RFQ Abkürzung erklärt: Warum sie im Einkauf zählt

Category: Online-Marketing
geschrieben von Tobias Hager | 7. Februar 2026



RFQ Abkürzung erklärt: Warum sie im Einkauf zählt

Du hast „RFQ“ schon tausendmal gehört, genickt, als ob du wüsstest, worum’s geht – aber wenn du ehrlich bist, weißt du’s nicht genau? Willkommen im Club. Diese Abkürzung treibt in Einkaufsabteilungen, B2B-Plattformen und Lieferantenportalen ihr Unwesen, wird inflationär verwendet und doch selten verstanden. Zeit, das zu ändern. In diesem Artikel zerlegen wir RFQ

technisch, strategisch und operativ – und zeigen dir, warum du ohne Request for Quotation im modernen Einkauf nicht mal mehr einen Bleistift beschaffen kannst.

- Was bedeutet RFQ wirklich – und was unterscheidet es von RFI und RFP?
- Warum RFQ im strategischen Einkauf eine Schlüsselrolle spielt
- Wie ein sauber strukturierter RFQ-Prozess aussieht – Schritt für Schritt
- Welche Tools und Plattformen RFQs digitalisieren und automatisieren
- Wie du durch RFQs bessere Preise, Qualität und Lieferantenbeziehungen erzielst
- Welche Fehler beim RFQ-Prozess dich Zeit, Geld und Nerven kosten
- Was RFQs mit deinem ERP-System, E-Procurement und Lieferkettenintegration zu tun haben
- Warum RFQ nicht nur für große Konzerne, sondern auch für KMUs Pflicht ist

Was bedeutet RFQ? Die Abkürzung Request for Quotation im Einkauf erklärt

RFQ steht für „Request for Quotation“, auf Deutsch: Angebotsanfrage. Klingt simpel – ist es aber nicht. Denn in der Praxis ist ein RFQ kein formloses „Schick uns mal ein Angebot“, sondern ein strukturierter, formalisierter und oft systemgestützter Prozess, mit dem ein Unternehmen potenzielle Lieferanten auffordert, konkrete Angebote zu einem genau definierten Bedarf abzugeben. Dabei geht’s nicht nur um Preise, sondern um Lieferzeiten, Zahlungsbedingungen, Service-Level, technische Spezifikationen und vieles mehr.

Damit unterscheidet sich ein RFQ fundamental von anderen Einkaufsprozessen wie dem RFI („Request for Information“) oder dem RFP („Request for Proposal“). Während ein RFI lediglich zur Informationsbeschaffung dient und ein RFP häufig bei komplexeren Projekten eingesetzt wird, bei denen Ideen und Konzepte gefragt sind, geht es beim RFQ um harte Zahlen. Es ist der Moment, in dem der Einkauf sagt: „Wir wissen, was wir brauchen – jetzt zeigt, was es kostet.“

RFQs sind vor allem im B2B-Einkauf, in der Industrie, im Maschinenbau, in der Automobilbranche oder bei OEMs Standard. Aber auch im IT-Sektor, bei Agenturleistungen oder sogar im öffentlichen Sektor sind RFQs gängige Praxis. Die Digitalisierung hat dazu geführt, dass RFQs heute fast immer über E-Procurement-Systeme, ERP-Plattformen oder spezialisierte Ausschreibungstools laufen. Papier und Fax? Gehören ins Museum.

Ein sauberer RFQ-Prozess bringt Struktur, Vergleichbarkeit und Transparenz in die Beschaffung. Er zwingt Anbieter, sich an definierte Spielregeln zu halten – und verhindert, dass Äpfel mit Birnen verglichen werden. Gleichzeitig ermöglicht er eine lückenlose Dokumentation, die in regulierten Branchen oder

bei Audits Gold wert ist.

Warum RFQs im strategischen Einkauf unverzichtbar sind

Wer heute noch denkt, strategischer Einkauf sei nur etwas für Konzerne mit Einkaufsabteilungen in Hochglanzbüros, hat das Spiel nicht verstanden. RFQs sind das Rückgrat jeder professionellen Beschaffungsstrategie. Sie ermöglichen nicht nur Preisvergleiche, sondern schaffen Wettbewerb, erhöhen die Verhandlungsmacht und helfen, Lieferantenbeziehungen langfristig auf belastbare Beine zu stellen.

Im strategischen Einkauf geht es um mehr als den billigsten Preis. Es geht um Total Cost of Ownership (TCO), um Versorgungssicherheit, um Compliance, um ESG-Kriterien und um die Resilienz der Lieferkette. RFQs sind das Tool, mit dem du all diese Faktoren systematisch abfragen, bewerten und steuern kannst. Wer das nicht nutzt, kauft blind – und zahlt langfristig drauf.

Außerdem helfen RFQs, interne Anforderungen zu standardisieren. Wenn klar ist, welche Spezifikationen, Qualitätsstandards oder Lieferbedingungen gelten, entstehen weniger Rückfragen, Missverständnisse oder Nachverhandlungen. Das spart Zeit, reduziert Risiken und sorgt für höhere Effizienz – sowohl im Einkauf als auch bei den Lieferanten.

Ein oft unterschätzter Vorteil: RFQs liefern Daten. Jede Anfrage, jedes Angebot, jede Bewertung erzeugt strukturierte Datenpunkte, die in ERP-Systeme, Spend-Analytics-Tools oder Lieferantenbewertungen einfließen können. Wer seine RFQs digital aufsetzt, legt damit den Grundstein für datengetriebenes Procurement – und das ist 2025 kein Buzzword mehr, sondern Pflichtprogramm.

So läuft ein RFQ-Prozess wirklich ab – Schritt für Schritt erklärt

Ein professioneller RFQ-Prozess ist kein blindes Copy-Paste von alten Excel-Sheets und keine Massen-Mail an „Lieferanten XY“. Er folgt einer klaren Struktur – und genau diese Struktur macht ihn so wertvoll. Hier ist der Ablauf eines effizienten RFQ-Prozesses in 8 Schritten:

1. Bedarf definieren: Was soll beschafft werden? Welche Spezifikationen, Mengen, Liefertermine, Qualitätsanforderungen gelten?
2. Lieferanten identifizieren: Wer kommt in Frage? Bestehende Lieferanten, neue Anbieter, internationale Player?
3. RFQ-Dokument erstellen: Technische Anforderungen, rechtliche

Bedingungen, Templates für Preistabellen, Fristen, Ansprechpartner – alles muss drin sein.
4. Anfrage versenden: Über ein E-Procurement-Tool, eine ERP-Schnittstelle oder notfalls per E-Mail – aber bitte nie unstrukturiert.
5. Rückfragen managen: Lieferanten haben Rückfragen. Klare Kommunikationskanäle und zentrale FAQs helfen, das Chaos zu vermeiden.
6. Angebote erhalten und vergleichen: Jetzt wird’s spannend. Die Antworten werden gesammelt, verglichen, bewertet – nach Preis, Leistung, Servicelevel, ESG-Kriterien etc.
7. Entscheidung treffen: Wer bekommt den Zuschlag? Natürlich nicht nur der Billigste, sondern der, der das beste Gesamtpaket liefert.
8. Dokumentation und Feedback: RFQ-Prozesse müssen auditierbar sein. Und Feedback an unterlegene Anbieter hilft, die Qualität beim nächsten Mal zu verbessern.

Klingt aufwendig? Ist es auch – zumindest beim ersten Mal. Aber mit standardisierten Templates, automatisierten Workflows und einem klugen Toolset wird der RFQ-Prozess schnell zur Routine. Und das zahlt sich aus – jeden einzelnen Tag.

Tools und Plattformen für ein digitales RFQ-Management

Wer heute noch RFQs per Word-Dokument und Outlook organisiert, hat den Schuss nicht gehört. Moderne Einkaufsabteilungen arbeiten mit digitalen Tools, die RFQ-Prozesse automatisieren, strukturieren und skalieren. Die Auswahl ist groß – und reicht von ERP-integrierten Lösungen bis zu spezialisierten Ausschreibungsplattformen.

Beispiele gefällig? SAP Ariba, Jaggaer, Coupa, Ivalua oder SynerTrade bieten umfassende E-Procurement-Suiten mit RFQ-Modulen. Diese Tools integrieren sich nahtlos in ERP-Systeme, ermöglichen die zentrale Verwaltung von Lieferantenstammdaten, automatisieren Angebotsvergleiche und bieten durchgängige Audit-Trails. Für KMUs gibt es schlankere Lösungen wie Scout RFP, Onventis oder auch cloudbasierte Plattformen wie Mercateo oder SupplyOn.

Wichtig ist: Das Tool muss zum Prozess passen – nicht umgekehrt. Wer RFQs nur gelegentlich durchführt, braucht keine Enterprise-Suite. Wer regelmäßig komplexe Projekte ausschreibt, sollte aber auf Skalierbarkeit, Schnittstellen und Reporting achten. Und: Datenschutz, Hosting-Standort und Compliance (z. B. mit der EU-DSGVO) sind Pflichtkriterien bei der Auswahl.

Ein entscheidender Erfolgsfaktor ist die Akzeptanz bei internen Stakeholdern und externen Lieferanten. Ein Tool, das keiner versteht oder nutzen will, ist wertlos. Deshalb sollte Usability, Schulung und Support von Anfang an mitgedacht werden. Denn ein RFQ, der im System versandet, bringt exakt null Mehrwert.

Fehler im RFQ-Prozess: Was du vermeiden solltest

Ein RFQ ist nur so gut wie seine Umsetzung. Und hier passieren regelmäßig Fehler, die den ganzen Prozess ad absurdum führen. Die häufigsten Stolperfallen haben wir für dich zusammengefasst – inklusive Tipps, wie du sie vermeidest:

- Unklare Anforderungen: Wenn Spezifikationen vage sind, liefern Anbieter vage Angebote. Und du vergleichst am Ende Äpfel mit Schrauben.
- Zu viele oder falsche Lieferanten: Ein „Gießkannen-RFQ“ an 50 Anbieter führt zu Chaos, nicht zu Qualität. Selektiere gezielt und qualifiziere vorab.
- Fehlende Vergleichslogik: Anbieter nutzen unterschiedliche Einheiten, Währungen oder Preisstrukturen? Dann hilft nur einheitliches Template – keine Excel-Wildwestshow.
- Fristen-Chaos: Wenn RFQ-Deadlines nicht klar kommuniziert oder eingehalten werden, leidet der ganze Prozess. Setze harte Fristen und erinnere automatisiert.
- Keine Nachverfolgung: Angebote eingeholt, Entscheidung getroffen – und dann? Ohne systematische Nachverfolgung verliert sich der Lerneffekt für das nächste Mal.

All diese Fehler kosten nicht nur Zeit und Nerven, sondern reduzieren auch die Aussagekraft des gesamten RFQs. Und damit den eigentlichen Nutzen. Wer RFQs professionell aufsetzt, kann sich diese Stolpersteine sparen – und hat stattdessen belastbare, vergleichbare und verwertbare Ergebnisse.

Fazit: Ohne RFQ kein Einkauf von morgen

Der RFQ ist mehr als eine Abkürzung – er ist ein Prozess, ein Werkzeug und ein strategisches Asset im Einkauf. Wer ihn richtig einsetzt, kauft besser, effizienter und transparenter. Wer ihn ignoriert, verliert – an Wettbewerbsfähigkeit, an Verhandlungsmacht, an Daten. In einer Welt, in der Lieferketten global, Risiken komplex und Anforderungen hoch sind, ist der strukturierte Angebotsvergleich kein Luxus mehr, sondern Überlebensstrategie.

Ob KMU oder Konzern – der RFQ-Prozess gehört ins digitale Fundament jeder Einkaufsorganisation. Und das bedeutet: raus aus den Excel-Tabellen, rein in strukturierte, automatisierte, datengestützte Systeme. Denn der nächste Preisvergleich kommt bestimmt. Und der entscheidet nicht nur über den günstigsten Anbieter – sondern über den Erfolg deiner gesamten Supply Chain.