

Abschrift der Charts des World Cafés
„Öffentliche Auftragsvergabe – Mehrwert inklusive“
am 5. Main 2022 in Berlin

Welche Chancen und welche Hürden birgt die öffentliche Auftragsvergabe für Inklusionsunternehmen (IU)?

Chancen	Hürden
Planbarkeit (4)	Kompliziertes Vergabeverfahren / Formalismus (7)
Angebote der IU	Zeitlicher Aufwand (6)
Mit Pilotaufträgen starten	IU sind immer noch zu unbekannt (5)
Solventer Kunde (6)	Zeitliche Beschränkung, dann neue Ausschreibung (4)
Sicherheit (für einen gewissen Zeitraum) (7)	Preiskampf / Preisorientierung (3)
Nachhaltigkeit	Einspruchsrechte (Dritter)
Bekanntheit / Sichtbarkeit wird gesteigert (3)	Lose zu groß (3)
Neue Arbeitsplätze	Tarifzahler sind benachteiligt
Mehr Umsatz / Gewinn (3)	Komplexe elektronische Vergabe
Auftragsvolumen	Unterschiedliche Anforderungen je Bezirk (Berlin) (2)
Bevorzugte / privilegierte Vergabe (4)	Erfahrungen / Fachkenntnisse nicht vorhanden (7)
Mehr / sichere Arbeitsplätze für Menschen mit Behinderung (2)	Anforderungen hoch, z.B. DIN ISO, 100 Seiten Angebot...
Mehr Aufträge (2)	Timeline: Angebot/ Bindefrist (3)
Bessere Auslastung	Integrationsämter zu langsam
Langfristige Verträge (3)	Preisbindung (Mindestlohn bzw. Tarifsteigerungen; Energie, Hygiene)
Skalierbarkeit von Aufträgen	Kein Personal für Ausschreibungen (4)
Kooperation und Vernetzung zwischen IU	Mindestlohn
In machen Bundesländer bis zu 15 % Preisnachlass für IU	Referenzen vorhanden?
Leuchtturmprojekte	Qualität zweitrangig bei Neuvergabe
Positive Darstellung von Angeboten & Dienstleistungen von IU	Zertifizierungen nötig
Langfristige Verträge	Keine einheitlichen Regelungen in den Kommunen, Bundesländern
Professioneller aufstellen	Schwierigkeit, passende Aufträge zu finden
Wachstum (2)	Anschub-Ressourcen (2)
Öffentlichkeitsarbeit (2)	Keine Ansprechpartner (bei Behörden / Ämter) (2)
Bekanntheit & Qualität der IU kann helfen	Fristgerechte Bearbeitung (2)

Chancen	Hürden
Zugang zu großen Aufträgen	Erfüllungsrisiko
Größeres Commitment von IU vs. „big player“	Unübersichtliche Vergabeplattformen (2)
Marktvorteil durch geringere MwSt	Hoher Aufwand! (manchmal auch nicht) (3)
Sozialer Mehrwert	Uneinheitliche Vergabeformulare
Neue Märkte	Zahlungsverhalten
Kontakte / Netzwerk vergrößert sich (2)	Fachkräftemangel / Risiko keine Fachkräfte (2)
Chancen für Folgeaufträge (Multiplikatoreffekt) (2)	Schwierigkeit der Wissensvermittlung
Imagegewinn (für beide Seiten) (2)	Fehlende Schulungen
Weniger Aufwand für beide Seiten durch bevorzugte Vergabe	Angst der öffentlichen Auftraggeber, z.B. vor dem Rechnungshof (2)
Wahrnehmung / Sichtbarkeit von Menschen mit Behinderung in der Arbeitswelt	Nachweis der Zugehörigkeit zu WfbM oder IU
Befristung der Preisanpassung möglich	Hoher Aufwand bei unklaren Erfolgsaussichten
Regionaler Leistungsaustausch	Auftragsvolumina?
„noch sozial“-Einstellung	Fehlender politischer Wille
Empfehlungen	Fehlende Transparenz
Individual- / Einzelvergabe	Konkurrenz WfbM durch Ausgleichsabgabe
	Abhängigkeit
	Risiken Ausschreibepaxis
	Aufwendige Bewerbungsunterlagen
	Keine Nachverhandlungen
	Überforderte Behörden
	Zahlungsmoral (Zahlungsziel)
	Wirtschaftliches Risiko durch Preisgestaltung bei kleineren Unternehmen (wenn Leistungen nur durch Kooperation zu erfüllen ist)
	Zwangshochzeit / Abhängigkeit (2)
	Nötige (Vor-)Investitionen
	Öffentliche Auftraggeber machen Druck
	Starrer Auftragsrahmen
	Klagen von anderen Unternehmen, trotz Zuschlag -> Kapazitäten
	Vertragsstrafen
	Risiko durch Zwang zum Erfolg
	Spezialisten (Kommune) gegen Generalisten (IU)

Was können Inklusionsunternehmen (IU) tun, um öffentliche Aufträge zu erhalten?

Handlungsmöglichkeiten
Webseite, Print (Inhalt & Gestaltung) (3)
Einladen von Entscheider*innen (2)
1 x im Monat Vergabeplattformen sichten
Qualitätsarbeit liefern (3)
Für soziale Zuschlagskriterien werben
Netzwerke aufbauen: Kommune, IU untereinander (3)
Wissen aneignen (2)
z.B. durch Fortbildungen -> evtl. in Koop. Mit Kommunen
Werbung für sich machen (4)
Sich bekannt machen (5)
Schnelle Recherche nach Ausschreibungen -> Koordinierungsstelle
Vertrauen schaffen
Leistungsportfolio bekannt machen
Mitarbeiter qualifizieren
Markterkundung „Wer bietet was?“ (2)
Vergabeberatung / Promotion / Unterstützung durch bag if
Aktiv Handeln
Alleinstellungsmerkmale – Wodurch zeichne ich mich aus? Was mache ich anders? (2)
Soziale Nachhaltigkeit
Qualität nachweisen
Politische Netzwerkarbeit (2)
Sichtbar sein (vor Ort & überregional)
In Vergabeportalen anmelden
Präqualifizierung
Schulungen zu Vergabeportalen und -richtlinien (2)
Zertifizierungen (QM, AZAV, ISO 9001 o.ä.) (2)
Kaltakquise
Kooperationen (3)
„Inklusion“ = gesetzlicher politischer Auftrag
Pressearbeit (2)
„Tu Gutes und zeig es!“
Interessante Nischen / Marktlücken finden (2)
professionalisieren
Direkte Ansprache / aktiv Kontakt zu Vergabestellen suchen (2)
Öffentlichkeitsarbeit / Marketing (5)
Beratungsleistungen einkaufen (2)
Tarif
Lobbyarbeit (2)
Kontakte nutzen und pflegen (z.B. Politik,...) (2)

Handlungsmöglichkeiten
QM System
Regionaler Anbieter
SROI: Social Return on Investment
Öffentliche Auftraggeber ins Unternehmen einladen
Referenzen schaffen (2)
Schulterschluss mit der Politik
Akquise
Spezialisieren
Vernetzten (2)
Inklusiven Mehrwert darstellen
Bekanntheit „Marke schaffen“
Fachwissen haben
Markt in Blick haben
Klinken putzen
Qualität sicherstellen
Eigene aktive Recherche
Dienstleistungen die bei der Suche nach relevanten Ausschreibungen unterstützen
Vergabestellen informieren (bag if Material)
Bewusstsein schaffen auf Länderebene für soziale Vergabekriterien
Branchennetzwerk
Listen lassen
Bietergemeinschaften
In Kammern Mitglied werden
Ansprechpartner suchen
Technische Voraussetzungen
Werbung: Rehadat als Quelle
Webseite: lokal suchen nach Leistung muss möglich sein plus Bezirk
Gut vorbereitet sein: Checklisten abarbeiten, Versicherungen, Frauenförderung, Referenzen (z.B. 3 Stück), Fristen
Misserfolge als Chance nutzen -> Netzwerk
Know-How Aufbauen durch vorhandene Partner
Marketing: ungewöhnliche öffentlichkeitswirksame Aktionen, wie Rathausplatz kehren

Welche Argumente haben Inklusionsunternehmen, um öffentliche Auftraggeber zu überzeugen?

Argumente
Beschäftigung von Menschen, die von Schwerbehinderung besonders betroffen sind (2)
Senkung der Lohnersatzleistungen/ Transferleistungen (2)
Verlässlicher (regionaler) Partner (4)
Spezialist auf seinem Gebiet
Öffentliche Strahlkraft (2)
Anerkannter seriöser Partner
Evtl. Gemeinnützigkeit
Wertschätzender Umgang mit Mitarbeitenden
SROI: Social Return on Investment (3)
Arbeitsbedingungen
Soziale Verantwortung übernehmen (2)
Sozialversicherungspflichtiger Arbeitsplätze für Menschen mit Behinderung (6)
Übergang WfbM -> IU
Raus aus den Sozialleistungen! (2)
Werbung für Auftraggebenden: Soziales Engagement
7% statt 19% (mündlich kommunizieren) (29)
Hinweis auf Möglichkeit der sozialen Zuschlagskriterien
Servicequalität
Qualität der Leistung (3)
Flache Hierarchien
Kundenbindung
Begrenzte Ausschreibung kann Bürokratie reduzieren
Positives Image eines IU kann sich auf Kunden übertragen (2)
Gutes Gefühl durch soziale Nachhaltigkeit
Wir sind sozial! – Unterstützung von Benachteiligten
Wir können das! (2) ...und wollen das!
Wir sind Wirtschaftsunternehmen
Wir sind inklusiv
Wir schaffen Mehrwert für die Gesellschaft (2)
Wir sind keine „Haifische“!
Wir bieten Teilhabe
Wir sind keine Werkstatt!
Unterhalb 215 T € für Lieferung & Dienstleistung keine Ausschreibung notwendig bei Vergabe an IU/ WfbM...
...dann: Verhandlungsspielräume Qualität/ Leistung, 3 Angebote möglich (ggf. 20 Angebote)
Soziale Kompetenz der Vergabe
Beim Wort nehmen (den sich sozial gebenden Auftraggeber)
Wirtschaftlicher Eigennutzen
Angebotsvielfalt/ Mehrwert
Qualitätsportfolio -> Referenzkunden

Argumente
Zusammen an „Ausschreibungen“ teilnehmen -> Kompetenzen bündeln
Imagegewinn (4)
Lokal, regional (3)
Sichtbarkeit von Inklusion im öffentlichen Raum
Soziale Nachhaltigkeit (3)
Ökologische Nachhaltigkeit
Inklusion auf Augenhöhe
Stärkung des ländlichen Raums durch Mitarbeiter in der Region z.B. für Ehrenamt
Gesellschaftspolitischer Auftrag -> Inklusion
Schaffen einen Mehrwert
Ansprechbar / Überschaubarer Kreis an Ansprechpartnern (2)
Nachhaltigkeit
Preis
Sichtbarkeit auch der Träger befördern
Inklusion & Integration als positives Aushängeschild
Portfolio & Fachlichkeit in IU
Hohe Motivation
Doppelter Nutzen: wirtschaftlich & sozial
Langfristige Partnerschaften bilden (2)
Gesellschaftliche Teilhabe für Randgruppen
Die Chance, bekannt zu werden und so an weitere Aufträge heranzukommen
Normalisierung der wirtschaftlichen Partizipation
Chancen für den 1. Arbeitsmarkt für Menschen mit Beeinträchtigungen
Vorbildfunktion des öffentlichen Auftraggebers
Sozialversicherungspfl. Arbeitsplätze für Menschen mit Behinderung sichern (2)
Volkswirtschaftlichen Nutzen
Unsere Mitarbeiter leben die Unternehmenskultur von morgen...
...Auftraggeber spüren das (Kommunikation / Zusammenarbeit)
Faktor Mensch im Vordergrund
Fachkräfte
Teilhabe ermöglichen, als Teil des sozialen Hilfesystems
Nischenangebote / Spezialangebote
Öffentliche Hand muss auch Inklusion fördern- nicht nur gut finden!
Mehrwert inklusive!