

Reform mit Verbesserungsbedarf

Schneller, effizienter und fairer soll die Reform des EU-Vergaberechts die Vergabe von öffentlichen Etats machen. Nun sind die neuen Richtlinien seit einem Jahr in Kraft. Zeit für eine Bilanz.

Jedes Jahr fragen öffentliche Auftraggeber Waren und Dienstleistungen im Wert von mehreren Hundert Milliarden Euro nach – auch im Marketing- und Kommunikationsbereich. Lukrative Mandate erwarten Agenturen von Behörden in Bund, Ländern und Kommunen. Dabei reicht die Bandbreite der Auftraggeber von Städten und Destinationen über Energie- und Versorgungsbetrieben bis hin zu öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten oder Verkehrsbetrieben. Auch Krankenkassen, Kliniken oder Universitäten können zu Anstalten des öffentlichen Rechts gezählt werden. Glücklicherweise nun, wer einen Etat ergattert, denn vielfach werden Mandate von Public Playern über mehrere Jahre vergeben und häufig winken Verlängerungsoptionen oder Folgeaufträge. Zudem sind Einrichtungen der öffentlichen Hand weniger finanziell anfällig als privatwirtschaftliche Unternehmen, so dass Agenturen nicht mit einem Insolvenzrisiko ihres Auftraggebers kalkulieren müssen.

Genannt wurden die positiven Aspekte – demgegenüber stehen allerdings auch zahlreiche negative Seiten. Als bürokratisch, intransparent und unfair beklagen Bieter nicht selten öffentliche Ausschreibungsverfahren. Seit Jahren reißt die Kritik an den Vergabeverfahren der öffentlichen Hand nicht ab. Deshalb wurde auf europäischer Ebene 2014 eine Reform des EU-Vergaberechts beschlossen, die seit April 2016 in Kraft ist. Ziel der Reform ist, eine schnellere und fairere Vergabe von öffentlichen Aufträgen zu gewährleisten. „Wir haben das Vergaberecht strukturiert, gebündelt und vereinfacht. Die Verfahren in Deutschland werden schneller und flexibler, die Regelungen anwenderfreundlicher. Der Vergabeprozess läuft künftig digital ab. So wird die Teilnahme für Unterneh-

men einfacher und unbürokratischer“, kündigte der damalige Bundeswirtschaftsminister Sigmar Gabriel im Januar 2016 die Auswirkungen der Vergaberechtsreform an. Nur: Wie effizient sind die neuen Richtlinien rund um das EU-Vergaberecht? Sind die Vergabeverfahren tatsächlich fairer und schneller gestaltet? Wie hat sich die Reform auf den Arbeitsalltag der Bieter ausgewirkt? PUBLIC MARKETING hat bei A&B One, Aperto und Scholz & Friends Agenda nachgefragt, welche Bilanz die Dienstleister nach einem Jahr mit den neuen Richtlinien im Vergabebereich ziehen.

ECKPUNKTE DER EU-VERGABERECHTSREFORM

Zum besseren Verständnis werden vorab noch in Kürze die wesentlichen Erneuerungen der EU-Vergaberichtlinien vorgestellt. Mit der neuen Vergaberichtlinie 2014/24/EU (VRL) wurde die bestehende EU-Vergabekoordinierungsrichtlinie (2004/18/EG) abgelöst. Zentraler Bestandteil der neuen Richtlinie ist die „Einheitliche Europäische Eigenenerklärung“ (EEE). Diese soll die Eignungsprüfung beschleunigen und effizienter gestalten. Das heißt, anstelle von vielen einzelnen Nachweisen soll nun die EEE als vorläufiger Nachweis dienen, dass keine Ausschlussgründe vorliegen und die Eignungskriterien erfüllt werden. Eine Pflicht des Auftraggebers, zusätzliche Unterlagen zu verlangen, besteht vor der Auftragsvergabe nur noch beim Bieter, der den Zuschlag bekommen soll. Im Ergebnis soll die EEE sowohl den öffentlichen Auftraggeber als auch den Bietern die Möglichkeit eröffnen, sich bereits in einer frühen Phase des Vergabeverfahrens stärker mit den Inhalten von Angeboten auseinanderzusetzen – statt die Zeit

vorwiegend auf die Beibringung bzw. Prüfung der Dokumente bezüglich der Eignungs- und Ausschlusskriterien zu verwenden. Die EEE soll so vor allem kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) den Zugang zu öffentlichen Mandaten erleichtern. Denn insbesondere für mittelständische Firmen stellt die aufwendige bürokratische Prozedur einer Ausschreibung ein Hindernis für die Beteiligung an Vergabeverfahren dar. Während die Frist für die Umsetzung der neuen EU-Vergaberichtlinien im April 2016 abgelaufen ist, muss die EEE erst im Jahr 2018 in das nationale Vergaberecht final eingeführt werden.

Geändert wurde zudem das Zuschlagskriterium „wirtschaftlich günstigstes Angebot“. Auftraggeber müssen zwar immer noch nach diesem Kriterium entscheiden, sollen jetzt aber Qualitäts-, Umwelt-, Sozial- und Innovationsaspekte stärker berücksichtigen. Darüber hinaus wurde das bisherige Prinzip des offenen Verfahrens, das bis dato in Deutschland im Vordergrund stand, überarbeitet. Künftig wird eine Verlagerung hin zu nicht offenen Verfahren stattfinden, was insbesondere für kleine und mittlere Unternehmen die Chancen der Teilnahme deutlich verbessert. Dies liegt daran, dass die öffentlichen Auftraggeber in nicht offenen Verfahren die Unternehmen erst dann zur Erstellung und Einreichung von aufwändigen Angebotsunterlagen auffordern, wenn deren Eignung feststeht.

Ein weiterer zentraler Bestandteil der neuen EU-Vergaberechtslinie ist das elektronische Vergabeverfahren. Die Kommunikation zwischen Bieter und Auftraggeber soll in Zukunft grundsätzlich nicht mehr mithilfe von Papier sondern vollständig digital erfolgen.

EINE REFORM, DIE ALLES BESSER MACHT?

Wie sinnvoll sind aber nur die Erneuerungen der allgemeinen Vergaberichtlinien? Die Reform ist nicht effizienter, wie die Experten Schellenberg, Fachanwalt für Vergaberecht bei der Hamburg School of Law, und Lürer Wojtek. „Schneller und fairer werden Vergabeverfahren nicht durch die EEE gemacht. Es ist die Digitalisierung der Ausschreibungsverfahren, die die Teilnahme erleichtert.“

Agency Scan, zu und bezeichnet das hiesige Vergaberecht als „behäbigen Öltank“.

Auch Steffen Zinßer, Geschäftsführer der Berliner Agentur A&B One sieht die Vergaberechtsreform „viel Wind für die Verbesserung“. „Die grundsätzliche Kommunikation ist eine Verbesserung, die ich feststelle“, erklärt der Agentenleiter. Er nennt u.a. das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie, das Bundesministerium für Forschung und Innovation, den Hamburg-Vorstand der A&B One als KMUs der Branche, die die Teilnahme erleichtert werden. „Die Digitalisierung erleichtert die Teilnahme, aber die Eignungskriterien sind noch zu streng.“



NEUERUNG

Artikel
Entwicklungen
Seite 12

Den gesamten Artikel können Sie in unserer aktuellen Public Marketing-Ausgabe ab Seite 12 lesen.

Wenn Sie unser Heft noch nicht beziehen, abonnieren Sie jetzt hier!