

Schwimmbadbetrieb auf dem Prüfstand – vor Umsetzung von Erneuerungskonzepten den Markt erkunden!

Categories : [Kommunen](#), [Vergabe](#)

Tagged as : [Ausschreibung](#), [Beteiligungsstruktur](#), [kommunalen Bäderbetrieb](#), [Leistungsbeschreibung](#), [Markterkundung](#), [öffentlichen Auftraggeber](#), [Pacht- oder Dienstleistungsvertrag](#)

Date : 7. Januar 2019

Der Betrieb eines Schwimmbades ist komplex. Das notwendige Know-how für einen erfolgreichen Badbetrieb ist umfangreich und die finanziellen Herausforderungen sind groß. Das Bad soll attraktiv sein und möglichst viele Nutzer – womöglich auch über die Gemeindegrenzen hinaus – anziehen. Neben dem Freizeitaspekt soll meist auch das Schul- und Vereinsschwimmen im kommunalen Badbetrieb eine Heimat finden. Eine Herausforderung, die dazu führt, dass die Einbindung privater Unternehmen diskutiert wird. Deren Know-how und die über die Möglichkeiten der Kommune hinausgehenden Ausgestaltungsmöglichkeiten sollen die Einnahmen verbessern, das Bad attraktiv machen und so die finanzielle Struktur des Bades optimieren. Doch wie das beste Modell und den bestmöglichen Betreiber für das eigene Bad finden?

Während das Vergaberecht dem öffentlichen Auftraggeber den Rahmen bei einer Ausschreibung vorgibt, fehlt es oft an der Detailkenntnis, welche Möglichkeiten der Markt überhaupt bietet, was also konkret zum Gegenstand der Vergabe gemacht werden soll. Doch gerade dieses Wissen ist erforderlich, um zu entscheiden, was für die Kommune bzw. den kommunalen Bäderbetrieb finanziell machbar, was gewollt und was für die Nutzer attraktiv ist. Es muss weiter ermittelt werden, ob ein Pacht- oder Dienstleistungsvertrag, eine umfangreiche oder einfache Unterstützung der potenziell beteiligten Unternehmen abgefragt werden soll.

Dann ist da noch das Vergaberecht. Es gilt für Kommunen als öffentliche Auftraggeber und, abhängig von der Beteiligungsstruktur und Ausrichtung, (meist) auch für kommunale Unternehmen. Dabei fordert es vom öffentlichen Auftraggeber, genau das zur Grundlage seiner Leistungsbeschreibung in der Ausschreibung zu machen, was er konkret beschaffen will.

Essentiell für den Erfolg einer Ausschreibung ist dabei, dass sie Angebote abfragt, welche die Aspekte, die für die gewünschte Leistungserbringung wesentlich sind, in einem wirtschaftlichen Rahmen berücksichtigt. Werden zum Beispiel Leistungen verlangt, die am Markt nur von Wenigen angeboten werden oder die am Markt unüblich sind, kann es teuer werden. Dann kommt es bei der Preisberechnung der Marktteilnehmer oft zu nicht unerheblichen Risikoaufschlägen.

Diesen Effekt zu vermeiden ist ein vorrangiges Ziel einer sog. Markterkundung. Sie ermöglicht die offene Diskussion mit einer Vielzahl von Anbietern am Markt und unterliegt nur wenigen Anforderungen. In diesen unverbindlichen Gesprächen können Art und Umfang des individuellen Beschaffungsbedarfs des öffentlichen Auftraggebers mit dem aktuellen Marktgeschehen abgestimmt werden. Vorstellungen des Auftraggebers können korrigiert und bisher nicht betrachtete Modelloptionen vom Wettbewerb angeboten werden. Aus den Ergebnissen der so erlangten Informationen kann der Auftraggeber dann frei und ohne sich vorab festlegen zu müssen, die Bedingungen seiner Ausschreibung sowie deren Umfang ableiten und das Leistungsverzeichnis für die Ausschreibung erstellen.

So kann der Diskurs mit Anbietern für Dienstleistungen im Bäderbereich letztlich ergeben, dass zum

Beispiel geplante umfangreiche Erweiterungen oder ein Neubau für die Verbesserung von Besucherzahlen nicht notwendig sind. Alternative Betriebskonzepte, eine umfangreiche Analyse der Kundenwünsche und Kostenstrukturen oder ähnliche Maßnahmen können im individuellen Fall ausreichend sein. Dies zu wissen, bevor umfangreiche Investitionen veranlasst werden, ermöglicht eine bewusste Entscheidung auf Basis der Kenntnis aller sinnvollen Handlungsalternativen. Welche man letztlich wählt, ist dann der Entscheidung des Auftraggebers überlassen. Wird eine Markterkundung durchgeführt, die in eine Ausschreibung mündet, gilt es darauf zu achten, dass die Unternehmen nicht ungleich behandelt werden, etwa dadurch, dass sich die Vergabestelle auf ein ganz bestimmtes, ihr im Rahmen der Markterkundung erläutertes Produkt oder Konzept festlegt, ohne dass es hierfür objektive Gründe gibt.

Ansprechpartner: [Matthias Pöhl/Meike Weichel/Dr. Sascha Michaels](#)

PS: Sie interessieren sich für das Thema? Dann schauen Sie doch mal [hier](#).