

A 3D bar chart is displayed on a light-colored wooden surface. The chart consists of several rows of rectangular bars. The top row features red bars, the second row yellow bars, the third row light blue bars, and the bottom row grey bars. The bars vary in height, creating a sense of depth and perspective. The lighting is soft, casting gentle shadows on the wood.

Ausschreibungsdesign

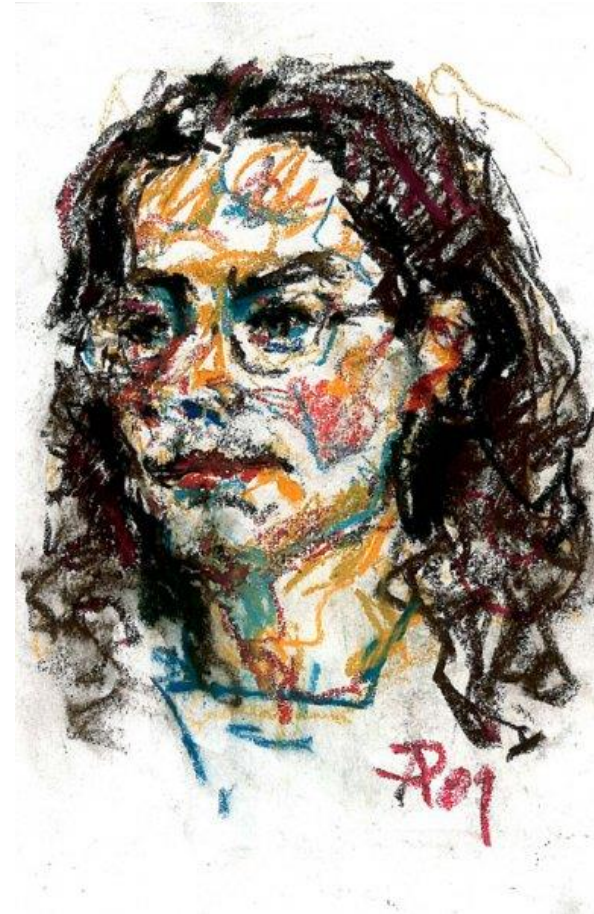
Ein kurzer Überblick darüber, was Du nach Deiner ersten Ausschreibung gerne alles vorher gewusst hättest

Simon Gemel



Parlament
Österreich

- IREB CPRE Advanced Level
- ISTQB Advanced Level Testmanager
- IPMA Level D Projektmanager
- EBC*L Certified Manager
- Risikomanagement gemäß ISO 31000 / ÖNORM Reihe D 490x



Eckdaten der Erfahrungsquelle

- Ca. 60 Kalendertage Vorprojektphase
 - Ca. 240 Kalendertage Discoveryphase
 - Ca 300 Kalendertage Ausschreibungsphase
 - Geplante Umsetzungsphase: ca. 360 Kalendertage, zzgl. 60 Kalendertage Vorplanung vor Umsetzung
- = 3-Jahres-Projekt + Folgeprojekte

Umfang der Discoveryphase

- Ca. 40 involvierte Personen
- 9 anfordernde Stellen (inkl. Interne IT)
- 16 Design-Thinking-Workshops (zu je einem halben Tag)

Output der Discoveryphase

- Ca. 100 A4 Seiten Detailanforderungen
 - Davon ca. 30 Seiten Prosa-Anforderungen
 - Ca. 50 Seiten für 136 User Stories in 9 Epics
 - 30 Rollen
 - 7 Anlagen, davon ein SOLL-Prozess-Diagramm, welches nur auf A0 geplottet lesbar ist
- Marktsondierung: 30 Unternehmen auf der Longlist

Anforderungen an die Anforderungen

- WENN das Ziel der Ausschreibung die Abdeckung eines fixen Funktionsumfangs zu einem fixen Preis ist, DANN MUSS das Ergebnis der Discoveryphase eine detaillierte Komplettdarstellung der Anforderungen sein. (kein iteratives Vorgehensmodell!)
- Woimmer Anforderungen nicht 100% klar definiert werden können, ist es Best Practise diese durch eine eigene Annahme an Std-Aufwand zu ergänzen, um Angebote der Anbieter vergleichbar zu halten. (z.B. fehlende Schnittstellenbeschreibung oder Schulungsaufwand), “damit nicht Frechheit siegt“
- storywise hat sich bewährt um Anforderungen in Form zu bringen

Die Marktsondierung als komplementäres
Gegenstück zur Anforderungserhebung und
Bindeglied zum Ausschreibungsdesign

Methoden der Marktsondierung

- Organisationen mit ähnlichem Use Case erkennen, und diese zu befragen welche Lösungen sie dazu einsetzen und wie zufrieden sie damit sind
- Persönliches Netzwerk nutzen
- Externes Beratungsunternehmen hat mit dem „Gartner-Tool“ beigetragen
- Online-Recherche: Es hat sich bewährt an eine KI einen Prompt zu setzen, nicht nur mit Use Case in Stichworten, sondern auch mit bereits identifizierten möglichen Anbietern.

Recht und Compliance in der Marktsondierung

- ❖ Empfehlung: Pro-aktiv in der eigenen Organisation kommunizieren, DASS gesucht wird, und WONACH, sodass sich alle dazu eingeladen fühlen, eigene Vorschläge einzuwerfen.
- Rechtliche Herausforderung: Kein Anbieter darf in der Kommunikation einen Informationsvorteil gegenüber einem anderen erhalten – schwierig bei Telefonaten, die mitunter unterschiedlich verlaufen.
- ✓ Bewährte Lösung: Marktsondierung mit umfassendem Fragenkatalog abschließen, der Grobanforderungen beinhaltet. (Auswertung fließt in Ausschreibungsdesign ein.)

Ausschreibungsdesign - Übersicht

- Ausschreibung im Unterschwellenbereich: Bis EUR 500.000
=> 1-stufig
- Ausschreibung im Oberschwellenbereich: Ab EUR 500.00
=> 2-stufig
- Wenn 2-stufig:
 - 1. Stufe: Anbieter-bezogen
 - 2. Stufe: Angebots-bezogen

Bewertungskommission

- Bewertungskommission der 1. Stufe muss nicht ident sein mit jener der 2. Stufe
 - Die Bewertungskommission muss kompetent sein in den Beurteilungskriterien (durch mind. 1 Mitglied), oder externe Expertise beauftragen, die aber nicht im Interessenskonflikt mit der Ausschreibung stehen darf.
- Die Bewertungskommission sollte immer live und geschlossen zusammentreten; es sollten sich keine „Teil- oder Unterkommissionen“ bilden.
 - Bis zum rechtsgültigen Abschluss der Ausschreibung dürfen keine Details, v.a. keine Bieternamen nach außen dringen!

Ausschreibungsdesign – Stufe 1

Anbieter-bezogen, wie z.B.: Mindestumsätze, Bonität, Befugnis
Zertifizierungen, Lebensläufe / Personen-Zertifizierungen, Strafregister-
Auszüge . . .

Aber auch technische Leistungsfähigkeit im Ausschreibungsgegenstand
(kann technische Mindestanforderungen beinhalten!) oder
Projektsprache

- Es hat sich bewährt bei Personenqualifikation nicht auf konkrete
Zertifizierungen zu pochen, sondern alternativ auch langjährige
spezifische Berufserfahrung anzuerkennen
 - Es hat sich bewährt einen Mindestjahresumsatz zwar gering, dafür
aber **spartenspezifisch** zu definieren, um kleinen Spezialisten die Türe
zu öffnen
- Bedenke: Die Anzahl der Teilnehmer der 1. Stufe ist unvorhersehbar.

Idee zur Referenzabfrage

- 3 Referenzkundenkontakte, die von der Bewertungskommission zwecks Feedbackeinholung kontaktiert werden dürfen, zur Bewertung von 1 – 10 Punkten in folgenden 3 Kategorien:
 - Fachkompetenz
 - Servicequalität
 - Preisstabilität

Phase 2: Ablauf

- Es hat sich bewährt, nicht nur 3 sondern 5 Unternehmen in Phase 2 zur Angebotsabgabe einzuladen

Ablauf: Aussendung Unterlagen, Fragenbeantwortung, Erstangebote, Live-Präsentationen mit Verhandlungsrunde, Anpassung Unterlagen, Letztangebote (LAFO), Entscheidung

Phase 2: Preis & Qualität

Im öffentlichen Dienst gilt: mind. 60% entscheidet der Preis, max. 40% die Qualität. Dies darf aber durch eine Preispunkteformel relativiert werden:

erreichte Punkte = maximal erreichbare Punkte – [(b - n) / n] x k

maximal erreichbare Punkte: z.B. 6.000

n = niedrigster bewertungsrelevanter Gesamtpreis

b = bewertungsrelevanter Gesamtpreis

k: z.B. 4.000 („etwas“ niedriger als max. erreichbare Punkte)

Diese Möglichkeit ist v.a. als Ausgleich dafür gedacht, dass die Qualitätsmessung oft nicht die volle Skala von 0 – 100% ausschöpfen wird.

Phase 2: MUSS / SOLL / Optionen

- MUSS-Anforderung: Nichterfüllung = K.O., und wird fix beauftragt
- SOLL-Anforderung: Dafür können Qualitätspunkte vergeben werden.
ABER: Für den Fall, dass die Erfüllung einer SOLL-Anforderung einen Aufpreis bedingt, gibt es kein rechtlich zulässiges Instrument um das Risiko abzufangen, dass das mehr Preispunkte kostet als Qualitätspunkte bringt und somit zum Wettbewerbsnachteil wird!
- Optionen: Müssen vom Bieter angeboten werden, aber nicht zwingend beauftragt werden; kann einzeln bepreist werden

Phase 2: Preispunktesplitting

Es ist zulässig die Preispunkte auf verschiedene „Container“ aufzuteilen. Z.B.

5.500 Maximalpunkte für MUSS-Anforderungen

500 Maximalpunkte für Summe der Optionen

wenn die Aufteilung sachlich argumentierbar ist, etwa über Anzahl User Stories

(=Lösungsvorschlag für das „Dilemma der SOLL-Anforderungen“)

Phase 2: Qualitätspunkte

- Es ist empfehlenswert, dass ein großer Teil der Qualitätspunkte subjektiv durch die Bewertungskommission vergeben werden kann.
- Es ist rechtlich möglich, nicht alles den Punkteformeln zu überlassen, sondern auch eine Mindestanzahl an Qualitätspunkten als K.O.-Kriterium einzuziehen.

Eine komplexe Ausschreibung benötigt. . .

- Begleitung durch erfahrene Vergabejuristen
- Technisch ausgereifte Formulare (z.B. wo Einfachauswahl vorgesehen, technisch auch nur Einfachauswahl zulassen)
 - Andernfalls Risiko einer Rechtsungültigkeit eines Angebots
- evtl. Lektorat von Juristendeutsch zur Vermeidung von Missverständnissen
 - „Die Auftraggeberin geht davon aus, dass die insbesondere in der Leistungsbeschreibung beschriebenen Leistungen mit einem Abruf aus der Rahmenvereinbarung abgerufen werden. Das maximale Abrufvolumen umfasst darüber hinaus zusätzliche Leistungen in einem Ausmaß von maximal EUR ### (exkl. Ust.)