Ausschreibungsstrategie: Systematische Steuerung von Einkaufswettbewerben

Die Ausschreibungsstrategie ist der vorab festgelegte Plan, mit dem ein Unternehmen Einkaufswettbewerbe strukturiert, durchführt und auswertet. Sie bestimmt, welche Positionen vergaben werden, in welchem Verfahrensformat, mit welchen Kriterien und welchen Zielsetzungen. Eine durchdachte Ausschreibungsstrategie senkt Beschaffungskosten, reduziert Lieferantenrisiken und beschleunigt den Vergabeprozess. Ohne sie verlaufen Ausschreibungen häufig unstrukturiert, liefern schwer vergleichbare Angebote und binden unnötig Ressourcen.

Stand Oktober 2026 · amplifa-marketplace.ai/lexikon/ausschreibungsstrategie

Das Wichtigste in Kürze

01 Die Ausschreibungsstrategie legt Verfahrensart, Wettbewerbsintensität, Bewertungskriterien und zeitlichen Ablauf einer Ausschreibung vorab verbindlich fest.

02 Sie unterscheidet nach Fragestellung: Preis, Leistung, Technologie oder Lieferantenauswahl stehen jeweils im Vordergrund.

03 Typische Formate sind Offene Ausschreibung, kontrollierter Wettbewerb, RFQ (Request for Quotation), RFI (Request for Information) und RFP (Request for Proposal).

04 Bewertungskriterien werden als Nutzwertanalyse mit Gewichten definiert, typischerweise mit Anteilen für Preis, Technik, Logistik und Qualität.

05 Wesentliche Erfolgsfaktoren sind belastbare Spezifikationen, saubere Datenqualität und eine realistische Bietgemeinschaft von häufig drei bis sechs Anbietern.

06 Die Strategie ist eng verzahnt mit Lieferantenmanagement, Portfolioanalyse Einkauf und dem operativen Ausschreibungsmanagement.

Definition: Ausschreibungsstrategie

Die Ausschreibungsstrategie beschreibt die planerische Gesamtkonzeption eines Beschaffungswettbewerbs: Zielsetzung, Verfahrenswahl, Teilnehmerkreis, Kommunikationsregeln, Bewertungslogik und Vertragsentwurf werden vor Start der Ausschreibung verbindlich festgelegt. Sie ist damit das Bindeglied zwischen Beschaffungsstrategie und operativem Ausschreibungsmanagement.

Abgrenzung zur Ausschreibung selbst

Die Ausschreibung ist das Dokument bzw. der Prozess, mit dem Angebote eingeholt werden. Die Ausschreibungsstrategie beantwortet dagegen die Fragen davor: Warum wird ausgeschrieben, in welcher Form, mit wem und nach welchen Regeln? Eine Ausschreibung ohne Strategie degeneriert leicht zum reinen Preisspiegel und vernachlässigt Total Cost of Ownership, Lieferkettensicherheit und Qualitätsanforderungen.

Einordnung in den Einkaufsprozess

Die Strategie folgt typischerweise auf die Bedarfsanalyse und eine Outsourcing-Potenzialanalyse bzw. eine Portfolioanalyse Einkauf, die klärt, welche Artikel überhaupt wettbewerbsfähig beschafft werden sollten. Auf Strategie und Ausschreibung folgen Angebotsbewertung, Verhandlung, Vergabe und anschließendes Lieferantenmanagement. Damit ist die Ausschreibungsstrategie ein zentrales Steuerungsinstrument des strategischen Einkaufs im DACH-Mittelstand und in der Großindustrie gleichermaßen.

Methoden und Vorgehen bei der Ausschreibungsstrategie

Der Aufbau einer Ausschreibungsstrategie folgt in der Praxis meist einem mehrstufigen Ablauf: Zieldefinition, Marktbetrachtung, Verfahrensauswahl, Kriteriensystem und Ablaufplanung. Jede Stufe liefert Entscheidungsvorlagen und verhindert, dass während des Laufs ad hoc umgesteuert wird – ein häufiger Grund für Verzögerungen und Glaubwürdigkeitsverluste bei Anbietern.

Ziele und Ausschreibungsformate wählen

Zunächst wird geklärt, welches Ziel der Wettbewerb verfolgt: Preisoptimierung bei Standardteilen, Technologiegewinnung bei Innovationen oder Aufbau einer neuen Lieferantenbasis. Daraus leitet sich das Format ab. Ein RFQ eignet sich für klar spezifizierte Teile, ein RFP für Leistungsbeschreibungen mit Lösungsspielraum, ein RFI für die Marktsondierung. Bei Digitalisierungs- oder Nachhaltigkeitsfragen, etwa mit Bezug zu Life Cycle Assessment (LCA), beginnt der Prozess häufig mit einer RFI-Runde.

Wettbewerbsdesign und Teilnehmerkreis

Die Zahl der eingeladenen Anbieter bestimmt Wettbewerbsdruck und Aufwand. In der Praxis haben sich drei bis sechs qualifizierte Bieter bewährt: darunter ist der Wettbewerb schwach, darüber sinkt die Angebotsqualität und der Koordinationsaufwand steigt. Die Vorauswahl stützt sich auf die Lieferantenklassifizierung und Ergebnisse der Bonitätsprüfung. Auch der Umgang mit Nachforderung

von Unterlagen – etwa Zertifikaten oder Referenzen – wird vorab geregelt, um Nachfragen während des Laufs zu vermeiden.

Kriterien und Bewertungsmodell festlegen

Bewertungskriterien werden vor Angebotsöffnung als Nutzwertanalyse mit festen Gewichten dokumentiert. Typische Blöcke sind Preis und Kostentransparenz, Technik und Qualität, Logistik und Flexibilität sowie Nachhaltigkeit und Compliance. Auch Rahmenbedingungen wie Payment Terms, Lieferplan-Verbindlichkeiten oder die geforderte Katalogstruktur für die spätere Bestellabwicklung gehören in die Kriterien. So lassen sich Angebote objektiv vergleichen und die Entscheidung ist intern wie extern nachvollziehbar.

KPIs zur Steuerung der Ausschreibungsstrategie

Eine Ausschreibungsstrategie ist nur wirksam, wenn ihre Ergebnisse messbar sind. Kennzahlen zeigen, ob der Wettbewerb die angestrebte Kosteneffizienz, Qualität und Geschwindigkeit liefert – und wo das Design nachjustiert werden muss.

Kosten- und Einsparungskennzahlen

Zentrale Größe ist die realisierte Einsparung gegenüber Referenzpreisen oder Letztlieferantenpreisen, in der Praxis häufig im einstelligen bis niedrigen zweistelligen Prozentbereich bei ersten Ausschreibungen von Standardleistungen. Ergänzend wird die Kosten-Nutzen-Analyse je Ausschreibung herangezogen: Sie stellt interne Bearbeitungskosten, Toolkosten und Anbieteraufwand den erreichten Vorteilen gegenüber und verhindert, dass kleine Volumina überdimensioniert ausgeschrieben werden.

Prozess- und Qualitätskennzahlen

Prozessseitig relevant sind Durchlaufzeit von Freigabe bis Vergabe, Angebotsquote der eingeladenen Anbieter sowie der Anteil vollständiger, belastbarer Angebote. Ein Data Quality Score für eingehende Angebotsdaten zeigt, wie vergleichbar und maschinenverarbeitbar die Antworten sind. Nach der Vergabe belegen Qualitäts- und Liefertreue der neueingesetzten Lieferanten, ob die Bewertungskriterien richtig gesetzt waren.

Kennzahlen je Strategietyp

Bei Preiswettbewerben dominieren Einsparung und TCO-Effekte, bei Technologieausschreibungen Kriterien wie Innovationsanteil und Time-to-Market, bei Risikoausschreibungen die Verteilung des Volumens auf mehrere Quellen. Die KPI-Auswahl sollte daher bewusst an der jeweiligen Zielsetzung der Ausschreibungsstrategie ausgerichtet werden, nicht über alle Fälle gleich.

Risiken und Kontrollen in der Ausschreibungsstrategie

Ausschreibungen bergen operative, rechtliche und strategische Risiken: unklare Spezifikationen, kolussionale Absprachen, Abhängigkeiten vom Billiganbieter oder mangelnde Nachbereitbarkeit der Entscheidung. Kontrollen und dokumentierte Prozesse mindern diese Risiken erheblich.

Spezifikations- und Marktrisiken

Unvollständige Zeichnungen oder schwankende Materialfreigabe-Anforderungen führen zu unvergleichbaren Angeboten und Nachverhandlungen nach der Vergabe. Gegensteuer: belastbare Lastenhefte, verbindliche Zeichnungsstände und ein definierter Prozess für Angebotsrückfragen. Auch ein zu enger Teilnehmerkreis birgt Risiko – fällt ein Bieter aus, fehlt der Wettbewerb.

Verhaltens- und Compliance-Risiken

Preisabsprachen, kartellrechtliche Grenzfälle und Interessenkonflikte erfordern klare Spielregeln: einheitliche Informationen an alle Bieter, getrennte Rollen von fachlicher Bewertung und Vergabeentscheidung sowie Dokumentation jeder Abweichung. Abweichungen von der ausgeschriebenen Spezifikation bedürfen einer formalen Abweichgenehmigung, bevor sie in der Bewertung berücksichtigt werden.

Umsetzungs- und Nachverhandlungsrisiken

Die stärkste Strategie verliert an Wert, wenn die Umsetzung scheitert. Die wertvollste Ressource ist daher die Konsequenz: einmal definierte Kriterien und Verfahrensregeln werden nicht nachträglich geändert, und Nachverhandlungen nur im engen Rahmen zugelassener Punkte erfolgen. Vom Billiganbieter ausgehende Lieferprobleme werden durch Kapazitäts- und Finanzprüfungen – etwa die Bonitätsprüfung – im Bewertungsmodell abgesichert.

Aktuelle Entwicklungen bei der Ausschreibungsstrategie

Ausschreibungsstrategien verändern sich durch Digitalisierung, Lieferkettendruck und Nachhaltigkeitsanforderungen. Elektronische Plattformen beschleunigen den Prozess, während Resilienz- und ESG-Kriterien das reine Preiskriterium relativieren.

Digitalisierung und Automatisierung

E-Sourcing-Plattformen und KI-gestützte Werkzeuge unterstützen bei der Erstellung von Ausschreibungsunterlagen, der Angebotsauswertung und der Anbieterrecherche. Der Automatisierungsgrad Rechnung und die Anbindung an ein Lieferantennetzwerk zeigen, dass auch nachgelagerte Prozesse digital erwartet werden – Ausschreibungen sollten daher Interface-Anforderungen wie OCI (Open Catalog Interface) für Katalogbestellungen früh adressieren. Wichtig bleibt: Automatisierung beschleunigt, ersetzt aber nicht die strategische Entscheidung über Format und Kriterien.

Resilienz und Nachhaltigkeit als Kriterien

Lieferkettendisruptionen haben Mehrquellenstrategien und Regionalität in den Vordergrund gerückt. Nachhaltigkeitsanforderungen – etwa Emissionsdaten entlang der Lieferkette oder Life Cycle Assessment (LCA)-Angaben – werden zunehmend als gewichtete Kriterien in Nutzwertanalysen aufgenommen. Auch Vertragsgestaltungen wie Warranty-Regelungen oder eskalationsfähige Preisgleitklauseln gewinnen an Bedeutung.

Kombination mit Vertrags- und Steuerungsmodellen

Ausschreibungsstrategien enden nicht bei der Vergabe. Rahmenverträge mit definierten Payment Term Adherence-Zielen, eskalierte Mahnlauf-Prozesse bei Zahlungsverzug auf Lieferantenseite oder an Produktionssteuerung gekoppelte Lieferpläne werden zunehmend schon in der Ausschreibung mitverhandelt. So wird der Wettbewerb zum Startpunkt einer langfristigen, messbar gesteuerten Lieferantenbeziehung.

Typische Kennzahlen

Kennzahl	Typischer Wert
Realisierte Einsparung	typischerweise 3–15 % *gegenüber Referenz- bzw. Letztlieferantenpreis, je nach Wettbewerbssituation*
Angebotsquote	>= 80 % *Anteil der eingeladenen Anbieter mit vollständiger Abgabe*
Durchlaufzeit Ausschreibung	typischerweise 4–12 Wochen *von Freigabe bis Vergabe, abhängig von Komplexität*
Data Quality Score	> 90 % *Anteil maschinenvergleichbarer, vollständiger Angebotsdaten*

Praxisbeispiel

Ein mittelständischer Maschinenbauer ausschrieb jährlich palliative, aber dringend benötigte Frästeile über mehrere Standorte einzeln und erhielt stark schwankende Preise. Er entwickelte eine Ausschreibungsstrategie, die Volumina bündelte, zwei Bewertungsstufen (RFI für technische Eignung, anschließend RFQ mit Nutzwertanalyse) und verbindliche Logistikanforderungen einführte.

- Bündelung der Standortbedarfe zu einem Ausschreibungspaket mit zwei Jahren Laufzeit und Optionsverlängerung
- Vorab-Festlegung von Kriteriengewichten: 50 % Preis und TCO, 30 % Technik und Qualität, 20 % Logistik und Flexibilität
- Angebotsbewertung mit Data Quality Score, um unvollständige Angebote früh auszusondern

- Vergabe an zwei Lieferanten (70/30-Aufteilung) zur Risikostreuung und Definition von Payment Terms und Lieferplan-Prozessen im Vertrag

Fazit

Die Ausschreibungsstrategie entscheidet über den wirtschaftlichen Erfolg eines Einkaufswettbewerbs – lange bevor das erste Angebot eingeht. Sie verbindet Ziele, Verfahrensformat, Teilnehmerkreis und Bewertungslogik zu einem nachvollziehbaren Plan und schafft damit die Basis für objektive Vergabeentscheidungen. Unternehmen mit klarer Strategie erzielen in der Praxis nicht nur bessere Preise, sondern auch stabilere Lieferantenbeziehungen und kürzere Durchlaufzeiten. Voraussetzung sind belastbare Spezifikationen, saubere Daten und ein diszipliniertes Ausschreibungsmanagement. Wer seine Ausschreibungsstrategie regelmäßig an Marktlage, Resilienz- und Nachhaltigkeitsanforderungen anpasst, macht sie zum dauerhaften Hebel im strategischen Einkauf.

Häufige Fragen

? Was ist eine Ausschreibungsstrategie?

Eine Ausschreibungsstrategie ist der vorab festgelegte Plan für einen Einkaufswettbewerb: Sie definiert Zielsetzung, Verfahrensformat, Teilnehmerkreis, Bewertungskriterien und zeitlichen Ablauf. Sie stellt sicher, dass Angebote vergleichbar sind und die Vergabeentscheidung nachvollziehbar getroffen wird. Sie ist damit das Bindeglied zwischen Beschaffungsstrategie und operativem Ausschreibungsmanagement.

? Welche Ausschreibungsarten gibt es im Einkauf?

Üblich sind RFQ (Request for Quotation) für klar spezifizierte Leistungen, RFP (Request for Proposal) bei Lösungsspielraum, RFI (Request for Information) zur Marktsondierung sowie Auktionen und kontrollierte Wettbewerbe. Die Wahl hängt von Fragestellung, Spezifikationsgrad und Marktsituation ab. In der Praxis werden RFI und RFQ häufig kombiniert.

? Wie viele Anbieter sollte man in eine Ausschreibung einbeziehen?

In der Praxis haben sich häufig drei bis sechs qualifizierte Bieter bewährt. Weniger Anbieter schwächen den Wettbewerb, mehr erhöhen Aufwand und senken oft die Angebotsqualität. Die Vorauswahl sollte anhand von Lieferantenklassifizierung, Bonitätsprüfung und Referenzen erfolgen.

? Welche Kriterien gehören in eine Ausschreibungsbewertung?

Typische Kriterienblöcke sind Preis und Total Cost of Ownership, Technik und Qualität, Logistik und Flexibilität sowie Compliance und Nachhaltigkeit. Die Kriterien werden vor Angebotsöffnung mit Gewichten fixiert, häufig als Nutzwertanalyse. Auch Rahmenbedingungen wie Payment Terms oder geforderte Systemanbindungen gehören hinein.

? Wie lange dauert eine industrielle Ausschreibung?

Die Dauer hängt von Komplexität und Volumen ab. Standardteile werden in der Praxis in wenigen

Wochen vergangen, komplexe Technologieleistungen benötigen mehrere Monate. Eine klare Ausschreibungsstrategie mit definierten Meilensteinen und vorgelagerter Nachforderung von Unterlagen verkürzt die Durchlaufzeit erheblich.

? Was unterscheidet Ausschreibungsstrategie und Ausschreibungsmanagement?

Die Ausschreibungsstrategie legt die konzeptionellen Entscheidungen fest: Warum, wie und mit wem wird ausgeschrieben. Das Ausschreibungsmanagement betreibt den Prozess operativ: Unterlagen erstellen, Anbieter kommunizieren, Angebote auswerten, Vergabe vorbereiten. Beide Ebenen greifen ineinander und benötigen klare Verantwortlichkeiten.

Passende Anbieter auf Amplifa finden

Geprüfte Industrieanbieter aus der DACH-Region. Bedarf beschreiben und vergleichbare Angebote erhalten.

amplifa-marketplace.ai