

Automatisierte Ausschreibungsüberwachung

Lesen Sie als Vertriebsmann Zeitung während der Arbeitszeit? Wenn Sie mit öffentlichen Ausschreibungen für Bürobedarf arbeiten, machen Sie das vielleicht, um diese zu finden. Viel Aufwand und schlechter Ertrag oder zusätzliche Marktchance? Unabhängig von dieser Einschätzung werden öffentliche Ausschreibungen für Büroprodukte immer häufiger. Unser Autor Claus Meister beschreibt, warum nicht nur der größere Fachhandel, sondern auch die Industrie ein Interesse an Informationen über Ausschreibungen haben sollte und welche Möglichkeiten es gibt, an diese Informationen effizient und kostengünstig zu gelangen.

Rund 200 verschiedene Teillieferungen – von Farbbändern bis Etiketten – innerhalb einer Woche in der Stadt Heidenheim. Drei Konferenzräume mit der kompletten Beamer-Technik in die Konrad-Adenauer-Kaserne in Köln. 39 Digitalkopierer mit einem Volumen von 2 550 000 Kopien für die Landesversicherungsanstalt Oberbayern. 25 Drehstühle für das Landratsamt in Tübingen. Diese unterschiedlichen Anforderungen haben eines gemeinsam: Es handelt sich um öffentliche Ausschreibungen für Büroprodukte. Gesetzliche Vorschriften und gekürzte Budgets

scheidungs-Kriterien, aber auch mit interessanten Volumina. Deshalb ist die Teilnahme an Ausschreibungen natürlich vor allem für die Globals, aber auch für starke Verbund-Gruppen wie die Marketing Gruppe West unabdingbar. Aber auch regionale „Platzhirsche“ sind mit dabei – nicht selten notgedrungen, wenn ihr bisheriger Stammkunde sich zu einer offenen Ausschreibung entscheidet, gelegentlich aber auch aktiv, um neue Kunden zu erschließen.

Mit der Frage nach speziellen Preisen oder nach besonderen Leistungsmerkmalen landet die Ausschreibung früher oder später über den Handel auch bei der Industrie. Für Hersteller mit starken Marken und eigener Endverbraucher-Bearbeitung macht es aber durchaus Sinn, selbst direkt Ausschreibungen zu überwachen, um die Platzierung der eigenen Produkte zu verbessern und Kontakte mit in-

teressanten einkaufenden Stellen zu gewinnen. Lohnt sich die Mühe dafür? Ja. Denn durch neue elektronische Möglichkeiten lässt sich mit geringen Kosten ein kompletter Marktüberblick erreichen.

Von Bundesland zu Bundesland unterschiedliche Vorschriften für das Publizieren von Ausschreibungen erschwerten bisher den Marktüberblick. In einzelnen Bundesländern werden Ausschreibungen in den offiziellen Publikationen des Landes, so etwa im „Bayrischen Staatsanzeiger“, veröffentlicht, der mehrmals wöchentlich erscheint. Überregionale Ausschreibungen



Claus Meister bietet mit seinem Unternehmen IntelliCaT Systeme und Services zur elektronischen Geschäftsabwicklung.

führen dazu, dass immer mehr öffentliche Stellen ihren Bedarf regional, bundesweit oder gar EU-weit ausschreiben. Für die Verkäufer von Büroprodukten ein schwieriges Geschäft: mit vielen Wettbewerbern, nicht immer ganz transparenten (oder gar fairen) Ent-



Elektronische Version des EU-Amtsblattes: in 20 Amtssprachen verfügbar

und Ausschreibungen verschiedener Bundesländer ohne offizielles Veröffentlichungsblatt landen im Bundesanzeiger. In Hessen gibt es nur eine elektronische Datenbank, in Rheinland-Pfalz und im Saarland Veröffentlichungen in regionalen Publikationen. Ausschreibungen für Lieferungen und Leistungen ab 200 000 Euro sind EU-weit auszuschreiben und werden im Anhang des EU-Veröffentlichungsblatts fünf Mal wöchentlich veröffentlicht. Ein bundesweiter Überblick erfordert somit intensive Recherche und Zeitungslektüre – nicht gerade das, womit sich Vertriebsprofis in Handel und Industrie gerne beschäftigen. Doch es gibt auch elegantere Möglichkeiten.



Ausschreibungs-ABC: gemeinsame Plattform der deutschen Amtsblätter

Seit etlichen Jahren können Ausschreibungen im Internet recherchiert werden. Die zahlreichen privaten Anbieter – meist mit Schwerpunkt im Baugewerbe, das den Löwenanteil der Ausschreibungen erhält – ermöglichen gegen Gebühr Recherche-Möglichkeiten und teilweise die Anforderung der Unterlagen. Nachteil dabei: Die meist auf Schlagworte beschränkten Recherchemöglichkeiten führen regelmäßig dazu, dass interessante Ausschreibungen übersehen werden (wenn etwa nach „Tonerpatronen“ gesucht wird und der Ausschreiber „Tonerkartuschen“ angefordert hat). Zudem werden die Ausschrei-

bungen aus den offiziellen Quellen teilweise mit Verzögerung übernommen, was bei immer knapper werdenden Fristen die Arbeit erschwert.


Seit Anfang 2004 gibt es nun eine fast optimale Quelle: Unter www.ausschreibungs-abc.de steht über ein Joint-Venture der für die offiziellen Ausschreibungsblätter zuständigen Verlage ein bundesweiter Überblick nahezu aller öffentlichen Ausschreibungen zur Verfügung. Mit der Such-Möglichkeit nach so genannten CPV-Codes (eine EU-weit vereinheitlichte Produktklassifikation für Einkaufsgüter, vergleichbar – aber nicht gleich – dem in der PBS-Branche bekann-

ten eCI@ss-Code) kann wesentlich präziser und umfassender als nach Schlagworten gesucht werden, mit der Sicherheit, nichts zu übersehen. Und die Kosten für ein bundesweites Online-Abonnement aller Blätter liegen mit 60 Euro im Monat deutlich unter den Kosten für das Abonnement der vergleichbaren Print-Ausgaben. Nachteil hier: Die Logik der Vergabecodes erschließt sich erst nach längerem Ausprobieren, und die Ausschreibungen aus der EU werden ebenfalls nur mit Verzögerungen übernommen.

Dies bietet ein Feld für eine spezielle Dienstleistung – Informations-Beschaffung durch Spezialisten, Information Broking. Die Grundidee hierbei: Über Kenntnis der Vergabecodes mit dem Kunden abgestimmte automatisierte Suchanfragen zu programmieren, die neue Ausschreibungen erkennen und an den zuständigen Mitarbeiter per

E-Mail weiterleiten. Neben dem Ausschreibungs-ABC wird noch die EU-Datenbank „Tenders Electronic Daily“ abgefragt – und damit ein nahezu kompletter Marktüberblick erzielt. Die monatlichen Kosten hierfür liegen je nach Benutzerzahl zwischen 50 und 150 Euro – leicht zu verkraften im Vergleich mit dem entfallenden Rechercheaufwand und sofort amortisiert, wenn auch nur eine wichtige Ausschreibung gefunden wird, die sonst an einem vorbeigegangen wäre.

Zwei überregionale Händler bzw. Händlergruppen, die diese Dienstleistung schon länger nutzen, sind davon überzeugt. Sie haben jeweils mehr als zehn individuelle Suchprofile für regionale und sortimentsmäßige Zuständigkeiten eingerichtet, nach denen an jedem Arbeitstag die Ausschreibungsdatenbanken durchforstet werden. Nun wird das Potenzial zunehmend auch bei Herstellern entdeckt. Den Anfang machten Lieferanten mit aktivem Endverbraucher-Marketing, die eigene Zeitungsrecherche durch systematische Information ersetzen. Nun entdecken weitere Hersteller das Potenzial, das im systematischen Gewinnen von interessanten Endverbraucher-Adressen steckt, um dort die Vorteile der eigenen Marke bekannt machen zu können. Und – pikanter Nebeneffekt – ein Hersteller konnte dem Händler des Vertrauens eine Ausschreibung seines wichtigsten Kunden zukommen lassen, die an diesem (offensichtlich nicht systematisch informiert) vorbeigegangen war.

In schwierigen Märkten zahlt es sich aus, dem Wettbewerb um eine Nasenlänge Information voraus zu sein – und dafür nicht eine Stunde am Tag in der Zeitung lesen zu müssen. 

www.intellicat.de