

KAPITEL 15

Harte Preisverhandlungen mit Profi-Einkäufern

Ein Profi-Einkäufer hat einen Job: deinen Preis drücken. Dein Job ist es, ihm einen anderen Job zu geben.

Du sitzt einem Menschen gegenüber, der das hauptberuflich macht. Der Einkäufer auf der anderen Seite führt jeden Tag Gespräche wie dieses. Er kennt die Tricks. Er kennt die Schwachstellen. Er kennt den Reflex der meisten Verkäufer – und er nutzt ihn.

Das klingt einschüchternd. Ist es aber nicht – wenn du weißt, wie Profi-Einkäufer ticken.

Wie Profi-Einkäufer wirklich ticken

Profi-Einkäufer arbeiten meistens mit klaren Vorgaben. Sie haben ein Einkaufsziel – zum Beispiel acht Prozent Kostensenkung im laufenden Jahr. Dieses Ziel gilt es zu erreichen, egal was.

Das bedeutet: Ihr Druck ist strukturell, nicht persönlich. Der Einkäufer mag dich vielleicht sogar. Er weiß, dass dein Angebot gut ist. Aber er hat seinen Job zu machen. Und sein Job ist Druck.

Was das für dich bedeutet: Nimm seinen Druck nicht persönlich. Er ist kein Angriff auf dich, dein Unternehmen oder deine Leistung. Er ist eine Methode.

AUF DEN PUNKT

- Profi-Einkäufer haben strukturellen Druck – das ist kein persönlicher Angriff.
- Ihr Ziel ist fast immer ein Prozentziel, kein absoluter Preis.
- Sie kennen die Standard-Reaktionen von Verkäufern – und rechnen mit ihnen.
- Wer ihre Methoden kennt, verliert keine Nerven.
- Der entscheidende Vorteil: Du musst ihr System nur verstehen, nicht mitspielen.

Typische Sätze aus dem Einkauf – und deine Antwort

Hier sind die häufigsten Sätze, die du im Profi-Einkauf hörst – und wie du damit umgehst.

Ihr Mitbewerber ist günstiger.

Was dahintersteckt: Druck durch Vergleich. Oft stimmt das sogar – aber der Vergleich ist selten fair.

SO SAGST DU ES:

Das kann ich gut nachvollziehen. Darf ich fragen, worauf sich der Vergleich genau bezieht? Ich möchte sichergehen, dass wir über das Gleiche reden – Leistung, Laufzeit, Service und Konditionen inklusive.

Warum das funktioniert: Du zwingst den Einkäufer, den Vergleich zu präzisieren. Das ist in den meisten Fällen unangenehm für ihn – weil der Vergleich nicht wirklich fair ist.

Da müssen Sie noch deutlich runtergehen.

Was dahintersteckt: Ein weicher Einstieg. Kein konkretes Ziel, nur Druck.

SO SAGST DU ES:

Ich höre, dass es Spielraum geben soll. Damit ich dir einen sinnvollen Vorschlag machen kann – um welchen Rahmen geht es konkret?

Warum das funktioniert: Du lehnt die vage Forderung ab, ohne sie zu provozieren. Du holst dir Information statt Druck.

Das ist unser letztes Angebot.

Was dahintersteckt: Der Versuch, dich zu einer Sofortentscheidung zu drängen.

SO SAGST DU ES:

Gut zu wissen. Darf ich das kurz bewerten? Ich möchte nicht voreilig handeln – das wäre für uns beide keine gute Basis.

Warum das funktioniert: Du nimmst den Zeitdruck raus, ohne konfrontativ zu werden.

Wir haben schon drei andere Anbieter.

Was dahintersteckt: Verringerung deiner gefühlten Verhandlungsmacht.

SO SAGST DU ES:

Das glaube ich dir gern. Dann interessiert mich: Was müsste unser Angebot liefern, damit du uns am Ende den Vorzug gibst – jenseits vom Preis?

Warum das funktioniert: Du drehst das Gespräch von Preis auf Wert. Und das ist genau dein Territorium.

FEHLER, DIE DU DIR SPAREN KANNST

- Sofort reagieren, wenn jemand sagt „zu teuer“ – das wirkt unsicher.
- Einen Gegenvorschlag machen, bevor du weißt, was der Einkäufer wirklich will.
- Dich für deinen Preis entschuldigen oder erklären, warum er leider so hoch ist.
- Zugeständnisse machen, nur um Druck aus dem Gespräch zu nehmen.
- Glauben, ein fairer Preis setzt sich von selbst durch – das tut er nicht.

Strategie: Positionierung als Partner, nicht als Bittsteller

Der größte Fehler im Profi-Einkauf? Du behandelst die Situation wie einen Verhörtisch statt wie eine Partnerschaft.

Natürlich hat der Einkäufer Druck. Aber er hat auch ein Problem – und du hast vielleicht die Lösung. Das ist deine Ausgangsbasis. Kein Bittsteller, kein Gegner. Ein Partner mit einem fairen Angebot und dem Selbstbewusstsein, dafür einzustehen.

Positionierung als Partner heißt konkret:

- Du bittest nicht, du bietest an.
- Du verteidigst nicht, du erklärst den Wert.
- Du gibst nicht nach, ohne etwas zurückzubekommen.
- Du bist offen für Lösungen, aber nicht für einseitigen Druck.
- Du hast eine BATNA – eine echte Alternative – und du weißt das.

NOTIZ AM RANDE

Der Einkäufer testet dich. Er will wissen: Weißt du, was du wert bist? Wer das weiß – und es zeigt – hat die stärkere Position. Nicht durch Arroganz, sondern durch Klarheit.

Praxisfall: Rabattforderung von 15 Prozent

Du hast ein Angebot über 80.000 Euro abgegeben. Der Einkäufer schaut kurz auf seine Unterlagen und sagt:

Wir haben das intern durchgerechnet. Wir brauchen hier 15 Prozent Nachlass – sonst kommen wir nicht ins Gespräch.

Was viele jetzt machen: Innerlich zusammenzucken. Dann ausrechnen, ob 15 Prozent drin sind. Dann irgendwas sagen wie: Da schauen wir mal, was möglich ist.

Was du stattdessen machst:

Schritt 1 – Pause halten. Atmen. Nichts überstürzen.**Schritt 2 – Nachfragen statt nachgeben:**

15 Prozent – das ist eine klare Ansage. Darf ich fragen: Was steckt dahinter? Ist das ein internes Einkaufsziel? Oder gibt es einen konkreten Vergleichswert?

Schritt 3 – Wert neu setzen:

Ich möchte dir gern entgegenkommen, aber ich muss zuerst verstehen, worüber wir reden. Denn 15 Prozent auf einen Preis, der bereits unsere Serviceleistungen, die Reaktionszeiten und die Implementierungsunterstützung beinhaltet, ist kein Preisgespräch – das ist ein Leistungsgespräch.

Schritt 4 – Alternativlösung anbieten:

Was ich anbieten kann: Wenn wir die Laufzeit auf 24 statt 12 Monate erhöhen und das Implementierungspaket anpassen, kommen wir auf andere Zahlen. Soll ich dir das kurz durchrechnen?

Was du damit erreicht hast: Du hast kein einziges Zugeständnis gemacht. Du hast das Gespräch auf Wert und Leistung gelenkt. Und du hast dem Einkäufer gezeigt, dass es eine gemeinsame Lösung geben kann – aber nicht durch einfaches Drücken.

CHECKLISTE FÜR PROFI-EINKÄUFER-GESPRÄCHE

Mein Minimalziel _____

Meine BATNA (Alternative zum Deal) _____

Einwände, die ich erwarte _____

Was ich anbieten kann (ohne Preisnachlass) _____

Meine Frage zur Interessenklärung _____

Mein Einstiegsanker _____

Mein Limit – was ich nicht unterschreite _____

Was ich tue, wenn der Druck sehr groß wird _____

FRAGEN FÜR DEIN TEAM

- Welche Einwände hören wir am häufigsten – und wie antworten wir bisher?
- Wo haben wir in der Vergangenheit zu schnell nachgegeben?
- Welche Argumente überzeugen unsere Kunden am stärksten – jenseits vom Preis?
- Wie bereiten wir uns gemeinsam auf kritische Preisverhandlungen vor?
- Wer in unserem Team ist schon stark im Umgang mit Profi-Einkäufern?

www.fresh-content.at | © Harald Kopeter | DEALMAKER – Bonusmaterial