

Übersicht

Verhandlungen: So setzen Sie diese 5 bekannten Markt- und Lieferantenstrategien gezielt ein

Je nach ausgearbeiteter Strategie stehen Ihnen als Einkäufer verschiedene Optionen zur Verfügung. Hans-Christian Seidel erstellte für Sie diese Übersichtsliste, um Ihnen – basierend auf Ihren geplanten Strategien – praxiserprobte Formulierungstipps für Ihre Taktiken in den aktuellen Verhandlungen zu geben.

5 Markt- und Lieferantenstrategien – und wie Sie sie erfolgreich einsetzen	
Thema	Situation und Formulierungstipps für Ihre Taktiken
1. Offensiv-strategie	Situation: Sie können zwischen verschiedenen Lieferanten auswählen und der Lieferant ist abhängiger als Sie. Aufgrund dieser komfortablen Ausgangssituation sind Sie in der Lage, höhere Forderungen gegenüber Ihrem Verkäufer platzieren. Ihre Taktik: „Uns liegt ein Marktspiegel mit vergleichbaren Qualitäten und auch zum Teil besseren Preisen vor. Um ins Geschäft zu kommen, müssen Sie den Preis um mindestens 6 % reduzieren.“
2. Kooperations-strategie	Situation: In dieser Konstellation sind Sie und Ihr Lieferant gleich stark an einem Geschäft interessiert. Sie als Einkäufer können Ihre Marktmacht somit nur bedingt nutzen. Ihre Taktik: „Wenn wir uns gar nicht oder nicht zufriedenstellend einigen, werden wir mittelfristig eine weitere Quelle aufbauen und einige Neuprojekte in Zukunft an andere Lieferanten vergeben.“
3. Defensiv-strategie	Situation: In dieser Konstellation ist der Lieferant stärker oder hat sogar eine unumstößliche Monopolstellung. Daher bleibt Ihnen nur die Beziehungspflege oder eine Schadensbegrenzung. Ihre Taktik: „Unsere Prüfung der Rohstoffpreise und die Durchführung einer Preisstrukturanalyse haben ergeben, dass Ihre Erhöhung viel zu hoch angesetzt ist. Wie können wir die Erhöhung reduzieren oder in Teilschritten umsetzen? Ich schlage zusätzlich einen Wertanalyse-Workshop vor.“
4. Marktgebiets-strategie	Situation: Ihnen stehen Lieferanten sowohl in Deutschland als auch in Europa oder gar in Übersee zur Verfügung. Im Sinne von Derisking, Decoupling oder Nearshoring können Sie andererseits versuchen, vermehrt auf lokale Quellen zurückzugreifen. Ihre Taktik beim Derisking oder Nearshoring: „Wenn wir zu einem passenden Gesamtpaket – das heißt: mit einem attraktiven Preis und anderen Konditionen – kommen, sind wir bereit, wieder auf einen lokalen Bezug umzustellen.“ Ihre Taktik beim Ausbau des Global Sourcing gegenüber dem lokalen Lieferanten: „Wir haben uns auf den globalen Märkten umgesehen und sind überrascht über die dortigen Pakete. Uns ist klar, dass Sie diese Preise nicht erreichen werden. Wir erwarten aber, dass Sie sich preislich bewegen. Dies würde sich für Sie lohnen, da wir gerade ein globales Category-Management aufgebaut haben und für Sie zusätzlich weitere Standorte freischalten könnten.“ Ihre Taktik beim Ausbau des Global Sourcing gegenüber dem potenziellen globalen Lieferanten: „Wir sind sehr an einer Zusammenarbeit interessiert und danken Ihnen für Ihre Gastfreundschaft. Ihr Angebot unterscheidet sich leider noch nicht entscheidend von unseren lokalen Quellen, sodass sich ein Wechsel angesichts der höheren Risiken bis jetzt noch nicht lohnt.“
5. Lieferanten-struktur-strategie	Situation: Sie können wahlweise eine Ein-, Zwei- oder Mehrlieferantenstrategie aufbauen. Ihre Taktik beim Monosourcing: „Wenn Sie uns einen Preis von 20 € pro Stück anbieten, werde ich unseren Bedarf bündeln und komplett an Sie vergeben und Sie zusätzlich als neue Quelle in unserer externen Einkaufskooperation aufführen.“ Ihre Taktik beim Dualsourcing: „Wenn wir den Preis von 20 € pro Stück nicht erreichen, muss ich einen Teil der Mengen auf alternative Lieferanten oder sogar eine Quelle in einem Drittland verlagern.“

Übersicht: 5 Markt- und Lieferantenstrategien für Ihre Verhandlung (eigene Darstellung)