
LEITFADEN

IMMOBILIEN- PROJEKT AGENTUR- EVALUATION

WARUM RELEVANT?

Dieser Leitfaden dient als Hilfestellung für die Vorbereitung einer qualitativen Agenturevaluation.

Ziele sind einerseits, den Aufwand für Auftraggeber zu minimieren, und andererseits, einen transparenten Prozess für alle Wettbewerbs- teilnehmer zu schaffen. Gleichzeitig ermöglicht das Vorgehen den Auftraggebern, vergleichbare Offerten einzuholen und unterstützt so den Entscheid. Nach dem Grundsatz: Gemeinsam besser werden.

FÜR WEN GEEIGNET?

Bauherrschaft
Entwickler
Vermarkter
Architekten
Immobilienberater
Makler
Agenturen

WAS PASST?**1. Direktvergabe (1 Agentur)**

Wenn persönlicher Kontakt oder Geschäftsbeziehung besteht, welche den Agenturentscheid vorwegnehmen.

Geeignete Projekttypen sind Umsetzungsprojekte für kleine Miet- objekte mit vorab festgelegten Lieferobjekten und einem Agentur- kostenbudget von 20'000 bis 60'000 CHF.

2. Offertanfrage (max. 3 Agenturen)

Wenn eine reine Kalkulation /Kostenschätzung für ein Projekt mit klar definiertem Massnahmenumfang als Entscheidungsgrundlage aus- reichend ist. Angefragt werden reine Kostenschätzungen mit einem groben Vorgehensvorschlag. Eine Strategie- /Kreativleistung erfolgt erst nach Mandatsvergabe.

Geeignete Projekttypen sind Umsetzungsprojekte für kleine Miet- objekte mit vorab festgelegten Lieferobjekten und einem Agentur- kostenbudget von 50'000 bis 80'000 CHF.

3. Chemistry Meeting (max. 3 Agenturen)

Wenn ein Kennenlernen zur Beurteilung der Lösungskompetenzen zentral ist, um die Anzahl Agenturpartner eingrenzen zu können, welche Strategie-/Kreativleistung erbringen könnten. Angefragt werden die Firmenvorstellung der Agenturen inklusive relevanter Referenzen. Die Involvierung von Schlüsselpersonen ist hierfür zwingend.

Geeignete Projekttypen sind komplexere Projekte, welche spezifische strategische Kompetenzen erfordern, wie Arealprojekte oder Stockwerkeigentum mit gemeinsam zu definierendem Vorgehen und Lieferobjekten und einem Agenturkostenbudget von 80'000 bis 250'000 CHF.

4. Strategie-Workshop (max. 2 Agenturen, bezahlt)

Wenn die Evaluation der strategischen Qualitäten zentral für den Projekterfolg sind. Es wird eine längerfristige Agenturbeziehung angestrebt.

Geeignete Projekttypen sind Projekte mit hoher Komplexität und daher Beratungsbedarf, welche spezifische strategische Kompetenzen erfordern, wie Arealprojekte oder Stockwerkeigentum mit gemeinsam zu definierendem Vorgehen und Lieferobjekten und einem Agenturkostenbudget von 80'000 bis 250'000 CHF.

Der Strategie-Workshop beinhaltet erste Lieferobjekte und ist von den teilnehmenden Agenturen zu offerieren.

5. Wettbewerbspräsentation/Pitch (max. 3 Agenturen, bezahlt)

Wenn das Erkennen von strategischer Kompetenz und kreativem Potenzial im Fokus steht. Es wird eine längerfristige Agenturbeziehung angestrebt.

Geeignete Projekttypen sind komplexere Projekte, welche spezifische strategische Kompetenzen erfordern, wie Arealprojekte oder Stockwerkeigentum mit gemeinsam zu definierendem Vorgehen und Lieferobjekten und einem Agenturkostenbudget von 80'000 bis 250'000 CHF.

Als symbolischer Beitrag der Pitch-Aufwände für die strategischen und Kreativleistungen wird ein Pitch-Honorar im Umfang von 3 bis 5% des zu erwartenden Drittkostenbudgets je Agentur empfohlen.

WELCHE SPIELREGELN?

Vorbereitung und Zusammenarbeit

1. Verfahren definieren (siehe «Was passt?»)
2. Ausgangslage und Projektbeschreibung, Umfang der zu erwartenden Lieferobjekte (Beratungs- und Kreativleistungen), Budgetvorgabe (Agenturleistungen und Mediabudget, kann auch anteilmässig aufgeführt werden), Zeitplan, Entschädigungsmodell mittels Briefingformular verfassen, involvierte Parteien seitens Auftraggeberschaft, Anhänge (bestehendes Projektmaterial, wie Pläne usw.)
3. Agenturen einladen (max. Anzahl siehe oben, Namen bekanntgeben)
4. Vorbereitungszeit realistisch einplanen (i.d.R. ca. 4 Wochen)

Transparenz und Offenheit

1. Fragerunde mit allen Wettbewerbsteilnehmern und konkludierter Beantwortung einplanen.
2. Bewertungskriterien und deren Gewichtung für eingereichte Beiträge definieren; Jury kommunizieren.
3. Feedbackbericht nach Vergabeentscheid zu allen Bewertungskriterien und allen Beteiligten, damit individuelle Learnings daraus gezogen werden können.
4. Gewinner und Verlierer werden alle am selben Tag und vor der Öffentlichkeit persönlich informiert.

WER SIND DIE VERFASSER?



Patrik Bertschinger

CALYDO

Bettina Schoch, Samir Ganouchi

GRIP

Thomas Biedermann, Claudio Lier

MATCHCOM

Roland Sennhauser

PARTNER & PARTNER

Denise Nick, Urban Fetz



Heiko Drewanowski

STUIQ

Sandro Walder