

# Request for Information (RFI): Der erste Schritt zur strukturierten Lieferantenauswahl

Der Request for Information (RFI) ist eine unverbindliche Anfrage zur Informationsbeschaffung, mit der Einkäufer vorab den Markt und potenzielle Lieferanten erkunden. Er bildet typischerweise die erste Stufe im Ausschreibungsprozess und schafft die Entscheidungsgrundlage für nachfolgende RFQ- oder RFP-Verfahren. Richtig eingesetzt reduziert der RFI Fehlentscheidungen, verkürzt später die Bearbeitungszeit und erhöht die Qualität der Lieferanten-Longliste.

## Das Wichtigste in Kürze

- Ein RFI dient der Markterkundung und ist ausdrücklich unverbindlich; Vertragsverhandlungen oder Kaufzusagen gehören nicht in diese Phase.
- Typische Inhalte sind Anbieterselbstauskünfte zu Produkten, Kapazitäten, Zertifizierungen, Nachhaltigkeit und Logistikkonzepten.
- Der RFI grenzt den Lieferantenkreis ein und bereitet anschließende Verfahren wie RFP oder RFQ strukturiert vor.
- In der Praxis werden für einen RFI häufig zwei bis sechs Wochen Antwortfrist eingeräumt, je nach Komplexität der Anforderungen.
- Kriterien und Bewertungslogik sollten vor Versand des RFI festgelegt werden, um Vergaberecht und Nachvollziehbarkeit zu wahren.
- Digitale Beschaffungsplattformen standardisieren RFIs über Formulare und Vorlagen und beschleunigen das Supplier Onboarding.

## Definition: Request for Information (RFI)

Der Request for Information (RFI) ist eine formlose bis teilformalisierte Anfrage eines Unternehmens an den Markt, um Informationen über Anbieter, Produkte, Dienstleistungen und technische Möglichkeiten zu sammeln. Er ist unverbindlich, schließt keinen Vertrag und begründet keine Kaufabsicht. Im Beschaffungsprozess steht der RFI am Anfang der Anfragekaskade, gefolgt von Request for Proposal (RFP) und Request for Quotation (RFQ).

## Abgrenzung zu RFP und RFQ

Der RFI fragt Information an, der RFP fordert Lösungsvorschläge und Konzepte, der RFQ fragt konkrete Preise und Konditionen ab. Der RFI ist damit das breiteste und unverbindlichste Instrument: Er hilft, zu erkennen, welche Anbieter überhaupt in Betracht kommen und welche Anforderungen realistisch sind. Eine klare Kennzeichnung als unverbindliche Anfrage schützt vor Missverständnissen auf beiden Seiten.

## Einsatzsituationen im industriellen Einkauf

RFIs kommen typischerweise zum Einsatz bei der Erschließung neuer Warengruppen, der Erweiterung des Lieferantenpools, der Markteinführung neuer Technologien oder bei strategischen Vorüberlegungen

zu Make-or-Buy. Auch bei komplexen Fertigungsaufträgen – etwa mehrstufigen Zulieferteilen – dient der RFI der frühen Klärung von Fertigungskompetenzen und Qualifikationsstatus, bevor eine Bedarfspezifikation finalisiert wird.

## **Aufbau und typische Inhalte eines RFIs**

Ein praxistauglicher RFI ist strukturiert aufgebaut und so formuliert, dass Antworten vergleichbar bleiben. Neben einem kurzen Anschreiben mit Projektziel und Zeitplan folgen definierte Informationsblöcke, die der Anbieter gleichmäßig ausfüllen kann.

### **Anbieterselbstauskunft und Leistungen**

Kern des RFI ist ein Selbsterklärungsbogen zu Unternehmen, Leistungen und Referenzen. Erfragt werden häufig Produktportfolio, Fertigungsverfahren, Maschinenausstattung, Stückzahlbereiche, Entwicklungskompetenzen und Referenzprojekte aus vergleichbaren Branchen. Ergänzend interessieren kritische Geschäftsfaktoren wie Liefertreue, Kapazitätsreserven und Exportfähigkeit.

### **Qualität, Compliance und Nachhaltigkeit**

Informationen zu Zertifizierungen, Qualitätssicherungsvereinbarungen, Auditierbarkeit und Reklamationsprozessen gehören in dieser Phase ebenfalls auf den Prüftisch. Zunehmend erfragt der Einkauf auch Nachhaltigkeitsdaten wie CO-Bilanzierung, Ziele nach Science Based Targets oder den Product Environmental Footprint (PEF) relevanter Produkte. Compliance-Fragen etwa zur Sanktionslistenprüfung und Lieferkettensorgfalt runden den Block ab.

### **Logistik und Kommerzialität im Überblick**

Auch wenn der RFI unverbindlich ist, lohnt ein grober Block zu Logistik, Incoterms-Vorlieben, Standorten und typischen Lieferzeiten. erste Hochrechnungen zur Produktkalkulation oder Preisstruktur sind möglich, solange klar als unverbindlich gekennzeichnet; bindende Preise folgen erst im RFQ.

## **Methoden und Vorgehen im RFI-Prozess**

Der Ablauf lässt sich in vier Phasen gliedern: Vorbereitung, Versendung, Bewertung und Ausleitung in das Folgeverfahren. Jede Phase hat eigene Qualitätsanforderungen, die über den späteren Erfolg des gesamten Vergabeprozesses mitentscheiden.

### **Vorbereitung: Bedarf definieren und Markt strukturieren**

Vor dem Versand sollte der Bedarf hinreichend präzise beschrieben sein – eine belastbare Bedarfspezifikation ist Voraussetzung für aussagekräftige Antworten. Der Einkauf definiert Suchkriterien, erstellt eine potenzielle Anbieterliste aus Marktdaten, Messen und bestehenden Netzwerken und legt die Bewertungskriterien samt Gewichtung fest. Ein hoher Vergabereifegrad der Anfrage verbessert die Antwortqualität deutlich.

### **Versendung und Kommunikation**

Der RFI geht schriftlich oder über eine Beschaffungsplattform an den vorselektierten Anbieterkreis. Wichtig sind einheitliche Antwortformate, eine feste Frist und ein zentraler Ansprechpartner für Rückfragen. In der Praxis hat sich bewährt, klare Regeln zu veröffentlichen: keine individuellen Vorteile, keine Vorabzusage, transparente Kontaktwege für alle Beteiligten.

## **Bewertung und Übergang in RFP oder RFQ**

Die Antworten werden entlang der vordefinierten Kriterien bewertet, häufig in einer Punkteskala von typischerweise 1 bis 5 je Kriterium. Das Ergebnis ist eine eingegrenzte Liste qualifizierter Anbieter, die zum nächsten Schritt eingeladen werden – etwa zu einem RFP mit Lösungskonzepten oder direkt zum RFQ mit konkreten Preisen. Bei eng definiertem Bedarf kann auch der Weg zu einem Werkvertrag direkt anschließen.

## **Wichtige KPIs und Erfolgsfaktoren beim RFI**

Auch das unverbindliche Markterkundungsverfahren lässt sich messen. Die folgenden Kennzahlen geben Aufschluss über Prozessqualität und Marktabdeckung; ihre Richtwerte hängen von Warengruppe und Komplexität ab.

### **Antwortquote und Antwortqualität**

Eine Antwortquote von typischerweise über 60 Prozent gilt bei gut adressierten RFIs als solide, bei spezialisierten Nischenleistungen kann sie niedriger ausfallen. Entscheidender als die reine Quote ist die Qualität: Wie vollständig sind die Antworten, wie hoch ist der Anteil relevanter Anbieter nach der Bewertung? Ein Soll-Ist-Vergleich der erfragten Informationen gegen die tatsächlich gelieferten Daten zeigt Schwächen im Fragebogen auf.

### **Durchlaufzeit und Effizienz**

Die Durchlaufzeit vom Versand bis zur Bewertung liegt in der Praxis häufig zwischen zwei und sechs Wochen. Digitalisierte Formulare mit strukturierten Feldern statt Freitext reduzieren den Auswertungsaufwand spürbar. Wer den RFI an sein Supplier Onboarding koppelt, kann qualifizierte Antworten unmittelbar als Stammdatenbasis weiterverwenden und Doppelabfragen vermeiden.

### **Beitrag zum Einsparziel und zum Lieferantenpool**

Der RFI trägt indirekt zum ROI im Einkauf bei: Er erweitert den Wettbewerbsdruck in späteren RFQs, deckt unbekannte Anbieter auf und verhindert Fehlvergaben. Die Vergrößerung des qualifizierten Lieferantenpools pro Warengruppe ist damit eine der wichtigsten Output-Größen des Verfahrens.

## **Risiken, Fehlerquellen und Kontrollen**

Trotz seiner Unverbindlichkeit birgt der RFI rechtliche und praktische Risiken. Fehler entstehen vor allem durch unklare Kommunikation, unvollständige Anforderungen und mangelnde Distanzierung von Vergabeverfahren.

### **Rechtliche Einordnung und Vorsicht bei Bindungswirkung**

Solange der RFI klar als unverbindliche Markterkundung gekennzeichnet ist, entsteht in der Regel keine Kaufverpflichtung. Dennoch kann er bei unvorsichtiger Formulierung faktisch als Teil eines Vergabeverfahrens gewertet werden – im öffentlichen Bereich besonders relevant, im Privatrecht kommt es auf Transparenz und Gleichbehandlung an. Die konkrete rechtliche Beurteilung sollte im Einzelfall geprüft werden, insbesondere bei grenzüberschreitenden Verfahren. Auch vereinheitlichte Compliance-Checks wie die Sanktionslistenprüfung gehören früh in den Prozess.

### **Informationsasymmetrie und Überfragung**

Zu lange Fragebögen schrecken qualifizierte Anbieter ab oder führen zu oberflächlichen Antworten. In

der Praxis hat sich eine Obergrenze von typischerweise rund zwei bis drei Stunden Bearbeitungsaufwand für den Anbieter bewährt. Offene Fragen ohne Struktur erzeugen Antworten, die sich nicht vergleichen lassen – strukturierte Felder mit Definitionen verhindern dies.

### **Diskretion und Wettbewerbsschutz**

Der RFI verrät Marktinteresse und Projektideen. Sensible Informationen wie Mengen, Zielkosten oder Roadmap-Themen sollten daher nur vorsichtig offengelegt und in einer Vertraulichkeitserklärung geschützt werden. Das gilt besonders, wenn später Pilotprojekte mit Lieferanten oder die Werkzeugfreigabe für proprietäre Bauteile angedacht sind.

## **Aktuelle Entwicklungen: Digitalisierung, Nachhaltigkeit und integrierte Prozesse**

Der RFI verändert sich mit der Digitalisierung der Beschaffung. Statt statischer PDF-Fragebögen dominieren zunehmend standardisierte digitale Formulare, die sich wiederverwenden und automatisch auswerten lassen.

### **Plattformgestützte Anfragen und Datenwiederverwendung**

Beschaffungsplattformen bieten Vorlagen für RFIs an, verbinden sie mit Lieferantenstammdaten und ermöglichen self-serviceartige Markterkundung. Antworten fließen direkt ins Supplier Onboarding ein, wodurch sich aufwändige Doppelbefragungen reduzieren. Grenzt ein Unternehmen seinen Bedarf später über eine Warengruppenstrategie ein, lassen sich die RFI-Ergebnisse als Referenzdatenbasis wiederverwenden.

### **Nachhaltigkeit und Lieferkettentransparenz**

Nachhaltigkeitskriterien werden zum Standardbestandteil des RFIs. Erfragt werden zunehmend Dekarbonisierungsziele nach Science Based Targets, Angaben zum Product Environmental Footprint (PEF) sowie Belege für Lieferkettensorgfalt. Wer diese Daten früh erhebt, kann sie später in einem Auditcheckliste-Verfahren oder bei der Erstellung einer Qualitätssicherungsvereinbarung ohne Neuerhebung weiterverwenden.

### **RFI als Baustein integrierter Lieferantenstrategie**

Der RFI wird zunehmend als Einstieg in den gesamten Lebenszyklus verstanden: von der Markterkundung über das Pilotprojekt mit Lieferanten bis zum Ramp-Down-Management am Lebenszyklusende. Auch für Notfallmanagement und Obsoleszenzmanagement liefern die im RFI erhobenen Kapazitäts- und Alternativdaten einen frühen Überblick über Ausfallrisiken in der Lieferkette.

## **Typische Kennzahlen**

#### **Antwortquote: > 60 %**

typischer Richtwert bei gut adressierten RFIs; bei Nischenleistungen niedriger

#### **Durchlaufzeit RFI: 2–6 Wochen**

vom Versand bis zur abgeschlossenen Bewertung, je nach Komplexität

#### **Anteil vollständiger Antworten: > 80 %**

hinweis auf Qualität und Verständlichkeit des Fragebogens

## Qualifizierte Anbieter nach Bewertung: 3–6

übliche Größe der Langliste für das Folgeverfahren

## Praxisbeispiel

Ein mittelständischer Maschinenbauer plant die Ausweitung seiner Fertigungstiefe im Bereich komplexer Schweißbaugruppen und benötigt neue Zulieferer. Statt direkt Angebote anzufordern, verschickt der Einkauf zunächst einen strukturierten RFI an rund 25 potenziell geeignete Anbieter. Nach vier Wochen liegen 16 vollständige Antworten vor; nach Bewertung verbleiben sechs Anbieter, die zu Detailgesprächen und einem anschließenden RFQ eingeladen werden.

- Der RFI enthielt Blöcke zu Fertigungskompetenzen, Zertifizierungen, Logistikkonzept und Nachhaltigkeitsdaten – alle Antworten in einheitlichem Formular.
- Kriterien und Gewichtung wurden vor dem Versand festgelegt und in einer Bewertungsmatrix dokumentiert.
- Qualifizierte Antworten wurden in die Lieferantenstammdaten übernommen und beschleunigten das Supplier Onboarding.
- Ein späteres Pilotprojekt mit Lieferanten überklebte die Verfahrensqualität des RFI-Bewertungsergebnisses.

## Fazit

Der Request for Information ist mehr als eine Vorstufe der Angebotsanfrage: Er strukturiert die Markterkundung, reduziert den Aufwand in späteren Verfahren und schafft eine vergleichbare Datenbasis für die Lieferantenauswahl. Entscheidend sind eine präzise Bedarfsdefinition, strukturierte Frageformate und eine vorab festgelegte Bewertungslogik. Wer den RFI digital aufsetzt und mit Stammdaten, Compliance-Checks und Nachhaltigkeitserfassung koppelt, gewinnt einen wiederverwendbaren Baustein seiner Lieferantenstrategie. Im Zusammenspiel mit RFP und RFQ trägt er erheblich dazu bei, Fehlvergaben zu vermeiden und den Wettbewerb in der Beschaffung zu stärken. Der moderate Aufwand steht damit in einem günstigen Verhältnis zum langfristigen Nutzen.

## Häufige Fragen

### Was ist ein RFI im Einkauf?

Ein RFI (Request for Information) ist eine unverbindliche Anfrage an potenzielle Lieferanten, um Informationen über Leistungen, Kapazitäten und Qualifikationen zu sammeln. Er dient der Markterkundung am Beginn des Beschaffungsprozesses. Verträge oder Preiszusagen entstehen durch einen RFI nicht.

### Was ist der Unterschied zwischen RFI, RFP und RFQ?

Der RFI fragt allgemeine Informationen ab, der RFP fordert ausgearbeitete Lösungsvorschläge und Konzepte, der RFQ fragt konkrete Preise und Konditionen an. Die drei Instrumente bauen häufig aufeinander auf und grenzen den Anbieterkreis schrittweise ein. Je später im Prozess, desto verbindlicher werden die Anfragen.

### Ist ein RFI rechtlich verbindlich?

Ein richtig formulierter RFI ist unverbindlich, weil keine Kaufabsicht und keine Angebotsabgabe gefordert werden. Dennoch kann er bei unklarer Formulierung als Teil eines Vergabeverfahrens gewertet

werden, insbesondere im öffentlichen Beschaffungswesen. Die konkrete rechtliche Beurteilung sollte im Einzelfall geprüft werden.

### **Wann setzt man einen RFI ein?**

Ein RFI eignet sich bei neuen Warengruppen, unbekanntem Lieferantenmarkt, komplexen Anforderungen oder strategischen Vorüberlegungen wie Make-or-Buy. Er hilft, realistische Anforderungen zu prüfen und den Anbieterkreis einzugrenzen, bevor Preise erfragt werden. Bei klar definiertem Bedarf und bekanntem Markt kann der RFI entfallen.

### **Wie lange dauert ein RFI-Prozess?**

In der Praxis dauert ein RFI-Projekt vom Versand bis zur abgeschlossenen Bewertung typischerweise zwei bis sechs Wochen. Die Frist für Anbieterantworten liegt häufig bei zwei bis drei Wochen, abhängig von Komplexität und Anzahl der Fragen. Digitale Formulare verkürzen die Auswertungszeit deutlich.

### **Welche Fragen gehören in einen RFI?**

Typisch sind Fragen zum Unternehmen, zum Produkt- und Leistungsportfolio, zu Referenzen, Zertifizierungen und Qualitätsprozessen. Ergänzend werden Kapazitäten, Standorte, Logistikkonzepte und zunehmend Nachhaltigkeits- und Compliance-Daten erfragt. Bindende Preise gehören nicht in den RFI, sondern in den späteren RFQ.