

Einkaufsm^{an}nager

Praxis-Werkzeuge und Knowhow für Einkaufsprofis

KW 40–41 | 2025



zolex.de/login/

Anlegen und Einloggen
Besuchen Sie Ihre digitale Anlaufstelle für
Zoll- & Einkaufswissen auf [ZOLEX.de/login](https://zolex.de/login/)

3 9 wichtige Punkte bei Vertragsverlängerungen

Beachten Sie bei Ihren anstehenden Vertragsverlängerungen unbedingt diese 9 tückischen Punkte.

4 Arbeitshilfe: Preiserhöhungen abwehren

Ihre Lieferanten wollen wieder mal mehr Geld? Hier finden Sie wertvolle Formulierungshilfen für Ihre praktische Abwehr von Preiserhöhungen.

TOP-THEMA

6 Abwehr von Preiserhöhungen

Die nächsten Preiserhöhungsrunden stehen Ihnen wieder unweigerlich bevor. 4 Experten geben Ihnen dafür wertvolle Tipps.

8 Erzeugerpreise für Dienstleistungen im 2. Quartal 2025

So haben sich diverse Dienstleistungspreise im 2. Quartal 2025 entwickelt.

EDITORIAL



Hans-Christian Seidel

ist seit über 15 Jahren global agierender Einkaufstrainer in Seminaren und Coach. Sein Themenschwerpunkt umfasst in erster Linie das Thema Verhandlungen sowie die Bereiche Einkauf, Wirtschaft, Leadership, interkulturelle Kompetenz und Konfliktmanagement.

Derzeit kaum Gründe für Preiserhöhungen

Liebe Leserin, lieber Leser,

leider informieren derzeit wieder viele Verkäufer über angeblich unausweichliche Preiserhöhungen. Doch dafür gibt es aktuell kaum einen triftigen Grund, wie auch die Experten in unserem Top-Thema auf den Seiten 6 und 7 bestätigen.

Bedauerlicherweise offenbart die aktuell auf uns zurolende Preiserhöhungswelle eines: Die Verkäufer gehen dieses Thema oft initiativer und frecher an und kommen vielen Einkäufern erfolgreich zuvor. Jeder Kompromiss hilft dann eher dem Verkäufer.

Wenn Sie nun gefordert sind, auf diese erneuten Preiserhöhungen entschieden zu reagieren, freuen Sie sich auf die praxistauglichen Formulierungshilfen, die ich Ihnen auf Seite 4 zusammengestellt habe.

Ihr

Hans-Christian Seidel,
Chefredakteur

INHALTSVERZEICHNIS

RECHT 3

- ☐ Vertragsverlängerung oder -änderung:
9 Punkte, die Sie beachten müssen

ARBEITSHILFE 4

- ☐ Praxistaugliche Formulierungshilfen
zur Abwehr von Preiserhöhungen

INTERVIEW 5

- ☐ Diese Vorteile bietet KI bei den
Kosten und Lieferketten

TOP-THEMA 6 + 7

- ☐ Preiserhöhungen für 2026 abwehren

PREISENTWICKLUNGEN 8 + 9

- ☐ Erzeugerpreise für Dienstleistungen
2. Quartal 2025
- ☐ Erzeugerpreise im August 2025

LESERFRAGEN 10

- ☐ „Wie übe ich Druck auf den Verkäufer aus?“
- ☐ „Sind die Kosten wirklich gestiegen?“

PREISENTWICKLUNGEN 11

- ☐ Großhandelspreise im August 2025

4 WIRTSCHAFTS-NEWS 12

- ☐ BIP
- ☐ DATEV-Mittelstandsindex
- ☐ CPO Survey 2025
- ☐ EU-Entwaldungsverordnung



Hier können Sie den Text abhaken, wenn
Sie ihn fertig durchgearbeitet haben.



Alle Arbeitshilfen als Downloads unter
www.zolex.de/arbeitshilfen

IMPRESSUM – Der „Einkaufsmanager“ erscheint beim VNR Verlag für die Deutsche Wirtschaft AG, Theodor-Heuss-Straße 2–4, 53177 Bonn, Tel.: 0228 9550100, Fax: 0228 3696480 • Alle Beiträge werden mit großer Sorgfalt recherchiert. Dennoch ist eine Haftung – auch für telefonische Auskünfte – ausgeschlossen. • Fragen an die Redaktion senden Sie bitte an: redaktion@zolex.de • Chefredakteur: Hans-Christian Seidel • Herausgeber: Martin Grashoff, verantwortlich (Adresse siehe oben) • Produktleitung: Julia Flinkerbusch, Bonn • Endredaktion/Lektorat: Ulrike Floßdorf, Oberdürenbach • Gutachter: Holger Thrun, Öhringen, RA Rolf Becker, Alfter • Satz: Schmelzer Medien GmbH, Siegen • Druck: PFITZER GmbH & Co. KG, Benzstr. 39, 71272 Renningen • E-Mail: kundenservice@vnr.de • © 2025 by VNR Verlag für die Deutsche Wirtschaft AG, Amtsgericht Bonn, HRB 8165, Vorstand: Richard Rentrop, Bonn • Bonn, Berlin, Bukarest, Jacksonville, Manchester, Passau, Warschau • ISSN: 1617-7444 • Dieses Produkt besteht aus FSC®-zertifiziertem Papier. Hinweis: Wir verwenden der sprachlichen Einfachheit halber in unseren Beiträgen immer die männliche Sprachform (Einkäufer, Kunde, Mitarbeiter). Selbstverständlich sind damit auch alle anderen Geschlechtsformen gemeint.

RECHT

9 Punkte, die Sie als Einkäufer bei Vertragsverlängerungen oder -änderungen beachten müssen

Die nachfolgenden 9 wichtigen vertraglichen Parameter können sich in der Praxis als sehr tückisch, teuer und gefährlich erweisen. Unser Rechtsanwalt Rolf Becker aus Alfter erklärt Ihnen hier, was Sie als Einkäufer bei Änderungen Ihrer bestehenden Verträge mit Lieferanten beachten müssen.

1. Laufzeiten und Kündigungstermine im Blick behalten

Automatische Vertragsverlängerungen sind in vielen Lieferverträgen vorgesehen. Wer Kündigungsfristen verpasst, verlängert oft ungewollt. Laufzeiten und Kündigungstermine müssen systematisch erfasst und vom Einkäufer rechtzeitig geprüft werden.

2. Schweigen ist nicht „Gold“

Gerade in länger bestehenden Geschäftsbeziehungen kann unter Kaufleuten auch ein stillschweigendes Verhalten als Zustimmung zur Vertragsverlängerung gewertet werden. Einkäufer müssen auf eindeutige und klare Kommunikation achten – eine ausdrückliche Ablehnung gehört zum Sorgfaltsstandard.

3. Formvorgaben für Vertragsänderungen beachten

Prüfen Sie die Formvorgaben für Vertragsänderungen und dokumentieren Sie diese eindeutig. Viele Verträge sehen für Änderungen die Schriftform vor – in diesen Fällen reicht eine E-Mail oder mündliche Absprache nicht immer aus. Etwas anderes kann jedoch gelten, wenn trotz Schriftformklausel über einen längeren Zeitraum regelmäßig per E-Mail kommuniziert und diese Praxis von beiden Seiten akzeptiert wurde (= stillschweigender Verzicht auf Schriftform).

4. Änderung von AGB nicht einfach hinnehmen

Lieferanten verweisen bei Vertragsänderungen oder -verlängerungen gern nebenbei auf neue AGB. Diese gelten aber nur, wenn sie tatsächlich Vertragsbestandteil werden – also ausdrücklich vereinbart oder im Einzelfall stillschweigend anerkannt werden. Widerspruch und Verhandlung sind hier die natürliche Reaktion des Einkäufers.

5. AGB-Klauseln mit automatischer Geltung entsorgen

In vielen Verträgen finden sich automatische Klauseln zur Geltung der „jeweils aktuellen AGB“. Solche dynamischen Klauseln können zur ungewollten Einbeziehung neuer Bedingungen führen, insbesondere bei fehlendem Widerspruch.

Nutzen Sie Verlängerungsverhandlungen zum „Hausputz“: Solche Klauseln gehören entsorgt!

6. „Verlängerung zu bisherigen Konditionen“ nie ungeprüft übernehmen

Auch wenn sich beide Seiten auf eine Weiterführung des Vertrags einigen: Leistungen, Preisbestimmungen, Zahlungsbedingungen, Fristen und Haftung sollten immer erneut abgeglichen werden. Der Markt, aber auch interne Anforderungen ändern sich oft über die Jahre. Achten Sie dabei auch auf unscheinbare Änderungen. Auch kleine sprachliche Anpassungen können rechtliche oder wirtschaftliche Auswirkungen haben.

7. Preisgleitklauseln und Indexierungen prüfen

Länger laufende Verträge enthalten häufig Preisgleitklauseln oder Indexbindungen. Prüfen Sie vor der Verlängerung, ob etwa Indexierungen greifen oder welche Auswirkungen diese Preisgleitklauseln hatten und künftig haben werden – besonders bei volatilen Rohstoffmärkten oder veränderten Bezugsquellen.

8. Haftung und Gewährleistung beachten

Bei Verlängerungen richtet sich der Blick oft auf Preis und Laufzeit – doch Haftungsbegrenzungen, Gewährleistungsfristen und Vertragsstrafen sind mindestens ebenso wichtig. Lieferanten nutzen die Gelegenheit gern, um Ausschlüsse oder Begrenzungen zu verschärfen. Prüfen Sie daher sorgfältig, ob bisherige Standards unverändert bleiben oder ob – auch über neue AGB – eine Verschlechterung droht. Stellen Sie die alten Regelungen zum Vergleich gegenüber – schließlich bestimmen diese Klauseln, wer im Ernstfall das Risiko und die Kosten trägt.

9. Chancen begreifen und nutzen

Vertragsverlängerungen sind keine lästige Pflichtveranstaltung, die nebenbei erledigt werden kann. Gerade hier setzt die Arbeit des Einkäufers ein. Schützen Sie Ihr Unternehmen vor Verschlechterungen der Rahmenbedingungen. Besser noch: Holen Sie durch Organisation, klare Kommunikation und Verhandlungsgeschick mehr heraus.

Rolf Becker, Rechtsanwalt in Alfter, berät neben dem Handel insbesondere Unternehmen der Maschinenbaubranche.





ARBEITSHILFE

Praxistaugliche Formulierungshilfen zur Abwehr von Preiserhöhungen in Ihren nächsten Jahresgesprächen

Leider kommt es häufig vor, dass Sie als Einkäufer sich mit der Abwehr von Preiserhöhungen herumplagen müssen. Ich habe Ihnen daher für Ihre unterjährigen Verhandlungen und Jahresgespräche praxistaugliche Formulierungshilfen zusammengestellt, die Sie persönlich, telefonisch oder elektronisch einsetzen können.

NR.	PARAMETER	FORMULIERUNGSHILFEN
1	Harte Ablehnung	„Es gibt in der derzeitigen Marktlage keine Gründe für eine Preiserhöhung. Daher lehnen wir diese eindeutig ab.“ „Wenn Sie auf einer Preiserhöhung bestehen, werden wir den Markt analysieren und unseren Bedarf komplett ausschreiben.“ „Eine Marktanalyse hat ergeben, dass Ihre Konkurrenz aktuell keine vergleichbaren Preissteigerungen vorgenommen hat. Daher sind wir verwundert, warum Sie die Preise erhöhen müssen.“ „Ich bestehe auf mehr Details bei der Begründung Ihrer Preiserhöhung. Ihre knappen Ausführungen kann ich nicht akzeptieren.“ „Ohne nachvollziehbare und exakte Begründungen oder Open-Book-Kalkulation betrachten wir diese Preiserhöhung als gegenstandslos.“
2	Methodische Herangehensweise	„Wir schlagen vor, dass wir die von Ihnen genannten gestiegenen Kostenarten gemeinsam anhand einer Preisstrukturanalyse unter die Lupe nehmen.“ „Welche gemeinsamen Maßnahmen können wir ergreifen, um diese Preiserhöhung zu umgehen?“ „Sie haben die Preise während der Krisenzeiten um 40 % erhöht. Sie kamen uns 2023 mit schlappen 5 % Preissenkung entgegen und jetzt wollen Sie die Preise schon wieder – ohne ersichtliche Gründe – erhöhen. Finden Sie das partnerschaftlich?“ „Wir müssen uns zukünftig mehr über Absicherungsmaßnahmen wie Preisgleitklauseln, Lagerpolitik, Kontrakte und Marktentwicklungen unterhalten.“
3	Rohstoffpreise	„Welche Rohstoffe meinen Sie im Speziellen? Ihre pauschale Aussage ‚Die Rohstoffpreise sind gestiegen‘ ist mir nicht stichhaltig genug.“ „Rohstoffpreise sind oft volatil. Aus diesem Grund sichert sich Ihr Einkauf bestimmt durch Kontrakte dagegen ab.“
4	Packmittelpreise	„Meine Marktrecherche hat ergeben, dass im Markt deutliche Preisnachlässe durchsetzbar sind. Daher akzeptiere ich Ihre Preiserhöhung nicht.“
5	Energiepreise	„Der EEX-Strompreisindex ist auf einem niedrigen Niveau. Erklären Sie mir bitte, warum Sie Ihre Erhöhungen mit dem Strompreis begründen.“ „Die Erdölpreise haben sich seit über einem Jahr auf einem mittleren Level zwischen 60 US-\$ pro Barrel und 70 US-\$ pro Barrel eingependelt.“ „Der Erdgaspreis hat sich seit über einem Jahr auf einem mittleren Level zwischen 30 €/MWh und 40 €/MWh eingependelt.“
6	Löhne	„Die Löhne sind in der Tat gestiegen. Doch durch unsere gemeinsamen KI-Maßnahmen haben wir auch viele personalintensive Prozesse vereinfacht. Die müssen wir natürlich dagegenrechnen.“
7	Inflation	„Ich verstehe nicht, warum Sie Inflation als eine Begründung für eine Preiserhöhung heranziehen. Die erhöhten Preise, die wir seit den Krisen zahlen, beinhalten doch bereits die Inflation.“ „Sie nennen die Inflation als Grund für eine Preiserhöhung. Das ist merkwürdig, da die Inflationsrate seit Juli 2024 von 2,3 % inzwischen auf 2,0 % gesunken ist.“
8	Zoll	„Erklären Sie mir das mit den Zollkosten. Importseitig erhöhen sich die Preise nicht.“
9	Währung	„Sie beziehen – wie Sie selbst sagten – einen Teil Ihrer Produkte aus den USA und China. Da der Dollar im Vergleich zum Euro erheblich an Wert verloren hat, haben Sie einen gewaltigen Währungsvorteil. Daher verstehe ich nicht, warum wir dann noch eine Preiserhöhung bekommen.“
10	Frachtkosten	„Der World-Container-Index ist volatil, doch momentan ist er auf 2.350 US-\$ pro 40-Fuß-Container gesunken.“ „Wir können Ihre Preiserhöhung nicht akzeptieren, da uns von anderen Speditionen bessere Frachtraten vorliegen.“

INTERVIEW

Diese Vorteile bietet KI für Einkäufer in Bezug auf Kosten und Lieferketten

Wie kann KI in Bezug auf Preisoptimierungen und auf die geopolitisch angespannten globalen Lieferketten den Einkauf aktiv unterstützen? Darüber habe ich mich mit André Petry von der Tacto Technology GmbH (München) unterhalten. Lesen Sie hier die wichtigsten Fragen und Antworten.



Hans-Christian Seidel:

Die Geopolitik hat die Sicherstellung der Lieferketten in den letzten Jahren massiv belastet.

Wie unterstützt KI den Einkauf angesichts der zunehmenden geopolitischen Spannungen in Bezug auf die Lieferketten?

André Petry:

Wir sehen aktuell, dass geopolitische Spannungen – ob es Handelskonflikte, neue Zölle oder Exportbeschränkungen sind – den Einkauf weiterhin massiv unter Druck setzen. Viele Unternehmen fragen sich:

🌐 Wie sichere ich meine Lieferketten, wenn klassische ERP-Systeme keine Antworten liefern?

Diese Systeme sind zu statisch und zeigen immer nur den Status quo.

Mit KI haben wir hier einen echten Hebel:

Tacto wertet in Echtzeit Millionen von Datenpunkten aus – von Preisentwicklungen über Materialkosten bis hin zu Lieferantenrisiken. So können Unternehmen sehr konkret erkennen, welche Lieferanten anfällig sind, welche Alternativen es gibt und wie sich Abhängigkeiten verringern lassen.

Der Unterschied ist, dass Einkaufsteams proaktiv handeln können, anstatt erst in der Krise zu reagieren. Gerade im Mittelstand, wo es keine eigene Research-Abteilung gibt, ist das ein enormer Vorteil.

Der Einkauf wird durch diese professionellen Maßnahmen immer mehr vom Kostenblock zum effizienten und strategischen Hebel.

Hans-Christian Seidel:

Was kann KI konkret zu preislichen und kostenmäßigen Optimierungen beitragen?

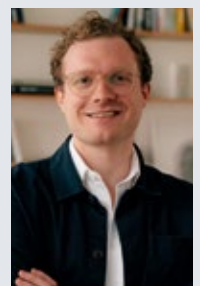
André Petry:

Trotz der strategischen Relevanz des Einkaufs basieren Preisverhandlungen in vielen Fällen noch auf Bauchgefühl oder unvollständigen Daten. Genau hier bringt KI den Unterschied: Wir können automatisiert Soll-Ist-Vergleiche ziehen, Marktpreise analysieren und Benchmarks berechnen. Damit wird sofort sichtbar, wo Einsparpotenziale liegen.

Ein Beispiel: Materialkostenmodelle lassen sich in Sekunden erstellen und mit den Angeboten der Lieferanten vergleichen. Das bringt beide Seiten auf Augenhöhe und ersetzt emotionale Argumente durch Fakten. Zusätzlich identifizieren wir gerade in den B- und C-Teilen Potenziale im hohen 6-stelligen Bereich, beispielsweise durch Hinweise auf Mengen- und Preisabweichungen, Unterschiede innerhalb von Warengruppen oder ineffizientes Bestellverhalten.

So senken Unternehmen ihre Einkaufskosten um bis zu 10 % ohne zusätzliches Personal. In Zeiten von Fachkräftemangel ist das ein klarer Wettbewerbsvorteil.

André Petry ist Mitgründer und Geschäftsführer von Tacto, einem 2020 aus der TU München hervorgegangenen Tech-Unternehmen, das heute als führendes KI-gestütztes System mehr als 250 Industrieunternehmen bei der Kostenoptimierung und Prozessdigitalisierung im Einkauf unterstützt.



TOP-THEMA

2 Tipps und 3 Expertenmeinungen zur Abwehr von Preiserhöhungen für das Jahr 2026

Auch in diesem Jahr werden die Verkäufer wieder aktiv und einfallsreich auf Sie als Einkäufer mit Preiserhöhungen zukommen. Dabei beschränken die Verkäufer sich hauptsächlich auf 2 Vorgehensweisen, ihre allgemeinen „Alle-Jahre-wieder-Standardschreiben“ sowie das persönliche und individuelle Gespräch. Beachten Sie, dass beide Vorgehensweisen in diesem Jahr nicht darüber hinwegtäuschen dürfen, dass es kaum gestiegene Kostenarten gibt, mit denen Lieferanten ihre anvisierten Preiserhöhungen (siehe Arbeitshilfe auf Seite 4) begründen können. Dazu gebe ich Ihnen 2 Praxis-Tipps. Im Anschluss lesen Sie die Meinungen unserer 3 Experten, Andreas Schmidtke, Rainer Oszcipok und Stephan Gras, zum Thema Preiserhöhungen.



Tipp 1: Reagieren Sie entschieden auf das klassische Preiserhöhungsschreiben

Das klassische alljährliche Preiserhöhungsschreiben wird von den Lieferanten in den nächsten Jahren weiterhin eingesetzt, allerdings mit rückläufiger Tendenz. Für viele Verkäufer ist es immer noch ein einfaches, Erfolg versprechendes Mittel, denn:

- Der Verkäufer setzt erfolgreich den ersten Anker.
- Die Einkäufer werden zur Reaktion gezwungen.
- Die Begründungen haben keinen fachlichen Tiefgang oder genaue Details – die gibt es sehr oft auch nicht! – und sind sehr allgemein gehalten.
- Man trifft sich am Ende in der Mitte – sehr zum Wohl des Verkäufers.



MEIN TIPP

Werden Sie proaktiver ...

... und kommen Sie dem Schreiben des Verkäufers zuvor, indem Sie ein Preisforderungsschreiben an ausgewählte Lieferanten aufsetzen. Seien Sie jedoch bei Monopolisten vorsichtig, denn Sie könnten schlafende Hunde wecken.

Tipp 2: Vermeiden Sie Preiserhöhungsgespräche

Neben den o. g. Preiserhöhungsschreiben gibt es einen weiteren Ansatz der Verkäufer, in dem diese Ihnen die Preiserhöhung in einem netten individuellen Gespräch, persönlich auf Sie zugeschnitten, verkaufen wollen:

- Schritt 1:** Der Stimmungstest, bei dem die Verkäufer zuerst allgemein nach der Stimmung in Ihrem Unternehmen fragen.
- Schritt 2:** Danach fragen sie nach der Zufriedenheit des Einkäufers mit ihnen als Lieferant.
- Schritt 3:** Hier fragen Sie, wie es weitergeht.
- Schritt 4:** Jetzt fängt der Verkäufer durch geschicktes Storytelling und Jammern an, Ihnen die Preiserhöhung individuell zu verkaufen.



MEIN TIPP

Diesen Kaffeeklatsch können Sie sich schenken

Führen Sie ein solches vom Verkäufer orchestriertes Gespräch erst gar nicht. Auch hier empfehle ich, den Verkäufer gar nicht in diese Lage zu versetzen. Ergreifen Sie mit Ihren Forderungen stattdessen die Initiative.

3 Experten-Interviews

Hans-Christian Seidel:

Können Verkäufer in den Jahresgesprächen bei anvisierten Preiserhöhungen auf gestiegene innerdeutsche Frachten verweisen?

Rainer Oszcipok:

Verkäufer werden in den kommenden Jahresgesprächen sicherlich steigende Frachtkosten als Argument für Preiserhöhungen ins Feld führen. Doch das greift zu kurz. Zwar sind die Kosten

für innerdeutsche Lkw-Transporte 2025 infolge höherer Löhne, steigender Mauttarife, CO₂-Bepreisung und gestiegener Energiekosten messbar angestiegen, doch die schwache Konjunktur und Überkapazitäten wirken zugleich dämpfend.

Transportkapazitäten sind derzeit ausreichend verfügbar, die Spotmarktpreise liegen vielerorts unter dem Niveau vertraglich gebundener Raten. Für Einkäufer bedeutet das: Pauschale Argumente mit „gestiegenen Frachten“ sollten kritisch hinterfragt und mit aktuellen Marktindikatoren verglichen werden. Wichtig ist ein faktenbasierter Abgleich: Welche konkreten Relationen sind tatsächlich teurer geworden? Wo gibt es stabile oder sogar sinkende Entwicklungen?

In den Gesprächen kommt es darauf an, den Kostendruck der Dienstleister realistisch einzuordnen, Benchmarks einzusetzen und Verhandlungen differenziert zu führen. Dadurch bietet sich die Chance, über effiziente Transportkonzepte zu sprechen, Pauschalforderungen der Spediteure abzuwehren und faire Konditionen zu vereinbaren.

Rainer Oszcipok ist Logistikberater und auf Engineering und Design von Lean&Green-Logistics-Prozessen für den Mittelstand spezialisiert.



Hans-Christian Seidel:

Wie würden Sie in diesem Jahr bei anvisierten Preiserhöhungen gegenüber einem Verkäufer vorgehen?

Stephan Gras:

Kündigt ein Lieferant eine Preiserhöhung an, ist eine strukturierte Vorgehensweise als Einkäufer entscheidend. Ich starte eine gründliche Analyse der Ankündigung: Ich prüfe die Höhe, das Datum der Gültigkeit und die Begründung der Erhöhung. Entscheidend ist, welcher Kostenbestandteil einer Steigerung unterliegt. Sind es teurere Rohstoffe, Zölle, gesetzliche oder sonstige Auflagen, die Kosten verursachen etc.?

Intern bewerte ich die Auswirkungen: Wie wichtig ist der Lieferant für uns? Gibt es Alternativen auf dem Markt und wo liegt die Konkurrenz preislich? Diese Informationen dienen als Grundlage für die Verhandlung. Ich spreche auch mit dem Lieferanten. Dabei frage ich nach konkreten Belegen für die Kostensteigerungen. Im Fokus steht, eine gemeinsame Lösung zu finden, die für beide Seiten tragbar ist. Mögliche Verhandlungsoptionen sind:

- 🌐 **teilweise Akzeptanz:** Ich schlage vor, nur einen Teil der Erhöhung zu akzeptieren.
- 🌐 **Gegenleistungen:** Im Gegenzug für die Akzeptanz fordere ich Zugeständnisse wie bessere Zahlungsziele, Mengenrabatte oder eine längere Preisgarantie.

Danach treffe ich eine strategische Entscheidung:

- 🌐 **Akzeptanz der Erhöhung,** wenn die Verhandlung keine Alternative bietet und der Lieferant essenziell ist.
- 🌐 **Wechsel des Lieferanten,** wenn der neue Preis zu hoch ist und es bessere Alternativen gibt. Jedoch müssen die Kosten eines Lieferantenwechsels gegen die Preiserhöhung gerechnet werden!
- 🌐 **Strategische Partnersuche:** Parallel zur Fortführung der Geschäftsbeziehung suche ich nach einem weiteren Lieferanten, um unsere Abhängigkeit zu verringern. Dies kann/sollte ich fairerweise dem bestehenden Lieferanten mitteilen.

Stephan Gras ist Eigentümer der Supply Chain Training Consulting Coaching in Ostfildern sowie Vorstandsmitglied des BMÖ (Bundesverband Einkauf, Materialwirtschaft, Logistik in Österreich).



Hans-Christian Seidel:

Wie würden Sie reagieren, wenn Verkäufer bei anvisierten Preiserhöhungen auf gestiegene Rohstoffpreise verweisen?

Andreas Schmidtke:

Die Praxis hat mir klar gezeigt: Gestiegene Rohstoffpreise allein sind noch lange kein Grund, Preiserhöhungen einfach durchzuwinken. Anfang des Jahres stiegen z. B. die Papierpreise zwar deutlich, doch gleichzeitig litten die Hersteller unter schwacher Auslastung.

In diesem Spannungsfeld habe ich angesetzt: Ich brachte mein Marktwissen ein, sprach die realen Probleme der Lieferanten offen an und nutzte die Situation konsequent.

Das Ergebnis war verblüffend: Trotz höherer Rohstoffkosten boten mir die Bestandslieferanten bereits im ersten Gespräch spürbare Senkungen an. Warum? Weil sie merkten, dass ich informiert, vorbereitet und entschlossen auftrat. Hinzu kam die Stärke, die ich aus mehreren Projekten schöpfen konnte. Ich verhandle nicht nur für ein Projekt, sondern Volumen verschiedener Kunden. Das verleiht Gewicht. Verkäufer spüren sofort, ob man aus einer Position der Stärke oder der Unsicherheit spricht.

Mein Fazit: Wer im Einkauf Erhöhungen hinterfragt, Märkte kennt und entschlossen verhandelt, verwandelt Druck in Chancen – und genau darin liegt die eigentliche Stärke.

Andreas Schmidtke berät mit seiner Firma EUPAS in Ritterhude mittelständische Unternehmen und unterstützt diese bei der Optimierung ihrer Kosten, vor allem der Verpackungskosten.



PREISENTWICKLUNGEN

Erzeugerpreise für Dienstleistungen im 2. Quartal 2025

Die Erzeugerpreise für Dienstleistungen in Deutschland lagen im 2. Quartal 2025 um 2,1 % höher als im 2. Quartal 2024. In diesem Jahr stiegen sie nur leicht – um 0,3 % gegenüber dem 1. Quartal 2025.

Der Wirtschaftsabschnitt „Verkehr und Lagerei“ wies im 2. Quartal 2025 mit 1,6 % Steigerung gegenüber dem Vorjahresquartal einen leichten Anstieg auf. In Bezug auf das 1. Quartal 2025 sanken die Preise dagegen um 0,8 %.

Im Einzelnen: Die Preise für Speditionsleistungen sanken um 2,6 % und die für Güterbeförderung in der See- und Küstenschiff-

fahrt um 7,2 % gegenüber dem Vorjahresquartal. Die Preise im Straßengüterverkehr stiegen im Vergleich zum 1. Quartal 2025 leicht um 0,6 %.

Meines Erachtens haben Sie auf Basis dieser Auswertung, aber auch nach Rücksprache mit Experten gute Voraussetzungen für Ihre nächsten Verhandlungen mit Spediteuren.

INDIZES	VERÄNDERUNG IN % ZUM 2. QUARTAL 2024	VERÄNDERUNG IN % ZUM 1. QUARTAL 2025
Gesamtindex	2,1	0,3
Verkehr und Lagerei	1,6	-0,8
Straßengüterverkehr	2,4	0,6
Güterbeförderung in der See- und Küstenschifffahrt	-7,2	-7,1
Lagerung und lagereiverwandte Dienstleistungen	2,8	0,3
Speditionsleistungen	-2,6	-2,3
Sonstige Post-, Kurier- und Expressdienste	4,7	0,0
Information und Kommunikation	1,3	0,2
Software und Softwarelizenzen	2,5	0,0
Leistungsgebundene Telekommunikation	1,9	0,7
Drahtlose Telekommunikation	0,3	0,5
Softwareentwicklung und -programmierung	0,7	0,0
IT-Beratung und Support	1,9	0,1
IT-Management	1,2	0,1
Datenverarbeitung, Hosting und damit verbundene Dienstleistungen	1,1	-0,1
Grundstücks- und Wohnungswesen	2,1	0,2
Vermietung von Immobilien	1,9	0,5
Vermittlung und Verwaltung von Immobilien	2,5	-0,2
Freiberufliche, wissenschaftliche und technische Dienstleistungen	2,2	0,5
Rechtsberatungsleistungen	3,4	0,7
Dienstleistungen des Rechnungswesens	2,7	0,2
Ingenieurbüro- und technische Beratungsleistungen.	2,2	0,3
Technische, physikalische und chemische Untersuchungen	3,5	0,4
Dienstleistungen von Werbeagenturen	0,9	0,3
Werbeplätze	-0,1	3,2
Verwaltungs- und Unterstützungsleistungen	3,4	1,3
Dienstleistungen der befristeten Überlassung von Arbeitskräften	4,0	1,2
Reinigungsleistungen	5,0	0,3

Quelle: Statistisches Bundesamt, 18.9.2025

PREISENTWICKLUNGEN

Die Erzeugerpreise im August 2025

Die Erzeugerpreise sanken im August 2025 um 2,2 % im Vergleich zum August 2024 und leicht um 0,5 % zum Vormonat Juli 2025.

 Ausgewählte Güter	Veränderung in % zum August 2024	Veränderung in % zum Juli 2025
Gewerbliche Erzeugnisse insgesamt	-2,2	-0,5
Erzeugnisse der Vorleistungsgüter	-1,0	-0,4
Erzeugnisse der Investitionsgüter	1,8	0,1
Erzeugnisse der Konsumgüter	3,1	-0,1
Erzeugnisse der Verbrauchsgüter	3,3	-0,1
Energie	-8,5	-1,0
Gewerbliche Erzeugnisse insgesamt ohne Reparatur	-2,3	-0,4
Bergbau und Gewinnung von Steinen und Erden	0,5	-1,0
Kohle	6,7	-3,3
Erdöl	-21,1	-1,1
Erdgas	5,2	-4,8
Rindfleisch, frisch oder gekühlt	36,6	-0,3
Schweinefleisch, frisch oder gekühlt	-1,9	-1,0
Geflügelfleisch	12,0	1,0
Pflanzliche und tierische Öle und Fette	0,7	-2,3
Zucker	-36,8	1,0
Holz sowie Holz-, Kork- und Flechtwaren (ohne Möbel)	4,4	-0,1
Verpackungsmittel, Lagerbehälter und Ladungsträger aus Holz	3,7	0,1
Papier, Pappe und Waren daraus	-0,2	-1,0
Wellpapier und -pappe; Verpackungsmittel aus Papier, Karton und Pappe	1,9	-0,6
Schachteln und Kartons aus Wellpapier oder Wellpappe	2,8	-0,7
Naphtha	-22,7	-1,1
Dieselmotoren	-1,5	-2,4
Leichtes Heizöl	-7,5	-5,9
Schweres Heizöl	-13,7	-2,5
Flüssiggas	-14,5	-2,6
Chemische Erzeugnisse	-1,1	-0,3
Kunststoffe, in Primärformen	-2,9	-0,4
Pharmazeutische u.ä. Erzeugnisse	1,0	0,1
Gummi- und Kunststoffwaren	0,0	-0,2
Glas, Keramik, bearbeitete Steine und Erden	0,8	0,2
Erzeugnisse aus Beton, Zement und Gips	0,2	0,0
Metalle	-1,1	-0,3
Stabstahl, warm verarbeitet	-6,1	-0,1
Aluminium und Halbzeug daraus	-0,5	0,3
Kupfer und Halbzeug daraus	0,4	0,3
Strompreis	-10,8	-1,4

Übersicht: Erzeugerpreise August 2025 – eigene Darstellung

LESERFRAGEN

„Wie kann ich auf einfache Weise mehr Druck auf einen Verkäufer ausüben?“

FRAGE einer Einkäuferin aus dem Mittelstand: Ein Verkäufer hat mir schriftlich die nächste Preiserhöhung mit der lapidaren Begründung „gestiegene Kosten“ mitgeteilt und will mir das noch in einem persönlichen Gespräch erklären.

Ich möchte das so nicht hinnehmen und jetzt auch mal Druck ausüben. Wie gehe ich hierbei am besten vor?

ANTWORT Wenn Sie genug Druckpotenzial haben, sollten Sie auch tatsächlich entschlossen den Druck erhöhen. Ich bin überzeugt, dass auf die Verkäufer generell Druck – natür-

lich in einem respektvollen Ton – ausgeübt werden muss, da sie sich andererseits kaum bewegen und mit ihren bisher erfolgreichen Blockadetechniken die Einkäufer zermürben. Gehen Sie so vor:

- 🌐 Erzeugen Sie Stille mit ernster Mimik und deuten Sie danach an, dass Sie die Gesamtsituation intern besprechen und sich melden. Anschließend beenden Sie sofort das Gespräch.
- 🌐 Deuten Sie Alternativen an und fordern Sie einen geringeren Preis für die Hälfte der bisherigen Mengen.
- 🌐 Teilen Sie Ihrem Verkäufer mit, dass Sie Neueinführungen und neue Projekte nicht mit ihm durchführen werden.

Hans-Christian Seidel

„Sind die Kosten denn wirklich gestiegen, wie die Verkäufer behaupten?“

FRAGE eines Category-Managers aus dem Mittelstand: In den letzten Wochen haben einige meiner Verkäufer angedeutet, dass sie dieses Jahr um Preiserhöhungen nicht herumkommen, da die meisten Kosten gestiegen seien.

Stimmen diese Behauptungen der Verkäufer denn? Meine bisherigen Recherchen haben das nicht ergeben.

ANTWORT Sie haben absolut recht. Von einzelnen Ausnahmen abgesehen, sehe ich derzeit keine Gründe für Preiserhöhungen aufgrund angeblich gestiegener Kosten. Verkäufer kommen gern, wenn die Preise mal kurz anziehen, vergessen aber im gleichen Zug, die Preise wieder nachzulassen, wenn diese sinken.

Darüber hinaus erfahre ich immer wieder, dass Verkäufer ihre Preiserhöhungen auch gar nicht in der Tiefe begrün-

den können, sondern sich eher hinter Allgemeinplätze verstecken. Wenn man ihnen auf den Zahn fühlt, werden sie schnell patzig.

Ich gebe Ihnen mal ein paar Beispiele in Bezug auf diverse Kostenarten:

- 🌐 Die meisten Rohstoffe sind nicht gestiegen, und wenn, ist der Verlauf oft volatil, das heißt, es geht mal leicht rauf und dann wieder leicht runter.
- 🌐 Die Preise für Container hatten in diesem Jahr zwar deutliche Schwankungen, sind aber im Vergleich zum Juni wieder gesunken.
- 🌐 Die Inflation ist in diesem Jahr gesunken.
- 🌐 Die gestiegenen Lohnkosten muss man immer relativieren, da mithilfe von KI bereits einige Prozesse bei der Auftragsabwicklung optimiert werden konnten. Zudem werden lohnintensive Tätigkeiten weiterhin sukzessive ins Ausland verlagert, was die Lohnkosten ebenfalls senkt.

Hans-Christian Seidel

PREISENTWICKLUNGEN

Großhandelspreise im August 2025

Die Verkaufspreise im deutschen Großhandel lagen im August 2025 um 0,7 % höher als im August 2024. Im Vergleich zum Vormonat Juli 2025 sanken die Preise leicht um 0,6 %.

Hauptursachen für den Anstieg zum Vorjahresmonat Juli 2024 waren u. a. die starken Anstiege bei Kaffee, Tee, Kakao und Gewürzen (+17,7 %), Zucker, Süßwaren und Backwaren (+14,5 %), Fleisch und Fleischwaren (+9,6 %), NE-Erze, -Metalle und -halbzeuge (+21,1 %) und Flachglas (+11,2 %).

GH m. landwirtschaftlichen Grundstoffen und lebenden Tieren:	0,9 %
GH m. Getreide, Rohtabak, Saaten und Futtermitteln:	-3,3 %
GH m. Obst, Gemüse und Kartoffeln:	0,4 %
GH m. Fleisch und Fleischwaren:	9,6 %
GH m. Milch, Milcherzeugnissen, Eiern, Speiseölen, Nahrungsfetten:	7,4 %
GH m. Kaffee, Tee, Kakao und Gewürzen:	17,7 %
GH m. Mehl und Getreideprodukten:	0,1 %
GH m. Gebrauchs- und Verbrauchsgütern:	1,2 %
GH m. pharmazeutischen, medizinischen und orthopädischen Erzeugnissen:	2,2 %
GH m. Karton, Papier, Pappe, Schreibwaren, Bürobedarf, Büchern, Zeitschriften und Zeitungen:	1,2 %
GH m. sonstigen Maschinen, Ausrüstungen und Zubehör:	1,4 %
GH m. Büromöbeln:	2,8 %
GH m. festen Brennstoffen:	2,6 %
GH m. Mineralölerzeugnissen:	-7,2 %
GH m. Eisenerzen, Eisen, Stahl, Eisen- und Stahlhalzeug:	-4,6 %
GH m. NE-Erzen, NE-Metallen und NE-Metallhalzeug:	21,1 %
GH m. Holz, Baustoffen, Anstrichmitteln und Sanitärkeramik:	1,8 %
GH m. Flachglas:	11,2 %
GH m. Metall- und Kunststoffwaren für Bauzwecke:	0,2 %
GH m. chemischen Erzeugnissen:	1,7 %
GH m. Rohstoffen, Halb- und Fertigwaren:	0,3 %

Quelle: Destatis

Ihr komplettes Einkaufs-Knowhow, in der App immer dabei!



Ihre Ausgabe digital



Preise für Rohstoffe und Vorprodukte samt Expertenprognose



Mächtige Suchfunktion

Google Play



Apple Store



Jetzt scannen



Einfach mobil lesen

Nutzen Sie alle Vorteile Ihres Onlinebereichs!



Zugriff auf vielfältige Arbeitshilfen, Mustervorlagen und Checklisten



Ausgabenarchiv und Spezialreports



Profitieren Sie von unserem Expertennetzwerk: www.zolex.de/expert



www.zolex.de/login

„Sie haben eine inhaltliche Frage oder einen Themenwunsch? Kein Problem! Schreiben Sie mir gern an redaktion@zolex.de. Ich freue mich, von Ihnen zu hören.“



Hans-Christian Seidel

WIRTSCHAFTSTICKER

Wirtschaft im Wandel: 4 Themen, die Sie kennen sollten

Lesen Sie Neues über BIP-Prognosen, die EU-Entwaldungsverordnung, den DATEV-Mittelstandsindex und den Global CPO Survey.

1. BIP der führenden Wirtschaftsinstitute

Die Aussichten für die deutsche Wirtschaft haben sich eingetrübt. Daher haben die führenden deutschen Wirtschaftsinstitute ihre Prognosen für das BIP 2025 nachträglich deutlich gesenkt und die Werte für 2026 (in Klammern) erhöht:

Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung (DIW Berlin):	0,2 % (1,7 %)
Institut für Weltwirtschaft (IfW Kiel):	0,1 % (1,3 %)
ifo-Institut (München):	0,2 % (1,3 %)
Rheinisch-Westfälisches Institut für Wirtschaftsforschung (RWI Essen):	0,2 % (1,1 %)
Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung Halle (IWH):	0,2 % (0,8 %)
Gemeinschaftsprognose:	0,2 % (1,3 %)

Bitte messen Sie jedoch den Prognosen für 2026 nicht zu viel Bedeutung bei, da die Werte im Laufe des Jahres 2026 leider auch wieder massiv nach unten korrigiert werden können.

2. EU-Entwaldungsverordnung (EUDR)

Bei der EU-Entwaldungsverordnung (EUDR) handelt es sich um eine neue EU-Gesetzgebung, die sicherstellen will, dass die in der EU gehandelten Produkte nicht zur Entwaldung oder Waldschädigung beitragen. Unternehmen sind daher verpflichtet, nachzuweisen, dass ihre Lieferketten entwaldungsfrei sind. Dies erfordert eine klare Dokumentation in Bezug auf die Herkunft der betroffenen Produkte und Rohstoffe wie u. a. Rindfleisch, Kaffee, Palmöl, Soja und Holz.

Das Gesetz wird ab dem 30. Dezember 2025 für Großunternehmen und ab dem 30. Juni 2026 für KMU gültig.

3. DATEV-Mittelstandsindex

Der DATEV-Mittelstandsindex ist ein monatlich erscheinender, datenbasierter Index, der die wirtschaftliche Lage von deutschen KMU-Betrieben zeigt. Er enthält insgesamt 3 verschiedene Indizes: Entwicklung von Umsätzen, Löhnen und Beschäftigung. Datengrundlage sind aggregierte Daten aus Millionen von Buchungen in den DATEV-Lösungen.

Die vorliegenden Ergebnisse im August 2025 im Vorjahresvergleich sind wie folgt:

Umsatzindex:	-1,7 %
Lohnindex:	4,0 %
Beschäftigungsindex:	-0,3 %

Den kompletten Download erhalten Sie hier:

<https://mittelstandsindex.datev.de>

4. Global Chief Procurement Officer (CPO) Survey 2025

In einer diesjährigen Studie „Global Chief Procurement Officer Survey“ von der Beratung Deloitte wurden 265 CPOs aus insgesamt 40 Ländern zu Trends, Herausforderungen und Strategien befragt.

Dies sind die Top-Strategien:

Digitale Transformation:	41 %
Nachverhandlung mit bestehenden Lieferanten:	41 %
Intensivierung der Zusammenarbeit:	38 %
Konsolidierung der Gesamtausgaben:	34 %
Verbessertes Nachfrage-Management:	33 %
Entwicklung resilienter Lieferketten:	29 %

Den kompletten Download erhalten Sie hier:

<https://kurzlinks.de/cpo-survey-2025>

IN DER NÄCHSTEN AUSGABE LESEN SIE:

Verhandlungen: Vorsicht bei Überraschungsgästen Ihrer Lieferanten

Interview: Hat sich das Mindset der Einkäufer wirklich verbessert?

Führung: 10 einfache, aber erfolgreiche Instrumente für Ihren Führungsalltag

Arbeitshilfe: So gelingt die Umsetzung von Category-Management