Maksym Stepanenko

SAM.gov und US-Staatsaufträge

Wie kleine Unternehmen Bundesausschreibungen gewinnen

SAM.gov und US-Staatsaufträge

Wie kleine Unternehmen Bundesausschreibungen gewinnen

Maksym Stepanenko

Innova Publishing · 2026

CC BY-NC-ND 4.0

Buchseite, aktuelle Fassung und die weiteren Leitfäden der Reihe:
guides.mmix.biz/de/samgov

KAPITEL 1

Der US-Beschaffungsmarkt: $700 Mrd. im Jahr

Die US-Bundesregierung ist der größte Einkäufer der Welt. Jedes Jahr geben die Bundesbehörden mehr als $700 Milliarden für Waren und Dienstleistungen privater Unternehmen aus. Das ist mehr als das Bruttoinlandsprodukt der Niederlande. Und gesetzlich müssen mindestens 23 % dieses Geldes an kleine Unternehmen gehen, das sind $161 Milliarden allein für Unternehmen der Kategorie Small Business.

Warum die meisten Unternehmer diesen Markt ignorieren: Er wirkt kompliziert, bürokratisch und nur Insidern zugänglich. Das ist ein Mythos. Das US-Beschaffungssystem gehört zu den transparentesten und am besten dokumentierten der Welt. Jeder Vertrag wird veröffentlicht. Jede Anforderung ist öffentlich. Jeder Gewinner einer Ausschreibung ist sichtbar. Die Hürde sind nicht Beziehungen, sondern Kenntnis des Systems.

Die wichtigsten Plattformen: SAM.gov (System for Award Management) ist das zentrale Lieferantenregister und die Suchplattform für Aufträge. Die Registrierung in SAM.gov ist für alle Pflicht, die mit der Bundesregierung arbeiten wollen. USASpending.gov ist die Datenbank aller abgeschlossenen Verträge (wer wie viel Geld wofür erhalten hat). SAM.gov/opportunities ist das schwarze Brett der Ausschreibungen, offen für alle.

Arten der Beschaffung: Verträge (contracts) sind direkte Bezahlung für Waren und Dienstleistungen. Zuschüsse (grants) finanzieren Tätigkeiten, bei denen keine unmittelbare Lieferung nötig ist. Cooperative Agreements sind ein Mischformat. Dieses Buch konzentriert sich auf Verträge, das für kleine Unternehmen zugänglichste Format.

Wer einkauft: das Verteidigungsministerium (DoD) ist der größte Käufer mit 35 %+ aller Beschaffungen. Dazu kommen die General Services Administration (GSA), das Gesundheitsministerium (HHS), die NASA, das Energieministerium und das Ministerium für Innere Sicherheit. Jede Behörde hat ein eigenes Vertragsbüro und eigene Prioritäten.

Warum das für kleine Unternehmen realistisch ist: Set-aside-Programme reservieren Aufträge ausschließlich für kleine Unternehmen. „Große“ dürfen nicht teilnehmen. Bei Aufträgen bis $250,000 ist der Wettbewerb minimal. Viele Aufträge werden im „Sole-Source“-Verfahren vergeben, also durch direkte Zuweisung ohne Ausschreibung, an Unternehmen, die bereits einen Vorzugsstatus haben.

Was Sie für den Anfang brauchen: Registrierung in SAM.gov, UEI und CAGE Code, Ihre NAICS-Codes, eine Small-Business-Zertifizierung und ein Capability Statement. Das alles lässt sich in 2–4 Wochen erledigen.

Realistische Erwartungen im ersten Jahr: Die meisten neuen Government Contractors gewinnen ihren ersten Auftrag 6–18 Monate nach der Registrierung. Die ersten Aufträge sind meist klein ($5,000–$50,000). Sie liefern Past Performance, also Erfahrung, die für große Ausschreibungen entscheidend ist. Nach 2–3 Jahren aktiver Arbeit sind $500,000–$2M im Jahr aus Staatsaufträgen realistisch.

KAPITEL 2

Registrierung in SAM.gov Schritt für Schritt

SAM.gov (System for Award Management) ist die Bundesplattform, ohne deren Registrierung Sie keinen einzigen Regierungsauftrag und keinen Zuschuss erhalten. Die Registrierung ist kostenlos und dauert 1–2 Stunden, muss aber sorgfältig erfolgen: Fehler in den Daten können Ihr Unternehmen blockieren.

Was Sie vor dem Start brauchen: die EIN (Steuernummer des Unternehmens vom IRS). Die DUNS Number, oder Sie stellen sich darauf ein, dass SAM bei der Registrierung automatisch eine UEI vergibt. Bankdaten (ABA Routing Number, Kontonummer) für den Zahlungseingang aus Verträgen. Die eingetragene Geschäftsadresse des Unternehmens. Angaben zur Eigentümerstruktur (wer mehr als 25 % hält).

Konto bei login.gov anlegen: SAM.gov nutzt login.gov zur Authentifizierung. Legen Sie mit Ihrer E-Mail-Adresse ein Konto bei login.gov an. Aktivieren Sie die Zwei-Faktor-Authentifizierung, sie ist Pflicht. Melden Sie sich anschließend über login.gov bei SAM.gov an.

Ablauf der Entity Registration: Purpose of Registration: Wählen Sie „Federal Assistance Awards“ und „All Awards“, wenn Sie sowohl Verträge als auch Zuschüsse wollen. Core Data: den juristischen Namen exakt wie in den Unterlagen des Bundesstaats, eine physische Adresse (keine PO Box), die EIN und die Geschäftsform (LLC, Corporation usw.). Assertions: NAICS-Codes (bis zu 31 Codes) und die Unternehmensgröße für jeden Code (Small oder Large). Representations and Certifications: 200+ Fragen zu Ihrem Unternehmen, die meisten einfache Ja/Nein-Fragen. Der wichtigste Abschnitt ist die rechtliche Erklärung zur Einhaltung der Vorschriften. Financial Information: Bankdaten für EFT (electronic funds transfer). Points of Contact:

Ansprechpartner für Verträge.

UEI (Unique Entity Identifier): Seit 2022 ist die DUNS durch die UEI ersetzt. Bei der Registrierung in SAM.gov vergibt das System automatisch eine UEI (einen 12-stelligen alphanumerischen Code). Wenn Sie eine alte DUNS haben, wird sie automatisch in eine UEI umgewandelt. Die UEI ist Ihre neue Kennung im System der Staatsbeschaffung.

CAGE Code (Commercial And Government Entity Code): ein 5-stelliger alphanumerischer Code, den das DoD nach Aktivierung der SAM-Registrierung automatisch zuweist. Das dauert 3–10 Werktage. Der CAGE Code ist für militärische Aufträge nötig. Ohne CAGE sind manche DoD-Aufträge nicht zugänglich.

Aktivierung und jährliche Erneuerung: Nach dem Ausfüllen aller Abschnitte prüft SAM.gov die Daten (1–3 Werktage bei neuen Registrierungen, bis zu 10 Tage bei Aktualisierungen). Nach der Aktivierung gilt Ihre Registrierung 1 Jahr. Die Erneuerung muss JÄHRLICH erfolgen: Eine abgelaufene Registrierung schließt Sie automatisch von neuen Aufträgen aus.

Kritische Fehler bei der Registrierung: Abweichung des Firmennamens von den IRS-Einträgen (häufigste Ursache für Verzögerungen). Verwendung einer PO Box statt einer physischen Adresse. Falsche Bankdaten (prüfen Sie zweimal, denn ein Fehler bedeutet, dass das Geld an die falsche Stelle geht). Falsche NAICS-Codes (dazu mehr im nächsten Kapitel). Die Registrierung nicht jährlich zu erneuern.

SAM.gov-Helpdesk: Bei Problemen rufen Sie den Federal Service Desk an: 1-866-606-8220. Oder legen Sie auf fsd.gov ein Ticket an. Die durchschnittliche Antwortzeit beträgt 1–3 Werktage. Viele Probleme bei der Registrierung lassen sich genau über den Helpdesk lösen.

KAPITEL 3

NAICS-Codes und die richtige Klassifizierung

NAICS (North American Industry Classification System) ist das amerikanische System zur Klassifizierung von Wirtschaftstätigkeiten. In SAM.gov wählen Sie NAICS-Codes, die Ihre Leistungen beschreiben, und über genau diese Codes finden die Behörden Sie bei der Suche nach Lieferanten. Die richtige Wahl der NAICS-Codes bestimmt unmittelbar, wie viele Ausschreibungen Sie sehen und an wie vielen Sie teilnehmen können.

So ist das System aufgebaut: Jeder 6-stellige NAICS-Code beschreibt eine bestimmte Tätigkeitsart. Für jeden Code hat die SBA Größenstandards (size standards) festgelegt: den maximalen Umsatz oder die maximale Mitarbeiterzahl, bis zu der ein Unternehmen als „kleines Unternehmen“ gilt. Ein Unternehmen, das nach einem Code „klein“ ist, muss es nach einem anderen nicht sein.

Beispiele für Codes und ihre Größenstandards: 541511 Custom Computer Programming Services: $34M Umsatz für Small Business. 541512 Computer Systems Design Services: $34M. 541519 Other Computer Related Services: $34M. 541611 Administrative Management Consulting: $18.5M. 541614 Process, Physical Distribution, and Logistics Consulting: $18.5M. 541690 Other Scientific and Technical Consulting: $18.5M. 561320 Temporary Staffing Services: $41.5M. 237310 Highway, Street, and Bridge Construction: $45M.

So wählen Sie Codes aus: Beschränken Sie sich nicht auf einen Code. SAM.gov erlaubt bis zu 31 NAICS-Codes. Fügen Sie alle Codes hinzu, die Ihre Leistungen auch nur teilweise beschreiben, das erweitert die Sichtbarkeit. Nutzen Sie NAICS.com oder census.gov/naics, um passende Codes zu finden. Sehen Sie sich die Codes von Wettbewerbern auf USASpending.gov an: Suchen Sie

Unternehmen mit ähnlichem Profil und sehen Sie sich deren NAICS-Codes an.

Primary NAICS Code: der wichtigste Code, derjenige, der Ihre Haupttätigkeit am besten beschreibt. Nach ihm richtet sich Ihr grundlegender Small-Business-Status. Wählen Sie den Code mit dem höchsten Größenstandard, um möglichst lange in der Kategorie der kleinen Unternehmen zu bleiben.

Fehler bei der Codewahl: ein zu weiter Code (zum Beispiel 541990 „All Other Professional Services“) statt eines spezifischen, wodurch Sie an Relevanz verlieren. Ein einziger zu enger Code, durch den Sie Aufträge verpassen. Die Codes bei einer Änderung der Tätigkeit des Unternehmens nicht zu aktualisieren.

PSC-Codes (Product and Service Codes): Neben NAICS werden Aufträge nach PSC-Codes klassifiziert, einer detaillierteren Einteilung konkreter Produkte und Leistungen. PSC-Codes stehen im Text der Ausschreibung. Nutzen Sie bei der Suche auf SAM.gov sowohl NAICS als auch PSC für eine genaue Suche.

Einhaltung der Größenstandards: Die SBA berechnet die Unternehmensgröße als Durchschnitt der letzten 3 Jahre. Wächst der Umsatz, achten Sie darauf, das Limit nicht zu überschreiten. Eine Überschreitung bedeutet automatischen Ausschluss von Set-aside-Ausschreibungen. Aber: Der Gewinn eines Auftrags, als Sie noch „klein“ waren, schadet Ihnen nur dann, wenn der Umsatz das Limit zum Zeitpunkt der Antragstellung überschritten hat, nicht während der gesamten Laufzeit.

SBA Size Standards Tool: Nutzen Sie das Online-Werkzeug der SBA (sba.gov/size-standards), um Ihren Status für jeden NAICS-Code genau zu bestimmen. Geben Sie Ihren Code und Ihren Umsatz ein, das System sagt Ihnen, ob Sie small oder large sind.

KAPITEL 4

Set-aside-Programme: Ihr Wettbewerbsvorteil

Set-aside-Aufträge sind Ausschreibungen, an denen nur Unternehmen mit einem bestimmten Status teilnehmen können. Das ist kein bloßer Vorteil, das ist ein Monopol. Wenn Sie den SDVOSB-Status haben und eine Ausschreibung als SDVOSB-Set-aside gekennzeichnet ist, können nur Unternehmen wie Ihres gewinnen. Große Konzerne sind automatisch ausgeschlossen.

Die wichtigsten Set-aside-Programme:

Small Business Set-Aside (SBA): steht automatisch allen registrierten kleinen Unternehmen offen. Eine gesonderte Zertifizierung ist nicht nötig. Aufträge bis $250,000 werden automatisch als Small-Business-Set-aside ausgeschrieben. Gesetzlich müssen 23 % aller Bundesbeschaffungen an kleine Unternehmen gehen.

8(a) Business Development Program: für sozial und wirtschaftlich benachteiligte Unternehmer. Vorteile: Sole-Source-Aufträge bis $4.5M (Dienstleistungen) und $7M (Fertigung) ohne Ausschreibung, Ihnen wird der Auftrag einfach angeboten. Teilnahme an exklusiven Ausschreibungen. Mentoring und Unterstützung durch die SBA. Anforderungen: Die SBA muss Ihren 8(a)-Status genehmigen. Einkommen des Inhabers <$750K/Jahr, Nettovermögen <$6M. Programmlaufzeit: 9 Jahre.

SDVOSB (Service-Disabled Veteran-Owned Small Business): für Veteranen mit einer im Dienst erlittenen Behinderung. Das VA (Ministerium für Veteranenangelegenheiten) ist verpflichtet, mindestens 12 % seiner Aufträge über SDVOSB zu vergeben. Sole-Source-Aufträge bis $5.5M (Dienstleistungen) bzw. $11.5M (Fertigung). Verifizierung über SBA VetCert.

WOSB (Women-Owned Small Business): für Unternehmen im Besitz von Frauen (51 %+). 5 % aller Bundesaufträge sind für WOSB reserviert. Die Zertifizierung erfolgt über SAM.gov (Selbstzertifizierung) oder über zugelassene Organisationen (WBENC, SBA). Der Status EDWOSB (Economically Disadvantaged WOSB) eröffnet den Zugang zu noch exklusiveren Ausschreibungen.

HUBZone (Historically Underutilized Business Zone): für Unternehmen in historisch unterentwickelten Gebieten (Liste auf SBA.gov). 3 % aller Aufträge. Voraussetzung: 35 % der Mitarbeiter müssen in einer HUBZone wohnen. Die Zertifizierung erfolgt über die SBA und wird jährlich erneuert.

So erhalten Sie mehrere Status: Ein Unternehmen kann gleichzeitig die Status SDVOSB + 8(a) oder WOSB + HUBZone haben. Jeder zusätzliche Status erweitert den Zugang zu Set-aside-Ausschreibungen. Eine Veteranin mit einem Unternehmen in einer HUBZone hat Zugang zu allen vier Programmen.

Praxis der Sole-Source-Aufträge über 8(a): Nach Erhalt des 8(a)-Status nehmen Sie aktiv Kontakt zu den Contracting Officers (CO) der Zielbehörden auf. Die CO dürfen Ihnen einen Auftrag direkt ohne Ausschreibung erteilen, wenn der Betrag in die Grenzen fällt und Ihr Unternehmen den Bedarf abdeckt. Das ist keine Korruption, sondern ein legales Instrument des Programms. Tausende 8(a)-Unternehmen erhalten jedes Jahr genau so Sole-Source-Aufträge.

Kleinstbeschaffungen und Simplified Acquisition Threshold: Aufträge bis $10,000, die „Micropurchases“, kann ein CO ohne jegliches Wettbewerbsverfahren direkt bei jedem registrierten Lieferanten vergeben. Das ist ein hervorragender Einstiegspunkt. Aufträge von $10,000–$250,000 laufen als Simplified Acquisition mit vereinfachten Verfahren.

KAPITEL 5

Aufträge finden: SAM.gov und USASpending.gov

Das System der Staatsbeschaffung zu kennen, reicht nicht. Sie müssen wissen, wie Sie Aufträge finden, die zu Ihren Möglichkeiten passen. SAM.gov enthält gleichzeitig Tausende aktive Ausschreibungen. Wer nicht filtern kann, geht in irrelevanten Bekanntmachungen unter.

SAM.gov/opportunities, die Ausschreibungsbörse: kostenlos, öffentlich, täglich aktualisiert. Filter: Art der Bekanntmachung (Pre-solicitation, Solicitation, Award, Intent to Bundle). Set-aside-Typ (Small Business, SDVOSB usw.). NAICS-Code. Behörde. Ort der Leistungserbringung. Veröffentlichungsdatum. Geschätzte Auftragssumme.

SAM.gov-Alerts: Legen Sie eine gespeicherte Suche mit Ihren NAICS-Codes und Filtern an. SAM.gov schickt Ihnen dann E-Mail-Benachrichtigungen, wenn neue Ausschreibungen erscheinen. Das ist ein Pflichtwerkzeug, denn die Börse jeden Tag von Hand zu prüfen ist unrealistisch.

Suchstrategie: Beginnen Sie mit den NAICS-Codes Ihres Unternehmens + Small-Business-Filter + Ihrer Region. Das ergibt eine Basisliste. Erweitern Sie sie dann: Entfernen Sie den regionalen Filter (viele Aufträge werden aus der Ferne ausgeführt). Fügen Sie verwandte NAICS-Codes hinzu. Schließen Sie Pre-solicitation Notices ein: Das sind Ausschreibungen, die in naher Zukunft bekannt gemacht werden, sodass Sie sich vorab vorbereiten können.

USASpending.gov zur Wettbewerbsanalyse: Das ist eine Goldgrube. Hier sehen Sie ALLE abgeschlossenen Verträge: wer sie erhalten hat, wie viel Geld, von welcher Behörde, wofür. Strategie: Suchen Sie Aufträge zu Ihren NAICS-Codes und Zielbehörden. Sehen Sie nach, wer sie gewonnen hat. Das sind

Ihre Wettbewerber. Studieren Sie deren Websites und Capability Statements. Finden Sie Aufträge, die bald auslaufen (Re-compete): Das ist Ihre Chance.

Contractor Performance Assessment Reporting System (CPARS): Nach Erfüllung jedes Auftrags bewertet die Behörde den Auftragnehmer in CPARS. Die Bewertungen sind für andere Behörden bei der Beurteilung von Angeboten sichtbar. Gute CPARS-Bewertungen sind Ihr wichtigster Wettbewerbsvorteil. Das ist die „bisherige Erfahrung“ (Past Performance), von der später die Rede ist.

GovWin IQ und Deltek: kostenpflichtige Systeme ($5,000–$20,000/Jahr), die SAM.gov-Daten bündeln, Analysen ergänzen und künftige Beschaffungen prognostizieren. Nützlich für gereifte Government Contractors. Zu Beginn sind sie überdimensioniert.

Bidnet Direct und BGov: Zwischenlösungen ($200–$1,000/Jahr), die Suche und Benachrichtigungen vereinfachen. Geeignet für Einsteiger.

Die Logik der Recherche vor der Angebotsabgabe: Beantworten Sie, bevor Sie Zeit in ein Angebot stecken, folgende Fragen: Wer erfüllt diesen Auftrag derzeit (Re-compete oder neu)? Warum hat der Gewinner gewonnen (sehen Sie sich CPARS und die offiziellen Award-Dokumente an)? Haben wir echte Vorteile gegenüber dem aktuellen Auftragnehmer? Wie hoch ist das Budget der Behörde in diesem Bereich (USASpending liefert historische Daten)?

Targeted Agency Approach: Statt Angebote überall zu verschicken, wählen Sie 2–3 Behörden aus und studieren sie gründlich: ihre Prioritäten, welche Small Business Liaisons dort arbeiten, was sie in den letzten 3 Jahren gekauft haben. Werden Sie Experte für diese Behörden, das verschafft Ihnen einen Wettbewerbsvorteil.

KAPITEL 6

Capability Statement: Ihre Visitenkarte in der Staatsbeschaffung

Das Capability Statement ist ein einseitiges (seltener zweiseitiges) Dokument, das beschreibt, was Ihr Unternehmen für die Regierung leisten kann. Es ist das wichtigste Marketinginstrument in der Welt der Staatsbeschaffung. Contracting Officers erhalten Hunderte von Anfragen, und das Capability Statement hilft ihnen, schnell einzuschätzen, ob Sie für einen bestimmten Auftrag geeignet sind.

Aufbau eines Capability Statement: Company Overview (2–3 Sätze): wer Sie sind, was Sie tun, wie lange Sie am Markt sind. Core Competencies (5–8 Punkte): konkrete Leistungen und Produkte, die Sie der Regierung anbieten. Differentiators (3–5 Punkte): was Sie von Wettbewerbern unterscheidet. Past Performance (3–5 Beispiele): echte Aufträge oder vergleichbare kommerzielle Erfahrung mit Zahlen. Company Data: UEI, CAGE Code, NAICS-Codes, Unternehmensgröße, Set-aside-Status, DUNS (falls noch in Gebrauch), SIC-Codes, DBE/MBE/WBE-Status.

Core Competencies, was Sie schreiben sollten: keine abstrakten Worte („hochwertige Lösungen“, „individueller Ansatz“), sondern konkrete Leistungen. Schlechtes Beispiel: „Comprehensive IT Solutions“. Gutes Beispiel: „Agile Software Development (NAICS 541511) — Full-stack web and mobile application development with AWS, Kubernetes, and microservices architecture“. Jede Kompetenz ist die Antwort auf eine konkrete Vertragsanfrage.

Differentiators, so heben Sie sich ab: Zertifizierungen (ISO 9001, CMMI Level 2, FISMA Moderate). Spezialisierte Erfahrung (wir sind das einzige 8(a)-Unternehmen mit Erfahrung in X). Geografische Präsenz. Patentierte Technologie. ClearanceReady-Personal (Mitarbeiter mit Secret Clearance). Schnelle Skalierung (von 5 auf 50 Personen in 30 Tagen). Preisvorteil (30 % günstiger als große Integratoren dank niedriger

Gemeinkosten).

Past Performance ohne Regierungserfahrung: Erste Angebote scheitern oft an der bisherigen Erfahrung. Die Lösung: ein kommerzielles Gegenstück verwenden. „Wir haben ein ERP-System für ein Fertigungsunternehmen mit 500 Mitarbeitern entwickelt, Umfang und Komplexität sind mit der staatlichen Anforderung vergleichbar.“ Konkrete Zahlen: Projektbudget, Fristen, Ergebnisse. „2 Wochen vor Termin geliefert, Budget nicht überschritten.“

Design und Format: Professionelle Gestaltung ist wichtig, denn Regierungs-CO sehen Hunderte von Capability Statements. Firmenlogo. Ein sauberes, lesbares Layout. Farbdruck oder PDF für die E-Mail. Format: eine Seite für das erste Kennenlernen, zwei für ausführliche RFI-Antworten. Ein Foto des Teams hilft, das Unternehmen zu „vermenschlichen“.

Anpassung an jede Ausschreibung: Verschicken Sie kein Einheitsdokument. Passen Sie das Capability Statement für jede große Ausschreibung oder Behörde an: Stellen Sie die relevanten Kompetenzen nach vorn. Verwenden Sie die Terminologie aus dem SOW (Statement of Work) der Behörde. Nennen Sie konkrete Programme oder Projekte der Behörde.

So übermitteln Sie das Capability Statement: per E-Mail an den Contracting Officer 30–90 Tage vor der erwarteten Ausschreibung. Legen Sie ein halbseitiges Anschreiben bei: „Wir verfolgen Ihr Programm X, möchten uns vorstellen, hier ist unser Capability Statement.“ Auf Industry Days und Small Business Outreach Events. Über den Small Business Liaison Officer der Behörde (jede große Behörde hat ein OSDBU, Office of Small and Disadvantaged Business Utilization).

KAPITEL 7

SBIR und STTR: $4 Mrd. für Technologieunternehmen

SBIR (Small Business Innovation Research) und STTR (Small Business Technology Transfer) sind Bundesprogramme, die jährlich $4 Milliarden für Forschungs- und Entwicklungsaufträge an kleine Technologieunternehmen vergeben. Anders als bei Standardaufträgen setzt SBIR keine frühere Erfahrung in der Staatsbeschaffung voraus, sondern nur wissenschaftlich-technisches Potenzial.

Aufbau des SBIR-Programms: Phase I ist der Konzeptnachweis. Finanzierung $150,000–$350,000 für 6–12 Monate. Wettbewerb um die beste wissenschaftlich-technische Idee. Phase II ist die Prototypentwicklung. Finanzierung $750,000–$2M für 2 Jahre. Nur für Unternehmen, die Phase I durchlaufen haben (oder Direct to Phase II bei einigen Behörden). Phase III ist die Kommerzialisierung. Keine Begrenzung der Finanzierung. Kein Wettbewerb, sondern ein direkter Auftrag, wenn die Technologie erfolgreich ist.

Welche Behörden beteiligt sind: DoD (größter Teilnehmer, >$2B/Jahr), NIH, NASA, DOE, NSF, EPA, USDA, DoEd, DHS. Jede Behörde veröffentlicht ihre eigenen SBIR-Topics, konkrete technologische Aufgaben, die sie lösen lassen möchte.

So finden Sie Topics: sbir.gov ist das zentrale Portal aller SBIR/STTR-Programme. Filterung nach Behörde, Stichwörtern und Einreichungsfrist. Abonnieren Sie Benachrichtigungen für Ihr Fachgebiet.

Warum SBIR für Start-ups attraktiv ist: Es braucht keine frühere Erfahrung in der Staatsbeschaffung, nur die Kompetenz des Teams. Es gibt keine Anforderungen an Umsatz oder Mindestalter des Unternehmens. Die Finanzierung verwässert keine Anteile, anders als Wagniskapital. Phase I und Phase II zusammen =

$2–$2.5M ohne Equity Dilution. Nach Phase II holen sich viele Unternehmen VC-Geld: Ein Regierungszuschuss als „Stamp of Approval“ erhöht die Bewertung deutlich.

Ein erfolgreicher SBIR-Antrag: Technical Approach (40–50 % der Bewertung): detaillierte Beschreibung, wie Sie die technologische Aufgabe lösen. Konkrete Methodik, Technologien, Erfolgskennzahlen. Er sollte auf dem Niveau eines Peer-Review-Aufsatzes geschrieben sein. Team/Qualifications (20 %): Lebensläufe der Schlüsselpersonen. Promotionen und Veröffentlichungen sind ein großes Plus. Commercialization Plan (20 %): wer die Technologie nach der Regierung kaufen wird. Konkrete potenzielle Kunden, Marktgröße, Geschäftsmodell. Facilities (10 %): Ausrüstung und Infrastruktur für die Durchführung der Arbeit.

SBIR-Hacks, was wirklich funktioniert: bei mehreren Behörden mit angepassten Versionen derselben Technologie einreichen (nicht verboten). Industry Days der Behörde besuchen und mit Program Officers sprechen, das ist kein Verstoß, sondern Recherche. Die Funded Abstracts früherer Gewinner zu Ihrem Topic auf sbir.gov lesen und verstehen, was der jeweiligen Behörde gefällt. Einen universitären Mitautor gewinnen, das erhöht die wissenschaftliche Autorität des Antrags.

STTR im Vergleich zu SBIR: STTR verlangt eine Partnerschaft mit einer Universität oder einer gemeinnützigen Forschungseinrichtung. Mindestens 30 % der Arbeit muss das Unternehmen leisten, mindestens 30 % der universitäre Partner. Im Gegenzug gibt es Zugang zu patentierten Technologien und zur Infrastruktur der Universität. Die Finanzierungssummen entsprechen denen bei SBIR.

KAPITEL 8

Das Angebot (Proposal) schreiben und die Bewertung

Das Proposal (technisches und preisliches Angebot) ist das Dokument, das entscheidet, ob Sie den Auftrag gewinnen. Anders als im privatwirtschaftlichen B2B-Geschäft wird das Proposal in der Staatsbeschaffung nach klaren Kriterien bewertet, die im Text der Ausschreibung veröffentlicht sind. Wer das Bewertungssystem kennt, kann gezielt auf den Gewinn hinarbeiten.

Analyse der Request for Proposal (RFP): Lesen Sie, bevor Sie schreiben. Aufmerksam. Diese Abschnitte sollten Sie studieren: Statement of Work (SOW): was genau zu tun ist. Evaluation Criteria (Abschnitt M): nach welchen Kriterien bewertet wird und mit welchen Gewichten. Instructions to Offerors (Abschnitt L): wie das Angebot zu gestalten ist. CLINs (Contract Line Item Numbers): die Preisstruktur. Past-Performance-Anforderungen: welche Erfahrungsbeispiele verlangt sind.

Ein typisches Bewertungssystem: Technical/Management Approach (30–40 %). Past Performance (20–30 %). Price/Cost (20–40 %). Small Business Participation Plan (10–15 % bei einigen Aufträgen).

Aufbau des technischen Angebots: Executive Summary (1–2 Seiten): warum gerade Sie den Auftrag erhalten sollten. Wird zuletzt geschrieben. Technical Approach: detaillierte Beschreibung, wie Sie jeden Punkt des SOW erfüllen. Verwenden Sie dieselben Begriffe wie im SOW, buchstäblich dieselben Wörter. Das Evaluation Committee sucht Übereinstimmung mit dem SOW, nicht Ihre Eloquenz. Management Approach: Organisationsstruktur, Schlüsselpersonal (mit Lebensläufen), Kommunikationsplan mit dem Auftraggeber, Qualitätskontrolle. Past Performance: 3–5 Beispiele früherer Erfahrung. Format: Auftragsname, Behörde, Summe, Fristen, Beschreibung der Arbeiten, Kontakt zur Verifizierung, CPARS-Bewertung (falls

vorhanden).

Price/Cost Proposal: ein separates Dokument. Bei Festpreisaufträgen einfach der Preis pro Deliverable. Bei Time-and-Materials Stundensätze und Stundenzahl. Bei Cost-Reimbursement ein detailliertes Budget mit Begründung jeder Position. Die Regel: Der Preis muss realistisch und zugleich wettbewerbsfähig sein. Ein zu niedriger Preis weckt Verdacht („wie wollen Sie das für dieses Geld leisten?“). Bei einem zu hohen Preis verlieren Sie gegen günstigere Wettbewerber.

Bid/No-Bid-Entscheidung: Nicht auf jede Ausschreibung lohnt sich ein Angebot. Prüfen Sie: Haben wir echte Kompetenzen? Haben wir Zeit, ein hochwertiges Proposal zu schreiben? Wie sind unsere Chancen (wer sind die Wettbewerber)? Liegen die Chancen bei <10 % oder fehlen die Ressourcen, konzentrieren Sie sich besser auf eine andere Ausschreibung. Ein Proposal kostet $5,000–$50,000 an Arbeitsstunden, das ist eine Investition.

Debriefing nach einer Absage: Wenn Sie nicht gewonnen haben, können Sie beim Contracting Officer ein Debriefing verlangen. Er ist verpflichtet zu erklären, warum Ihr Angebot nicht gewonnen hat. Das ist kostenloses Feedback für das nächste Angebot. Fordern Sie es IMMER an.

Teambildung (Teaming): Große Aufträge erfordern oft Fähigkeiten, die ein einzelnes kleines Unternehmen nicht hat. Die Lösung ist ein Teaming Agreement: Sie tun sich mit einem anderen Unternehmen zusammen, das eine wird Prime Contractor, das andere Subcontractor. Das ist legale und verbreitete Praxis. Der Prime erhält den Auftrag und haftet gegenüber der Behörde, der Sub führt einen Teil der Arbeit aus.

KAPITEL 9

Beziehungen zu Contracting Officers aufbauen

Staatsbeschaffung besteht nicht nur aus bürokratischen Verfahren. Hinter jedem Auftrag stehen Menschen: Contracting Officers (CO), Program Managers (PM), Small Business Representatives. Ein Unternehmen, das in diese Beziehungen investiert, gewinnt deutlich häufiger Aufträge.

Wer ist wer: Der Contracting Officer (CO) ist rechtlich für den Auftrag verantwortlich. Nur ein CO darf Vertragsdokumente unterzeichnen. Der CO richtet sich nach der FAR (Federal Acquisition Regulation) und darf deren Rahmen nicht verlassen. Der Program Manager (PM) bzw. Contracting Officer's Representative (COR) ist der technische Auftraggeber. Er sagt dem CO, was gebraucht wird, kann aber nicht direkt Aufträge erteilen. Beziehungen zum PM sind oft wichtiger als zum CO. Das OSDBU (Office of Small and Disadvantaged Business Utilization) ist eine eigene Stelle in jeder großen Behörde, das kleinen Unternehmen hilft. Die erste Anlaufstelle.

So bauen Sie Kontakte richtig auf: Besuchen Sie Industry Days und Small Business Conferences, die Behörden regelmäßig veranstalten, das sind offene Veranstaltungen. Melden Sie sich an und stellen Sie Fragen zu anstehenden Aufträgen. Small Business Outreach Events sind eigene Treffen des OSDBU mit potenziellen Lieferanten. Bei Capability Briefings bitten Sie das OSDBU um ein 15-minütiges Gespräch, um Ihr Unternehmen vorzustellen. Die meisten Behörden bieten sie regelmäßig an.

Was Sie beim ersten Kontakt sagen: Verkaufen Sie nicht, informieren Sie sich. „Wir sind ein neues Unternehmen im Bereich X und prüfen die Möglichkeiten einer Zusammenarbeit mit Ihrer Behörde. Können Sie uns sagen, welche Beschaffungen in unserem Bereich anstehen? Was schätzt die Behörde an Lieferanten?“ Ein solcher Ansatz eröffnet den Dialog. Ein direktes „Geben Sie uns

einen Auftrag“ schließt die Tür.

Vendor Outreach, der Zugang über Lieferanten, die bereits mit der Behörde arbeiten: Finden Sie auf USASpending.gov heraus, wer derzeit Aufträge ausführt. Bieten Sie an, als Subunternehmer zu arbeiten, das ist ein legaler Weg in die Behörde. Nach Erfüllung der Arbeit haben Sie Past Performance und bekannte CO/PM.

Häufige Fehler im Umgang mit CO: Lobbyarbeit über Umwege (ein Verstoß gegen die FAR). Sich über das Verfahren zu beschweren, statt Probleme zu lösen. Anfragen des CO nicht innerhalb von 24 Stunden zu beantworten. Zusagen zu Fristen nicht einzuhalten. Versuche, Geschenke zu machen oder zum Essen einzuladen (das kann als Korruption gewertet werden).

Past Performance as Social Proof: Jeder erfüllte Auftrag bringt eine CPARS-Bewertung. Bitten Sie den PM, Ihnen „Exceptional“ zu geben und nicht nur „Satisfactory“. Der Unterschied zwischen diesen Bewertungen entscheidet über den Sieg in der nächsten Ausschreibung. Führen Sie nach jedem erfüllten Auftrag eine formelle Auswertung mit dem PM durch: was gut gelaufen ist und was sich verbessern lässt. Das verbessert CPARS und baut Beziehungen auf.

Langfristige Strategie: Wählen Sie 2–3 Behörden und investieren Sie in langfristige Beziehungen. Machen Sie sich mit deren Budgetzyklus vertraut (in der Regel Oktober bis September). Verfolgen Sie deren Strategiepläne (Strategic Plans werden auf den Websites der Behörden veröffentlicht). Bieten Sie White Papers zu den Problemen der Behörde an: Das positioniert Sie schon vor der Ausschreibung als Experten.

KAPITEL 10

Fehler und wie Sie sie vermeiden

Der Weg in die Staatsbeschaffung ist voller Fallen. Die meisten neuen Government Contractors machen dieselben Fehler. Wer sie kennt, spart Monate und Tausende Dollar.

Fehler 1: die SAM.gov-Registrierung nicht zu erneuern. Die Registrierung gilt 1 Jahr. Eine abgelaufene Registrierung bedeutet automatische Disqualifikation. Stellen Sie sich 60 Tage vor Ablauf eine Erinnerung. Die Erneuerung dauert 1–3 Tage und erfordert aktuelle Daten.

Fehler 2: sich ohne Strategie auf alles zu bewerben. „Spray and pray“ ist der schlechteste Ansatz. Jedes Proposal kostet erhebliche Ressourcen. Besser 3 hochwertige Angebote als 15 schwache. Bewerten Sie jede Ausschreibung nach dem System Win Probability × Contract Value.

Fehler 3: Amendments zu ignorieren. Nach Veröffentlichung einer Ausschreibung gibt der CO oft Änderungen (amendments) heraus, etwa Präzisierungen der Anforderungen oder Antworten auf Fragen anderer Teilnehmer. Wer Amendments nicht verfolgt und ein Angebot auf Grundlage des veralteten Textes abgibt, kann als Non-Compliant abgelehnt werden.

Fehler 4: die falsche Unternehmensgröße. Wenn Sie den Size Standard für Ihren NAICS-Code überschritten haben, dürfen Sie sich NICHT auf Small-Business-Set-aside bewerben. Eine Bewerbung trotz Überschreitung des Limits ist Betrug nach US-Bundesrecht. Prüfen Sie Ihren Status regelmäßig.

Fehler 5: fehlende Past Performance. Viele neue Unternehmen können keinen Auftrag gewinnen, weil sie im Staatssektor keine Past Performance vorweisen können. Die Lösung: mit einer Beteiligung als Subunternehmer über ein Teaming Agreement beginnen. Oder mit Kleinstbeschaffungen ($10,000 und weniger), bei denen keine Past Performance verlangt wird. Oder über

8(a)-Sole-Source-Aufträge.

Fehler 6: die Ausführungszeit zu unterschätzen. Government Contractors unterschätzen häufig die Komplexität der Ausführung im Vergleich zum kommerziellen Sektor. Regierungsaufträge verlangen: detaillierte Dokumentation jeder Handlung. Strikte Einhaltung der Fristen. Compliance mit Dutzenden FAR-Vorschriften. Wer nicht vorbereitet ist, ruiniert durch Verzögerungen und schlechte CPARS-Bewertungen seinen Ruf.

Fehler 7: den Preis im Verhältnis zum Markt zu hoch anzusetzen. Die Regierung veröffentlicht Independent Government Cost Estimates (IGCE), also wie viel sie zu zahlen plant. Liegt Ihr Preis deutlich darüber, verlieren Sie. Recherchieren Sie Marktsätze über GSA Rate Cards und vergleichbare Aufträge auf USASpending.gov.

Fehler 8: den GSA Schedule nicht zu nutzen. Der GSA Multiple Award Schedule besteht aus vorverhandelten Verträgen mit der GSA, über die jede Behörde bei Ihnen bestellen kann, ohne das vollständige Ausschreibungsverfahren zu durchlaufen. Den GSA Schedule zu erhalten dauert 3–12 Monate, eröffnet aber einen vereinfachten Zugang zu $40B+ jährlicher Beschaffungen.

Der Weg zum Erfolg: Im ersten Jahr Registrierung, Marktanalyse, Positionen als Subunternehmer. Im zweiten Jahr die ersten Direktaufträge und der Aufbau von Past Performance. Im dritten Jahr Spezialisierung, Folgeaufträge, Wachstum. Im fünften Jahr ein etablierter Government Contractor mit einem planbaren Portfolio.

Wie geht es weiter?

Danke, dass Sie „SAM.gov und US-Staatsaufträge“ gelesen haben.

Aktualisierungen dieses Buches, EPUB- und PDF-Dateien und alle Leitfäden der Reihe finden Sie auf der Buchseite: guides.mmix.biz/de/samgov

Maksym Stepanenko, Innova Publishing.