

Übersichtsliste

17 Optionen für eine echte Verhandlung mit Ihrem Monopollieferanten

Natürlich müssen Sie die Gesamtsituation und die aktuelle Lieferproblematik berücksichtigen und froh sein, wenn Sie heute noch Ware bekommen. Lassen Sie sich jedoch generell nicht von der Macht eines Monopollieferanten erdrücken. Checken Sie anhand der folgenden Liste, welche Optionen Sie im Vorfeld Ihrer Verhandlung vielleicht doch haben. Die Liste wurde für Sie erstellt von Hans-Christian Seidel.

Nr.	Kriterium	Optionen
1.	Tatsächliches Monopol	Prüfen Sie mit einer eingehenden Marktanalyse, ob Sie tatsächlich einen echten Monopollieferanten haben. Monopol heißt, dass es auf der ganzen Welt nur einen einzigen Lieferanten für ein bestimmtes Produkt gibt. Diese Situation liegt selten vor.
2.	Art des Monopols	Prüfen Sie zunächst die vorliegende Monopolart: ● hausgemacht oder historisch ● temporär ● auslastungsbedingt, da Lieferant 3 Schichten im 24/7-Modus fährt ● engpassbedingt ● gebietsbezogen ● preislich ● kundenbedingt ● quasimonopolartig, da starke Marke
3.	Änderung der Spezifikation	Ändern Sie zu hoch angesetzte Parameter der Spezifikation, reduzieren Sie die Anforderungen oder die Komplexität, wenn Sie historisch bedingt eine zu hohe Messlatte angelegt haben.
4.	Einbezug der Schnittstellen	Bilden Sie eine interne Task Force und sprechen bzw. verdeutlichen Sie den internen und sich querstellenden Schnittstellen, u. a. Technik, Entwicklung, QA und Vertrieb, die Problematik dieser Monopolstellung. Zeigen Sie ihnen die verfügbaren Optionen, um dies zu ändern.
5.	Abzug von Teilmengen	Kaufen Sie Teilmengen für gewisse Kundengruppen bei einem Alternativlieferanten.
6.	Gebietsmonopol	Kaufen Sie über einen Händler oder einen ausländischen Lieferanten, um ein europäisches Monopol zu umgehen.
7.	Andere Technologien	Ziehen Sie einen Techniker hinzu und kündigen Sie gemeinsam an, dass Sie mittelfristig eine andere Technologie, andere Rohstoffe, Packmittel usw. einsetzen werden.
8.	Abzug anderer Produkte	Informieren Sie den Monopolisten, dass Sie andere Produkte komplett oder teilweise von ihm abziehen werden.
9.	Stopp von Neuentwicklungen	Informieren Sie Ihren Verkäufer, dass Sie von der Geschäftsführung angewiesen wurden, an ihn keine neuen Projekte zu vergeben oder keine Neuentwicklungen mehr mit ihm zu initiieren. Dies hilft auch gegen ein hausgemachtes Monopol.
10.	Eruierung der Konsequenzen	Klären Sie mit den Schnittstellen Konsequenzen, Risiken, Aufwand, Kosten aber auch das Potential einer Qualifizierung von Alternativen.

Nr.	Kriterium	Optionen
11.	Einstellung Ihres Endproduktes	Entscheiden Sie, ob Sie Ihr nicht mehr profitables Endprodukt aufgrund mangelnder preislicher Vermarktungsmöglichkeiten einstellen können.
12.	Eingeschränkte Vermarktung	Im Handel können Sie darüber hinaus Ihren Verkäufer über folgendes informieren: Vermehrte Listung von Eigenmarken, zurückhaltende Bewerbung, weniger Verkaufsaktionen und unattraktivere Platzierung in den Regalen.
13.	Verbundene Unternehmen	Ziehen Sie in Erwägung, ob Sie bei Tochter- und Schwestergesellschaften des Monopolisten die Beschaffungsprodukte teilweise oder komplett abziehen werden.
14.	Wertanalyse	Prüfen Sie im Rahmen einer Wertanalyse - oder DMFA und DFA - gemeinsam mit dem Lieferanten im großen Kreis, welche wertanalytischen Ansätze möglich sind in Bezug auf: längere Kontraktlaufzeit, Qualitäten, Produktionstechnik, größere Liefermengen, Packmittel, Digitalisierung.
15.	Gemeinsamkeit	Klären Sie, ob sich der Lieferant auf einen gemeinsamen Kraftakt („wir sitzen im gleichen 1 Boot“) motivieren lässt.
16.	Zusätzliche Produkte	Ziehen Sie in Erwägung, ob der Bezug von zusätzlichen Produkten beim Lieferanten möglich und auch erfolgsversprechend ist.
17.	Verhandlungsteam	Legen Sie vor der Verhandlung fest, mit wem und in welcher hierarchischen Besetzung Sie die Verhandlung führen wollen.