

Markterkundung

für öffentliche Auftraggeber



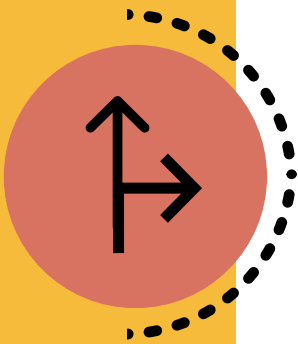
Allgemein

- Die Markterkundung hilft bei
 - der Identifikation (innovativer, marktverfügbarer) Lösungen bzw. Anbieter
 - der Abschätzung zukünftiger Entwicklungen
 - bei der Verifikation der Anforderungen und Ziele



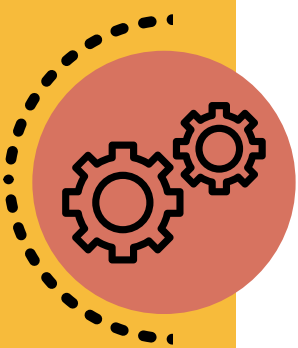
Ziele

- Auftragswertschätzung
- Erweiterung des Bieterkreises
- Optimierung der Leistungsbeschreibung
- Allg. Marktüberblick/Kennenlernen eines Marktes



Arten

- Reaktive Markterkundung
 - Es liegt ein Bedarf vor, der Grundlage für den Start der Markterkundung ist
- Initiative Markterkundung:
 - Auch ohne Vorliegen eines Bedarfs findet eine permanente Marktbeobachtung statt. Dadurch können im Haus ggf. Anwendungsfälle identifiziert werden



Methoden

- Methoden mit wenig Interaktion zwischen dem Auftraggeber und potenziellen Bietern:
 - Internetrecherche, Recherche auf der Webseite, Erfahrungswerte von Kollegen oder aus vorherigen Ausschreibungen
- Methoden mit viel Interaktion zwischen dem Auftraggeber und potenziellen Bietern:
 - Durchführung gemeinsamer Workshops, Lieferantentage



Dokumentation

- Erkenntnisse aus der Markterkundung auf jeden Fall dokumentieren!
- Vorteile:
 - Zurückgreifen auf Erfahrungswerte wird so erleichtert
 - Verhindert, dass jedes Mal eine komplett neue Markterkundung stattfinden muss
 - Vergaberecht gibt vor, dass Wettbewerb nicht verzerrt wird. Dazu sind spezielle Maßnahmen zu ergreifen: Unterrichtung der anderen am Vergabeverfahren teilnehmenden Unternehmen
 - Dazu gehört zum Beispiel die Dokumentation der Kommunikation mit Unternehmen und interner Beratungen, der Vorbereitung der Auftragsbekanntmachung und der Vergabeunterlagen