

DREI SCHRITTE

zur erfolgreichen Preisverhandlung



Überdurchschnittlich erfolgreiche Unternehmen sind die, die am besten verhandeln, also eine hohe Verhandlungskompetenz haben.

Es geht bei Erfolg in Preisverhandlungen nicht nur darum, dass diese Unternehmen günstige Einkaufskonditionen und damit auch eine strategische Marketingstrategie mit höheren Margen haben, sondern auch um eine Einstellung. Wie ist die Marktwahrnehmung meines Unternehmens? Gehe ich sofort Kompromisse ein oder kämpfe ich als Unternehmen und Mitarbeiter um die Wertigkeit meiner Produkte und damit um meine Preise? Wie gehe ich als Unternehmen mit knappen Ressourcen um?

Ihr Umgang mit Preisverhandlungen sagt sehr viel über Sie selbst und Ihr Unternehmen aus, und gleichzeitig hat es Auswirkungen auf Ihr Ergebnis. Daher lohnt es sich, das Beste aus Preisverhandlungen herauszuholen.

Der Einkauf gilt als die härteste Verhandlungssparte schlechthin. Hier sitzen sich Profis gegenüber, die ihre Branche, alle Tricks und meist auch ihren Verhandlungspartner kennen. Ihr beruflicher Standard, und bei vielen Verkäufern auch das Gehalt, werden daran gemessen, wie erfolgreich sie für ihr Unternehmen verhandeln. Selbst für kleinste Zugeständnisse wird viel Aufwand betrieben, denn die Zahlen dimensionieren sich erheblich durch die großen Liefervolumen. Um die erforderliche Effizienz in der Preisverhandlung zu erreichen, gibt es nur zwei Möglichkeiten: learning by doing (und über Jahre Verluste in Kauf nehmen) oder ein Training zu besuchen.

Jedes Kind übt sich ständig im Verhandeln. »Muss ich tatsächlich um zehn Uhr schon ins Bett?«, fragt Anna beispielsweise die Eltern. Nach längerem Hin und Her darf die Tochter eine halbe Stunde länger aufbleiben. Im Leben gibt es laufend Verhandlungen. Die Interessen werden gegenseitig abgesteckt – in Verhandlungen. Verfügen alle Beteiligten über vergleichbare Machtmittel, spielt das Grundprinzip jeglicher Verhandlung, nämlich:

Ich gebe, damit auch du gibst.

Nur wenn auf einer Seite eine Übermacht besteht, endet die Verhandlung ohne Erfolg. Wer übermächtig ist, handelt



Um die erforderliche Effizienz in der Preisverhandlung zu erreichen, gibt es nur zwei Möglichkeiten: learning by doing [...] oder ein Training zu besuchen.

meist selbstherrlich. Früher waren Verhandlungspartner ausschließlich auf ihren Instinkt und ihre Begabung angewiesen. Heute sind die Verhandlungstechniken bekannt und erlernbar. In der scheinbar schwer erfassbaren Verhandlungskunst gibt es theoretische und experimentelle Erkenntnisse, die alltagstauglich sind.

Erster Schritt zu Erfolg in Preisverhandlungen

Verändern Sie die Perspektive und schauen Sie aus Sicht Ihres Kunden auf die Verhandlung für Ihren Erfolg in Preisverhandlungen. Hier gilt die 80:20-Regel des Pareto-Prinzips. Sind Sie in 20 Prozent der Lieferanten, die 80 Prozent des kompletten Einkaufswertes Ihres Kunden ausmachen? Denn genau darauf wird sich ein Einkäufer fokussieren. Ich bezeichne das immer mit dem Thema »Wie hoch ist das Interesse des Einkäufers an der Verhandlung?«. Wenn das Interesse sehr hoch ist und Sie in den 20 Prozent der Top-Lieferanten sind, dann

kommt viel eher ein Satz »Sie sind zu teuer« bzw. der Einkäufer wird wesentlich härter verhandeln, denn jeder Prozentpunkt zu seinen Gunsten bedeutet einen deutlichen Margenvorsprung für sein Unternehmen.

Zweiter Schritt zu erfolgreichen Preisverhandlungen

Wie sieht die sogenannte Machtsituation zwischen Ihnen und Ihrem Kunden aus. Wenn Sie ein Monopolist sind, haben Sie die komplette Macht und da müssen Sie nicht verhandeln und vice versa. Es lohnt sich, vor der Preisverhandlung die Machtsituation zu analysieren und viele Einkäufer, die auf Ihr Unternehmen als Lieferanten angewiesen ist, wird versuchen, seine Machtposition zu erhöhen, gerade wenn er das Gefühl hat, dass er kaum Macht hat.

Dritter Schritt zu Erfolg in Verhandlungen

Eine gute Vorbereitung ist die »halbe Miete« zu mehr Erfolg in Preisverhandlungen: ▶

Schauen Sie sich zunächst an, was Sie über Ihren Verhandlungspartner wissen. Wenn Sie ihn aus vorherigen Gesprächen kennen, analysieren Sie, wo seine Stärken und seine Schwächen liegen. An welchen Punkten ist er »eingeknickt«, auf welche Argumente ist er wie angesprungen. Was ist er für ein Typ? Wie wichtig ist ihm eine harmonische und langfristige Zusammenarbeit? Gab es Situationen in den letzten Jahren, in denen Sie ihm – beispielsweise bei einer fehlerhaften Lieferung – außergewöhnlich kulant entgegengekommen sind? Schreiben Sie alles auf! Denn in den eigentlichen Preisverhandlungen kommt es darauf an, dass Sie alle Argumente parat haben. Auch wenn Sie diese gar nicht zwingend bringen müssen, stärkt eine akribische Vorbereitung Ihre Selbstsicherheit und das ist die Basis für alle erfolgreichen Preisverhandlungen.

Neben der rein faktenbasierten Vorbereitung ist es auch wichtig, sich in seinen eigenen Gedanken für die Preisverhandlung vorzubereiten. Verhandlungserfolg ist auch eine Frage der Einstellung. Ich nutze hier gerne folgende Fragen für die emotionale Vorbereitung:

- Was denke ich über mich in der Rolle als Verhandlungspartner/in?
- Was denke ich über meinen Verhandlungspartner?

- Was denke ich über den Verhandlungsgegenstand?
- Was glaube ich, denkt mein Verhandlungspartner über mich, den Verhandlungsgegenstand und sich selbst?
- Wie groß oder klein fühle ich mich (Macht) im Vergleich zum Verhandlungspartner?
- Falls Größenunterschiede bestehen: Was kann ich tun, um auf Augenhöhe zu kommen?
- Welche Verhaltensweisen, Einstellungen will ich in der Preisverhandlung anwenden – welche vermeiden?
- Welche Verhaltensweisen habe ich bei meinem Verhandlungspartner beobachtet und wie will ich reagieren?
- Sind meine Einstellungen für die kommende Verhandlung hilfreich oder hinderlich und sollte ich sie noch mal überdenken?
- Gibt es Tretminenthemen zwischen mir und meinem Verhandlungspartner? Und falls ja, wie möchte ich damit umgehen?

Wie sieht die ideale Lösung aus? Woran erkenne ich diese ideale Lösung?

Wer sich selbst gut kennt und weiß, welche Trigger wie wirken und damit auch, wann er sich angegriffen fühlt, kann besser verhandeln. Lernen Sie auch den Umgang mit Ihren eigenen Triggern und Sie werden

Die Autorin



Ulrike Knauer ist Speakerin, Autorin und Verhandlungsprofi aus Leidenschaft – und das seit über 30 Jahren in internationalen Verhandlungen und Marktaufbau.

den Angriffen der Einkäufer nonchalant parieren können.

In der Emotion halten wir die beste Rede unseres Lebens, die wir eventuell ein Leben lang bereuen werden. Auf die Preisverhandlung bezogen bedeutet das, unter Stress neigen wir eher zu Fehlern und mehr Zugeständnissen. Viel Erfolg bei Ihren Preisverhandlungen! ♦



Wer sich selbst gut kennt und weiß, welche Trigger wie wirken und damit auch, wann er sich angegriffen fühlt, kann besser verhandeln.