutender Teil von Schwierigkeiten. Die gemischten Erfahrungen und die Unterschiede in den Einschätzungen könnten darauf hinweisen, dass es Potenzial für Verbesserungen bei der Zugänglichkeit und Strukturierung von Ausschreibungsplattformen gibt. Eine zentralisierte und klar strukturierte Ausschreibungsplattform könnte möglicherweise dazu beitragen, die Auffindbarkeit passender Ausschreibungen für alle Unternehmen zu verbessern.

Wie Unternehmen die Aussage bewerten, dass sie öffentliche Ausschreibungen oft erst dann finden, wenn die Abgabefrist für die Erstellung eines Angebots bereits nicht mehr ausreichend ist, zeigt Abbildung 14.

Eine Analyse der Daten zeigt, dass lediglich fünf Prozent der Unternehmen die Aussage voll und ganz unterstützen, während 14 Prozent der Unternehmen eine eher zustimmende Haltung einnehmen. Dies lässt den Schluss zu, dass insgesamt 19 % der Unternehmen von diesem Problem häufig betroffen sind. Rund 30 % der Unternehmen bewerteten die Aussage mit „teils/teils“. Demgegenüber stehen 22 % der Unternehmen, die der Aussage eher nicht zustimmen, sowie 24 %, die sie vollständig ablehnen. Somit lässt sich ableiten, dass nahezu die Hälfte der Unternehmen die Auffassung vertritt, dass sie öffentliche Ausschreibungen nicht häufig zu spät finden.

Wir finden öffentliche Ausschreibungen häufig erst dann, wenn die Abgabefrist für die Erstellung eines Angebots für uns bereits nicht mehr ausreichend ist.

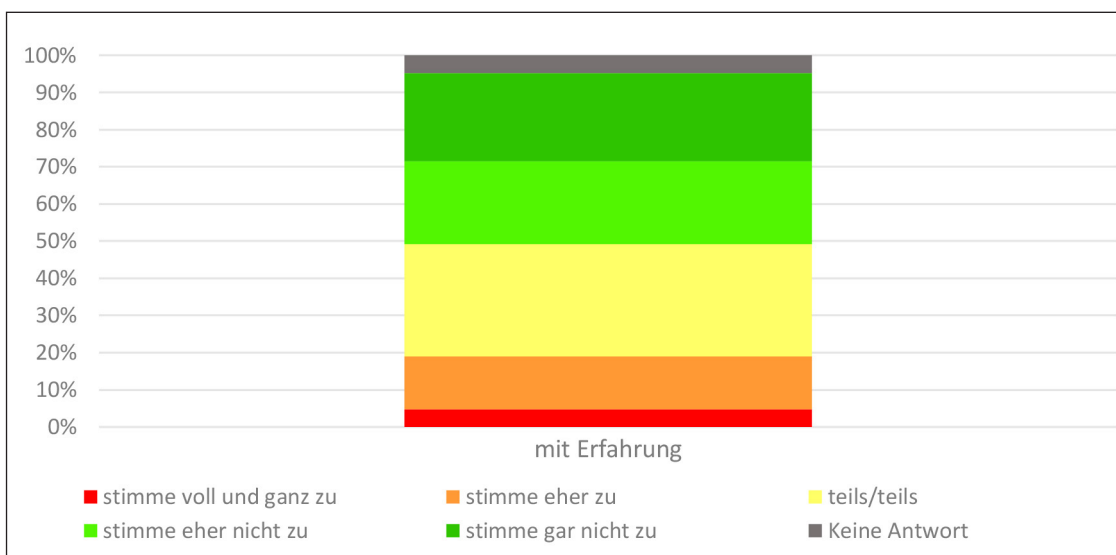


Abbildung 14: Wir finden öffentliche Ausschreibungen häufig erst dann, wenn die Abgabefrist für die Erstellung eines Angebots für uns bereits nicht mehr ausreichend ist.

Diese Ergebnisse deuten darauf hin, dass zwar ein Teil der Unternehmen häufig zu spät auf anderenfalls interessante Ausschreibungen stößt, der Großteil der Unternehmen hingegen seltener bis nie ein Problem damit hat, Ausschreibungen rechtzeitig zu finden. Die gemischten Erfahrungen weisen auf ein gewisses Verbesserungspotenzial hinsichtlich einer effektiven Ausschreibungsrecherche einiger Unternehmen, ebenso wie ein Verbesserungspotenzial öffentlicher Auftraggeber bei der Bekanntmachung und Zugänglichkeit von Ausschreibungen hin. Automatisierte Benachrichtigungen und Erinnerungsfunktionen der öffentlichen Ausschreibungsplattformen können dabei unterstützen und sollten ausgebaut werden. Darüber hinaus kann ein besseres Verständnis von Fristen der verschiedenen Vergabeverfahren zu einer schnelleren Auswahl von passenden Ausschreibungen führen. Eine bessere Verbreitung und leichtere Auffindbarkeit der Ausschreibungen könnten dazu beitragen, dass mehr Unternehmen ausreichend Zeit haben, um ihre Angebote fristgerecht einzureichen.

Denn ein signifikanter Anteil der Unternehmen (51 %) stimmte der Aussage voll und ganz zu, dass sie häufiger nach öffentlichen Ausschreibungen suchen würden, wenn es eine zentrale Ausschreibungsplattform gäbe (s. Abbildung 15). Weitere 24 % stimmten dieser Aussage eher zu.

Über drei Viertel der Unternehmen betrachten demzufolge eine zentrale Ausschreibungsplattform als hilfreich und förderlich für ihre Teilnahme an öffentlichen Ausschreibungen. Nur etwa 8 % der Unternehmen bewerteten die Aussage mit „teils/teils“. Ein kleinerer Anteil von 6 % stimmte der Aussage eher nicht zu, und weitere 6 % stimmten gar nicht zu, dass eine zentrale Ausschreibungsplattform ihre Suchhäufigkeit erhöhen würde. Ein Anteil von 5 % der Unternehmen hat keine Antwort auf diese Frage gegeben.

Diese Ergebnisse deuten darauf hin, dass die überwiegende Mehrheit der Unternehmen eine zentrale Ausschreibungsplattform begrüßen würde. Eine solche Plattform könnte die Auffindbarkeit von Ausschreibungen erheblich verbessern und dazu beitragen, dass mehr Unternehmen die Möglichkeit haben, an öffentlichen Vergaben teilzunehmen. Dies könnte besonders für kleinere Unternehmen von Vorteil sein, die möglicherweise nicht die Ressourcen haben, um auf mehreren Plattformen nach Ausschreibungen zu suchen. Unternehmen müssten sich dadurch nicht auf verschiedenen Portalen registrieren und sich in ihre Strukturen und Funktionen einarbeiten, sondern hätten bestenfalls ihre Daten und Unterlagen zentral abgelegt.

Wir würden häufiger nach öffentlichen Ausschreibungen suchen, wenn es eine zentrale Ausschreibungsplattform gäbe.

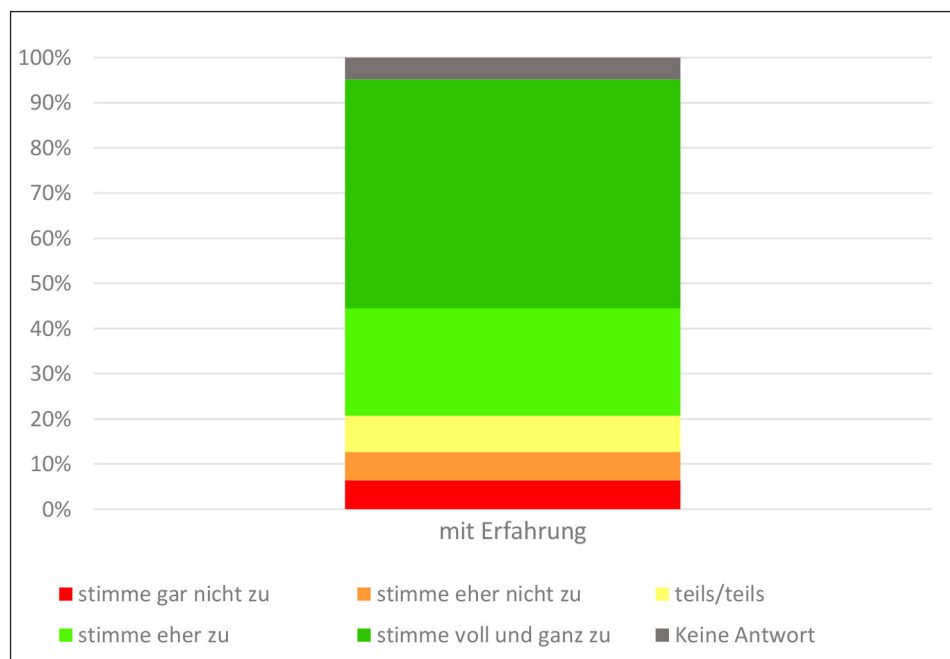


Abbildung 15: Wir würden häufiger nach öffentlichen Ausschreibungen suchen, wenn es eine zentrale Ausschreibungsplattform gäbe.

Aktuell stellen die vielzähligen Vergabe-Plattformen eine Hürde dar. Insbesondere für Start-ups und KMU ist es oft schwierig, Ausschreibungen zu entdecken, die genau zu ihren Angeboten passen, was die Teilnahme an öffentlichen Vergaben erschwert. Die derzeitige Struktur der Ausschreibungssystematik behindert teilweise, dass Nachfrage und Angebot zueinander finden.

Eine zentrale Plattform würde diese Hürden abbauen und sicherstellen, dass Nachfrage und Angebot besser zusammenkommen.

Zudem behindert die Vielzahl der bestehenden Vergabe-Plattformen die innovative öffentliche Beschaffung. Um wettbewerbsfähig zu bleiben, muss es für innovative öffentliche Beschaffungen eine einzige Plattform geben. Dies würde die Transparenz und Effizienz des Prozesses erhöhen und gleichzeitig sicherstellen, dass innovative Lösungen leichter von verschiedenen Anbietern eingebracht werden können.

Eine zentrale Ausschreibungsplattform könnte die Teilnahmebereitschaft insbesondere auch von bisher unerfahrenen Unternehmen erhöhen, was zu einer größeren Vielfalt und Qualität der Angebote führen würde. Dies könnte den öffentlichen Beschaffungsprozess insgesamt verbessern und sicherstellen, dass die besten und innovativsten Lösungen zum Tragen kommen.

Recherche nach öffentlichen Ausschreibungen

Ein beachtlicher Anteil der Unternehmen (29 %) gab an, wöchentlich nach passenden Ausschreibungen zu suchen (s. Abbildung 16). Sogar täglich recherchieren 24 % der Unternehmen, während 16 % dies zumindest monatlich tun. Diese Zahlen legen nahe, dass ein Großteil der Unternehmen regelmäßig aktiv nach Ausschreibungen sucht, was auf ein signifikantes Interesse hindeutet. Die regelmäßige Suche nach Ausschreibungen kann verschiedene Gründe haben. Einerseits kann die Notwendigkeit bestehen, neue Ausschreibungen rechtzeitig zu finden, um alle notwendigen Unterlagen und Nachweise zusammenzustellen und das Angebot fristgerecht einreichen zu können. Andererseits kann die regelmäßige Suche auch dazu dienen, sich einen Überblick über aktuelle Ausschreibungen zu verschaffen, um potenzielle Chancen zu identifizieren.

Rund 14 % der Unternehmen suchen nur ab und zu im Jahr nach Ausschreibungen, während 11 % ein Alert-System auf mindestens einer der Vergabeplattformen verwenden, um benachrichtigt zu werden, wenn relevante Ausschreibungen veröffentlicht werden. Dies deutet darauf hin, dass einige Unternehmen eher auf automatische Benachrichtigungen setzen, anstatt regelmäßig selbst zu suchen. Ein sehr kleiner Anteil, nämlich 2 %, gibt an, nie nach Ausschreibungen zu suchen. Weitere 5 % der Unternehmen haben keine Antwort auf diese Frage gegeben.

Diese Ergebnisse verdeutlichen, dass die Nutzungshäufigkeit von Vergabeplattformen stark variiert. Während ein großer Teil der Unternehmen aktiv und regelmäßig sucht, gibt es auch solche, die seltener oder gar nicht aktiv nach Ausschreibungen recherchieren. Dies könnte darauf hindeuten, dass der Zugang und die Benutzerfreundlichkeit der Plattformen verbessert werden könnten, um mehr Unternehmen zu regelmäßigen Nutzern zu machen.

Wie häufig recherchieren Sie auf Vergabeplattformen nach passenden öffentlichen Ausschreibungen?

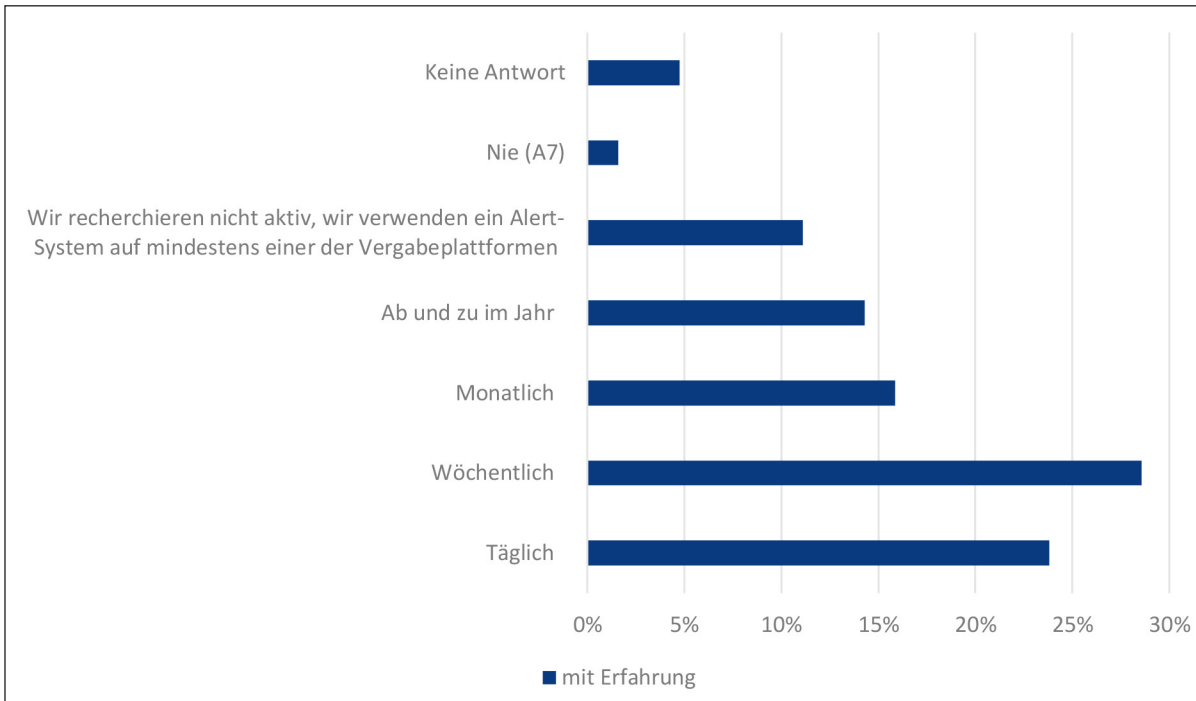


Abbildung 16: Wie häufig recherchieren Sie auf Vergabeplattformen nach passenden öffentlichen Ausschreibungen?

Die Erkenntnisse aus dieser Analyse unterstreichen die Bedeutung einer zentralen und benutzerfreundlichen Ausschreibungsplattform, wie in den vorherigen Analysen empfohlen. Eine solche Plattform würde nicht nur die Suche nach passenden Ausschreibungen erleichtern, sondern könnte auch durch automatische Benachrichtigungsfunktionen die Effizienz der Recherche erhöhen. Dies ist besonders wichtig für kleinere Unternehmen und Start-ups, die möglicherweise nicht die Ressourcen haben, um täglich oder wöchentlich manuell nach Ausschreibungen zu suchen.

Durch die Implementierung einer solchen Plattform könnten die Barrieren für die Teilnahme an öffentlichen Ausschreibungen gesenkt und der Wettbewerb gestärkt werden, was letztlich zu besseren und vielfältigeren Angeboten für öffentliche Auftraggeber führen würde.

Die nachstehende Auswertung zeigt, welche Filtermöglichkeiten Unternehmen als besonders hilfreich bewerten, wenn sie auf Vergabeplattformen nach passenden öffentlichen Ausschreibungen suchen (s. Abbildung 17 und Abbildung 18).

Eine der Filtermöglichkeiten stellt der CPV-Code dar. Er steht für das Gemeinsame Vokabular für öffentliche Aufträge (Common Procurement Vocabulary) und wird bei EU-Vergabeverfahren von öffentlichen Auftraggebern zur Beschreibung des Auftragsgegenstandes verwendet. Der von der EU vorgegebene CPV-Katalog hat eine begriffliche Harmonisierung der Zuordnung von Tätigkeitsfeldern zwischen den EU-Staaten zum Ziel, wodurch die zu vergebende Leistung in allen EU-Staaten gleichermaßen beschrieben und verständlich sind. Die Auswahl möglichst passender CPV-Codes durch die öffentlichen Auftraggeber hilft Bietern, passende Ausschreibungen schneller und präziser zu finden.

Der Erfüllungsort gibt in Ausschreibungen an, wo der Auftrag im Wesentlichen umzusetzen ist. Für Lieferungen ist der Erfüllungsort beispielsweise der oder die Anlieferungsart(e) und für Dienstleistungen der oder die Ausführungsart(e). Dies ist insbesondere für ausländische Unternehmen von Bedeutung. Sie müssen die

Wege- und Transportkosten sowie weitere Kosten, z. B. für die Bereitstellung von Arbeitskräften und Arbeitsmitteln, einkalkulieren, um abzuschätzen, ob sich die Auftragsausführung für sie lohnt. Der Erfüllungsort kann sowohl mittels sogenannten NUTS-Codes als standardisierte Ortsangabe, als auch durch eine exakte Ortsangabe mit Adresse angegeben werden.

Potenzielle Aufträge lassen sich außerdem anhand des Gesamtauftragswerts filtern, der im Vorfeld von den öffentlichen Auftraggebern geschätzt wird. Der voraussichtliche Auftragswert entscheidet u. a. darüber, welche Vergabeverfahren anzuwenden sind. Neben dem wirtschaftlichen Nutzen kann eine Orientierung anhand des Auftragswerts für Unternehmen relevant sein, da von dessen Höhe abhängt, welche Verfahrensregeln anzuwenden sind und welcher Aufwand auf die Bieter zukommt. Liegt der vom Auftraggeber geschätzte Wert unterhalb der gesetzlich festgelegten Schwellenwerte, ist das nationale Vergaberecht anzuwenden. Übersteigt der Auftragswert die in EU-Richtlinien festgelegten Schwellenwerte, müssen die Aufträge europaweit ausgeschrieben werden.

Die gewählte Verfahrensart impliziert folglich signifikante Implikationen für die Unternehmen hinsichtlich des Aufwands und der Erfolgchancen bei öffentlichen Ausschreibungen. Für Start-ups und innovative KMU können sich insbesondere flexible, innovative Verfahren (z. B. Innovationspartnerschaft) und Aufträge im Unterschwellenbereich eignen. Diese sind häufig auf kommunaler Ebene verortet und weisen ein geringeres Auftragsvolumen auf. Allerdings sind sie in der Regel auch mit geringeren Anforderungen und formalen Vorgaben verbunden.

Wenn wir nach öffentlichen Ausschreibungen auf Vergabeplattformen suchen, die für unsere Leistungen und Produkte passend sind, sind folgende Filtermöglichkeiten für uns besonders hilfreich?

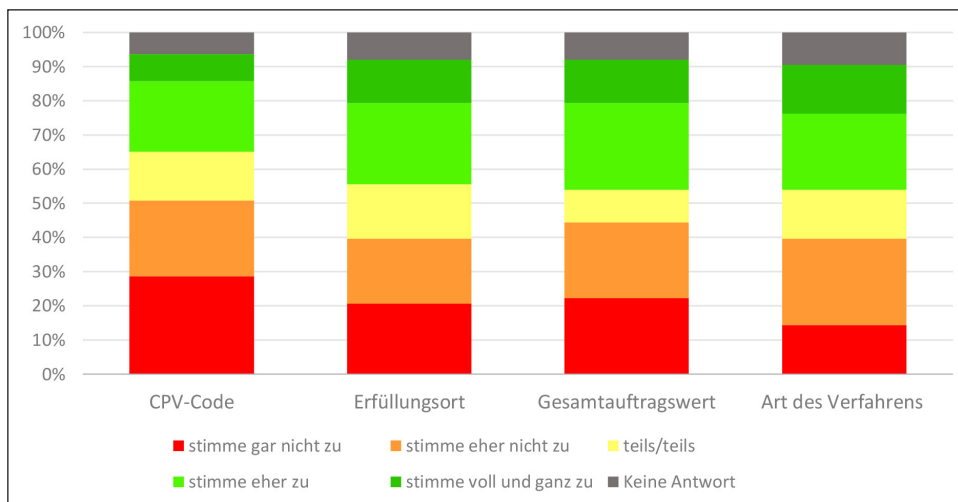


Abbildung 17: Wenn wir nach öffentlichen Ausschreibungen auf Vergabeplattformen suchen, die für unsere Leistungen und Produkte passend sind, sind folgende Filtermöglichkeiten für uns besonders hilfreich? (Unternehmen mit Erfahrung)

Beim CPV-Code (Common Procurement Vocabulary) zeigten sich geteilte Einschätzungen der Umfrageteilnehmer: 28,57 % der Unternehmen stimmten gar nicht und 22 % stimmten eher nicht zu, dass diese Codes bei der Ausschreibungssuche hilfreich sind. Im Gegensatz dazu stimmten 21 % eher und 8 % voll und ganz zu. Dies könnte darauf hinweisen, dass nicht alle Unternehmen mit der Verwendung von CPV-Codes vertraut sind oder diese als zu technisch empfinden.

Der Erfüllungsort wird von einer größeren Anzahl der Unternehmen als hilfreich betrachtet: 24 % stimmten eher zu und 13 % voll und ganz. Dennoch gibt es auch hier kritische Stimmen: 21 % stimmten gar nicht und 19 % eher nicht zu. Die Discrepanz könnte auf branchenspezifische Unterschiede zurückgeführt werden. Während einige Dienstleistungen direkt vor Ort ausgeführt werden müssen, können viele Services beispielsweise aus dem IT-Bereich ortsunabhängig angeboten werden, sodass der Erfüllungsort als Filtermöglichkeit keine Bedeutung hat.

Beim Gesamtauftragswert zeigt sich eine ähnliche Verteilung: 25 % stimmten eher zu und 13 % voll und ganz, während 22 % der Unternehmen gar nicht zustimmten und 22 % eher nicht. Dies deutet darauf hin, dass der Gesamtauftragswert zwar eine wichtige Rolle spielt, jedoch möglicherweise nicht der entscheidende Faktor für alle Unternehmen ist.

Die Art des Verfahrens wird ebenfalls unterschiedlich bewertet: 22 % stimmten eher zu und 14 % voll und ganz, aber auch 14 % stimmten gar nicht zu und 25 % eher nicht zu. Dies könnte darauf hindeuten, dass die Verfahrenstypen nicht immer klar genug definiert oder relevant für alle Unternehmen sind. Möglicherweise sind ihnen die Unterschiede und Vor- und Nachteile der verschiedenen Typen nicht bekannt.

Wenn wir nach öffentlichen Ausschreibungen auf Vergabeplattformen suchen, die für unsere Leistungen und Produkte passend sind, sind folgende Filtermöglichkeiten für uns besonders hilfreich?

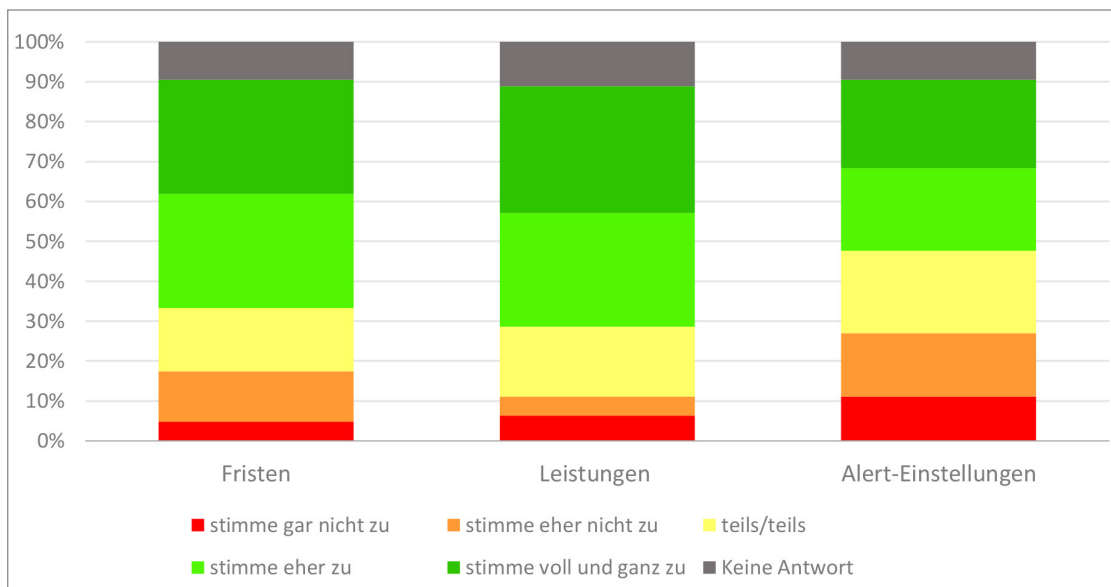


Abbildung 18: Wenn wir nach öffentlichen Ausschreibungen auf Vergabeplattformen suchen, die für unsere Leistungen und Produkte passend sind, sind folgende Filtermöglichkeiten für uns besonders hilfreich? (Unternehmen mit Erfahrung)

Die Filterung nach Leistungen und Fristen wird von den Befragten erwartungsgemäß als der weitaus relevanteste Faktor angegeben. Die Mehrheit der befragten Unternehmen gab an, dass die ausgeschriebenen Leistungen, wie beispielsweise Bauleistungen (VOB) oder Liefer- und Dienstleistungen (VgV/UVgO), ausschlaggebend für das Auffinden relevanter öffentlicher Ausschreibungen sind. Insgesamt stimmten 29 % dieser Aussage eher zu und 32 % voll und ganz. Dies veranschaulicht, dass die präzise Spezifikation der geforderten Leistungen von essenzieller Bedeutung ist, um die Eignung der Ausschreibung adäquat beurteilen zu können.

Ebenso sind die angegebenen Fristen (z. B. Veröffentlichungsdatum, Einreichungsfrist) für viele Unternehmen ein wichtiger Filter. Diesbezüglich stimmten 29 % eher zu und 29 % voll und ganz, was die Bedeutung der rechtzeitigen Information über Ausschreibungen unterstreicht. Dennoch gibt es auch hier Unternehmen, die die Fristen nicht als so entscheidend ansehen (rund 17 % stimmten (eher) nicht zu).

Die **Alert-Einstellungen** werden von den Befragten als drittwichtigster Faktor für das Finden von öffentlichen Ausschreibungen erachtet. 21 % der Befragten stimmten dieser Aussage eher zu, 22 % sogar voll und ganz. Die genannten Einstellungen ermöglichen es Unternehmen, automatisch über relevante Ausschreibungen informiert zu werden, was den Aufwand für die manuelle Suche reduziert. Allerdings äußerten auch 11 % der Unternehmen, dass sie diese Funktion als nicht hilfreich empfinden. Das Resultat belegt dennoch einen signifikanten Nutzen, sobald die Verwendung von Alert-Einstellungen in die Bekanntmachungsstrategien integriert wird.

Diese Analyse verdeutlicht, dass die unterschiedlichen Filtermöglichkeiten von den Unternehmen verschieden bewertet werden. Während die Stichwortsuche offensichtlich ein wichtiger Aspekt ist, fehlen dazu konkrete Daten. Andere Filter wie CPV-Codes und Gesamtauftragswert stoßen auf geteilte Meinungen. Dies zeigt, dass die Bedürfnisse und Prioritäten der Unternehmen variieren, was die Gestaltung benutzerfreundlicher und flexibler Vergabepattformen besonders wichtig macht.

Gründe für diese Zuteilung werden durch die qualitative Auswertung der freien Antworten zur Frage „Welche Filtermöglichkeiten sind bei der Suche nach öffentlichen Ausschreibungen besonders hilfreich?“ unterstrichen. Am häufigsten wurde hierbei als Filtermöglichkeit eine treffsichere Stichwort- oder Schlagwortsuche genannt. Ebenso wurden Filter nach Budget und Ort mehrfach als essenziell erachtet. Eine Volltextsuche, die das gesamte Dokument durchsucht, wurde ebenfalls mehrfach genannt. Erwähnung fanden auch Filtermöglichkeiten für Produktgruppen, insbesondere solche, die nicht eindeutig in CPV-Klassen eingeordnet werden können. Zudem sollten innovative Leistungen besser kategorisiert werden. Zur Veranschaulichung werden hier drei der ausführlicheren Antworten aufgeführt:

„*Treffsichere Schlagwortsuche (z.B. Cloudinfrastruktur, Cloudportal etc.), idealerweise mit semantischer Suche. Ideal wäre für komplexeres innovatives Produkt wie unseres, wenn eine Behörde ihren Bedarf beschreibt und dann zu Pitchterminen einlädt, wo wir die Lösung vorstellen können, weil sie keine etablierte Kategorie bedient. Danach dann Aufforderung zur Angebotsabgabe.*“

„*Frei definierbare Stichworte, Nutzung verschiedener nationaler und internationaler Plattformen, Region (EU, CH, UK)*“

„*Innovative Leistungen passen größtenteils nicht in den aktuellen CPV-Codes und teilweise werden unsere Leistungen mit falschen Bezeichnungen ausgeschrieben.*“

Die Auswertung der Antworten zur offenen Frage „Warum hat Ihr Unternehmen noch nie an einer öffentlichen Ausschreibung teilgenommen?“ im Rahmen des Fragebogens für die unerfahrenen Unternehmen bzw. Bieter zeigt mehrere zentrale Gründe, die die Teilnahme hemmen. Ein häufiger Grund ist die Schwierigkeit, die richtigen Ausschreibungen zu identifizieren. Ein weiterer Grund ist die hohe

Bürokratie und die geringen Chancen gegenüber großen Unternehmen. Ein Unternehmen gab an, dass seine Produkte in öffentlichen Ausschreibungen nicht nachgefragt werden. Zudem wurden Unterbesetzung, fehlende Referenzen und mangelndes Wissen über die Teilnahme an Ausschreibungen als Hindernisse genannt. Schließlich nannte ein Unternehmen das Fehlen erfolgsversprechender Möglichkeiten und eingeschränkte Zugangsoptionen zu öffentlichen Ausschreibungen als Gründe für die Nichtteilnahme. Hier zeigen sich die vielfältigen Möglichkeiten zur Unterstützung von Unternehmen.

Zeit- und Arbeitsaufwand bei Recherche öffentlicher Ausschreibungen

Unternehmen, die sich selbst als erfahren einschätzen, benötigen tendenziell weniger Zeit, um eine passende Ausschreibung zu finden. 32 % dieser Unternehmen gaben an, dass sie unter zwei Stunden benötigen, im Vergleich zu 20 % der Unternehmen, die sich als unerfahren einschätzen. Weiterhin schätzen 43 % der erfahrenen Unternehmen den Zeitaufwand auf zwei bis acht Stunden, während dies nur 20 % der unerfahrenen Unternehmen tun.

Im mittleren Bereich von neun bis zwanzig Stunden gibt es einen deutlichen Unterschied: 11 % der erfahrenen Unternehmen und 40 % der unerfahrenen Unternehmen schätzen den Zeitaufwand in diesem Bereich ein. Einen besonders hohen Zeitaufwand von einundzwanzig bis vierzig Stunden gaben nur rund 8 % der erfahrenen und 7 % der unerfahrenen Unternehmen an. Interessanterweise glaubt kein erfahrenes Unternehmen, dass sie mehr als vierzig Stunden benötigen würden, während 7 % der unerfahrenen Unternehmen dies tun.

Wie hoch schätzen Sie den durchschnittlichen Zeitaufwand ein, um eine passende öffentliche Ausschreibung zu finden, auf die Sie sich bewerben (könnten):

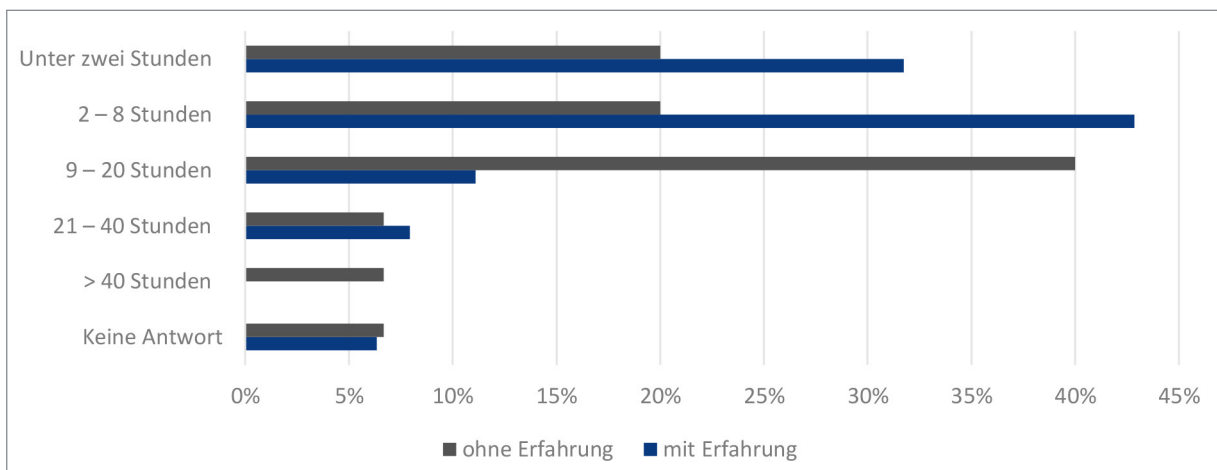


Abbildung 19: Wie hoch schätzen Sie den durchschnittlichen Zeitaufwand ein, um eine passende öffentliche Ausschreibung zu finden, auf die Sie sich bewerben (könnten)?

Diese Ergebnisse verdeutlichen, dass Unternehmen, die sich als erfahren einschätzen, tendenziell effizienter sind, passende Ausschreibungen zu finden. Dies könnte auf ihre Routine und möglicherweise auf effizientere Recherchemethoden zurückzuführen sein. Sie kennen die passenden Suchbegriffe und relevanten Vergabeportale und nutzen deren Benachrichtigungsfunktionen. Im Gegensatz dazu schätzen unerfahrene Unternehmen den Zeitaufwand deutlich höher ein, was darauf hinweist, dass sie mehr Schwierigkeiten haben, geeignete Ausschreibungen schnell

zu identifizieren. Die signifikanten Unterschiede in der Zeiteinschätzung zwischen den beiden Gruppen unterstreichen die Notwendigkeit, die Zugänglichkeit und Benutzerfreundlichkeit von Vergabeplattformen zu verbessern. Darüber hinaus könnten allgemeine Informationen und konkrete Hilfestellungen zur Suche zur Verfügung gestellt werden. Denn je höher Unternehmen ihren Zeitaufwand allein für das Auffinden von passenden Ausschreibungen einschätzen, desto höher ist der Frustrationsgrad und desto geringer die Bereitschaft zur Teilnahme, da der Aufwand gegenüber dem Nutzen wächst.

Die nachfolgende Analyse (vgl. Abbildung 20) untersucht, inwiefern Unternehmen der Gruppe, welche sich als erfahren einschätzt, die Möglichkeit einschätzen, mehr passende öffentliche Ausschreibungen zu finden, wenn sie mehr Zeit für die Suche aufwenden würden.

Ein beträchtlicher Anteil der Unternehmen (32 %) stimmte eher nicht zu, dass sie durch mehr Zeitaufwand mehr passende Ausschreibungen finden würden. Weitere 8 % stimmten dieser Aussage gar nicht zu. Dies deutet darauf hin, dass fast 40 % der Unternehmen der Meinung sind, dass der Zeitaufwand nicht der entscheidende Faktor bei der Suche nach passenden Ausschreibungen ist und sie die verwendeten Stunden bereits effizient nutzen können.

Würden Sie noch mehr passende öffentliche Ausschreibungen finden, wenn Sie mehr Zeit für die Suche verwenden würden als aktuell?

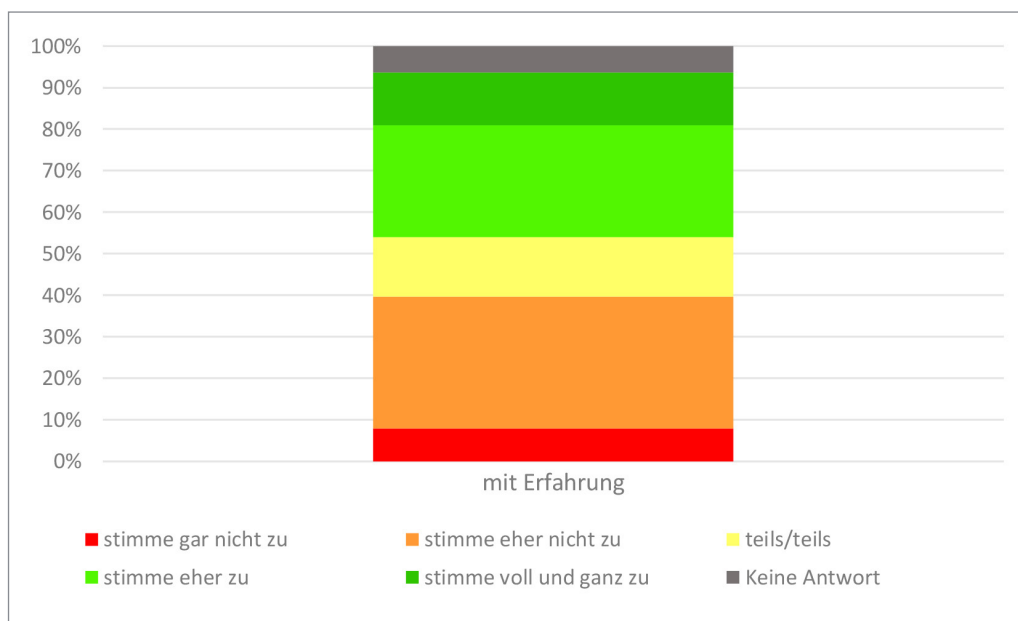


Abbildung 20: Würden Sie noch mehr passende öffentliche Ausschreibungen finden, wenn Sie mehr Zeit für die Suche verwenden würden als aktuell?

Demgegenüber steht die Einschätzung von 27 % der Unternehmen, dass sie bei mehr investierter Zeit eine größere Anzahl an passenden Ausschreibungen finden würden. Zusätzlich stimmten 13 % der Befragten voll und ganz zu, was darauf hindeutet, dass knapp 40 % der Unternehmen durchaus Potenzial sehen, durch erhöhten Suchaufwand mehr geeignete Ausschreibungen zu entdecken.

Diese Ergebnisse verdeutlichen, dass die Meinungen der Unternehmen darüber, ob mehr Zeitaufwand zu mehr passenden Ausschreibungen führt, ambivalent ist. Während ein beträchtlicher Anteil glaubt, dass zusätzliche Zeit keinen großen Unterschied machen würde, sieht eine fast ebenso große Gruppe Potenzial für eine effektivere Suche durch mehr Zeitaufwand. Die gemischten Meinungen könnten darauf hinweisen, dass neben der aufgewendeten Zeit auch andere Faktoren eine

entscheidende Rolle spielen. Hierzu zählen möglicherweise die ihre Erfahrungen, die Benutzerfreundlichkeit der verwendeten Vergabeplattformen sowie die Verfügbarkeit und Qualität der Suchfunktionen.

Abbildung 21 beleuchtet die Gründe, warum Unternehmen nicht bereit sind, mehr Zeit in die Suche nach öffentlichen Ausschreibungen zu investieren. Der Hauptgrund, der von 59 % der Unternehmen genannt wurde, ist der ohnehin hohe Suchaufwand im Verhältnis zu anderen Formen der Auftragsgewinnung. Dieser hohe Aufwand zeigt, dass viele Unternehmen den Prozess der Suche nach öffentlichen Ausschreibungen als ineffizient empfinden und möglicherweise andere Wege der Auftragsakquise als produktiver ansehen. Ein weiterer signifikanter Grund, den 21 % der Unternehmen angaben, ist, dass sie weiteres Personal einstellen müssten oder kein geeignetes Personal finden. Dieser Punkt unterstreicht, dass zwar das Interesse an öffentlichen Ausschreibungen besteht, der Mangel an Ressourcen und Fachkräften aber eine erhebliche Hürde darstellt.

Ebenso nannten 21 % der Unternehmen verschiedene andere Gründe, die unter „Sonstiges“ zusammengefasst wurden. Diese Vielfalt an Gründen zeigt, dass es eine Reihe von individuellen Herausforderungen gibt, die die Suche nach öffentlichen Ausschreibungen erschweren.

Überdies stellen für viele Unternehmen öffentliche Aufträge eine eher sekundäre Option dar, wenn andere Geschäftsfelder weniger lukrativ sind. Denn 14 % der Unternehmen gaben an, nur dann nach öffentlichen Aufträgen zu suchen, wenn die Auftragslage bei ihren anderen Kunden rückläufig ist.

Welche Gründe sprechen für Sie dagegen, dass Sie noch mehr Zeit für die Suche verwenden?

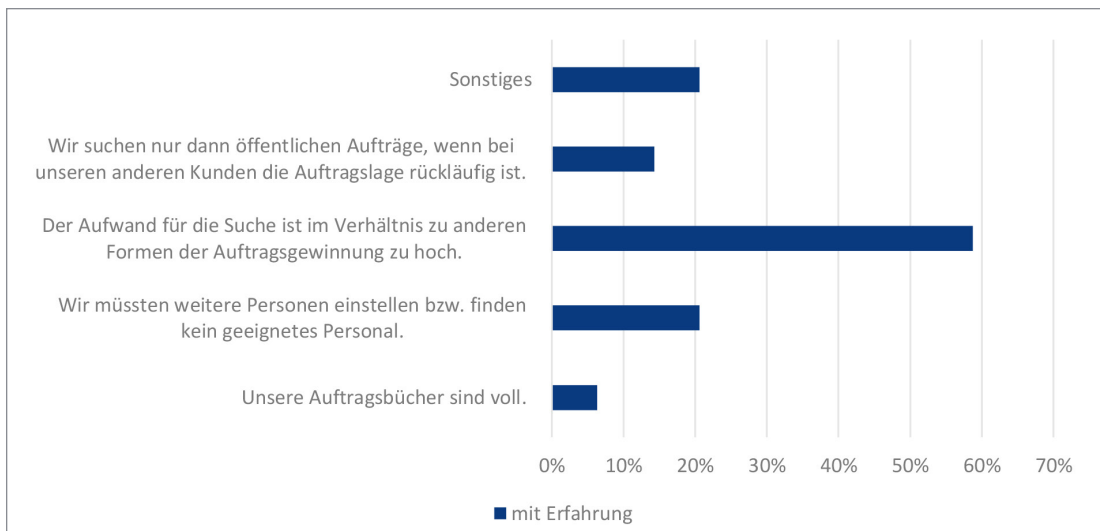


Abbildung 21: Welche Gründe sprechen für Sie dagegen, dass Sie noch mehr Zeit für die Suche verwenden?

Ein kleinerer Teil, nämlich 6 % der Unternehmen, gab an, dass ihre Auftragsbücher voll sind und sie daher keine Notwendigkeit sehen noch zusätzlichen Aufträge zu suchen. Die Auswertung der Kommentare zur Frage „Welche Gründe sprechen für Sie dagegen, dass Sie noch mehr Zeit für die Suche verwenden?“ zeigt, dass die Relevanz der Ausschreibungen für das eigene Unternehmen und das schwindende Aufwand-Nutzen-Verhältnis die wichtigsten Faktoren sind. Viele Befragte gaben an, dass es nur eine begrenzte Anzahl an relevanten Ausschreibungen für ihre speziellen Leistungen gibt und dass die Bearbeitung der Ausschreibungen sehr zeitaufwendig ist. Zudem wird der Aufwand zur Abgabe von Angeboten als zu hoch empfunden, insbesondere wenn die Erfolgsaussichten aufgrund hoher Bewerbungshürden oder geringer Passgenauigkeit gering sind. Eine Person fasst es wie folgt zusammen:

„Keine Chance als KMU“

Die nachfolgende Auswertung zeigt, wie Unternehmen mit Erfahrungen im öffentlichen Sektor den Zeitaufwand für die Suche nach passenden öffentlichen Ausschreibungen im Vergleich zum Marketing- und Vertriebsaufwand für andere Kunden bewerten.

Wie bewerten Sie den Zeitaufwand für die Suche nach passenden öffentlichen Ausschreibungen ggü. dem Marketing/Vertriebsaufwand bei allen anderen Kunden Ihrer Leistungen und Produkte (z.B. aus der Wirtschaft, B2B, B2C)?
Der Zeitaufwand ist...

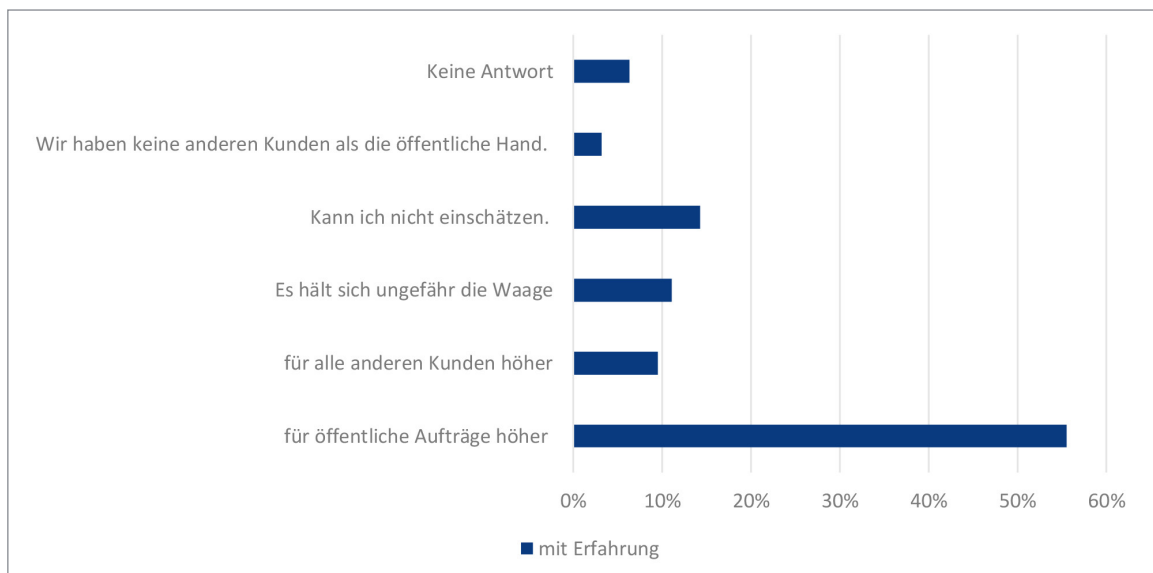


Abbildung 22: Wie bewerten Sie den Zeitaufwand für die Suche nach passenden öffentlichen Ausschreibungen ggü. dem Marketing/Vertriebsaufwand bei allen anderen Kunden Ihrer Leistungen und Produkte (z.B. aus der Wirtschaft, B2B, B2C)?

Mehr als die Hälfte der Unternehmen (56 %) gab an, dass der Zeitaufwand für öffentliche Aufträge höher ist als für alle anderen Kunden. Die Suche nach öffentlichen Ausschreibungen wird demzufolge von einem deutlichen Anteil der Befragten als besonders zeitintensiv empfunden. Dies könnte auf die andersartige Vorgehensweise bei der Akquirierung von Aufträgen im öffentlichen Sektor und bei anderen Kunden zurückzuführen sein, da der Zeitaufwand für die aktive Suche nach passenden Ausschreibungen häufig besser beziffert werden kann als die kombinierten Marketing- und Vertriebsaufwände, die sich über einen längeren Zeitraum erstrecken. Trotzdem sollte das Ziel sein, den Zeitaufwand für die Suche nach passenden öffentlichen Ausschreibungen für Unternehmen zu reduzieren.

Demgegenüber stehen 10 % der Unternehmen, die angaben, dass der Zeitaufwand für alle anderen Kunden höher ist. 11 % der Unternehmen gaben an, dass sich der Zeitaufwand ungefähr die Waage hält, was bedeutet, dass sie keinen wesentlichen Unterschied zwischen den beiden Bereichen sehen.

Eine weitere Gruppe von 14 % der Unternehmen konnte diese Frage nicht einschätzen. Für sie war keine klare Abgrenzung zwischen den Zeitaufwänden erkennbar. 3 % der Unternehmen haben ausschließlich öffentliche Auftraggeber und können daher keinen Vergleich ziehen.

Vorab-Kontakte und Markterkundung

Ein wesentlicher Bestandteil des öffentlichen Beschaffungsprozesses ist die Markterkundung. Sie dient dazu, das Marktangebot und die verfügbaren Produkte oder Dienstleistungen zu erfassen, bevor eine Ausschreibung erstellt wird. Öffentliche Auftraggeber nutzen diese Phase, um Informationen zu sammeln, die ihnen helfen, die Ausschreibungen zielgerichtet und marktgerecht zu gestalten. Gleichzeitig bietet die Markterkundung Unternehmen die Möglichkeit Informationen über eine geplante bzw. bevorstehende Ausschreibung zu erhalten und sich darauf vorzubereiten. Denn auf der Basis der Recherche und der Kommunikation mit potenziellen Bietern wird im Anschluss der Markterkundung die Ausschreibung formuliert.

In der vorliegenden Umfrage wurde untersucht, ob öffentliche Auftraggeber bereits vorab Kontakt mit Unternehmen aufgenommen haben, um sich über deren Marktangebot oder Produkte zu informieren.

Haben öffentliche Auftraggeber bereits mit Ihnen Kontakt aufgenommen, um sich über das Marktangebot/Ihr Produkt im Vorfeld einer Ausschreibung zu informieren (Markterkundung)?

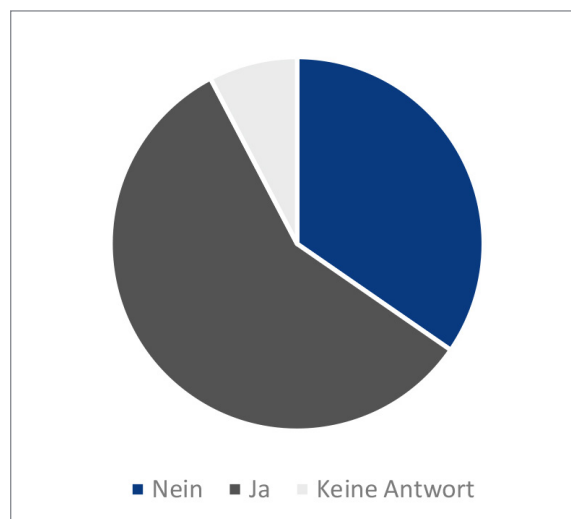



Abbildung 23: Haben öffentliche Auftraggeber bereits mit Ihnen Kontakt aufgenommen, um sich über das Marktangebot/Ihr Produkt im Vorfeld einer Ausschreibung zu informieren (Markterkundung)? (Unternehmen mit Erfahrung)

Die Umfrageergebnisse zeigen, dass ein bedeutender Anteil der Unternehmen bereits im Vorfeld von öffentlichen Auftraggebern kontaktiert wurde. Konkret gaben 58 % der Befragten an, dass öffentliche Auftraggeber Kontakt mit ihnen aufgenommen haben, um sich über das Marktangebot oder ihre Produkte zu informieren. Demgegenüber stehen 35 % der Unternehmen, die keinen solchen Kontakt erfahren haben. 8 % der Befragten machten hierzu keine Angabe.

Die Tatsache, dass mehr als die Hälfte der Unternehmen bereits kontaktiert wurde, deutet darauf hin, dass öffentliche Auftraggeber aktiv Markterkundung betreiben, um ihre Ausschreibungen besser zu gestalten. Dies kann den öffentlichen Beschaffungsprozess positiv beeinflussen, indem es sicherstellt, dass die Anforderungen und Spezifikationen der Ausschreibungen den aktuellen Marktbedingungen entsprechen. So erhöht sich auch die Chance für innovative Lösungen. Unternehmen, die im Vorfeld kontaktiert werden, haben zudem die Möglichkeit, ihre Angebote besser auf die Bedürfnisse der öffentlichen Auftraggeber abzustimmen. Gleichzeitig zeigt der Anteil von etwa einem Drittel der Unternehmen, die keinen Kontakt hatten, dass es noch Verbesserungspotenzial gibt. Eine intensivere Markterkundung könnte dazu beitragen, die Effizienz und Zielgenauigkeit der Ausschreibungen weiter zu erhöhen. Zudem sollte die Möglichkeit der Kontaktaufnahme sowohl bei den öffentlichen Auftraggebern als auch bei Unternehmen stärker kommuniziert werden, um mögliche Vorbehalte zu minimieren.



A photograph of a modern office meeting. Several people are seated around a wooden table, working on laptops. The scene is viewed through a glass partition. In the foreground, a person's legs and feet in white sneakers are visible. In the background, a person is holding a yellow sticky note and a marker. The overall atmosphere is professional and collaborative.

Angebotserstellung - Welche Faktoren beeinflussen die Entscheidung zur Angebotsabgabe?

Eignungsnachweise und organisatorischer Aufwand

Im Folgenden wird untersucht, wie Unternehmen die Anforderungen und Herausforderungen im Zusammenhang mit Eignungsnachweisen bei öffentlichen Ausschreibungen wahrnehmen.

Inwiefern treffen folgende Aussagen zum Thema Eignungsnachweise auf Sie zu:

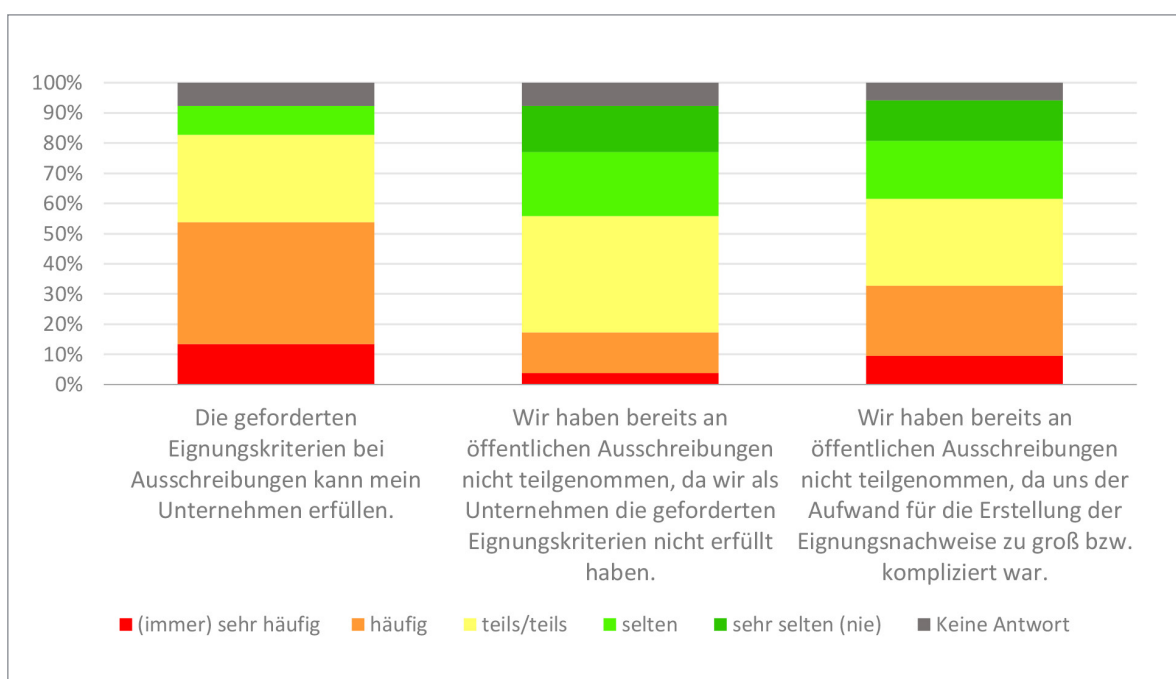


Abbildung 24: Inwiefern treffen folgende Aussagen zum Thema Eignungsnachweise auf Sie zu? (Unternehmen mit Erfahrung)

Die geforderten Eignungskriterien bei Ausschreibungen kann mein Unternehmen erfüllen.

Exkurs Eignungskriterien: Öffentliche Aufträge dürfen nur an geeignete Unternehmen vergeben werden, die in der Lage sind, den Auftrag auszuführen. Sie müssen also fachkundig, leistungsfähig und zuverlässig sein. Diese Eignungskriterien sind vom Auftraggeber festgelegte Anforderungen, die Bieter erfüllen müssen, um den ausgeschriebenen Auftrag überhaupt umsetzen zu können. Zum Nachweis der Eignung kann der öffentliche Auftraggeber Unterlagen und Auskünfte vom Bieter fordern. Dazu gehören z. B. Nachweise über die für den Auftrag erforderliche Qualifikationen und Erfahrung der Beschäftigten sowie Angaben über die personelle, technische, finanzielle und kaufmännische Leistungsfähigkeit, in der Regel in Form von Referenzen über vergleichbare Aufträge. Außerdem muss meist die Einheitliche Europäischen Eigenerklärung zum Nichtvorliegen von Ausschlussgründen, ein Auszug aus dem Handelsregister und die Umsatzzahlen der letzten drei Jahre eingereicht werden. Erfüllt ein Bieter nicht alle Eignungskriterien wird er als nicht leistungsfähig eingestuft und vom Verfahren ausgeschlossen.

Die geforderten Eignungskriterien in Ausschreibungen (immer) sehr häufig erfüllen zu können, gab mit 14 % ein beachtlicher Anteil der befragten Unternehmen an. Weitere 40 % stimmten häufig zu, was insgesamt zeigt, dass mehr als die Hälfte der Unternehmen (54 %) die Eignungskriterien oft erfüllen kann. 29 % der Unternehmen bewerteten diese Aussage mit „teils/teils“, während 10 % dies selten als zutreffend empfinden. Keines der Unternehmen gab an, die Eignungskriterien sehr selten oder nie zu erfüllen. 8 % der Unternehmen machten keine Angabe.

Wir haben bereits an öffentlichen Ausschreibungen nicht teilgenommen, da wir als Unternehmen die geforderten Eignungskriterien nicht erfüllt haben.

Auf die Frage, ob Unternehmen schon einmal an öffentlichen Ausschreibungen nicht teilgenommen haben, weil sie die geforderten Eignungskriterien nicht erfüllen konnten, antworteten 4% der Unternehmen, dass dies (immer) sehr häufig vorkam. Weitere 14 % stimmten häufig zu, während 39 % dies mit „teils/teils“ bewerteten. 21 % der Unternehmen gaben an, dass sie selten aus diesem Grund nicht teilgenommen haben, und 15 % haben dies nie erlebt. 8 % der Unternehmen gaben keine Antwort. Diese Einschätzungen sind sehr stark davon abhängig, wie effektiv Unternehmen öffentliche Ausschreibungen suchen und auswählen. Neben der Vereinfachung der Suche ist es wichtig, Unternehmen die Möglichkeiten Bietergemeinschaft oder Eignungsleihe aufzuzeigen und breiter zu kommunizieren. Unternehmen können mit der Bietergemeinschaft ihre personellen, technischen und finanzielle Ressourcen bündeln oder durch eine Eignungsleihe auf die Ressourcen anderer Unternehmen zugreifen und so die Eignungskriterien erfüllen.

Wir haben bereits an öffentlichen Ausschreibungen nicht teilgenommen, da uns der Aufwand für die Erstellung der Eignungsnachweise zu groß bzw. kompliziert war.

Bezüglich des Aufwands für die Erstellung der Eignungsnachweise stimmten 10 % der Unternehmen zu, dass dieser immer bzw. sehr häufig zu hoch sei und damit in der Vergangenheit bereits ein Grund für ihre Nichtteilnahme an öffentlichen Ausschreibungen gewesen ist. 23 % stimmten der Aussage zu, häufig nicht an Ausschreibungen teilgenommen zu haben, da ihnen der Aufwand für die Erstellung der Eignungsnachweise zu groß bzw. kompliziert war, während 29 % dies mit „teils/teils“ bewerteten. 19 % der Unternehmen gaben an, dass dies selten der Fall war, und 14 % haben diese Aussage nie als zutreffend empfunden. 6 % der Unternehmen machten keine Angabe.

Diese Ergebnisse verdeutlichen, dass zwar ein bedeutender Teil der Unternehmen in der Lage ist, die Eignungskriterien zu erfüllen, die Nachweiserbringung für ihre Eignung jedoch mit einem sehr hohen Aufwand verbunden ist, was eine große Herausforderung darstellt. Dies unterstreicht die Notwendigkeit, den Prozess der Erstellung und Überprüfung von Eignungsnachweisen zu optimieren, um die Teilnahme von Unternehmen an öffentlichen Ausschreibungen zu erleichtern und die Hürden zu reduzieren. Eine klarere und benutzerfreundlichere Strukturierung der Anforderungen könnte dazu beitragen, den Prozess für die Unternehmen effizienter und weniger abschreckend zu gestalten. Darüber hinaus könnten die Möglichkeiten zur allgemeinen Feststellung der Eignung (wie beispielsweise durch Präqualifizierungssysteme) über verschiedene Portale und Verfahren hinweg ausgeweitet werden, sodass die einzelnen Eignungsnachweise einmalig und nicht für jede Ausschreibung erneut eingereicht werden müssen.

Der organisatorische Aufwand für die Unternehmen unterscheidet sich zudem deutlich anhand der unterschiedlichen gängigen Eignungsnachweise (s. Abbildung 25):

- **Handelsregisterauszug**
Ein überwältigender Anteil von 48 % der Unternehmen bewertet den organisatorischen Aufwand für die Beschaffung eines Handelsregisterauszugs als sehr niedrig. Weitere 25 % schätzen den Aufwand als niedrig ein. 14 % sehen den Aufwand als teils/teils, während 6 % ihn als hoch bewerten. Kein Unternehmen stuft den Aufwand als sehr hoch ein.
- **Mitgliedschaft bei der IHK**
31 % der Unternehmen bewerten den Aufwand für die Mitgliedschaft bei der IHK als sehr niedrig, gefolgt von 29 %, die ihn als niedrig einschätzen. 17 % der Unternehmen bewerten den Aufwand als teils/teils, und 14 % sehen ihn als hoch an. Nur 2 % stufen den Aufwand als sehr hoch ein.
- **Nachweis einer Berufs- oder Berufshaftpflichtversicherung**
Hier bewerten 29 % der Unternehmen den organisatorischen Aufwand als sehr niedrig, und 42 % bewerten ihn als niedrig. 14 % sehen den Aufwand als teils/teils, und 8 % bewerten ihn als hoch. Keines der Unternehmen stuft den Aufwand als sehr hoch ein.
- **Gesamtumsatz über einen bestimmten Zeitraum**
Die Einschätzung des organisatorischen Aufwands für den Nachweis des Gesamtumsatzes über einen bestimmten Zeitraum zeigt ein gemischtes Bild: 26 % bewerten ihn als sehr niedrig, 35 % als niedrig, 15 % als teils/teils, 11 % als hoch und 2 % als sehr hoch.
- **Zertifizierungsnachweise**
Die Einschätzung des organisatorischen Aufwands für Zertifizierungsnachweise variiert: 8 % bewerten ihn als sehr niedrig, 17 % als niedrig, 29 % als teils/teils, 17 % als hoch und 21 % als sehr hoch.
- **Zahl der beschäftigten Arbeitnehmer über einen bestimmten Zeitraum**
Für die Angabe der Anzahl der beschäftigten Arbeitnehmer über einen bestimmten Zeitraum bewerten 17 % der Unternehmen den organisatorischen Aufwand als sehr niedrig, 35 % als niedrig, 27 % als teils/teils, 10 % als hoch und 4 % als sehr hoch.
- **Referenzen**
Im Bereich der Referenzen bewerten 6 % der Unternehmen den Aufwand als sehr niedrig, 17 % als niedrig, 27 % als teils/teils, 21 % als hoch und 21 % als sehr hoch.
- **Auskünfte über das Personal (Qualifikation, Abschlusszeugnisse etc.)**
Hier sehen 4 % den organisatorischen Aufwand als sehr niedrig, 14 % als niedrig, 23 % als teils/teils, 27 % als hoch und 23 % als sehr hoch.

Wie hoch schätzen Sie den organisatorischen Aufwand, um folgende Eignungsnachweise für öffentliche Aufträge zu besorgen:

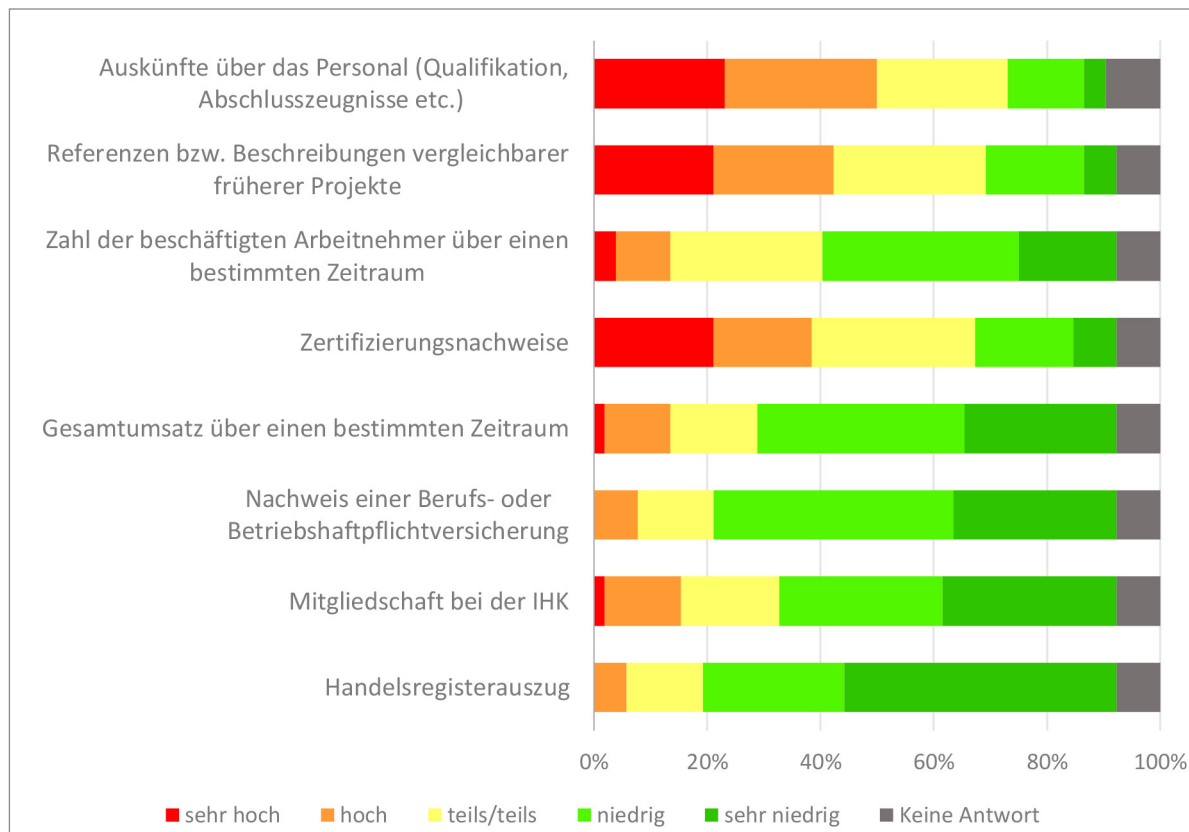


Abbildung 25: Wie hoch schätzen Sie den organisatorischen Aufwand, um folgende Eignungsnachweise für öffentliche Aufträge zu besorgen? (Unternehmen mit Erfahrung)

Die Ergebnisse zeigen, dass zwar viele Unternehmen gut auf die Anforderungen vorbereitet sind und den organisatorischen Aufwand für einige Eignungsnachweise (z. B. Handelsregisterauszug) als sehr niedrig oder niedrig einschätzen, die Erbringung der Eignungsnachweise aber insgesamt als aufwändig bewertet wird. Die höchsten Aufwandseinschätzungen fallen auf den Referenznachweis bzw. die Beschreibungen vergleichbarer früherer Projekte sowie auf die Auskünfte über das Personal (Qualifikation, Abschlusszeugnisse etc.). Diese beiden Kategorien erfordern eine tiefere inhaltliche Auseinandersetzung sowohl mit den Ausschreibungsunterlagen als auch mit der Fachkundigkeit des Unternehmens in Form von Referenzprojekten und der Erfahrungen der Mitarbeitenden. Um die Eignung überzeugend darzustellen, müssen nicht nur die passenden Beispiele ausgesucht, sondern auch übersichtlich und verständlich aufbereitet werden, was einen höheren organisatorischen Aufwand bedeutet.

Die Analyse der Beschaffung der Eignungsnachweise zeigt, dass 77 % der Unternehmen bereits vor der Teilnahme an öffentlichen Ausschreibungen über die notwendigen Unterlagen für bestimmte Eignungsnachweise verfügen (Abbildung 26). Dies deutet auf eine proaktive Vorbereitung der Unternehmen hin. 39 % der Befragten organisieren die erforderlichen Eignungsnachweise während des laufenden Vergabeverfahrens. Nur 12 % der Unternehmen sind in Präqualifizierungsverzeichnissen wie das Allgemeine Verzeichnis präqualifizierter Unternehmen (AVPQ), Präqualifikationsverzeichnis für die Vergabe- und Vertragsordnung für Bauleistungen (PQ-VOB) oder das Unternehmens- und Lieferantenverzeichnis (ULV) eingetragen. Interessanterweise können 17 % der Befragten immer nachvollziehen, in welchem Zusammenhang die geforderten Eignungsnachweise zum Beschaffungsgegenstand stehen.

Welche Aussagen treffen für Sie auf die Beschaffung der Eignungsnachweise zu:

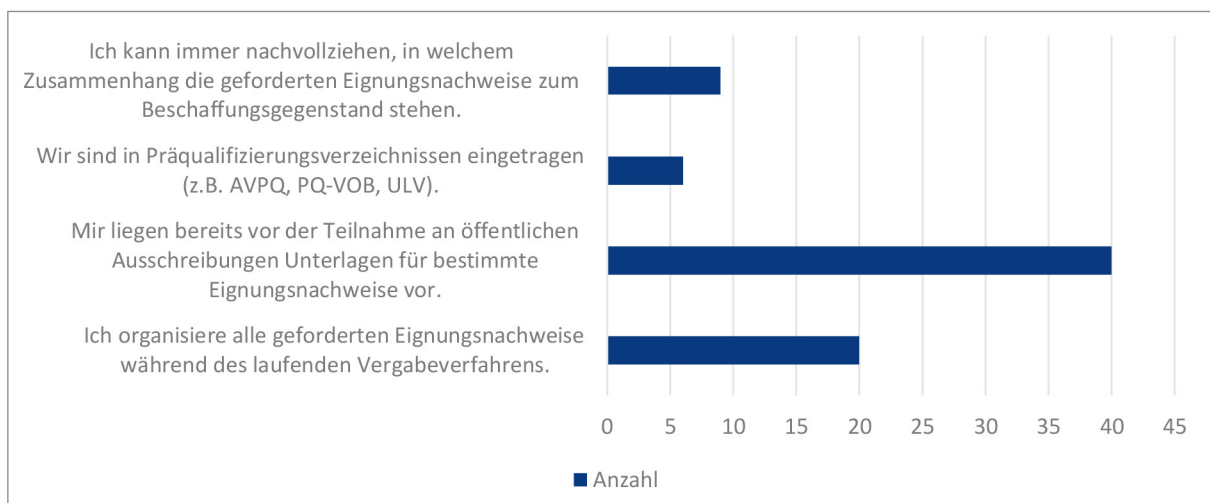


Abbildung 26: Welche Aussagen treffen für Sie auf die Beschaffung der Eignungsnachweise zu? (Mehrfachnennungen möglich)

Über die Hälfte der Befragten (52 %) gibt an, dass sich etwas im Bereich „Eignungskriterien/Eignungsnachweise“ ändern müsste, um ihre Beteiligung an öffentlichen Ausschreibungen zu erhöhen (vgl. Abbildung 27). 37 % der Unternehmen sehen keinen Einfluss der Eignungskriterien auf ihre Beteiligungshäufigkeit. Diese Ergebnisse verdeutlichen, dass es bei einem signifikanten Anteil der Unternehmen Bedarf an Änderungen gibt, um die Teilnahme an öffentlichen Ausschreibungen zu fördern. Es gab an dieser Stelle der Umfrage die Möglichkeit offene Antworten zu Änderungspotenzialen zu geben.

Die offenen Antworten zur Frage, was sich im Bereich der Eignungskriterien und Eignungsnachweise ändern müsste, offenbaren diverse Kritikpunkte und Verbesserungsvorschläge seitens der teilnehmenden Unternehmen. Ein wiederkehrendes Thema ist die Wahrnehmung der Eignungsnachweise als nicht immer sinnvoll. Viele Teilnehmer kritisieren die Vielzahl der geforderten Nachweise und den damit verbundenen administrativen Aufwand. Es wird oft der Wunsch geäußert, die Anzahl der erforderlichen Nachweise zu reduzieren und den bürokratischen Prozess zu vereinfachen. Eine weitere häufig genannte Forderung betrifft die Möglichkeit, Formulare und Nachweise zu speichern und wiederzuverwenden. Dies könnte den Unternehmen helfen, den Aufwand bei zukünftigen Ausschreibungen zu minimieren und somit die Effizienz zu steigern. Ein weiterer Kritikpunkt ist die Bevorzugung großer Unternehmen im aktuellen System. Teilnehmer äußern das Gefühl, dass die bestehenden Anforderungen und Prozesse tendenziell größere Unternehmen begünstigen, wodurch kleine und mittlere Unternehmen (KMU) benachteiligt werden. Abschließend wird eine Vereinheitlichung der Formulare gefordert, um die Prozessabläufe zu standardisieren und dadurch den administrativen Aufwand weiter zu verringern.

Was müsste sich im Bereich „Eignungskriterien/Eignungsnachweise“ ändern, damit Sie sich häufiger an öffentlichen Ausschreibungen beteiligen?

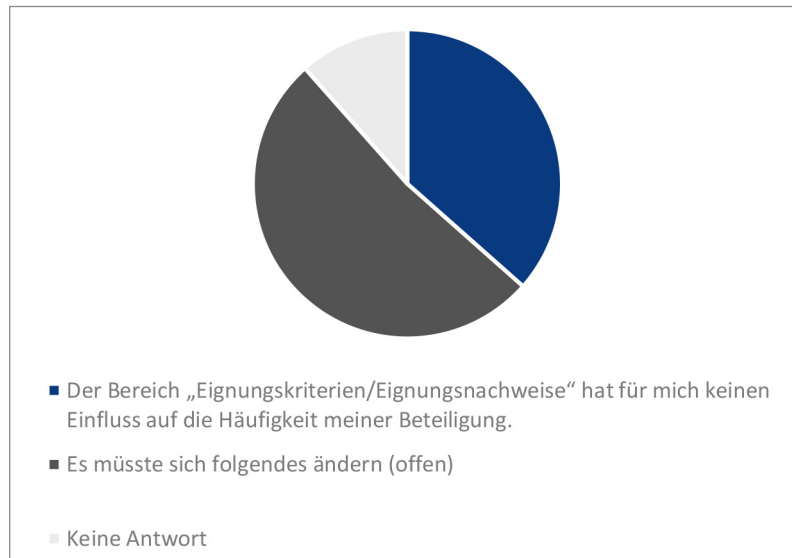


Abbildung 27: Was müsste sich im Bereich „Eignungskriterien/Eignungsnachweise“ ändern, damit Sie sich häufiger an öffentlichen Ausschreibungen beteiligen? (Unternehmen mit Erfahrung)

Beispielhaft seien folgende Antworten genannt:

„Wenn es ein einheitliches Format für die Eignungsnachweise gäbe, bestünde eine deutlich höhere Wiederverwertbarkeit über Ausschreibungen hinweg. Das würde die Nutzung von Nachweisen für mehrere Ausschreibungen deutlich vereinfachen.“

„Die Eignungsnachweise müssen in klarem Bezug zur Leistung stehen. Umsatz/Anzahl Mitarbeiter sind für kleinere Unternehmen unfaire Bewertungskriterien. Z.B. im IT-Umfeld kann dank Automatisierung auch mit kleinem Mitarbeiterstab ein Vielfaches Volumen als von herkömmlichen Unternehmen umgesetzt werden. Oder eine sehr spitze innovative Leistung erbracht werden.“

Exkurs Eignungsleihe: Wenn ein Startup oder junges KMU bestimmte Eignungs- oder Wertungskriterien einer ansonsten vielversprechenden Ausschreibung nicht erfüllen kann, kann es sowohl ein partnerschaftliches Angebot mit mehreren weiteren Unternehmern (siehe Bietergemeinschaft) als auch eine Eignungsleihe in Erwägung ziehen. Beide Varianten erlauben es dem Anbieter, für die Erfüllung der Kriterien und die Erbringung der Leistung von den Ressourcen und Erfahrungswerten anderer Unternehmen Gebrauch zu machen.

Bei der Eignungsleihe kann ein Bieter die Kapazitäten anderer Unternehmen in Anspruch nehmen, ohne mit diesem eine Bietergemeinschaft zu bilden, wenn er nachweist, dass ihm die für den Auftrag erforderlichen Mittel tatsächlich zur Verfügung stehen werden. Der Nachweis erfolgt beispielsweise, indem eine entsprechende Verpflichtungserklärung dieser Unternehmen vorgelegt werden.

In der Umfrage wurde untersucht, welche Aussagen zur Verwendung der Eignungsleihe zutreffen. Die Ergebnisse zeigen, dass 27 % der Unternehmen die Eignungsleihe als ein Instrument betrachten, das sie bei Bedarf einsetzen würden. Ein größerer Anteil, nämlich 40 %, gibt jedoch an, dass sie nicht an der Ausschreibung teilnehmen, wenn ihre eigene Eignung nicht ausreicht. Dies deutet darauf hin, dass die Möglichkeit der Eignungsleihe noch nicht voll ausgeschöpft wird. Weitere 17 % der Befragten kennen die Möglichkeit der Eignungsleihe nicht.

Welche Aussagen treffen für Sie zur Verwendung der Eignungsleihe zu?

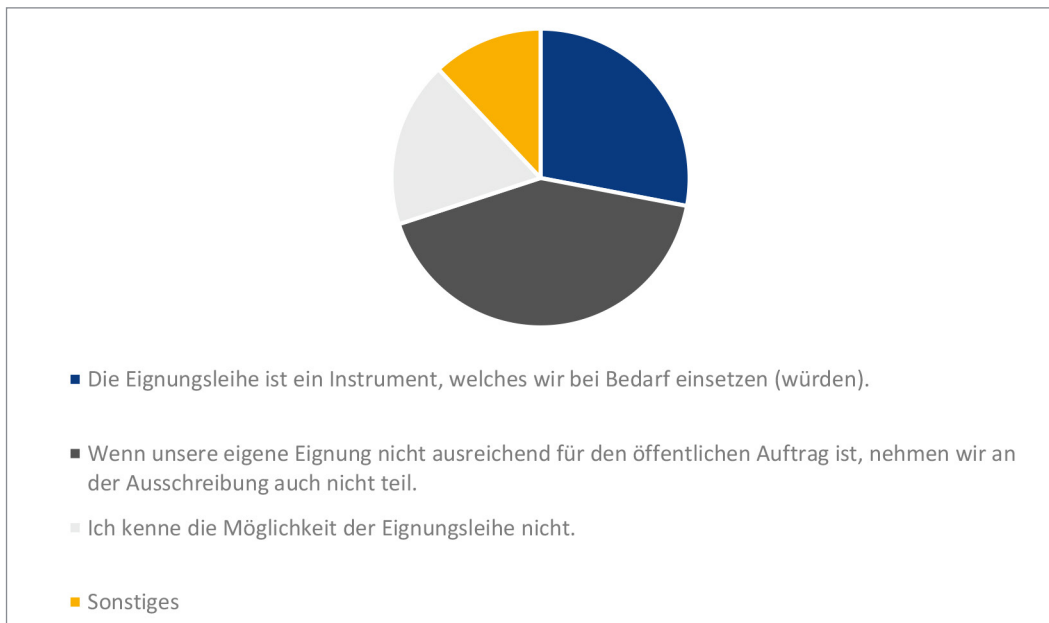


Abbildung 28: Welche Aussagen treffen für Sie zur Verwendung der Eignungsleihe zu? (Unternehmen mit Erfahrung)

Zudem gaben 12 % unter „Sonstiges“ verschiedene andere Meinungen an. Die offenen Kommentare zeigen eine gemischte zur Verwendung der Eignungsleihe: sie wird hauptsächlich zur Ergänzung der wirtschaftlichen und finanziellen Leistungsfähigkeit eingesetzt. Bei anderen Eignungsanforderungen werden stattdessen oft Unterauftragnehmer beauftragt oder Partner für gemeinsame Ausschreibungen gesucht.

Die nachstehende Abbildung 29 gibt Aufschluss darüber, wie Unternehmen die Einbindung weiterer Unternehmen bewerten, wenn sie nur einen Teil der Leistungen einer interessanten Ausschreibung erbringen können. Knapp 40 % der Befragten sind bereit, Kooperationen mit anderen Unternehmen einzugehen, wenn sie für eine ansonsten interessante Ausschreibung nur einen Teil der Leistungen eigenständig erbringen können. 29 % stimmten dieser Aussage eher und knapp 10 % sogar voll und ganz zu. Rund ein Viertel der Unternehmen bewertete die Einbeziehung weiterer Unternehmen ambivalent, während 19 % der Unternehmen eher kein gemeinsames Angebot mit anderen Unternehmen erstellen würden. Weitere 11 % lehnten diese Möglichkeit völlig ab.

Die Ergebnisse legen nahe, dass eine erhebliche Anzahl von Unternehmen zwar grundsätzlich bereit ist, mit anderen Unternehmen zusammenzuarbeiten, um an Ausschreibungen teilzunehmen, jedoch auch eine signifikante Anzahl von Unternehmen zögert oder dies ablehnt. Die divergierenden Reaktionen lassen den Schluss zu, dass Unternehmen unterschiedliche Erfahrungen und Kapazitäten haben, Partnerschaften zu bilden. Für die Bildung einer Bietergemeinschaft kann es notwendig sein, mit potenziellen Mitbewerbern in Kontakt zu treten. Insbesondere

innovative Unternehmen könnten hierbei befürchten, dass wichtige Wettbewerbsvorteile durch eine Partnerschaft verloren gehen und Konkurrenten von dem eingebrachten geistigen Eigentum Vorteile erlangen. Gleichzeitig können Partnerschaften überaus fruchtbar für alle Beteiligten sein und die gebündelten Erfahrungen und Ideen einer Bietergemeinschaft einen Vorteil gegenüber anderen Bietern darstellen und diese Unternehmen dadurch erst befähigen sich mit umfassend erfüllten Eignungskriterien an einer Ausschreibung zu beteiligen. Diese Erkenntnis unterstreicht die Relevanz von Initiativen, die Kooperationen fördern und die Vorteile von Bietergemeinschaften aufzeigen, um die Teilnahme an öffentlichen Ausschreibungen zu optimieren.

Wenn für uns die öffentliche Ausschreibung interessant ist, wir aber nur einen Teil der Leistungen erbringen könnten, versuchen wir weitere Unternehmen (Partnerunternehmen) mit einzubeziehen.

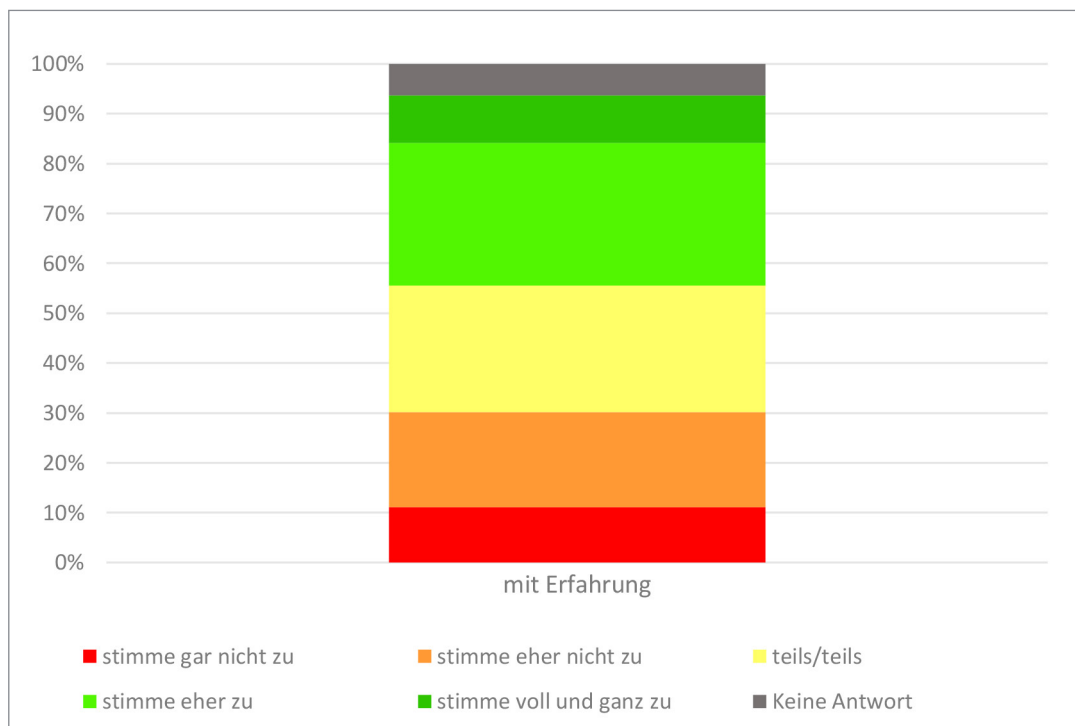


Abbildung 29: Wenn für uns die öffentliche Ausschreibung interessant ist, wir aber nur einen Teil der Leistungen erbringen könnten, versuchen wir weitere Unternehmen (Partnerunternehmen) mit einzubeziehen.

Die Bereitschaft zur Kooperation kann dazu beitragen, dass auch kleinere Unternehmen oder solche mit spezifischen Spezialisierungen erfolgreich an Ausschreibungen teilnehmen können. Eine eng gefasste Ausschreibung könnte jedoch diese Kooperationen behindern und die Vielfalt und Innovation im Beschaffungsprozess einschränken. Daher könnte es sinnvoll sein, Ausschreibungen flexibler zu gestalten und die Bildung von Bietergemeinschaften aktiv zu fördern.

Zudem eignen sich Kooperationen mit anderen Unternehmen besonders für kleine KMU und Startups, die größere Aufträge nicht allein leisten können und Referenzen sammeln wollen.

Dennoch gab mehr als die Hälfte der Unternehmen an, dass sie an Ausschreibungen (eher) nicht teilnehmen, wenn sie nur einen Teil der Leistungen erbringen können. Voll und ganz stimmten dieser Aussage 19 % und 37 % eher zu.

Demgegenüber stehen 24 % der Unternehmen, welche ihre Haltung als „teils/teils“ bewerteten. Ein geringerer Anteil von 6 % stimmte der Aussage eher nicht zu und 10 % stimmten gar nicht zu, dass sie in solchen Fällen nicht teilnehmen würden.

Wenn wir Ausschreibungen finden, bei denen wir nur einen Teil der Leistung erbringen können, nehmen wir an der Ausschreibung nicht teil.

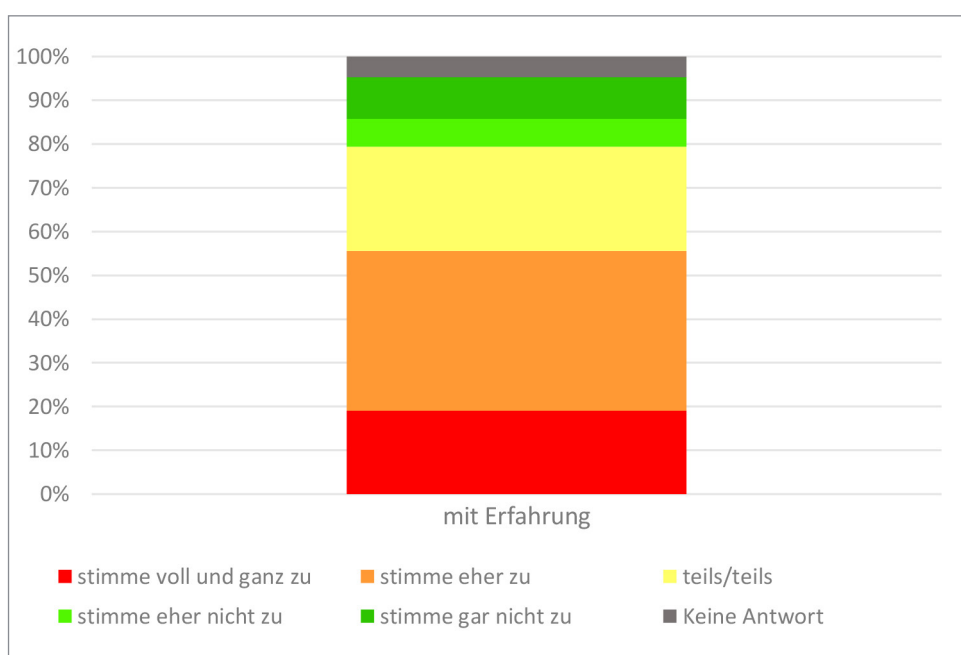


Abbildung 30: Wenn wir Ausschreibungen finden, bei denen wir nur einen Teil der Leistung erbringen können, nehmen wir an der Ausschreibung nicht teil.

Diese Ergebnisse, kombiniert mit den zuvor analysierten Aussagen, legen nahe, dass Unternehmen Schwierigkeiten haben, Ausschreibungen zu finden, die exakt zu ihren Angeboten passen. Ein Drittel der Unternehmen findet es nicht leicht, passende Ausschreibungen zu finden, und viele Unternehmen nehmen nicht teil, wenn sie nur einen Teil der Leistungen erbringen können. Dieses Muster deutet darauf hin, dass der öffentliche Auftraggeber potenzielle Anbieter, insbesondere Startups und KMU, verliert, wenn die ausgeschriebene Leistung zu eng beschrieben ist. Eine eng gefasste Ausschreibung reduziert die Flexibilität und die Möglichkeiten für kleinere Unternehmen, sich zu beteiligen, was wiederum die Vielfalt und Innovation im Beschaffungsprozess beeinträchtigen kann. Um diesem Trend entgegenzuwirken, ist es sinnvoll, wenn öffentliche Auftraggeber Ausschreibungen flexibler gestalten und Unternehmen die Bildung von Bietergemeinschaften häufiger in Betracht ziehen.

Leistungsbeschreibungen

In diesem Kapitel wird untersucht, wie Unternehmen Leistungsbeschreibungen öffentlicher Ausschreibungen im Vergleich zu anderen Aufträgen bewerten. Zudem werden Herausforderungen und Verbesserungsvorschläge aus Unternehmenssicht analysiert.

Der Detaillierungsgrad von Leistungsbeschreibungen bei öffentlichen Ausschreibungen wird von den Unternehmen unterschiedlich wahrgenommen. 25 % der Befragten bewerten diese als wesentlich detaillierter im Vergleich zu anderen Aufträgen. Ein größerer Anteil, nämlich 33 %, hält die Leistungsbeschreibungen für etwas detaillierter. Rund 19 % empfinden sie als in etwa vergleichbar, während 16 % der Ansicht sind, dass diese weniger detailliert sind. Nur 4 % bewerten sie als viel weniger detailliert. 2 % der Befragten machte hierzu keine Angabe. Zusammenfassend zeigt sich, dass die Mehrheit der Unternehmen die Detailliertheit öffentlicher Ausschreibungen als vergleichbar bis überdurchschnittlich empfindet.

Wie schätzen Sie die Leistungsbeschreibungen öffentlicher Aufträge gegenüber allen anderen vergleichbaren Aufträgen ein? Die Leistungsbeschreibungen bei öffentlichen Aufträgen sind....

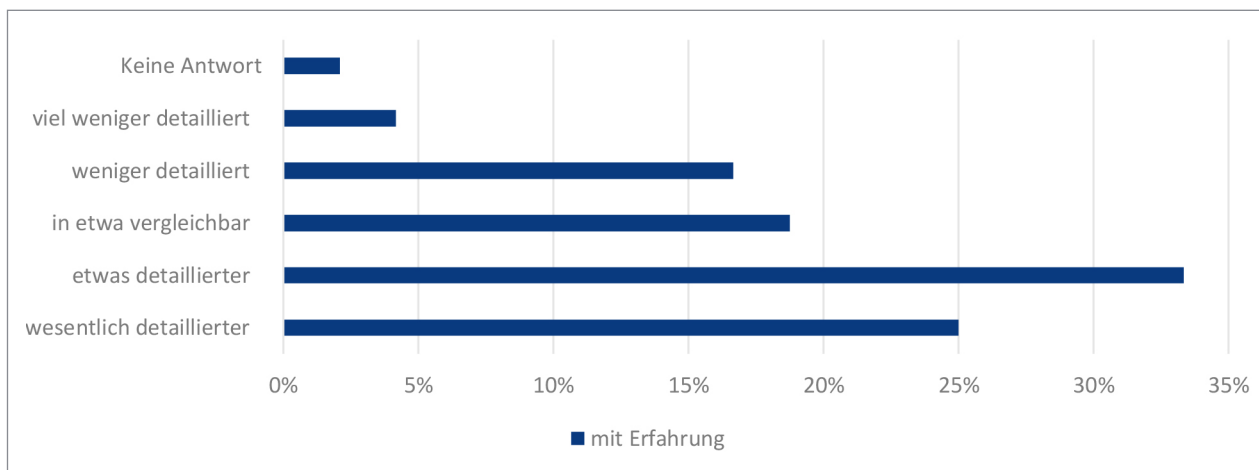


Abbildung 31: Wie schätzen Sie die Leistungsbeschreibungen öffentlicher Aufträge gegenüber allen anderen vergleichbaren Aufträgen ein? Die Leistungsbeschreibungen bei öffentlichen Aufträgen sind.

Verständlichkeit und Kommunikation bei Leistungsbeschreibungen

Die Ergebnisse der Untersuchung zur Verständlichkeit von Leistungsbeschreibungen legen nahe, dass ein Großteil der Befragten (65 %) häufig Nachfragen zu den Leistungsbeschreibungen hat (s. Abbildung 32). Dies deutet darauf hin, dass die Fähigkeiten der Vergabestellen und Bedarfsträger, vergabereife Leistungsbeschreibungen von innovativen Leistungen zu erstellen, teilweise nicht ausreichend sind. Rund 27 % der Befragten geben an, dass sie häufig Nachfragen zu den Leistungsbeschreibungen haben, um ein Angebot abgeben zu können. Weitere 38 % der Befragten gaben an, dieser Aussage eher zuzustimmen. Dies impliziert, dass mehr als die Hälfte der Unternehmen häufig mit Unklarheiten konfrontiert ist und weitere Informationen benötigt. Lediglich 15 % der Befragten stimmen dieser Aussage nicht zu, während 2 % sie gar nicht bejahen. Die übrigen Befragten bewerteten diese Aussage mit „teils/teils“ oder gaben keine Antwort ab.

Unzureichende Leistungsbeschreibungen scheinen dennoch kein ausschlaggebender Grund für eine Nichtteilnahme an Ausschreibungen zu sein. Auf die Frage, ob Unternehmen bereits an öffentlichen Ausschreibungen nicht teilgenommen haben, weil die Leistungsbeschreibungen nicht ausreichend verständlich waren, stimmten nur 12,5 % der Befragten voll und ganz zu, während weitere 10 % eher zustimmten. Ein weiterer Anteil von 12,5 % der Befragten gab an, dies teils/teils zu sehen. Die Mehrheit der Befragten, nämlich 42 %, stimmte dieser Aussage eher nicht zu, und 21 % stimmten sogar gar nicht zu. 2 % der Befragten machten keine Angabe zu dieser Frage.

Inwiefern stimmen Sie folgenden Aussagen zu Leistungsbeschreibungen zu?

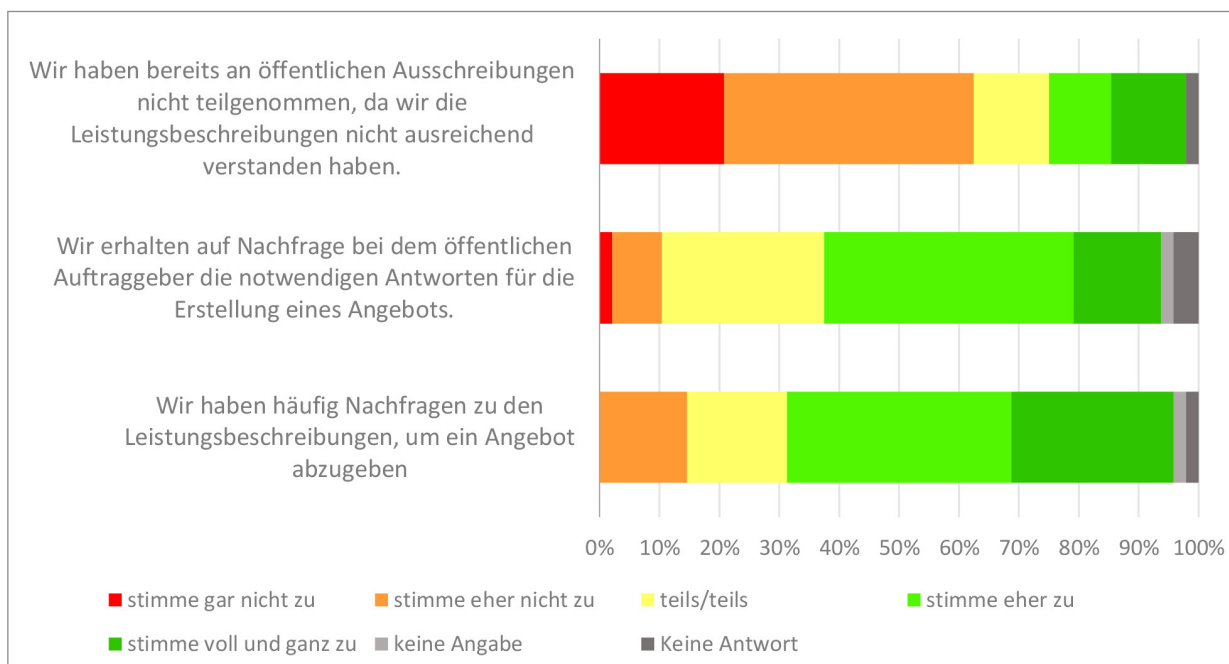


Abbildung 32: Inwiefern stimmen Sie folgenden Aussagen zu Leistungsbeschreibungen zu? (Unternehmen mit Erfahrung)

Des Weiteren wurde in der Umfrage eruiert, in welchem Umfang Unternehmen die Aussage bestätigen, dass sie auf Nachfrage seitens des öffentlichen Auftraggebers die erforderlichen Antworten für die Erstellung eines Angebots erhalten. Die Ergebnisse der Umfrage zeigen, dass 15 % der Befragten der Aussage voll und ganz und weitere 42 % eher zustimmen. Somit lässt sich festhalten, dass insgesamt 56 % der Unternehmen der Meinung sind, dass ihre Anfragen weitgehend beantwortet werden. Des Weiteren geben 27 % der Befragten an, dass dies nur teilweise zutrifft. In einigen Fällen bestehen also auch auf Nachfrage Schwierigkeiten, alle erforderlichen Informationen zu erhalten. Ein geringerer Anteil von 8 % der Unternehmen stimmt dieser Aussage eher nicht zu, während 2 % gar nicht zustimmen.

Die Ergebnisse legen nahe, dass sich die Unternehmen darum kümmern, die nötigen Informationen zur Angebotserstellung einzuholen und sich das Nachfragen bei den Auftraggebern häufig lohnt. Gleichwohl muss die Qualität der Ausschreibungen, insbesondere in Bezug auf die Leistungsbeschreibung verbessert werden.

Optimierungspotenzial

Bei der Frage, ob Unternehmen häufiger an öffentlichen Ausschreibungen teilnehmen würden, wenn mehr innovative Leistungskriterien in den Leistungsbeschreibungen enthalten wären, stimmten 25 % der Befragten voll und ganz und 35 % eher zu (s. Abbildung 33). Dies bedeutet, dass insgesamt 60 % der Befragten durch die Einbeziehung innovativer Kriterien in den Leistungsbeschreibungen motiviert würden, häufiger an Ausschreibungen teilzunehmen. Weitere 23 % der Befragten bewerteten die Aussage mit teils/teils, während nur 8 % eher nicht und 4 % gar nicht zustimmten. Ein kleiner Teil (2 %) machte keine Angaben.

Ähnlich zeigt sich das Bild bei der Frage nach nachhaltigen Leistungskriterien. Hier stimmten 15 % der Befragten voll und ganz zu und ebenfalls 15 % eher zu, dass sie häufiger an öffentlichen Ausschreibungen teilnehmen würden, wenn diese Kriterien in den Leistungsbeschreibungen enthalten wären. 19 % der Befragten bewerteten diese Aussage mit teils/teils. Demgegenüber standen 19 %, die eher

nicht zustimmten, und 21 %, die gar nicht zustimmten. Keine Angaben machten 10 % der Befragten.

Inwiefern stimmen Sie folgenden Aussagen zu Leistungsbeschreibungen zu?

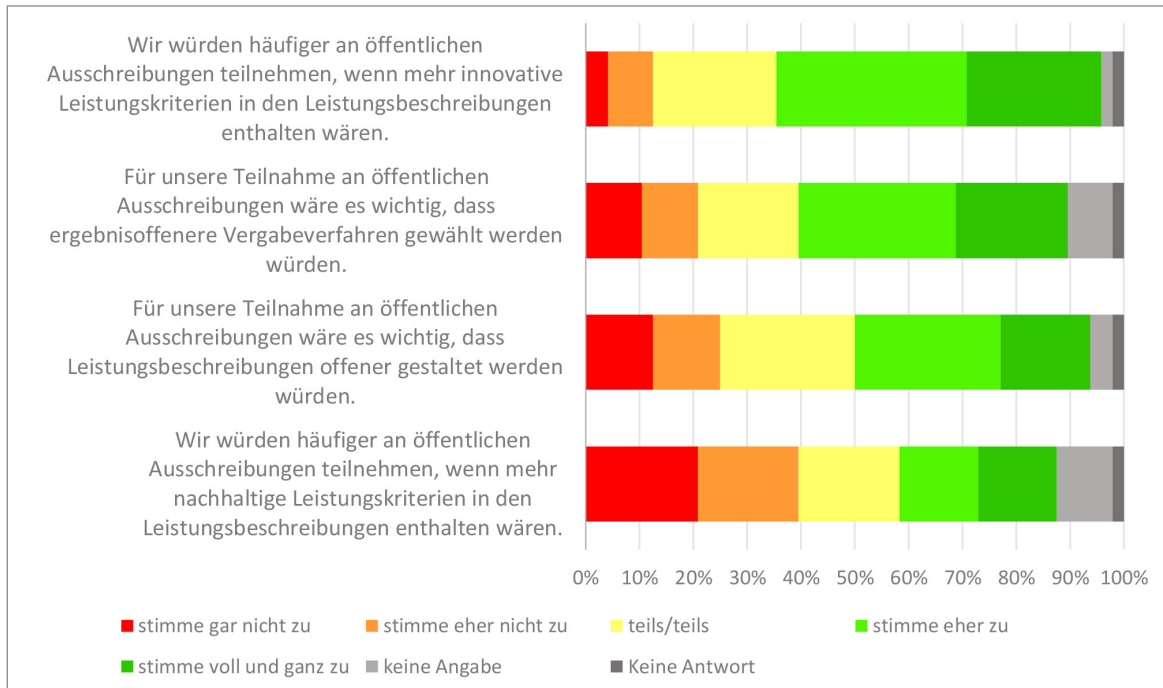


Abbildung 33: Inwiefern stimmen Sie folgenden Aussagen zu Leistungsbeschreibungen zu? (Unternehmen mit Erfahrung)

Dies veranschaulicht, dass sowohl innovative als auch nachhaltige Leistungskriterien eine signifikante Relevanz bei der Entscheidung zur Teilnahme an öffentlichen Ausschreibungen einnehmen. Während mehr als die Hälfte der Befragten durch innovative Leistungskriterien motiviert würde, ist der Anteil derjenigen, die durch nachhaltige Kriterien motiviert würden, etwas geringer. Dennoch kann die Einbeziehung solcher Kriterien als ein wichtiger Faktor identifiziert werden, der die Teilnahmebereitschaft potenziell erhöhen könnte. Wenn neben dem Preis auch Qualitätskriterien einbezogen werden, haben Startups und innovative KMU mehr Spielraum ihre innovativen Lösungen einzubringen. Öffentliche Auftraggeber sollten daher vermehrt die Instrumente der innovativen öffentlichen Beschaffung nutzen, um eine breitere Teilnahme und Wettbewerb zu fördern. Hierzu zählen innovative Leistungskriterien, funktionale Leistungsbeschreibungen sowie ergebnisoffenere Vergabeverfahren.

Ein weiterer wichtiger Aspekt, der in der Umfrage untersucht wurde, ist die Offenheit der Leistungsbeschreibungen. Die Ergebnisse zeigen, dass 17 % der Unternehmen voll und ganz zustimmen, dass offener Leistungsbeschreibungen ihre Teilnahme an Ausschreibungen fördern würden. Weitere 27 % stimmten eher zu, was insgesamt 44 % der Unternehmen ausmacht, die offeneren Leistungsbeschreibungen positiv bewerten. Ein Viertel der Befragten stand der Aussage neutral gegenüber, während jeweils 12 % eher nicht zustimmten oder die Aussage ablehnten. 4 % machten keine Angabe.

Die Einstellung zu ergebnisoffeneren Vergabeverfahren zeigt ein ähnliches Bild. Insgesamt 21 % der Befragten gaben an, dass sie der Meinung sind, dass solche Verfahren für ihre Teilnahme an Ausschreibungen wichtig wären. Weitere 29 % der Befragten stimmten der Aussage eher zu, was 50 % der Befragten entspricht,

die positive Veränderungen in dieser Richtung befürworten. 19 % der Befragten bewerteten die Aussage neutral (teils/teils), während jeweils 10 % eher nicht zustimmten oder die Aussage ablehnten. 8 % der Befragten machten keine Angabe.

Die Ergebnisse verdeutlichen, dass eine signifikante Anzahl an Unternehmen mehr Offenheit und Flexibilität in den Vergabeverfahren schätzt. Unternehmen, die bisher eher keine passenden Ausschreibungen finden, könnten mit einer weniger engen Leistungsbeschreibung mehr Chancen erhalten. Lösungs- und technologieoffenere Ausschreibungen könnten somit zum einen den Wettbewerb für mehr Unternehmen öffnen und die Attraktivität öffentlicher Aufträge erhöhen und zum anderen die Beschaffung innovativerer Produkte und Dienstleistungen fördern.

Angebotsstellung

Die nachfolgende Analyse befasst sich mit den Herausforderungen und Anforderungen, die Unternehmen bei der Angebotserstellung für öffentliche Ausschreibungen wahrnehmen.

Inwiefern stimmen Sie folgenden Aussagen bei der Angebotserstellung zu?

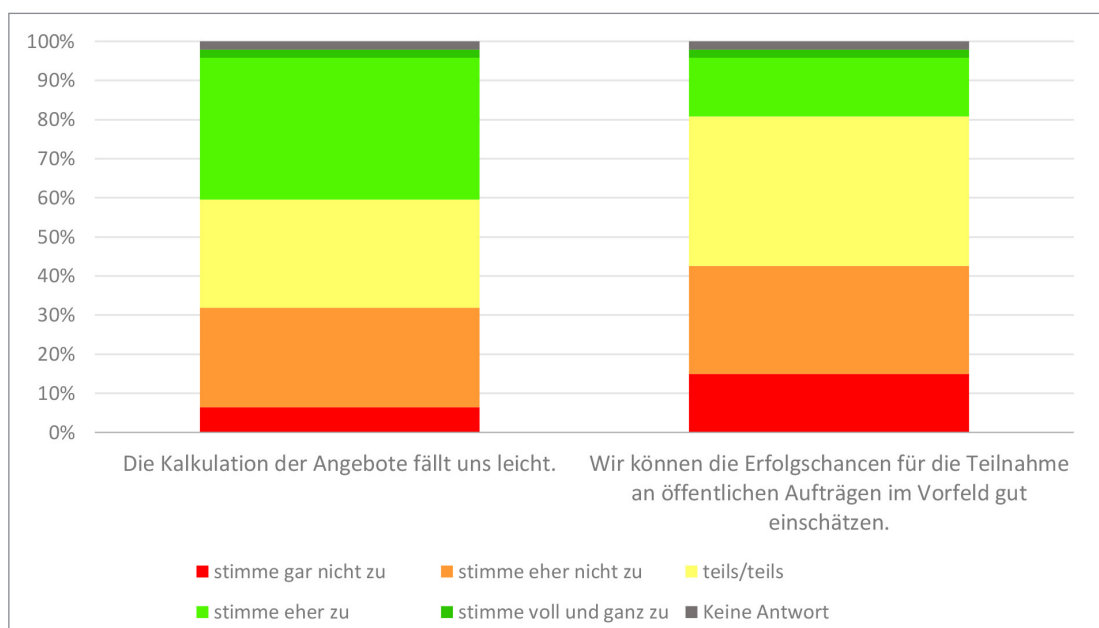


Abbildung 34: Inwiefern stimmen Sie folgenden Aussagen bei der Angebotserstellung zu? (Unternehmen mit Erfahrung)

Die Kalkulation der Angebote fällt uns leicht

Lediglich 2 % der befragten Unternehmen geben an, dass ihnen die Kalkulation von Angeboten vollständig leichtfällt (s. Abbildung 34). Ganze 36 % der Befragten stimmen der Aussage, dass die Kalkulation leicht sei, eher zu. Damit hat rund ein Drittel der Unternehmen keine bis kaum nennenswerte Schwierigkeiten bei der Kalkulation der Angebote. Demgegenüber steht eine Gruppe von 28 %, welche mit der Kalkulation teilweise Schwierigkeiten hat. Rund 26 % der Befragten äußert, dass ihnen die Kalkulation eher nicht leicht fällt, während sie 6 % sehr schwer fällt. Mögliche Gründe für die Diskrepanz sind zum einen branchenspezifische Unterschiede, da die Preiskalkulation bei Lieferleistungen häufig einfacher ist als bei Dienstleistungen. Zum anderen hängt die Kalkulation auch von der Leistungsbeschreibung ab. Je übersichtlicher und verständlicher diese formuliert ist, desto einfacher haben es die Bieter.

Wir können die Erfolgchancen für die Teilnahme an öffentlichen Aufträgen im Vorfeld gut einschätzen

Die Einschätzung der Erfolgchancen fällt den Unternehmen durchschnittlich weniger leicht. Nur 2 % der Unternehmen stimmen voll und ganz zu, dass sie die Erfolgchancen gut einschätzen können. 15 % stimmen eher zu. Eine größere Gruppe von 38 % bewertet die Aussage mit „teils/teils“, während 28 % der Unternehmen eher nicht zustimmen und 15 % gar nicht zustimmen. Dies könnte daran liegen, dass die Erfolgchancen von vielen Faktoren abhängen, die für die Bieter teilweise nicht ersichtlich sind. Neben der Passung der eigenen Lösung zur Leistungsbeschreibung können Unternehmen beispielsweise die Wettbewerbssituation, also die angebotenen Leistungen und Preise der anderen Bieter, nicht immer umfassend einschätzen. Daher ist es essenziell, dass die bekannten Aspekte der Angebotsbewertung wie die Eignungs- und Zuschlagskriterien möglichst transparent sind.

Inwiefern stimmen Sie folgenden Aussagen bei der Angebotserstellung zu?

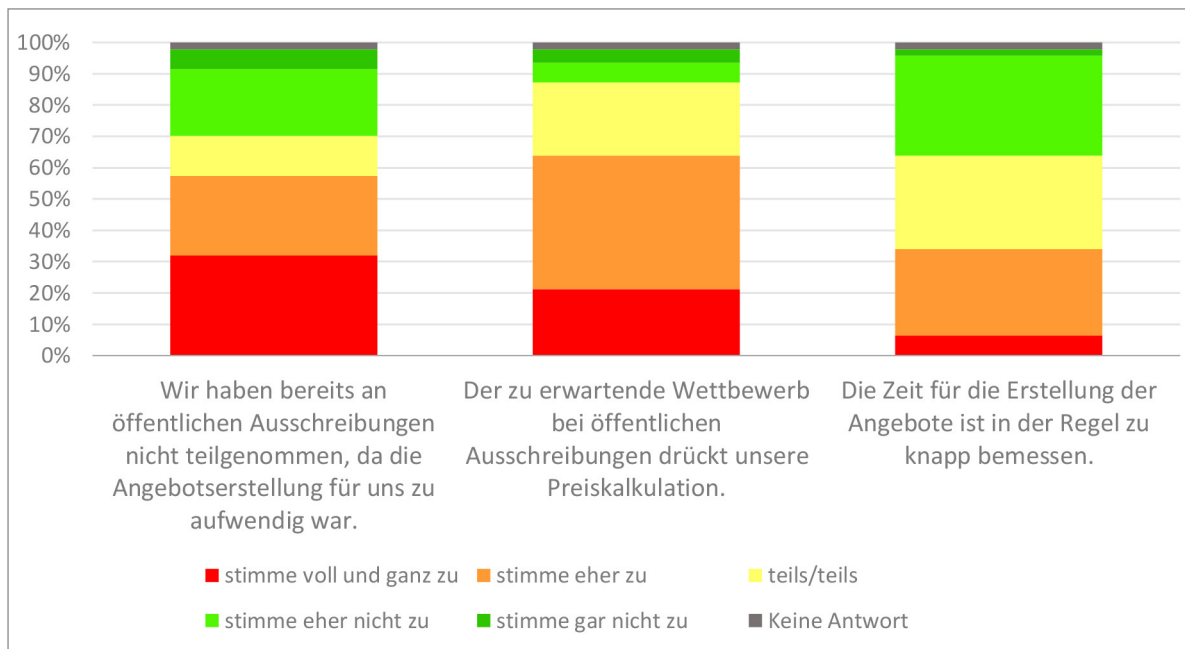


Abbildung 35: Inwiefern stimmen Sie folgenden Aussagen bei der Angebotserstellung zu? (Unternehmen mit Erfahrung)

Wir haben bereits an öffentlichen Ausschreibungen nicht teilgenommen, da die Angebotserstellung für uns zu aufwendig war

Ein bedeutender Anteil von 32 % der Unternehmen gibt an, dass sie bereits an Ausschreibungen nicht teilgenommen haben, weil ihnen die Angebotserstellung zu aufwendig war. Weitere 26% stimmen eher zu. Dies zeigt, dass über die Hälfte der Befragten diese Herausforderung als gravierend empfindet. 13% bewerteten die Aussage mit „teils/teils“, während 22 % eher nicht zustimmen und 6 % gar nicht zustimmen.

Der zu erwartende Wettbewerb bei öffentlichen Ausschreibungen drückt unsere Preiskalkulation

Der erwartete Wettbewerb stellt für viele Unternehmen eine Herausforderung dar. 21 % stimmen voll und ganz zu, dass der Wettbewerb ihre Preiskalkulation drückt, während 43 % eher zustimmen. Dies zeigt, dass über die Hälfte der Befragten den Wettbewerb als signifikanten Faktor bei der Preisgestaltung sieht. 23 % stimmen teils/teils zu, während nur 6 % eher nicht und 4 % gar nicht zustimmen. Der Preis ist noch immer in vielen Ausschreibungen wichtigstes oder sogar einziges Zuschlagskriterium, wodurch eine möglichst niedrige Preiskalkulation entscheidend für die Erfolgchancen ist.

Die Zeit für die Erstellung der Angebote ist in der Regel zu knapp bemessen

Die Zeitvorgaben für die Angebotserstellung werden von vielen Unternehmen teilweise knapp bis eher ausreichend empfunden. Nur 6 % stimmen voll und ganz zu, dass die Zeit zu knapp ist, während 28 % eher zustimmen. 29 % der Befragten geben an, dass dies teils/teils zutrifft. 32% stimmen eher nicht zu, dass die Zeit knapp ist, und nur 2 % stimmen gar nicht zu.

Die Analyse zeigt, dass die Angebotserstellung bei öffentlichen Ausschreibungen für viele Unternehmen eine erhebliche Herausforderung darstellt. Insbesondere die aufwendige Angebotserstellung und der erwartete Wettbewerb werden als belastend empfunden. Die Hürde durch knappe Fristvorgaben wird vergleichsweise weniger hoch angesehen. Eine klarere und effizientere Strukturierung der Ausschreibungsprozesse und Unterlagen kann dazu beitragen, diese Herausforderungen zu mindern und die Teilnahme von Unternehmen an öffentlichen Ausschreibungen zu erleichtern.

Zuschlag - Strategische Erwartungshaltung von Startups und KMU



Attraktivität der öffentlichen Hand als Auftraggeber

Mit der Umfrage wurde des Weiteren die Einstellung von KMU und Startups zur Attraktivität der öffentlichen Hand als Auftraggeber untersucht. Dazu wurden den erfahrenen Unternehmen vier Aussagen zur Teilnahme an öffentlichen Ausschreibungen vorgelegt (s. Abbildung 36).

Wir erwarten bei dem Gewinn öffentlicher Aufträge strategische Vorteile für unser Unternehmen (z. B. Weiterentwicklung von Services und Produkten).

Die Analyse zeigt, dass mit öffentlichen Aufträgen eine große strategische Bedeutung für die Unternehmen verbunden wird. 42 % der Unternehmen erwarten strategische Vorteile für die Weiterentwicklung von Services und Produkten durch den Gewinn öffentlicher Aufträge. 23 % der Befragten sind unentschlossen und 31 % stimmen der Aussage eher nicht oder gar nicht zu. Gewonnene Aufträge stellen zum einen gute Referenzen dar, die perspektivisch für weitere Ausschreibungen genutzt werden können. Zusätzlich ermöglicht es die Zusammenarbeit mit dem öffentlichen Auftraggeber die Bedürfnisse des öffentlichen Sektors besser zu verstehen und sein Produkt strategisch weiterzuentwickeln.

Wir haben volles Vertrauen darin, dass es bei der Teilnahme an öffentlichen Ausschreibungen keine Bevorzugung von bestimmten Unternehmen gibt.

Hinsichtlich des Vertrauens in die Fairness öffentlicher Ausschreibungen gaben lediglich 21 % der Unternehmen an, (volles) Vertrauen darin zu haben, dass es keine Bevorzugung bestimmter Unternehmen gibt. Demgegenüber stehen 49 % der Unternehmen, die dem eher nicht oder gar nicht zustimmen. Dies deutet auf ein beachtliches Misstrauen gegenüber den öffentlichen Auftraggebern und den Grundsätzen des Vergaberechts, die einen fairen Wettbewerb gewährleisten sollen, hin, was in einer verminderten Teilnahme von Startups und KMU an öffentlichen Ausschreibungen münden könnte. Diverse Maßnahmen wie mehr Transparenz bei Beschaffungsvorhaben, einer professionellen Vorgehensweise, gute Beispiele aus der Praxis und natürlich die Einhaltung der Vergabegrundsätze können das Vertrauen stärken.

Inwiefern stimmen Sie folgenden Aussagen zur Teilnahme zu?

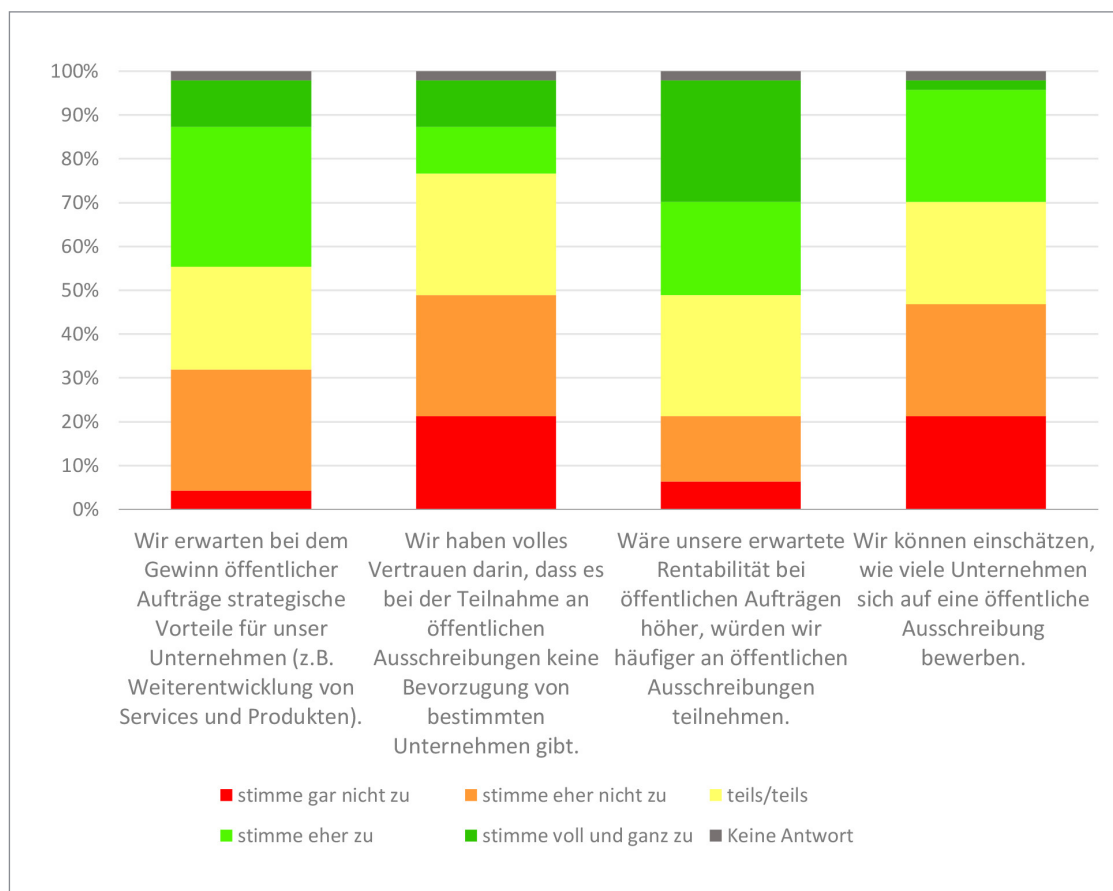


Abbildung 36: Inwiefern stimmen Sie folgenden Aussagen zur Teilnahme zu? (Unternehmen mit Erfahrung)

Wäre unsere erwartete Rentabilität bei öffentlichen Aufträgen höher, würden wir häufiger an öffentlichen Ausschreibungen teilnehmen.

Bei der Frage nach der Rentabilität öffentlicher Aufträge zeigt sich, dass 48 % der Unternehmen häufiger an öffentlichen Ausschreibungen teilnehmen würden, wenn die erwartete Rentabilität höher wäre. Nur 21 % sehen hierin keinen Anreiz, während 27 % unentschlossen sind. Dies unterstreicht die Bedeutung wirtschaftlicher Anreize für die Teilnahme an öffentlichen Ausschreibungen.

Wir können einschätzen, wie viele Unternehmen sich auf eine öffentliche Ausschreibung bewerben.

Schließlich zeigt sich, dass die Mehrheit der Unternehmen Schwierigkeiten hat, die Anzahl der Mitbewerber bei öffentlichen Ausschreibungen einzuschätzen. Nur 2 % der Unternehmen fühlen sich hierbei sicher, während 48 % der Meinung sind, dies eher nicht oder gar nicht einschätzen zu können. Diese Unsicherheit kann den erwarteten Wettbewerb und damit die Angebots- und Preisgestaltung beeinflussen. Dabei zeigen Statistiken, dass bei einem großen Anteil der öffentlichen Ausschreibungen nur wenige Angebote eingereicht werden. Je nach Vergabeverfahren kann die Anzahl der Bieter variieren.

Diese Ergebnisse verdeutlichen die vielfältigen Herausforderungen und Potenziale, die Unternehmen bei der Teilnahme an öffentlichen Ausschreibungen berücksichtigen. Insbesondere die strategischen Vorteile sowie die Rentabilität sind

wichtige Anreize, während Misstrauen gegenüber der Fairness und Unsicherheiten hinsichtlich der Konkurrenz große Hürden darstellen.

Die Frage, inwieweit volles Vertrauen darin besteht, dass bei öffentlichen Ausschreibungen keine Bevorzugung bestimmter Unternehmen stattfindet, wurde auch der Gruppe an Befragten gestellt, die sich als unerfahrene Bieter verortet hatten.

Inwiefern stimmen Sie folgender Aussage zur Teilnahme an öffentlichen Ausschreibungen zu?

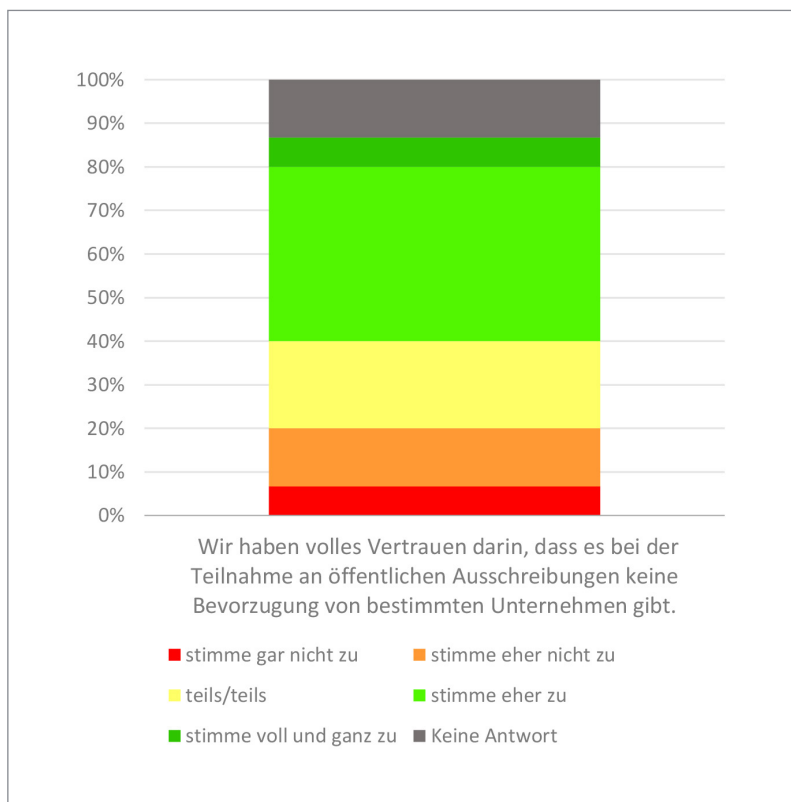


Abbildung 37: Inwiefern stimmen Sie folgender Aussage zur Teilnahme an öffentlichen Ausschreibungen zu? (Unternehmen ohne Erfahrung)

Von den noch unerfahrenen Unternehmen vertrauen zwar mit 7 % deutlich weniger Befragte voll und ganz auf die Fairness öffentlicher Ausschreibungen als in der Gruppe der erfahrenen Unternehmen. Mit weiteren 40 %, die eher zustimmen, hat jedoch fast die Hälfte der befragten unerfahrenen Unternehmen Vertrauen in die Neutralität des Vergabeprozesses. Dennoch bewerteten 20 % der Teilnehmer diese Aussage mit „teils/teils“, während 13 % eher nicht und ebenfalls 7 % gar nicht zustimmten. Auffällig ist, dass 13 % der unerfahrenen Unternehmen keine Antwort gaben.

Diese Ergebnisse weisen darauf hin, dass unerfahrene Unternehmen tendenziell weniger Skepsis gegenüber der Neutralität des Ausschreibungsprozesses haben.

Ein relevantes Kriterium bei der Zusammenarbeit mit dem öffentlichen Sektor ist auch der zeitliche Aufwand, der mit der Bewerbung auf einen solchen Auftrag verbunden ist. Daher wurde mithilfe der nächsten zwei Fragen analysiert, wie hoch ebendieser Aufwand ist und wie er sich gegenüber anderen Kunden verhält.

Wie hoch schätzen Sie die durchschnittlichen Aufwände bei Ihnen ein, um sich auf eine öffentliche Ausschreibung zu bewerben (Eignungsnachweise, Angebot erstellen, ggf. Verhandlungsrunden)

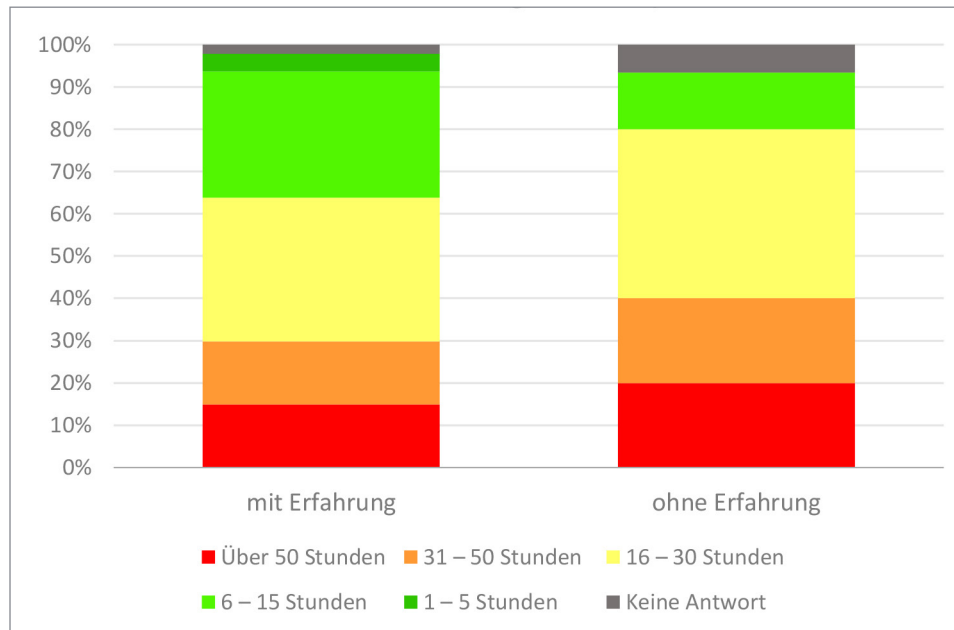


Abbildung 38: Inwiefern stimmen Sie folgender Aussage zur Teilnahme an öffentlichen Ausschreibungen zu?

Befragte, die ihr Unternehmen als erfahren betrachten, schätzen den Aufwand zur Bewerbung auf öffentliche Ausschreibungen tendenziell höher ein als diejenigen, die sich als unerfahren sehen.

Die Auswertung der Daten zeigt, dass etwa 34 % der Befragten, die ihr Unternehmen als erfahren betrachten, zwischen 16 und 30 Stunden für die Bewerbung auf öffentliche Ausschreibungen aufwenden, während 40 % der unerfahrenen Unternehmen denselben Zeitrahmen angeben.

Ein signifikanter Unterschied zeigt sich bei der Einschätzung des Aufwands über 50 Stunden: Während 15 % der erfahrenen Bieter den Aufwand als so hoch einschätzen, sind es bei den nicht erfahrenen Bietern 20 %. Ein ähnliches Bild zeigt sich für den Zeitraum von 31 bis 50 Stunden. Dafür nehmen 30 % der als erfahren wahrgenommenen Unternehmen an, dass sie sich innerhalb von 6–15 Stunden auf eine Ausschreibung bewerben können, während dies in der Gruppe der unerfahrenen Unternehmen nur 13 % angeben. Die Einschätzung des Aufwands bei einer Bewerbung, die bis zu fünf Stunden in Anspruch nimmt, fällt bei unerfahrenen Unternehmen durchweg negativ aus.

Die Ergebnisse zeigen, dass die Mehrheit der Unternehmen, welche sich als unerfahren betrachten, den notwendigen Einarbeitungsaufwand zur erfolgreichen Beteiligung an öffentlichen Ausschreibungen als moderat einschätzen. Konkret gaben 47 % der Befragten an, dass sie 2 bis 5 Tage benötigen, um sich einzuarbeiten. Weitere 27 % der Unternehmen sehen den Aufwand bei 6 bis 10 Tagen. Ein kleinerer Anteil von 20 % schätzt den Aufwand auf 11 bis 15 Tage. Nur 7 % der Befragten glauben, dass ein Tag ausreicht, um sich entsprechend einzuarbeiten. Kein Unternehmen gab an, mehr als 15 Tage zu benötigen. Diese Ergebnisse deuten darauf hin, dass der Einarbeitungsprozess für viele Unternehmen zwar Zeit in Anspruch nimmt, jedoch größtenteils als machbar angesehen wird.

Wie hoch schätzen Sie den notwendigen Einarbeitungsaufwand ein, um sich an öffentlichen Ausschreibungen erfolgreich beteiligen zu können?

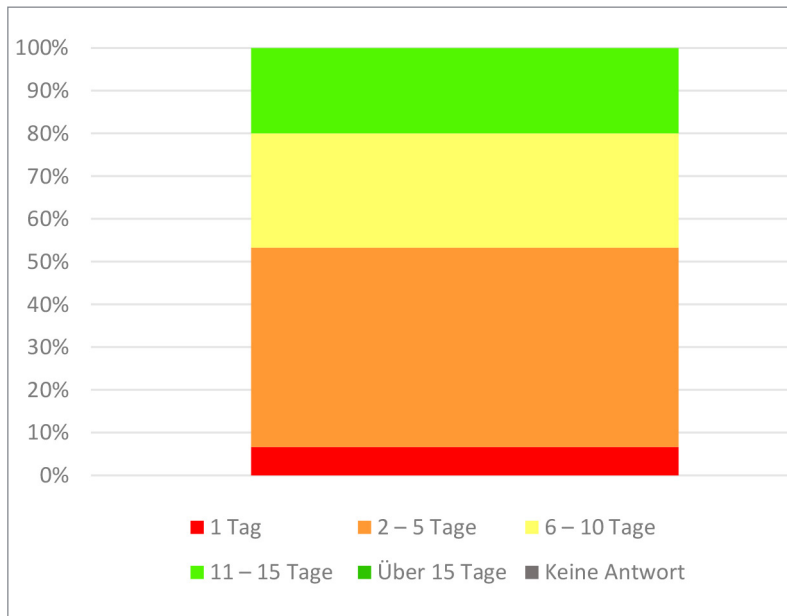


Abbildung 39: Inwiefern stimmen Sie folgender Aussage zur Teilnahme an öffentlichen Ausschreibungen zu? (Unternehmen ohne Erfahrung)

Insgesamt verdeutlichen diese Zahlen, dass die meisten Unternehmen in der Lage sind, sich innerhalb von ein bis zwei Wochen in die notwendigen Prozesse und Anforderungen für öffentliche Ausschreibungen einzuarbeiten. Dies ist ein positiver Indikator für die Zugänglichkeit und Verständlichkeit der entsprechenden Prozesse.

Wie verhält sich der Aufwand einer Angebotsabgabe für öffentliche Aufträge gegenüber dem Vertriebs-/Angebotsaufwand bei allen anderen Kunden Ihrer Leistungen und Produkte (z.B. aus der Wirtschaft)?

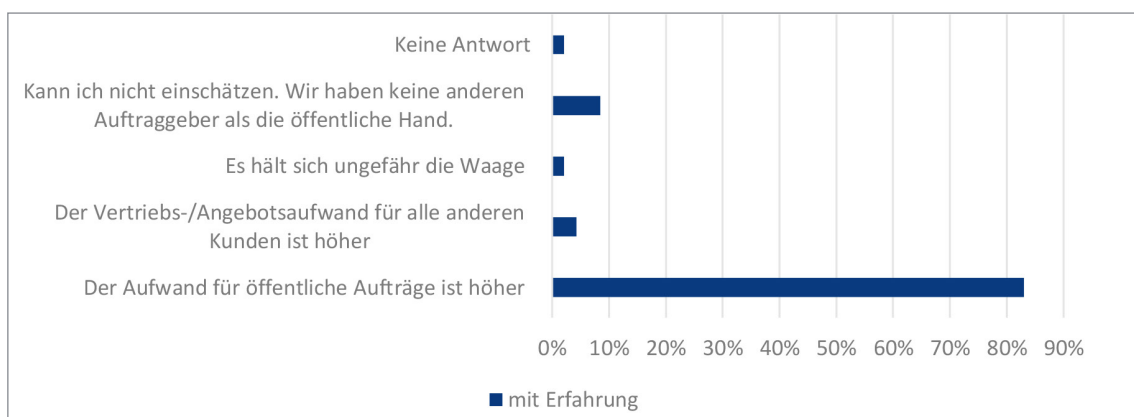


Abbildung 40: Wie verhält sich der Aufwand einer Angebotsabgabe für öffentliche Aufträge gegenüber dem Vertriebs-/Angebotsaufwand bei allen anderen Kunden Ihrer Leistungen und Produkte (z.B. aus der Wirtschaft)?

Die Mehrheit der befragten Personen in der Gruppe der erfahrenen Unternehmen (83 %) gibt an, dass der Aufwand für öffentliche Aufträge höher ist als für andere Kunden. Dies deutet darauf hin, dass öffentliche Ausschreibungen oft komplexer und zeitaufwändiger sind. Nur ein kleiner Anteil der Unternehmen (4 %) sieht den Aufwand für andere Kunden als höher an.

Erfolg und Rentabilität öffentlicher Aufträge.

Wie hoch schätzen Sie durchschnittlich die Erfolgswahrscheinlichkeit ein, den Zuschlag für die öffentliche Ausschreibung zu erhalten, wenn Sie daran teilnehmen (würden)?

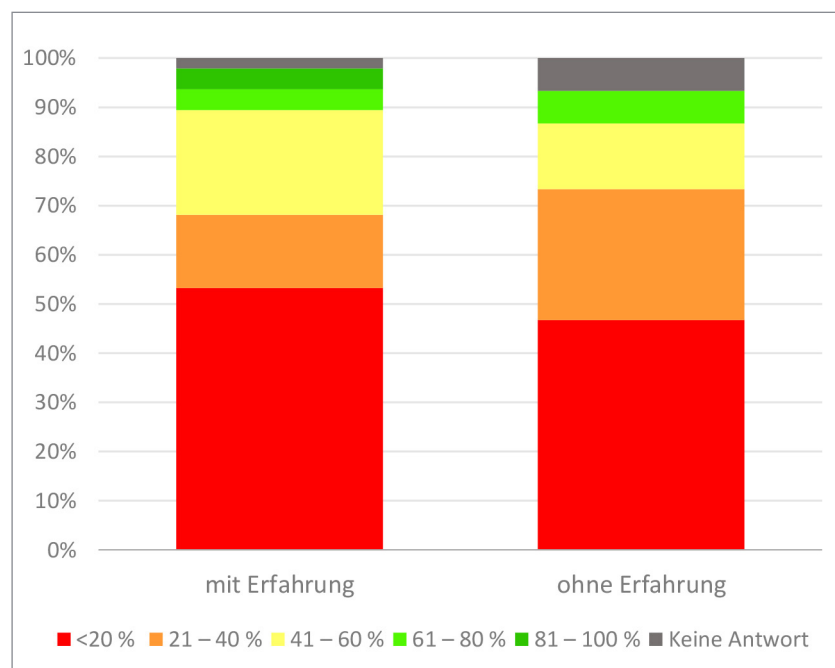


Abbildung 41: Wie hoch schätzen Sie durchschnittlich die Erfolgswahrscheinlichkeit ein, den Zuschlag für die öffentliche Ausschreibung zu erhalten, wenn Sie daran teilnehmen (würden)?

Die durchschnittliche Erfolgsaussicht, den Zuschlag für eine öffentliche Ausschreibung zu erhalten, wird von den meisten Unternehmen auf unter 20 % und damit sehr gering eingeschätzt. Diese Einschätzung teilen 53 % der Unternehmen, die sich selbst als erfahren einstufen, und 47 % der Unternehmen, die diese Erfahrung nicht aufweisen können. Es ist bemerkenswert, dass die erfolgreichen Bieter eine pessimistischere Einschätzung aufweisen. Dies könnte darauf hindeuten, dass sie aufgrund ihrer Erfahrungen eine vorsichtigere Einschätzung haben. Diese eher pessimistische Wahrnehmung der Erfolgschancen senkt die Attraktivität der öffentlichen Hand als Auftraggeber für Startups und KMU.

Wie schätzen Sie die Rentabilität öffentlicher Aufträge gegenüber anderen vergleichbaren Aufträgen ein?

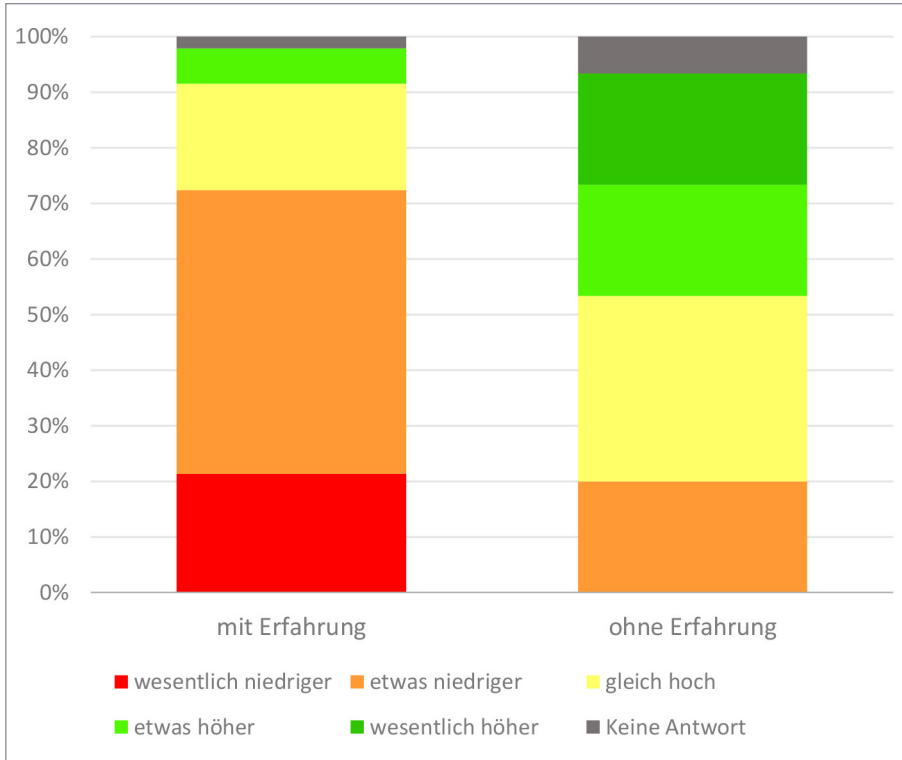


Abbildung 42: Wie schätzen Sie die Rentabilität öffentlicher Aufträge gegenüber anderen vergleichbaren Aufträgen ein?

Erfahrene Unternehmen bewerten die Rentabilität öffentlicher Aufträge im Vergleich zu anderen Aufträgen tendenziell als niedriger. 51 % von ihnen halten die Rentabilität für etwas niedriger, während kein einziges Unternehmen die Rentabilität als wesentlich höher einschätzt. Nicht erfahrene Unternehmen sind hier optimistischer: 20 % halten die Rentabilität für etwas höher, und 20 % sogar für wesentlich höher.

Die Einschätzung der Zahlungsmoral (s. Abbildung 43) bei der Durchführung öffentlicher Aufträge im Vergleich zu anderen Kunden zeigt eine positive Tendenz. Rund 45 % der befragten Unternehmen mit Erfahrung gaben an, dass die Zahlungsmoral bei öffentlichen Aufträgen gleich hoch sei wie bei anderen Kunden. 28 % der Befragten meinten, die Zahlungsmoral sei etwas höher, während 11 % diese als wesentlich höher einschätzten. Nur ein kleiner Teil der Befragten, nämlich 9 %, bewertete die Zahlungsmoral als wesentlich niedriger und 6 % schätzten sie als etwas niedriger ein. Lediglich 2 % der Befragten machten keine Angabe. Diese Ergebnisse deuten darauf hin, dass die Zahlungsmoral bei öffentlichen Aufträgen überwiegend als gleichwertig oder besser im Vergleich zu anderen Kunden wahrgenommen wird. Da der finanzielle Anreiz für Unternehmen ein wichtiger Grund für die Teilnahme an öffentlichen Ausschreibungen ist, kann die Wahrnehmung des öffentlichen Sektors als zuverlässiger Partner mit hoher Zahlungsmoral seine Attraktivität steigern.

Wie schätzen Sie die Zahlungsmoral bei der Durchführung öffentlicher Aufträge gegenüber allen anderen Kunden Ihrer Leistungen und Produkte ein?

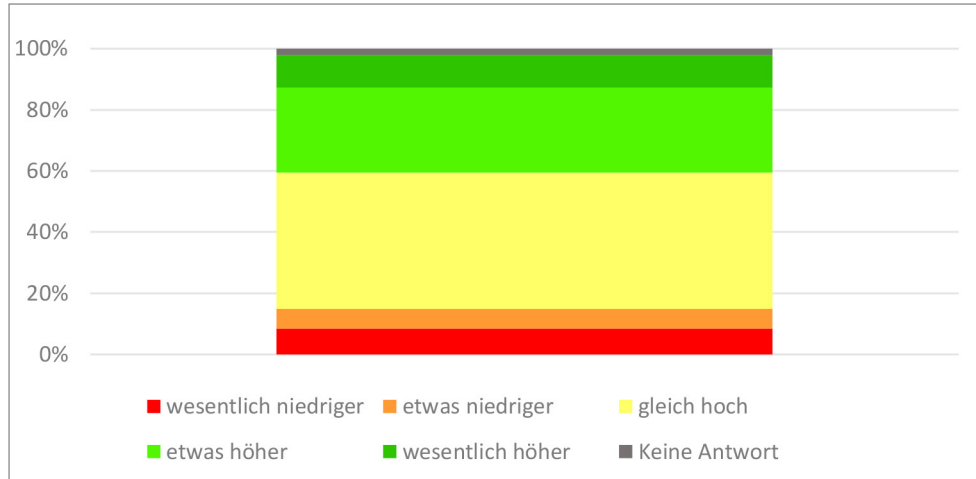


Abbildung 43: Wie schätzen Sie die Zahlungsmoral bei der Durchführung öffentlicher Aufträge gegenüber allen anderen Kunden Ihrer Leistungen und Produkte ein? (Unternehmen mit Erfahrung)

Die Motivation der erfahrenen Unternehmen, öffentliche Aufträge umzusetzen, wird von den befragten Unternehmen als gleich hoch im Vergleich zu anderen Kunden eingeschätzt. Dies gaben 83 % der Befragten an, während 6 % die Motivation als wesentlich höher und 2 % als etwas höher einschätzten. Nur eine geringe Anzahl der Befragten (4 %) gab an, dass ihre Motivation etwas niedriger sei, und lediglich 2 % bewerteten sie als wesentlich niedriger. Dies zeigt, dass die Motivation zur Umsetzung öffentlicher Aufträge im Allgemeinen auf einem vergleichbaren Niveau wie bei anderen Kunden bleibt, was darauf hinweist, dass öffentliche Aufträge in dieser Hinsicht nicht als weniger attraktiv wahrgenommen werden.

Wie schätzen Sie Ihre Motivation bei der Umsetzung öffentlicher Aufträge gegenüber allen anderen Kunden Ihrer Leistungen und Produkte ein?

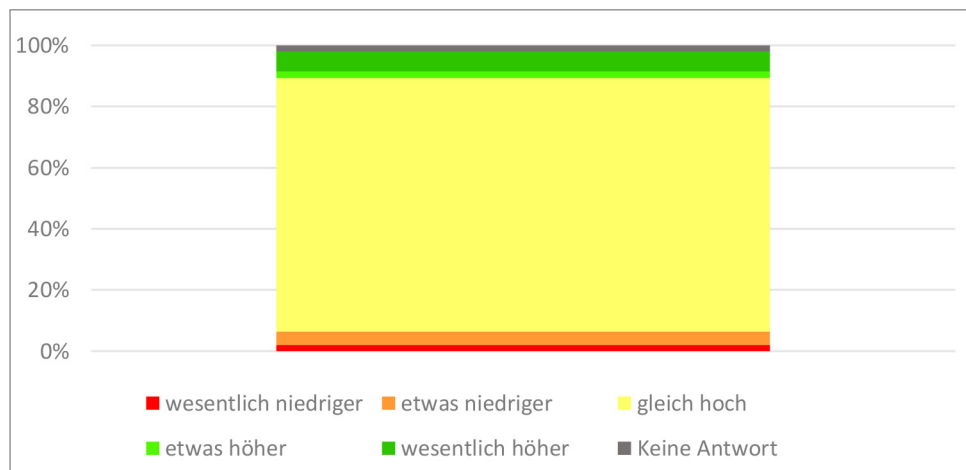


Abbildung 44: Wie schätzen Sie Ihre Motivation bei der Umsetzung öffentlicher Aufträge gegenüber allen anderen Kunden Ihrer Leistungen und Produkte ein? (Unternehmen mit Erfahrung)

Die Auswertung der freien Antworten zur Frage „Können Sie uns die Faktoren nennen, die bei Ihnen zu weniger Motivation führen?“ zeigt, dass mehrere zentrale Themen die Motivation der Befragten negativ beeinflussen. Ein häufig genanntes Problem ist der wahrgenommene Vorteil, den größere Unternehmen gegenüber kleineren und mittleren Unternehmen haben, was zu einem Gefühl der Ungleichheit führt. Lange Wartezeiten und Verzögerungen im Vergabeprozess wurden ebenfalls mehrfach erwähnt und tragen zur Frustration bei. Insbesondere für Startups und junge Unternehmen, die noch keinen großen Kundenstamm haben und möglicherweise auf einzelne Aufträge angewiesen sind, stellen Zahlungsverzögerungen eine Herausforderung dar.

Ein weiterer wichtiger Faktor ist der hohe bürokratische Aufwand, der als zeitintensiv und wenig wertschöpfend beschrieben wird. Dies umfasst auch komplizierte und ineffektive Abstimmungsprozesse sowie veraltete Strukturen und Tools. Probleme mit den Ansprechpartnern, wie das Fehlen von direkten Kontakten oder unklare Zuständigkeiten, wurden ebenfalls als demotivierend genannt. Schließlich wird der hohe Aufwand zur Teilnahme an Ausschreibungen kritisiert, besonders wenn keine Erfolgsgarantie besteht und unerwartete Mehraufwendungen nicht abgerechnet werden können. Eine der Antworteten lautete wie folgt:

“ *„Mehr Aufwand im Vorfeld, Erstprojekt ist keine Garantie, dass man auch den Folgeauftrag bekommt, weil wieder von Neuem ausgeschrieben werden muss.“*

Die Auswertung der Kommentare zur Frage „Können Sie uns die Faktoren nennen, die bei Ihnen zu mehr Motivation führen?“ zeigt auf der anderen Seite, welche zentralen Themen die Motivation der Befragten positiv beeinflussen. Ein wichtiger Faktor ist das Vorhandensein motivierter und professioneller Auftraggeber sowie motivierter Mitarbeitender aufseiten des öffentlichen Auftraggebers. Klar definierte Ansprechpartner mit Entscheidungsbefugnis und eine offene, direkte Kommunikation werden ebenfalls als motivierend empfunden. Letzteres zeigt im Vergleich zu den offenen Antworten der vorigen Frage die teilweise sehr unterschiedlichen Erfahrungen der Unternehmen bezüglich der Zusammenarbeit mit öffentlichen Stellen und dass diese stark personenabhängig sein können.

Schlanke Prozesse, die sich auf das Wesentliche konzentrieren, und leicht erreichbare Verbesserungen zu ermöglichen, sind laut der offenen Antworten ebenfalls ein Motivationsfaktor. Flexibilität in der zeitlichen Gestaltung der Leistungserbringung und die Möglichkeit der Remote-Arbeit werden ebenfalls positiv bewertet. Zudem wird die Möglichkeit, nach Projektabschluss Referenzen nennen zu können, als motivierend empfunden.

Interessante Aufgaben und Tätigkeiten im Projekt, eine sehr nette Kundenbeziehung und die Möglichkeit, gegenseitiges Vertrauen aufzubauen, werden als weitere fördernde Faktoren genannt. Ein unmissverständliches Leistungsverzeichnis und ein fairer Wettbewerb tragen ebenfalls zur Motivation bei. Schließlich wird der Verzicht auf Preisdruck und die Anerkennung der öffentlichen Hand als prestigeträchtiger Kunde als besonders motivierend empfunden.

Zusammengefasst sind es vor allem die professionelle und motivierte Haltung der Auftraggeber, klare und effiziente Prozesse, Flexibilität und interessante Aufgaben, die die Motivation der Befragten erhöhen. Zur Verdeutlichung einige Beispielfragen:

“ *„Verzicht auf Preisdruck. Die Möglichkeit, gegenseitiges Vertrauen aufzubauen und ein gutes Miteinanderarbeiten zu erzielen. Das Vertrauen des Kunden in unsere Leistungen.“*

„Schlanke Prozesse, die das Wesentliche abdecken zur passenden Zeit und darauf fokussieren, leicht erreichbare Verbesserungen („low hanging fruits“) auch schnell einzufahren.“



Ausblick

The background of the page is an abstract composition of various geometric shapes and lines. It features a color gradient from light blue at the top to bright green at the bottom. Large, semi-transparent numbers (1, 2, 3, 4, 5) are scattered across the page, some overlapping each other. Thin, white lines crisscross the background, creating a sense of depth and movement. A white rectangular box is positioned in the upper left quadrant, containing the word 'Ausblick' in a dark blue, serif font.

Abschließend wurde an die erfahrenen Unternehmen die Frage gestellt: „Was müsste aus Ihrer Sicht passieren, damit ihr Stimmungsbild gegenüber öffentlichen Ausschreibungen noch besser wird und Sie sich noch häufiger an öffentlichen Ausschreibungen bewerben?“ Die Auswertung der offenen Antworten offenbart mehrere Schlüsselfaktoren, die die Motivation der Befragten zur Teilnahme an öffentlichen Ausschreibungen steigern könnten.

Ein zentraler Aspekt ist der Wunsch nach mehr Transparenz im gesamten Ausschreibungsprozess, auch im Entscheidungsprozess, um sicherzustellen, dass keine Unternehmen im Vorfeld bevorzugt werden. Die Befragten fordern detailliertere und präzisere Leistungsbeschreibungen sowie ausgewogenere Zuschlagskriterien, bei denen Qualität stärker als der Preis gewichtet wird. Zur Verdeutlichung sei folgende Ausführung angeführt:

„1. Zu erwartendes Gesamtvolumen in der Bekanntmachung nennen.
2. Mehr Rahmenverträge ausschreiben.
3. Mehr nachhaltigen Kriterien in die Zuschlagsgewichtung aufnehmen.“

Ein weiterer häufig genannter Punkt ist die Notwendigkeit, die Bürokratie erheblich zu reduzieren. Dies umfasst sowohl die Vereinfachung der Bewerbungsverfahren als auch die Reduktion der Dokumentenanforderungen. Es wird vorgeschlagen, formale Informationsaustausche auf das Wesentliche zu reduzieren und den praktischen Demonstrationen und Prototypen mehr Wert beizumessen. Die Flexibilisierung der Budgetbemessung und die Einführung einfacher, digitaler Prozesse einschließlich digitaler Unterschriften werden ebenfalls als wichtig erachtet. Wie es in einer Antwort zusammengefasst ist:

„vereinfachte Bewerbungsverfahren, weniger Bürokratie, offenere Verfahren, innovativere Ansätze“

Die Befragten sehen zudem eine starke Notwendigkeit zur Zentralisierung und Vereinheitlichung der Ausschreibungsplattformen und Vergaberegulungen. Eine einzige, benutzerfreundliche Plattform für alle öffentlichen Ausschreibungen auf Landes- und Bundesebene würde die Teilnahme erheblich erleichtern. Dies beinhaltet auch die Einführung zeitgemäßer Bietertools mit intuitiven Benutzeroberflächen und einer effektiven Volltextsuche.

Darüber hinaus wünschen sich die Befragten eine stärkere Berücksichtigung von Innovations- und Qualitätsmerkmalen in den Ausschreibungen. Insbesondere sollten auch KMU sowie Startups faire Chancen erhalten, indem Hürden wie übermäßige Zertifizierungsanforderungen und aufwendige Nachweise reduziert werden.

Schließlich wird die Verbesserung der Kommunikation und Kooperation zwischen Auftraggebern und Auftragnehmern als zentraler Motivationsfaktor gesehen. Eine offene und transparente Kommunikation, direkte Ansprechpartner und die Möglichkeit, langfristige, vertrauensvolle Geschäftsbeziehungen aufzubauen, sind dabei von großer Bedeutung. Hier sei beispielhaft folgende Ausführung anzubringen:

„Der Austausch zwischen AG und AN müsste mehr ermöglicht werden. Das ist oft nur in starren Verhandlungsrunden möglich und selbst dort nicht so richtig. Oft gibt es für Probleme unterschiedliche Lösungen, die so nicht besprochen werden können.“

Insgesamt verdeutlichen die Antworten, dass ein transparenterer, weniger bürokratischer und zentralisierter Ausschreibungsprozess, der Qualität und Innovation stärker berücksichtigt, das Stimmungsbild der Unternehmen gegenüber öffentlichen Ausschreibungen deutlich verbessern würde.

Die sich als unerfahren wahrnehmenden Unternehmen wurden nahezu wortgleich gefragt: „Was müsste sich bei öffentlichen Ausschreibungen ändern, damit Ihr Unternehmen sich an öffentlichen Ausschreibungen beteiligt?“. Die Antworten zeigen, dass eine klarere Kommunikation gewünscht ist, ebenso wie ein einfaches Tool, das schnell relevante Aufträge anzeigt, und visuelle, informative Ausschreibungen, die per E-Mail bereitgestellt werden. Diese Änderungen könnten die Teilnahmebereitschaft von Unternehmen an öffentlichen Ausschreibungen erhöhen.



Abbildungsverzeichnis

Seite

- 03 **Abbildung 1:** An wie vielen öffentlichen Ausschreibungen hat Ihr Unternehmen in den vergangenen 3 Jahren bereits erfolgreich teilgenommen?
- 08 **Abbildung 2:** Wie groß ist Ihr Unternehmen?
- 09 **Abbildung 3:** In welchem Bereich ist Ihr Unternehmen tätig?
- 10 **Abbildung 4:** Wann wurde Ihr Unternehmen gegründet?
- 11 **Abbildung 5:** Wie innovativ schätzen Sie die Leistungen und Produkte Ihres Unternehmens ein?
- 12 **Abbildung 6:** Mit welcher Grundstimmung betrachten Sie die öffentliche Beschaffung?
- 15 **Abbildung 7:** Inwiefern stimmen Sie folgender Aussage zu: Der öffentliche Sektor ist (potenziell) ein wichtiges Kundensegment für unser Unternehmen
- 16 **Abbildung 8:** Wie entwickelt sich aus Ihrer Sicht in den nächsten 5 Jahren die öffentliche Nachfrage nach Produkten und Leistungen, die Ihr Unternehmen anbietet
- 17 **Abbildung 9:** Auf einer Skala von 1 (niedrig) – 10 (hoch), wie gut schätzen Sie Ihr Wissen über die Prozesse des öffentlichen Einkaufs ein?
- 18 **Abbildung 10:** Wir kennen die relevanten Vergabeplattformen für die Bekanntmachung von Ausschreibungen (TED, Vergabeplattform des Bundes, der Bundesländer, DTVP etc.)
- 19 **Abbildung 11:** Wir kennen die Möglichkeit mit anderen Unternehmen zu kooperieren (sogenannte Bietergemeinschaften), wenn wir nur einen Teil der ausgeschriebenen Leistungen erbringen können.
- 21 **Abbildung 12:** Wir finden selten öffentliche Ausschreibungen, die zu 100 % mit unseren Leistungen und Produkten „übereinstimmen“.
- 22 **Abbildung 13:** Wir finden es leicht, öffentliche Ausschreibungen zu finden, die auf unsere Unternehmensangebote passen.
- 23 **Abbildung 14:** Wir finden öffentliche Ausschreibungen häufig erst dann, wenn die Abgabefrist für die Erstellung eines Angebots für uns bereits nicht mehr ausreichend ist
- 24 **Abbildung 15:** Wir würden häufiger nach öffentlichen Ausschreibungen suchen, wenn es eine zentrale Ausschreibungsplattform gäbe.
- 26 **Abbildung 16:** Wie häufig recherchieren Sie auf Vergabeplattformen nach passenden öffentlichen Ausschreibungen?
- 27 **Abbildung 17:** Wenn wir nach öffentlichen Ausschreibungen auf Vergabeplattformen suchen, die für unsere Leistungen und Produkte passend sind, sind folgende Filtermöglichkeiten für uns besonders hilfreich? (Unternehmen mit Erfahrung)
- 28 **Abbildung 18:** Wenn wir nach öffentlichen Ausschreibungen auf Vergabeplattformen suchen, die für unsere Leistungen und Produkte passend sind, sind folgende Filtermöglichkeiten für uns besonders hilfreich? (Unternehmen mit Erfahrung)
- 30 **Abbildung 19:** Wie hoch schätzen Sie den durchschnittlichen Zeitaufwand ein, um eine passende öffentliche Ausschreibung zu finden, auf die Sie sich bewerben (könnten)?
- 31 **Abbildung 20:** Würden Sie noch mehr passende öffentliche Ausschreibungen finden, wenn Sie mehr Zeit für die Suche verwenden würden als aktuell
- 32 **Abbildung 21:** Welche Gründe sprechen für Sie dagegen, dass Sie noch mehr Zeit für die Suche verwenden?
- 33 **Abbildung 22:** Wie bewerten Sie den Zeitaufwand für die Suche nach passenden öffentlichen Ausschreibungen ggü. dem Marketing/ Vertriebsaufwand bei allen anderen Kunden Ihrer Leistungen und Produkte (z.B. aus der Wirtschaft, B2B, B2C)?
- 34 **Abbildung 23:** Haben öffentliche Auftraggeber bereits mit Ihnen Kontakt aufgenommen, um sich über das Marktangebot/Ihr Produkt im Vorfeld einer Ausschreibung zu informieren (Markterkundung)? (Unternehmen mit Erfahrung)
- 37 **Abbildung 24:** Inwiefern treffen folgende Aussagen zum Thema Eignungsnachweise auf Sie zu? (Unternehmen mit Erfahrung)

Seite

- 40 Abbildung 25: Wie hoch schätzen Sie den organisatorischen Aufwand, um folgende Eignungsnachweise für öffentliche Aufträge zu besorgen? (Unternehmen mit Erfahrung)
- 41 Abbildung 26: Welche Aussagen treffen für Sie auf die Beschaffung der Eignungsnachweise zu? (Mehrfachnennungen möglich)
- 42 Abbildung 27: Was müsste sich im Bereich „Eignungskriterien/ Eignungsnachweise“ ändern, damit Sie sich häufiger an öffentlichen Ausschreibungen beteiligen? (Unternehmen mit Erfahrung)
- 43 Abbildung 28: Welche Aussagen treffen für Sie zur Verwendung der Eignungsleihe zu? (Unternehmen mit Erfahrung)
- 44 Abbildung 29: Wenn für uns die öffentliche Ausschreibung interessant ist, wir aber nur einen Teil der Leistungen erbringen könnten, versuchen wir weitere Unternehmen (Partnerunternehmen) mit einzubeziehen.
- 45 Abbildung 30: Wenn wir Ausschreibungen finden, bei denen wir nur einen Teil der Leistung erbringen können, nehmen wir an der Ausschreibung nicht teil
- 46 Abbildung 31: Wie schätzen Sie die Leistungsbeschreibungen öffentlicher Aufträge gegenüber allen anderen vergleichbaren Aufträgen ein? Die Leistungsbeschreibungen bei öffentlichen Aufträgen sind
- 47 Abbildung 32: Inwiefern stimmen Sie folgenden Aussagen zu Leistungsbeschreibungen zu? (Unternehmen mit Erfahrung)
- 48 Abbildung 33: Inwiefern stimmen Sie folgenden Aussagen zu Leistungsbeschreibungen zu? (Unternehmen mit Erfahrung)
- 49 Abbildung 34: Inwiefern stimmen Sie folgenden Aussagen bei der Angebotserstellung zu? (Unternehmen mit Erfahrung)
- 50 Abbildung 35: Inwiefern stimmen Sie folgenden Aussagen bei der Angebotserstellung zu? (Unternehmen mit Erfahrung)
- 54 Abbildung 36: Inwiefern stimmen Sie folgenden Aussagen zur Teilnahme zu? (Unternehmen mit Erfahrung)
- 55 Abbildung 37: Inwiefern stimmen Sie folgender Aussage zur Teilnahme an öffentlichen Ausschreibungen zu? (Unternehmen ohne Erfahrung)
- 56 Abbildung 38: Inwiefern stimmen Sie folgender Aussage zur Teilnahme an öffentlichen Ausschreibungen zu?
- 57 Abbildung 39: Inwiefern stimmen Sie folgender Aussage zur Teilnahme an öffentlichen Ausschreibungen zu? (Unternehmen ohne Erfahrung)
- 57 Abbildung 40: Wie verhält sich der Aufwand einer Angebotsabgabe für öffentliche Aufträge gegenüber dem Vertriebs-/Angebotsaufwand bei allen anderen Kunden Ihrer Leistungen und Produkte (z.B. aus der Wirtschaft)?
- 58 Abbildung 41: Wie hoch schätzen Sie durchschnittlich die Erfolgswahrscheinlichkeit ein, den Zuschlag für die öffentliche Ausschreibung zu erhalten, wenn Sie daran teilnehmen (würden)?
- 59 Abbildung 42: Wie schätzen Sie die Rentabilität öffentlicher Aufträge gegenüber anderen vergleichbaren Aufträgen ein?
- 60 Abbildung 43: Wie schätzen Sie die Zahlungsmoral bei der Durchführung öffentlicher Aufträge gegenüber allen anderen Kunden Ihrer Leistungen und Produkte ein? (Unternehmen mit Erfahrung)
- 60 Abbildung 44: Wie schätzen Sie Ihre Motivation bei der Umsetzung öffentlicher Aufträge gegenüber allen anderen Kunden Ihrer Leistungen und Produkte ein? (Unternehmen mit Erfahrung)

Die Redaktion



Friederike Mang

Friederike Mang ist Fachberaterin für Innovation bei der VDI Technologiezentrum GmbH. Sie hat ihren Hintergrund in politischer Kommunikation mit einem sozialwissenschaftlichen Schwerpunkt.

Gemeinsam mit ihren Kolleginnen ist sie für die Angebote von KOINNO für KMU und Startups zuständig. Sie ist Ansprechpartnerin für Unternehmen und berät zum Thema öffentliche Beschaffung. Neben der Koordination mehrerer KOINNO-Veranstaltungsformaten ist sie für die Erstellung von Praxisbeispielen für Startups und innovative KMU zuständig.



Pauline Marquardt

Pauline Marquardt ist Technologieberaterin für Innovation bei der VDI Technologiezentrum GmbH. Mit einem fachlichen Schwerpunkt in der statistischen Datenanalyse und Politikwissenschaften arbeitet sie an der Evaluation und Beratung von Projekten der öffentlichen Hand.

Gemeinsam mit ihren Kolleginnen ist sie für die Angebote von KOINNO für KMU und Start-Ups zuständig. Als Projektmitarbeiterin liegt ihr Fokus dabei auf der direkten Ansprache und Akquise der Unternehmen sowie der Erstellung von Praxisbeispielen.



Anna März

Pauline Marquardt ist Technologieberaterin für Innovation bei der VDI Technologiezentrum GmbH. Mit einem fachlichen Schwerpunkt in der statistischen Datenanalyse und Politikwissenschaften arbeitet sie an der Evaluation und Beratung von Projekten der öffentlichen Hand.

Gemeinsam mit ihren Kolleginnen ist sie für die Angebote von KOINNO für KMU und Start-Ups zuständig. Als Projektmitarbeiterin liegt ihr Fokus dabei auf der direkten Ansprache und Akquise der Unternehmen sowie der Erstellung von Praxisbeispielen.



Sven-Steffen Schulz

Sven-Steffen Schulz ist leitender Produktentwickler für KOINNO beim Bundesverband Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik e.V. (BME). Seit über acht Jahren entwickelt er zusammen mit interdisziplinären Teams KOINNO-Angebote und Hilfestellungen für den öffentlichen Einkauf.

Als langjährige Führungskraft und Mitbegründer eines Startups hat er viele neue Ideen erfolgreich umgesetzt. Er weiß, wie viel Zeit, Wissen, vertrauensvolle Beziehungen und Mut dafür notwendig sind. Zudem kennt er als Angebotsmanager die Sichtweise von Unternehmen auf öffentliche Ausschreibungen.

Sein Ziel bei KOINNO: Innovatoren in der öffentlichen Beschaffung durch die KOINNO-Angebote zu unterstützen und somit mehr Vielfalt zu ermöglichen und Vertrauen im Miteinander auszubauen. Ein Eckpfeiler für jede erfolgreiche Innovation.

Kontakt

Bundesverband Materialwirtschaft,
Einkauf und Logistik e.V. (BME)
Frankfurter Straße 27
D-65760 Eschborn

Weitere Projekte unter:
www.koinno-bmwk.de

Impressum

Herausgeber

Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK)
Öffentlichkeitsarbeit
11019 Berlin
www.bmwk.de

Text und Redaktion

Friederike Mang, Pauline Marquardt, Anna März, Sven-Steffen Schulz

Bundesverband Materialwirtschaft,
Logistik und Einkauf e.V., Eschborn

Gestaltung und Satz

frischeminze Grafik & Webdesign

Stand

Stand Juni 2024

Bildnachweis

Titel: © istockphoto.com: Bussarin Rinchumrus ; Seite 2: winvic, Seite 3: waki-la, Seite 6: AndreyPopov, Seite 21: gesrey, Seite 36: AzmanL, Seite 52: ismagilov, Seite 62: NuPenDekDee, Seite 63: vlastas, Seite 65: Martin Keiler, Portraits: © BME
Diese Broschüre ist Teil der Öffentlichkeitsarbeit des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz.

www.koinno-bmwk.de