

# Acht Tipps für die erfolgreiche Auswertung von Ausschreibungen

## Ein Fall für Sie:

Sie starten eine Ausschreibung für die Warengruppe „Administrative Dienstleistungen“. Das Ziel ist die Bündelung der bezogenen Dienstleistungen und die daraus resultierenden Kostenreduktionen. In Ihrem Auswertungsschema – dem Scoring Modell – ist der Preis das Hauptkriterium für Ihre Lieferantenauswahl. Die Bewertung des Kundenservices zählt zu den sekundären Indikatoren. Sie werten die eingegangenen Angebote nach dem Preis als Hauptkriterium aus und obwohl alle Lieferanten ähnliche Preise bieten, wählen Sie den günstigsten Lieferanten aus. Dieser Lieferant enttäuscht Sie, da der Kundenservice keinesfalls Ihren Erwartungen entspricht.

Wie konnte das passieren? Ausschreibung und Auswertung verliefen formal korrekt. Aber irgendwo scheint eine wichtige Information auf der Strecke geblieben zu sein. Wählen Sie bei der nächsten Ausschreibung mit unseren acht Tipps für eine erfolgreiche Ausschreibung einen besseren Weg:

## Tipp 1:

Wählen Sie bei Ausschreibungen keine Scoring Modelle mit absoluten Gewichtungen. Diese können immer dann in die Irre führen, wenn die Werte der Anbieter dicht beieinanderliegen. Wenn zum Beispiel alle in Frage kommenden Lieferanten ihre Leistungen zu einem ähnlichen Preis anbieten, dann wird das Hauptkriterium „Preis“ für die Auswertung nahezu irrelevant. Dennoch werden gleichzeitig alle anderen wichtigen Kriterien nicht ausreichend einbezogen, weil sie in einem Scoring Modell mit absoluten Gewichtungen nachgeordnete Bedeutung erhalten haben.

## Veröffentlichung

### **Tipp 2:**

Wählen Sie Ihre Bewertungskriterien nicht leichtfertig, sondern unterziehen Sie diese Bewertungskriterien einer kritischen Betrachtung. Überlegen Sie sich bei der Vorbereitung der Ausschreibung, welche Angebote zu erwarten sind und welche alternative Bewertungskriterien wichtig sind. Ziehen Sie hierzu die entsprechenden Fachabteilungen zur Unterstützung hinzu.

### **Tipp 3:**

Um die Gewichtung der Bewertungskriterien korrekt zu wählen, sollten sich Einkauf und Fachabteilung vorbereitend fragen: „Wie werden die Unterschiede zwischen den Angeboten ausfallen und welche Bedeutung messen wir diesen Unterschieden bei? “. Vielleicht gibt es auch schon Erfahrungen aus vergangenen Ausschreibungen oder aus Ausschreibungen ähnlicher Warengruppen, die bei dieser Fragestellung helfen können.

### **Tipp 4:**

Kommunizieren Sie die Bewertungskriterien schon vor der Ausschreibung an die Lieferanten. Um den Ansprüchen der Fachbereiche und des Einkaufs gerecht zu werden, müssen die Lieferanten genau wissen, was gefordert wird. Allgemeingültig Kriterien wie z.B. Qualität, Kosten und Lieferpünktlichkeit reichen nicht aus, um den Lieferanten zu verdeutlichen, worauf es Ihnen ankommt. Präzisieren Sie daher die Auswahlkriterien, sodass die Lieferanten wissen, welche Informationen sie liefern müssen.

### **Tipp 5:**

Für die Gewichtung der Bewertungskriterien bietet sich die Methode der so genannten „Swing-Gewichtung“ an. Dazu bestimmen Sie den Wertbeitrag des besten und des schlechtesten Zulieferers zu jedem einzelnen Kriterium. An der Differenz des besten und schlechtesten Zulieferers bemisst sich jeweils die Gewichtung des Kriteriums. Dabei gilt: Je größer die Differenz zwischen den Wertbeiträgen, umso stärkeres Gewicht erhält das Kriterium.

### **Tipp 6:**

Lassen Sie sich von der „Swing-Gewichtung“ nicht abschrecken. Einmal verstanden, werden Sie merken, dass sie zu deutlich verlässlicheren Ergebnissen führt als das absolute Punktebewertungsverfahren und gleichzeitig nicht mehr Zeit in Anspruch nimmt.

## Veröffentlichung

**Tipp 7:**

Wenn Sie das Modell der "Swing-Gewichtung" verstanden haben und von der Methode überzeugt sind, stellen sie diese Gewichtungsmethode mit ihren Vorteilen dem Fachbereich vor. Weil der Fachbereich mit dem/den ausgewählten Lieferanten zusammenarbeiten muss, wird er erfahrungsgemäß einer optimierten Lieferantenauswahl sehr offen gegenüber stehen.

**Tipp 8:**

Gestalten Sie Ihre Ausschreibung flexibel. Falls Sie den Fachbereich von der „Swing-Gewichtung “ nicht überzeugen konnten, behalten Sie es sich vor, die schon vor der Ausschreibung veröffentlichten Bewertungskriterien neu zu gewichten, wenn die Werte zu nahe beieinanderliegen. Dann erhalten Sie ein valides Ergebnis.

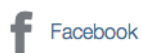
**Zu den Autoren:**

**Dr. Bernhard Höveler** ist geschäftsführender Gesellschafter der HÖVELER HOLZMANN CONSULTING GmbH, Düsseldorf ([www.hoeveler-holzmann.com](http://www.hoeveler-holzmann.com)). Diese auf das Einkaufs- und Supply Chain Management spezialisierte Unternehmensberatung unterstützt Unternehmen bei der Optimierung des Einkaufs sowie bei der Implementierung von Strukturen und Prozessen für ein effizientes Einkaufs- und Supply Chain Management (Tel.: +49 211 - 56 38 75-10, Email: [bernhard.hoeveler@hoeveler-holzmann.com](mailto:bernhard.hoeveler@hoeveler-holzmann.com)).

**Martin Voß** arbeitet als Data Analyst für die HÖVELER HOLZMANN CONSULTING GmbH, Düsseldorf ([www.hoeveler-holzmann.com](http://www.hoeveler-holzmann.com), Tel.: +49 211 - 56 38 75-49, Email: [martin.voss@hoeveler-holzmann.com](mailto:martin.voss@hoeveler-holzmann.com)).

---

Bleiben Sie mit uns in Kontakt



---

HÖVELER HOLZMANN CONSULTING verbindet die Professionalität und den Qualitätsanspruch einer klassischen Top-Unternehmensberatung mit dem tiefgreifenden Wissen und der Umsetzungskompetenz einer fokussierten Einkaufs- und Supply Chain Beratung.

Seit unserer Gründung haben wir uns als Unternehmensberatung mit Fokus auf smarte Optimierung mit Methode erfolgreich am Markt für Einkaufs- und Supply Chain Beratungen positioniert. Wir wachsen stetig und dies stets unter strikten Qualitätsaspekten. Unsere Klienten haben hohe Ansprüche: ehrgeizige Zielsetzungen, komplexe Projekte, tiefgehende Spezialthemen und schwierige Beziehungsgeflechte. Um diesen Ansprüchen an eine erfolgreiche Einkaufs- und Supply Chain Beratung gerecht zu werden, braucht es mehr als eine "Beratung nach Lehrbuch". Vielmehr sind Berater gefragt, die wissen, was sie tun und dabei das Gespür für effiziente, offene Kommunikation und effektives Miteinander behalten.

Unser Team umfasst Experten aus allen relevanten Wissensbereichen: Wirtschaftswissenschaftler, Wirtschaftsinformatiker, Ingenieure. Bei Bedarf ergänzen wir unser Team um Warengruppenspezialisten wie z.B. einen Werkstoffexperten zur Spezifikationsoptimierung von Industriemetallen oder einen ehemaligen Head of TV einer renommierten Werbeagentur zur Optimierung der Produktionskosten von Werbespots. Weitere Informationen finden Sie auf unserer Webseite: <http://www.hoeveler-holzmann.com>

Amtsgericht Düsseldorf HRB 65735

Geschäftsführende Gesellschafter: Dr. Bernhard Höveler, Florian Holzmann