

Voraussetzungen für eine

# Markterkundung

und wie Sie durchgeführt werden kann

## Vorteile und Nutzen einer Markterkundung

- Erhöhtes Marktwissen in der Abteilung
- Hilft bei der Erstellung einer funktionalen Leistungsbeschreibung
- Erkenntnisse unterstützen bei der Wahl des geeigneten Vergabeverfahrens
- Kann sich erheblich auf den Innovationsgrad der beschafften Produkte auswirken
- Im Falle eines erneuten Bedarfs besteht bereits ein Grundstock an Informationen



1

### Definition des Umfangs der Marktaktivitäten

- Funktionale Beschreibung des Bedarfs  
→ Bestimmung von Warengruppen, die in der Markterkundung betrachtet werden
- Falls nötig: Spezifizierung des Bedarfs im Laufe der Markterkundung
- Wer soll angesprochen werden (Hersteller, Dienstleister,...)?



### Auswahl geeigneter Formate und Planung

2

- Über welche Wege oder Quellen können Anbieter identifiziert werden?
- Festlegung des Ressourcen- und Zeitaufwands
- Erstellen von Unterlagen, die für Recherche und Gespräche als Grundlage dienen



3

### Durchführung der Markterkundung

- Vorabinformation auf relevanten Portalen bzw. Kontaktierung von Anbietern
- Dokumentation aller Kontakte und Informationen aus den Gesprächen und Erkenntnisse (z.B. geistige Eigentumsrechte)
- Transparenz, um Wettbewerbsbeschränkungen zu verhindern.

