

Kommunikationswirtschaft: 2. Auflage des "KODEX K" mit noch mehr Nutzwert

Utl.: Kostenlose Exemplare des Leitfadens für Vergaberecht für Mitglieder des FV Werbung & Marktkommunikation - Geht auch an diverse vergebende Stellen in Bund, Ländern und Gemeinden =

Wien (PWK497) - "Wie werden Kommunikationsdienstleistungen richtig eingekauft?", "Worauf müssen sowohl öffentliche Auftraggeber wie auch Unternehmen der Privatwirtschaft achten, wenn sie eine Ausschreibung für Marketing, Werbung oder Öffentlichkeitsarbeit durchführen? Wie bewertet man Angebote korrekt?" Auch in der zweiten Auflage gibt der KODEX K, das "Weißbuch für Kommunikationsaufträge" in der jetzt neu erschienenen aktualisierten Form, Antwort auf diese Fragen.

"Als Wegweiser durch Auftragsvergaben und Ratgeber für Ausschreibungen ist der KODEX K ein unentbehrliches Werkzeug geworden", weiß Peter Drössler, Obmann des Fachverbandes Werbung & Marktkommunikation der Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ). "Der KODEX K enthält Ausschreibungs- und Vergaberichtlinien für Marketing, Werbung und Public Relations und versteht sich als "Service für die Kommunikationsbranche", beschreibt er den Inhalt. Eine inhaltliche Erweiterung hat der KODEX K in der zweiten Auflage etwa durch Allgemeine Geschäftsbedingungen für Werbeagenturen, internationale Wettbewerbsrichtlinien sowie Anleitungen für effiziente Briefings erfahren. Das gute Feedback zur ersten Auflage hat den Fachverband bewogen, auch den Serviceteil auszuweiten.

KODEX K-Projektleiter ist Heimo Lercher, stellvertretender Obmann des Fachverbandes Werbung sowie Obmann der Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation in der WK Steiermark. Mit Unterstützung von Annemarie Mille, die in der Wirtschaftskammer Österreich für Vergaberechts-Fragen zuständig ist, hat Lercher das Standardwerk für die richtige Vergabe von Kommunikationsdienstleistungen konzipiert. Lerchers Vorgabe: "Die übersichtliche Aufbereitung von Fragen zum Bundesvergabegesetz und die Antworten darauf, sowie die Tipps für professionelle Pitches sollen Auftraggebern helfen, nicht nur rechtskonform auszuschreiben, sondern wirklich die für den Auftrag geeignetste Agentur für ihre Kommunikationsaufgaben zu finden." Und er unterstreicht, "dass viele im KODEX K festgehaltenen Verfahrensschritte, insbesondere aus den Bereichen Briefing und Wettbewerbspräsentation, sich auch als Grundlage für die

Auftragsvergabe bei größeren Etats eignen, weil sie ein hohes Maß an Objektivität gewährleisten." Darin liege auch die Bezeichnung "Weißbuch" für das Regelwerk begründet.

"Die Auftragsvergabe wird durch den KODEX K fair, transparent und wettbewerbsorientiert", lobt WKÖ-Vergaberechts-Spezialistin Mille, "da der Kodex dem öffentlichen wie dem privaten Auftraggeber hilft, subjektive Beurteilungskriterien für die Vergabe von Kommunikationsleistungen wie beispielsweise Kreativität bestmöglich zu objektivieren."

Die Neuauflage war nötig geworden, weil das Bundesvergabegesetz 2006 eine Reihe von Änderungen brachte:

* Bei der öffentlichen Auftragsvergabe ist es zu einer Anhebung der Schwellenwerte gekommen - insbesondere beim Verhandlungsverfahren ohne vorherige Bekanntmachung, wo die Vergabe statt wie bisher nur bis 40.000 Euro nunmehr bis 60.000 Euro möglich ist. Das entspricht, so Lercher, einer Anhebung um 50 Prozent. Immerhin um ein Drittel - auf 40.000 statt wie bisher 30.000 Euro - wurde der Schwellenwert bei der Direktvergabe angehoben.

* Seit heuer gibt es zudem eine erleichterte Prüffregelung zum Nachweis der Befugnis, Zuverlässigkeit und Leistungsfähigkeit von Bietern im Unterschwellenbereich. Bis 80.000 Euro genügt nun die Einschätzung des Auftraggebers.

* Werbe-, Marketing- und PR-Leistungen fallen nun unter "geistige Dienstleistungen" statt wie bisher unter "geistig-schöpferische Dienstleistungen".

Und last but not least verweist Lercher auf ein Faktum, das auf Auftraggeberseite nach wie vor oft nicht bewusst sei: "Ausarbeitungen für Präsentation, die über ein reines Angebot hinausgehen, sind von Gesetzes wegen kostenpflichtig." Das gelte zumindest für die öffentliche Hand, die an das Vergabegesetz gebunden ist; Privatunternehmen sind das nicht - "leider", wie Lercher bedauernd hinzufügt.

Wie kommen nun Mitglieder des Fachverbandes Werbung & Marktkommunikation an den neuen KODEX K? Auf Anfrage versenden die Fachgruppen Werbung in den einzelnen Bundesländern kostenlose Exemplare an die Mitgliedsunternehmen. Der Fachverband übermittelt das Standardwerk für die richtige Vergabe von Kommunikationsdienstleistungen darüber hinaus an diverse vergebende Stellen auf

Bundes-, Länder- und Gemeindeebene. (JR)

Rückfragehinweis:

Wirtschaftskammer Österreich

Fachverband Werbung & Marktkommunikation

Tel.: 05 90 900-3541

E-Mail: werbung@wko.at

*** OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLISSLICHER
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.OTS.AT ***

OTS0058 2006-07-25/10:30

251030 Jul 06

Link zur Aussendung:

https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20060725_OTS0058