

## Geleitwort des Herausgebers

Die finanzielle Situation der öffentlichen Haushalte ist seit Jahren ein Dauerthema – nicht nur in der politischen Diskussion. Die unterschiedlichsten Modelle sollen helfen, Haushaltsmittel zu sparen, Leistungs- und Personalabbau sind an der Tagesordnung. Auf der anderen Seite lässt sich beobachten, dass die Beschaffung im öffentlichen Sektor oft ausgesprochen unwirtschaftlich ist. Zwischen zehn und 15 Prozent des Bruttosozialprodukts, das sind mehr als 250 Mrd. Euro, werden hier jährlich ausgegeben, und bisher fehlen fundierte umsetzbare Konzepte, um diesen Bereich wirtschaftlicher zu gestalten.

Die vorliegende Arbeit von Constantin Blome sieht auf Basis eines eigens geschaffenen privatwirtschaftlichen Ansatzes die Entwicklung eines öffentlichen Beschaffungsmarketings vor. Dabei handelt es sich nicht um ein einfach aus der Privatwirtschaft übertragenes Konzept, sondern um dessen Transformation auf die öffentliche Beschaffung. Im Rahmen der Transformation wird insbesondere das Vergaberecht, aber auch der aktuelle Status Quo der Verwaltungsreform berücksichtigt. Anders als bei anderen Reform-Konzepten werden Implementierung und Praxistauglichkeit nicht vernachlässigt. Herr Blome sichert dies durch die Bereitstellung eines bewusst als Sammlung gestalteten Kennzahlensystems ab, das erste dieser Art, und schafft damit die Basis für eine zielorientierte und wirtschaftliche öffentliche Beschaffung.

Die vorliegende Arbeit zeigt, dass es keinesfalls das Vergaberecht selbst ist, das eine wirtschaftliche öffentliche Beschaffung verhindert, sondern dass hier vielmehr eine Lücke im Bereich adäquater Konzeptionen besteht. Aufgrund der besonderen Herausforderungen des öffentlichen Sektors ist ein Umdenken in der öffentlichen Beschaffung unvermeidbar; das hier entwickelte Konzept bietet die Möglichkeit, die notwendige Entwicklung auf ein durchdachtes und wirtschaftliches Fundament zu stellen.

Herrn Blomes Dissertation stellt die Basis eines gemeinsam mit dem Supply Management Institute SMI™ an der European Business School ins Leben gerufenen Forschungszentrums dar, in dem auch zukünftig fundierte und praxisrelevante Konzepte für die öffentliche Beschaffung entwickelt werden. Hierdurch soll die Reform der öffentlichen Beschaffung vorangetrieben und die Leistungsfähigkeit insbesondere der öffentlichen Verwaltung nachhaltig verbessert werden.

Univ.-Prof. Dr. Christopher Jahns

## Geleitwort des Doktorvaters

Die öffentliche Wirtschaft befindet sich seit mehreren Jahren in einem Prozess der Reorganisation, der ganz allgemein auf die Steigerung der Wirtschaftlichkeit ausgerichtet ist. Eines der Kennzeichen dieses Prozesses ist die Adoption betriebswirtschaftlicher Erkenntnisse und privatwirtschaftlicher Erfahrungen. Unter Bezeichnungen wie „Neues Steuerungsmodell“ oder „Öffentliche Kosten- und Leistungsrechnung“ werden Theorien und Methoden angenommen, angepasst und angewandt, um den in vielen Bereichen offensichtlichen Rückstand der öffentlichen gegenüber der privaten Wirtschaft zu verringern. Zu diesen Funktionsbereichen gehört auch die öffentliche Beschaffung, die einen Effizienzschub, wie ihn die private Beschaffung in den letzten Jahren erhalten hat, dringend gebrauchen könnte. Obwohl durch öffentliche Aufträge ein jährliches Volumen von knapp 15% des BIP vergeben wird, geschieht dies – vor allem in Deutschland – vielfach mit unzureichender Professionalität. Ein modernes Beschaffungsmanagement ist nur selten, bei einigen „Beschaffungsleuchttürmen“ (z. B. dem Bundesinnenministerium), anzutreffen, in den meisten Vergabestellen wird hingegen mehr „schlecht als recht“ vergeben. Dennoch sind in Theorie und Praxis verblüffend wenige Ansätze anzutreffen, diesem Missstand abzuhelpfen. Es fehlen immer noch der Problematik öffentlicher Beschaffung hinreichend angepasste Theorien und Methoden, durch deren Anwendung auch die durchschnittlich ausgestattete Vergabestelle zumindest einen Teil des Erkenntnisfortschritts modernen, privaten Beschaffungsmanagements übernehmen könnten. Dazu fehlt es nach wie vor an realistischen, alltagstauglichen Konzepten.

Vor dem Hintergrund der skizzierten Ausgangslage entwirft der Verfasser, ein Grundmodell für das öffentliche Beschaffungsmarketing. Auf der Basis dieses Modells wird ein Kennzahlensystem entwickelt, durch dessen Anwendung die Professionalität öffentlichen Beschaffungsmarketings gesteigert werden kann. Es soll kein ideales öffentliches Beschaffungsmarketing begründet werden, sondern ein alltagstaugliches, das auch unter den vielfältigen Beschränkungen der Praxis einen Gewinn an Wirtschaftlichkeit erbringen kann. Als Prototyp öffentlicher Beschaffung dient die der Kommunen – zum einen, weil sie sehr häufig und in ähnlicher Form durchgeführt wird, zum anderen, weil hier ein Aufbruch zu neuen Ufern schon recht deutlich ausgeprägt ist. Der Autor liefert eine theoretisch fundierte und zugleich praxistaugliche Methodik für ein durch Kennzahlen gesteuertes öffentliches Beschaffungsmarketing

Prof. Dr. Eberhard Kuhlmann