

# „Bekannt sein bei den Vergabestellen“

Viel Know-how ist beim Händler gefragt, um im Bereich der **Öffentlichen Auftragsvergabe** punkten zu können. Wir sprachen mit Siegfried Frankenstein, Fachreferent für Vergaberecht, über die Chancen der Freihändigen Vergabe jenseits der komplexen Ausschreibungen.

**Herr Frankenstein, das Vergaberecht und damit auch Ausschreibungen sind komplexe Themenfelder. Warum lohnt es sich aus Ihrer Sicht für einen Händler, sich intensiv mit dem Bereich Öffentliche Auftragsvergabe zu beschäftigen?**

Eine gute Frage, die eine Gegenfrage provoziert. Welcher Händler kann es sich denn heute erlauben, einen so großen Kunden wie den „Vater Staat“ mit Bund, Länder und Kommunen zu vernachlässigen oder gar auf ihn zu verzichten? Hier erteilen jährlich bundesweit immerhin rund 30 000 Vergabestellen Aufträge in Milliardenhöhe. Es muss wohl nicht gesondert darauf hingewiesen werden, dass es sich außerdem um pünktliche und sichere Zahler handelt. Ebenfalls sind langjährige, treue Geschäftsbeziehungen nicht selten. Von vielen Händlern wird jedoch der Zeitaufwand, der bei der Bearbeitung von öffentlichen Ausschreibungen entsteht, als sehr hinderlich und nicht machbar angesehen. Da lässt man dann lieber gleich die Finger von, insbesondere wenn man sie sich schon mal verbrannt hat. Eine Studie im Auftrag des Bundeswirtschaftsministeriums hat aber ergeben, dass 65 Prozent aller öffentlichen Aufträge freihändig vergeben werden. Hier fällt nur ein Bruchteil des Arbeitsaufwandes an, der anson-

ten bei den formstrengen beschränkten oder öffentlichen Ausschreibungen zu verzeichnen ist.

**Demnach muss sich der Händler nicht zwangsläufig mit Ausschreibungen beschäftigen. Was genau ist die Freihändige Vergabe?**

Oftmals wird unterstellt, dass es sich bei der Freihändigen Vergabe um eine Vergabe nach „Gefühl und Wellenschlag“ handelt. Dieses ist natürlich nicht so. Es handelt sich um eine nach den Vergabevorschriften ausdrücklich zugelassene Vergabeart. Auch hier müssen durch die Vergabestellen die haushaltsrechtlichen Grundsätze von Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit beachtet werden. Für den Händler bedeutet dieses vereinfachte Verfahren aber eine nicht zu unterschätzende Arbeitsvereinfachung. Da erfolgen Preisfragen telefonisch, per E-Mail oder in vereinfachter Schriftform. Kunde droht mit Auftrag. Beispielhaft wären Freihändige Vergaben zulässig bei besonderer Dringlichkeit und geringfügigen Nachbestellungen. Es kommt dabei nur ein Unternehmen in Betracht, wenn es durch Ausführungsbestimmungen von einem Bundes- bzw. Landesminister bis zu einem bestimmten Höchstwert zugelassen ist. Hierbei ist jedoch zwingend zu beachten: Wenn man bei den Vergabestellen nicht bekannt ist, kann man auch nicht zu einer Angebotsabgabe aufgefordert werden. Das haben viele Händler oftmals noch gar nicht erkannt. Die vergaberechtlichen Spielregeln sollte man daher schon kennen. Sonst kann man auf öffentliche Preisfragen lange warten.



*Siegfried Frankenstein: „Auch Vergabestellen mögen in der Regel keine Ausschreibungen und sind froh, wenn diese vermieden oder umgangen werden können.“*

**Wie verhält es sich mit den so genannten Wertgrenzen und wo kann man diese erfahren?**

Wertgrenzen für die einzelnen Vergabearten wird man im nationalen Vergaberecht (freihändig, beschränkt, öffentlich) lange suchen können. Im Klartext: In Deutschland ist ja sehr viel geregelt, aber einheitlich zu beachtende Wertgrenzen gibt es nicht. Die müssten von den Händlern schon bei den jeweiligen öffentlichen Auftraggebern erfragt werden. Ausnahmen: Leistungen bis zu einem voraussichtlichen Auftragswert von 500 Euro können ohne ein Vergabeverfahren beschafft werden (Direktkauf) und ab dem so genannten Schwellenwert (207 000 Euro) müssen europaweite Ausschreibungen durchgeführt werden.



**Grundlage der „Öffentlichen Auftragsvergabe“: die „Vergabe und Vertragsordnung für Leistungen“ (VOL)**



*Wissensvermittlung zu Ausschreibungen und der VOL: Teilnehmer aus dem Handel beim Frankenstein-Seminar bei der Firma Holz Office Support*

### ... können Sie dazu ein Beispiel aus der Praxis nennen?

Bei den Richtwerten ist erkennbar, wie unterschiedlich die Wertgrenzen z.B. für Freihändige Vergaben in den einzelnen Bundesländern sind: Bayern bis 30 000 Euro, Berlin bis 7500, Schleswig-Holstein bis 100 000, Hamburg bis 50 000 und Sachsen bis 25 000 Euro. Diese Wertgrenzen müssten doch auch den Fachhändler, der sich bisher mit den öffentlichen Vergaben nicht anfreunden konnte, ermutigen, mal wieder einen neuen Anlauf zu starten.

### Welchen Stellenwert hat die Freihändige Vergabe bzw. die formlose Auftragsvergabe bei den Mitarbeitern in den Vergabestellen?

Naturgemäß hat auch die Möglichkeit einer Freihändigen Vergabe für die Vergabestellen einen sehr hohen Stellenwert. Nicht zuletzt auch deshalb, weil bei dieser Vergabeart Preisverhandlungen zulässig sind. Es ist sicherlich nachvollziehbar, dass formstrenge, eindeutige und erschöpfende Leistungsbeschreibungen nicht mit links zu machen sind. Diese müssen dann auch noch vergaberechtlich rechtssicher sein und einer etwaigen

Nachprüfung standhalten. Stichworte wären hier Transparenz und diskriminierungsfrei. Fazit: Auch Vergabestellen mögen in der Regel keine Ausschreibungen und sind froh, wenn diese vermieden oder umgangen werden können. Ich kann dies verstehen.

### Wie und womit kann sich der Händler bei den Vergabestellen ernsthaft ins Spiel bringen?

Natürlich sollte man erstmal die in Frage kommenden Vergabestellen kennen. Es gibt bestimmt in dem eigenen Geschäftsbereich sehr viele. Optimal wäre es natürlich, wenn ein persönlicher Kontakt hergestellt werden könnte. Dies ist bei dem oftmals in den letzten Jahren nicht selten ausgedünnten Außendienst wohl aber schwerlich möglich. Denkbar wäre somit ein aussagekräftiges Werbeschreiben, mit der Bitte, bei einer anstehenden Freihändigen Vergabe oder beschränkten Ausschreibung berücksichtigt zu werden. Hier bestimmen ja die Vergabestellen den Bieterkreis. Wer nicht bekannt ist in den Vergabestellen, kann auch nicht beteiligt werden. Es liegt weiterhin auf der Hand, dass man zumindest über vergaberechtliche Grundkenntnisse verfügen muss. Halbwissen ist da nicht unbedingt förderlich und wer immer noch glaubt, dass VOL die Abkürzung für ein Kosmetikpräparat ist, der liegt falsch.

[www.siegfriedfrankenstein.de](http://www.siegfriedfrankenstein.de)

## PSI Promotion World

### PBS punktet auf der Werbeartikelmesse

Die Klassiker aus dem PBS-Bereich sind auf der Premiere der Werbeartikelmesse PSI Promotion World auf gute Resonanz gestoßen. Erstmals hatte die Veranstaltung an drei Tagen parallel zur Hannover Messe stattgefunden. Trotz der Verkürzung von fünf auf drei Tage blieb die Besucherzahl mit 10 200 nur wenig hinter dem Ergebnis der Vorjahresveranstaltung (13 200 Besucher). Neben frischen Ideen – wie Tee-Mischungen im Designer-Verpackungs-Outfit oder modischen Gewürz-Labels – kamen auch die „Klassiker“ aus dem PBS-

Bereich sowie aus der süßen Werbung, Haushaltswaren, Textilien und Reisebedarf mit ihren Produkten in neuer Gestalt „ganz überwiegend gut zum Zug“, resümiert der Veranstalter, eine Kooperation des Verbandes PSI mit der Deutschen Messe. Das neue Konzept, den Werbeartikelhandel aktiv einzubinden und die Industrie für das Medium Werbeartikel zu gewinnen, sei im Kern aufgegangen. Die kommende



*Auf der PSI Promotion World: Werbeartikelhandel und Industrie im Dialog*

PSI Promotion World findet vom 17. bis 19. März 2015 parallel zur CeBIT in Hannover statt.

[www.psi-promotion-world.de](http://www.psi-promotion-world.de)