

Einkaufsmanager

Praxis-Werkzeuge und Knowhow für Einkaufsprofis

KW 45-46 | 2025



3

Wirtschaft im Herbst 2025

So steht es zurzeit um die deutsche Wirtschaft angesichts der verschiedenen geopolitischen Ereignisse.

4

Arbeitshilfe: Preisverhandlungen

Je 7 Tipps, mit denen Sie die unterschiedlichen Schritte zur Abwehr einer Preiserhöhung und zur Forderung nach einer Preisreduzierung erfolgreich schaffen.

6

TOP-THEMA

Praxis-Dialog: Verhandlungen

Herr Fuchs-Pfennig führt erfolgreich Verhandlungen zur Abwehr einer Preiserhöhung und zur Forderung nach einer Preisreduzierung.

5

Interview: KI in der Einkaufspraxis

Die Bedeutung von KI im Einkauf nimmt zu. Wie gehen Einkaufsabteilungen damit um? Die wichtigsten Grundlagen erörtern wir in diesem Interview.

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.

Angst vor der kommenden Deindustrialisierung

Liebe Leserin, lieber Leser,

die aktuellen Nachrichten aus der Wirtschaft klingen nicht gut, wie Sie auf Seite 3 erfahren. Ich selbst merke dies vereinzelt auch in meinem Seminargeschäft, da die Unternehmen dabei sind, alle Kosten zurückzufahren.

Natürlich ist die Regierung nicht inaktiv. Doch wenn sie nicht bald strukturelle Reformen umsetzt, kommt eine unweigerliche Deindustrialisierung, aus der wir nicht so schnell herauskommen werden.

Ausschlaggebend ist zu einem erheblichen Teil die Krise der Automobilindustrie, die sich nachgelagert immer stärker auch auf andere Branchen auswirkt. Die Aufweichung des EU-Verbots für Verbrennermotoren ab dem Jahr 2035 darf daher bei den Lösungen kein Tabuthema sein.

Ihr
Hans-Christian Seidel

Hans-Christian Seidel,
Chefredakteur

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

INHALTSVERZEICHNIS

☐

WIRTSCHAFT 3

☐

Das ist die wirtschaftliche Situation in Deutschland im Herbst 2025

☐

ARBEITSHILFE 4

☐

Preissenkung fordern, Preiserhöhung abwehren – so gehen Sie jeweils vor

☐

INTERVIEW 5

☐

Wie sich KI tatsächlich in der Einkaufspraxis entwickelt

☐

TOP-THEMA 6

☐

Praxis-Dialog: So führt Herr Fuchs-Pfennig 2 verschiedene Preisverhandlungen

☐

LIEFERANTENMANAGEMENT 8

☐

7 Praxis-Tipps zu Lieferantenwechseln

☐

PREISENTWICKLUNGEN 9

☐

Die Erzeugerpreise im September 2025

☐

LESERFRAGEN 10

☐

Preisreduzierungen fordern bei verschiedenen Machtverhältnissen / Vergabeverfahren bei 3–4 Anbietern

☐

PREISENTWICKLUNGEN 11

☐

Die Großhandelspreise im September 2025

☐

NACHRICHTEN 12

☐

Von Lieferketten bis Leadership: 2 Wirtschaftsthemen im Blickpunkt

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

NEWS

Die wirtschaftliche Situation in Deutschland bleibt weiter hinter den Erwartungen zurück

Taktgeber für die globale wirtschaftliche Situation bleiben die USA und China. Die deutsche Wirtschaft kommt trotz aller wohlklingenden Bekundungen nicht wirklich voran. Egal, wo ich mich umhöre, erfahre ich in Bezug auf Stimmungen und Tatsachen wenig erfreuliche Nachrichten.

1. USA vs. China

Aufgrund der erneuten Exportkontrollen für Seltene Erden durch China planen die USA zum 1. November 2025 eine weitere Erhöhung der Zölle auf alle Importwaren aus China in Höhe von 100 % sowie Exportkontrollen für diverse kritische Softwareprodukte.

Die Auswirkungen sind wie folgt:

- 🌐 Wieder verschärfte Exportkontrollen auch für die EU. Die Situation mit der Belieferung von Seltenen Erden hat sich jüngst ja entspannt. Eine erneute Eskalation träfe besonders die deutsche Wirtschaft sehr hart.
- 🌐 Bei einer weiteren Eskalation könnten die globalen Lieferketten gefährdet werden.
- 🌐 Die USA könnten von der EU erwarten, sich an weiteren Sanktionen gegenüber China zu beteiligen.
- 🌐 Die USA könnten einen Deal mit China durchführen, der aber für die EU nicht optimal wird.
- 🌐 Kursstürze an den Börsen

2. Außenhandelsdaten

Die wirtschaftlichen Probleme Deutschlands mit 2 seiner wichtigsten Handelspartner, USA und China, werden durch die aktuellen Import-Export-Detaildaten des Statistischen Bundesamts vom 9. Oktober 2025 für den Zeitraum Januar 2025 bis einschließlich August 2025 eindrucksvoll bestätigt (die Werte zum Vorjahreszeitraum Januar–August 2024 in Klammern):

USA:

🌐 Import:	63 Mrd. €	(62 Mrd. €)	= +1,4 %
🌐 Export:	99 Mrd. €	(107 Mrd. €)	= -7,4 %

China:

🌐 Import:	108 Mrd. €	(100 Mrd. €)	= +8,3 %
🌐 Export:	54 Mrd. €	(63 Mrd. €)	= -13,5 %

Während die Exporte nach China und in die USA massiv zurückgingen, stieg vor allem der Import aus China trotz anvisierter De-risking- und Decoupling-Ansätze gewaltig an.

3. Situation in Deutschland

Ich habe in den letzten Wochen mit vielen Geschäftsführern, Einkaufs- und Verkaufsleitern aus verschiedenen Branchen gesprochen und hierbei leider keine guten und hoffnungsvollen Nachrichten gehört:

- 🌐 Viele Firmen planen Kurzarbeit.
- 🌐 Viele Firmen sind bereits in Kurzarbeit.
- 🌐 Bei einigen Firmen stehen auch Entlassungen an.
- 🌐 Die Exportabhängigkeit ist groß.
- 🌐 Es bestehen großer Frust und steigendes Unverständnis in Bezug auf die regulatorischen Belastungen, etwa durch das deutsche und das EU-Lieferkettengesetz sowie das CBAM.

Angesichts der unklaren weiteren Entwicklungen haben viele Firmen ihre Bearbeitungen erst mal ausgesetzt.

4. Aktuelle Allensbach-Studie

Sämtliche unter Punkt 3 genannten Eindrücke werden von der aktuellen Studie des Allensbach-Instituts und der Beratung FTI-Andersch vom Spätsommer 2025, bei der insgesamt 169 Industrieunternehmen aus deutschen Schlüsselindustrien befragt wurden, bestätigt:

- 🌐 51 % der befragten Unternehmen befürchten in den nächsten 12 Monaten eine weitere Stagnation oder sogar eine Verschlechterung.
- 🌐 60 % der deutschen Zulieferer für die Automobilindustrie haben Schwierigkeiten in der Akquise von chinesischen Autobauern.
- 🌐 51 % der Maschinenbauunternehmen sind sich sicher, die einst lange anhaltende Technologieführerschaft in den kommenden Jahren an ausländische Marktbegleiter zu verlieren.
- 🌐 83 % beklagen die immer schwierigere Planbarkeit ihrer Geschäftsentwicklung.
- 🌐 63 % planen, ihre weiteren Investitionen zurück- oder diese ganz einzustellen.
- 🌐 94 % der energieintensiven Firmen, beispielsweise aus der Chemie- oder Stahlindustrie, befürchten massive Abwanderung und Verlagerungen ins Ausland.

Autor: Hans-Christian Seidel



ARBEITSHILFE

So fordern Sie erfolgreich eine Preissenkung bzw. wehren eine Preiserhöhung ab – Schritt für Schritt

Die Forderung nach einer Preissenkung und die Abwehr einer Preiserhöhung bedürfen unterschiedlicher Schritte. Diese habe ich in der nachfolgenden Übersicht für Sie zusammengestellt. Diese Gegenüberstellung wäre der klassische Verlauf, so wie es sich häufig in der Praxis abspielt. Natürlich sind die Verhandlungen mit den Verkäufern je nach Einzelfall stets leicht abweichend davon. Doch der Verlauf ist mehr oder weniger identisch.

NR.	SCHRITTE	AKTIVE FORDERUNG EINER PREISENKENKUNG	ABWEHR EINER PREISERHÖHUNG 
1	Eröffnung der Verhandlung nach dem Small Talk	Fordern Sie – im Rahmen Ihres Maximalziels – eine sofortige oder rückwirkende deutliche Preissenkung um –4 %.	Der Verkäufer informiert Sie – im Rahmen seines Maximalziels – über eine Preiserhöhung um +4 % ab einem gewissen Datum.
2	Ihre Verstärkung oder erste Reaktion	Teilen Sie mit, dass Sie ihm das jetzt sofort in einer vorbereiteten Präsentation veranschaulichen wollen.	Wehren Sie seine Preiserhöhung um +4 % ganz entschieden mit einem deutlichen Nein ab.
3	Ihre weitere Vorgehensweise	Halten Sie eine ungestörte Rede und begründen Sie Ihre Forderung mithilfe der folgenden Punkte: 🌐 Präsentieren Sie die Preishistorie der vergangenen Jahre mit den ganzen Preiserhöhungen. 🌐 Zeigen Sie die rückläufigen Preisentwicklungen bei den Kostenarten. 🌐 Beweisen Sie, dass die aktuellen Preisanstiege bei den verschiedenen Kostenarten moderat und zyklisch sind. 🌐 Verweisen Sie auf möglicherweise steigende Mengen Ihrerseits. 🌐 Zeigen Sie, dass die Mengen ohne Preisreduzierung sinken werden. 🌐 Informieren Sie über eventuelle Firmenkäufe, den Beitritt zu einer Einkaufskooperation oder die Einführung eines globalen Materialgruppenmanagements. 🌐 Erwähnen Sie neue Absatz- und Beschaffungsmärkte. 🌐 Locken Sie mit geplanten Neuentwicklungen und neuen Projekten.	Fragen Sie gezielt und unnachgiebig nach den folgenden Faktoren: 🌐 Lassen Sie Ihren Verkäufer erst mal erzählen, was er zu sagen hat, und/oder schauen Sie, ob er sich in Widersprüche verstrickt. 🌐 Erfragen Sie dann die allgemeinen Gründe der Preiserhöhung. 🌐 Prüfen Sie, ob er nur allgemeine Begründungen und Floskeln verwendet: Inflation, allgemeine Lage, die Forderung des CEO, seit 3 Jahren keine Preiserhöhung, Fehlkalulationen, Preisanstiege in verschiedenen Märkten ... 🌐 Fragen Sie detailliert nach den von ihm genannten Kosten für Rohstoffe, Packmittel, Energie, Frachten, Löhne. 🌐 Verlangen Sie – im Sinne Ihrer Partnerschaft – mehr Transparenz, wenn die Begründungen zu allgemein und zu dürrig sind. 🌐 Wenden Sie die Preisstrukturanalyse mittels einer Präsentation an.
4	Erstes Zwischenergebnis	Bietet der Lieferant Ihnen ein erstes Entgegenkommen an?	Reduziert der Verkäufer seine ursprüngliche Forderung?
5	Ihr Entgegenkommen	Sind Sie im Gegenzug auch bereit, dem Verkäufer gegenüber Ihre Forderung etwas zu reduzieren, oder bestehen Sie auf Ihrer Forderung?	Sind Sie im Gegenzug auch bereit, dem Verkäufer etwas entgegenzukommen, oder lehnen Sie seine Preiserhöhung weiter kategorisch ab?
6	Ihre bekannten Taktiken	Bei beiden Szenarien können Sie diese ausgewählten bewährten Taktiken identisch einsetzen: 🌐 starke Körpersprache 🌐 Fakten präsentieren 🌐 unterbrechen, wenn er taktisch ausweicht und ein anderes Thema anspricht 🌐 auf Ihrem Standpunkt beharren 🌐 Good-Guy-Bad-Guy-Methode 🌐 auf die Konkurrenz verweisen 🌐 Auszeiten und Vertagungen 🌐 Unverständnis in Bezug auf die Beharrlichkeit des Verkäufers äußern 🌐 Eskalation auf die nächste Hierarchieebene 🌐 Hinweis auf Abzug von Mengen und Vergabe an die Konkurrenz	
7	Ergebnis	Führen Sie den Kompromiss am Ende der Verhandlung herbei, wenn Sie keinen Lieferantenwechsel ins Auge ziehen wollen, können oder dürfen.	

Übersicht: Vergleich zwischen der Forderung nach einer Preissenkung und der Abwehr einer Preiserhöhung – eigene Darstellung

INTERVIEW

So entwickelt sich KI tatsächlich in der aktuellen Einkaufspraxis

Wie gehen Einkaufsabteilungen mit dem Thema KI in der heutigen Praxis wirklich um und welche generellen Handlungsempfehlungen gibt es diesbezüglich? Über dieses spannende Thema habe ich mich kürzlich mit Steffen Ettwein von SE Consulting Ettwein in Balingen unterhalten.



Hans-Christian Seidel:

KI durchdringt ja immer mehr Bereiche, so auch den Einkauf. Was treibt in Ihrer Beratungspraxis die Unternehmen zum Thema KI aktuell im Einkauf um und welche Schwierigkeiten stellen Sie fest? Steckt da möglicherweise noch vieles in den Kinderschuhen?

Steffen Ettwein:

In der aktuellen Beratungspraxis zeigt sich sehr deutlich: Unternehmen beschäftigen sich intensiv mit dem Thema KI im Einkauf, sind aber gleichzeitig verunsichert. Der Grund: Es gibt softwareseitig mittlerweile einfach „alles“ – von intelligentem Lieferantensourcing über Preisanalysen bis zu automatisierten Vertragsprüfungen.

Doch kaum ein Betrieb hat wirklich den Überblick, was es alles gibt – geschweige denn, wie man ein solches Projekt strukturiert angeht. Viele Unternehmen stehen hierbei auf völlig unbekanntem Terrain, denn es gibt Tausende Tools. Viele davon verschwinden jedoch wieder nach wenigen Monaten. Ferner ist nicht bekannt, welche Tools wirklich relevant sind.

Die Überzeugung, dass große Effizienzpotenziale und Einsparungen möglich sind, ist grundsätzlich da. Doch diese Potenziale sind oft nur schwer greifbar, weil das Knowhow und die Erfahrungswerte fehlen.

Was die Unternehmen also wirklich umtreibt, ist die Frage:

Wo starte ich – und wie finde ich in diesem dynamischen Markt eine Lösung, die zu mir passt?

Genau hier braucht es eine praxisnahe Beratung, die nicht nur Tools empfiehlt, sondern ein Gesamtbild vermittelt.

Hans-Christian Seidel:

Welche konkreten und praxisbewährten Vorgehensweisen empfehlen Sie – aus Ihrer Erfahrung heraus – den Unternehmen, um in diesem Bereich zukünftig erfolgreich oder noch erfolgreicher zu sein?

Steffen Ettwein:

Unternehmen, die beim Thema „KI im Einkauf“ erfolgreich sein wollen, sollten strukturiert vorgehen.

1. Der erste Schritt ist immer eine **klare Bedarfsanalyse**: Welches konkrete Problem soll mit KI gelöst werden? Geht es um Transparenz in der Lieferkette, schnellere Lieferantensuche oder die Automatisierung repetitiver Aufgaben? Ohne diese Zieldefinition bleibt jede Technologie ein Schuss ins Blaue.
2. Erst im zweiten Schritt sollte die **Auswahl des passenden Anbieters** erfolgen – mit Fokus auf Softwarelösungen, die zur eigenen Unternehmensgröße, zur IT-Infrastruktur und zur täglichen Arbeitsweise passen. Nur wenn Tool und Unternehmenskultur harmonieren, entsteht eine nachhaltige Lösung mit echtem Mehrwert.

Mein Fazit: KI im Einkauf ist kein Plug-and-Play – es ist ein strategisches Projekt, das Klarheit, passende Partner und einen praxisnahen Plan braucht.

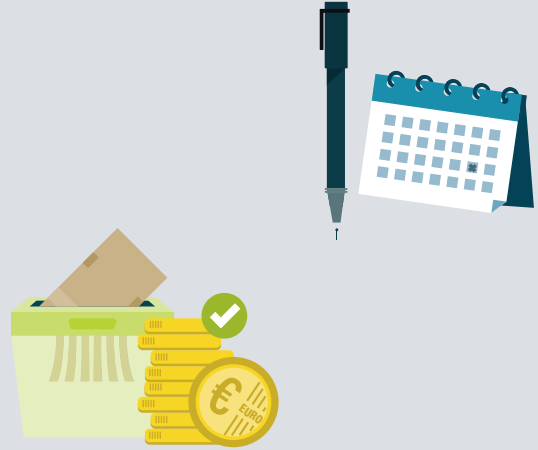
Steffen Ettwein ist Inhaber von SE Consulting Ettwein und hat knapp 20 Jahre Einkaufserfahrung. Als Unternehmensberater, Einkaufstrainer, Dozent und Buchautor begleitet er Unternehmen und Entscheider im Einkauf.



TOP-THEMA

Praxis-Dialog: So führt Herr Fuchs-Pfennig erfolgreich 2 verschiedene Preisverhandlungen

Jeder Einkäufer startet anders in eine Verhandlung. Der eine will den Verkäufer erst mal reden lassen, läuft dabei jedoch Gefahr, dass der Verkäufer gleich mit einer saftigen Preiserhöhung kommt und er in die Defensive gelangt. Andere – mich eingeschlossen – bevorzugen es, gleich eine Forderung zu stellen, um die Verhandlungsführung zu übernehmen. Daher habe ich zu diesen beiden Szenarien 2 passende Praxis-Dialoge verfasst. Im 1. Dialog wehrt Herr Fuchs-Pfennig eine Preiserhöhung erfolgreich ab, erreicht jedoch keine Preissenkung. Im 2. Dialog fordert er zuerst eine Preisreduzierung und holt ganze 4 % raus. Urteilen Sie selbst, welche Art Sie bevorzugen. Die Hinweise in den Antworten beziehen sich auf die Arbeitshilfe auf Seite 4.



1. Szenario: Abwehr einer Preiserhöhung

Verkäufer A

Leider müssen wir die Preise aufgrund der Preissteigerungen in den Märkten um 4 % erhöhen. Wir haben alles versucht und reichen nur das Nötigste weiter (ad 1).

Fuchs-Pfennig

Herr Verkäufer, das geht gar nicht, es gibt derzeit keine Gründe für irgendwelche Preiserhöhungen (ad 2). Was sind denn aus Ihrer Sicht die exakten Gründe (ad 3)?

Verkäufer A

Sie wissen ja, die allgemeinen Kosten sind gestiegen ...

Fuchs-Pfennig

(unterbricht) Herr Verkäufer, antworten Sie bitte konkreter auf meine Frage (ad 3). Ich darf doch im Sinne unserer Partnerschaft um etwas mehr Transparenz bitten (ad 3).

Verkäufer A

Löhne, Inflation, die weltweiten Containerfrachten ...

Fuchs-Pfennig

Herr Verkäufer, die Löhne sind um 6 % gestiegen, das sind bei einem Lohnkostenanteil von 25 % gerade mal 1,5 %. Die Inflation liegt bei 2,4 % und auch die Containerfrachten sind gemäß World-Container-Index gesunken.

Das sind doch klare Fakten, die Sie nicht einfach leugnen können (ad 3).

Ich schlage eine kurze Auszeit vor, dann können Sie diese Zeit zur internen Klärung nutzen.

Nach einer Auszeit von 20 Minuten geht es weiter.

Verkäufer A

Ich konnte zwischenzeitlich mit meinem Verkaufsleiter und dem Controlling sprechen. Wir sind bereit, unsere Preiserhöhung auf 2 % zu reduzieren. Mehr geht aber nicht (ad 4).

Fuchs-Pfennig

Nein, Herr Verkäufer, ich kann keine Preiserhöhung akzeptieren. Nach Auswertung der Preishistorie haben Sie die Preise während der diversen Krisen um 30 % erhöht. Sie haben im Jahr 2023 ganze 6 % nachgelassen und jetzt kommen Sie schon wieder mit einer Preiserhöhung, die ich einfach nicht nachvollziehen kann (ad 5).

Wenn Sie auf Ihrer Preiserhöhung bestehen, werde ich einen größeren Teil Ihrer Mengen alternativ vergeben (ad 6).

Verkäufer A

Das kann ich hier nicht entscheiden.

Fuchs-Pfennig

Dann nehmen Sie das noch einmal mit. Das Mindeste, was ich fordere, ist ein unveränderter Preis. Wir sprechen dann erst wieder, wenn sich etwas Gravierendes im Markt tut (ad 7).

Nach einem erneuten Hin und Her per Videokonferenz einigen sich beide auf eine Nullrunde für das nächste Jahr.

2. Szenario: Forderung einer Preisreduzierung

Fuchs-Pfennig

Wir haben Ihre aktuellen Preise geprüft und können diese nicht mehr akzeptieren. Daher fordern wir eine sofortige Preisreduzierung von 6 % (ad 1).

Ich werde Ihnen dies jetzt in einer kurzen, aber prägnanten Präsentation, die Sie hier schon eingeblendet sehen, erklären (ad 2).

Verkäufer A

Darf ich kurz ...

Fuchs-Pfennig

(unterbricht) Bitte lassen Sie mich jetzt mal ausreden, danke.

- 🌐 Sie haben die Preise während der diversen Krisen um ganze 30 % erhöht.
- 🌐 Sie haben uns die Preise im Jahr 2023 lediglich um 6 % nachgelassen.
- 🌐 Die Preisentwicklungen sind seit 2023 größtenteils rückläufig bzw. nicht mehr auf dem Niveau während der Krisen. Doch Ihre Kalkulation beruht immer noch hierauf.

- 🌐 Wir haben für das Jahr 2026 interessante Neuentwicklungen und Projekte geplant. In der Vergangenheit war das ja auch für Sie stets interessant, wenn Sie sich erinnern.

- 🌐 Wir haben eine Firma A gekauft, um dadurch noch mehr in neue Absatzmärkte zu dringen.

Daher bestehen wir auf einer Preisreduzierung von 6 % (ad 3).

Verkäufer A

Das klingt interessant. Aber 6 % kann ich Ihnen auf keinen Fall geben.

Es geht etwas hin und her, wobei Herr Fuchs-Pfennig das Tempo verschärft und negative Konsequenzen andeutet (ad 6).

Fuchs-Pfennig

Dann machen wir jetzt erst mal ein kurzes Time-out.

Nach einer Auszeit von 20 Minuten geht es weiter.

Fuchs-Pfennig

Herr Verkäufer, ich bin ganz Ohr, was haben Sie intern für uns klären können (ad 4)?

Verkäufer A

Ich habe mit meinen Vorgesetzten sprechen können. Wir können Ihnen keine 6 % Preissenkung geben. Wir wären jedoch bereit, uns auf 2 % zu einigen, wenn wir dann noch konkreter über Ihre Vorhaben im Jahr 2026 sprechen können (ad 4).

Fuchs-Pfennig

... Wenn das so ist, dann komme ich Ihnen mit 5 % entgegen (ad 5).

Fuchs-Pfennig erklärt Verkäufer A jetzt nochmals die Potenziale für das Jahr 2026 (ad 6).

Nach einem erneuten Hin und Her einigen sich beide schließlich auf eine Preisreduzierung von 4 % (ad 7).

Autor: Hans-Christian Seidel

LIEFERANTENMANAGEMENT

7 Praxis-Tipps, um mögliche Lieferantenwechsel objektiv zu überprüfen, aber nicht kategorisch abzulehnen

Ohne Lieferantenwechsel werden Sie auf Dauer wenig innovatives Knowhow in Ihrer Firma bekommen und in vielfacher Hinsicht auch zu teuer einkaufen. Wichtig ist in diesem Zusammenhang, dass Einkauf und Technik an einem Strang ziehen und vom Paket her bessere Alternativen kritisch, aber objektiv auf umsetzbare Vorteile überprüfen. Dazu habe ich hier 7 Praxis-Tipps für Sie.

1. Prüfen Sie, wie viele Lieferantenwechsel zurzeit in Ihrer Firma geplant sind

Jeder Lieferantenwechsel muss mit den internen und externen Schnittstellen im Vorfeld abgestimmt sowie koordiniert werden und sich einspielen. Wenn Sie aktuell relativ viele kleinere Lieferantenwechsel haben, könnte eine zusätzliche Umstellung bei einem A-Produkt problematisch werden, da zu viele parallele Wechsel die Prozesse in Ihrer Firma enorm belasten können.

2. Prüfen Sie Ihre aktuelle Preisbasis beim bisherigen Lieferanten

Durch die zahlreichen Preiserhöhungen während der multiplen Krisen ist eine gerechte Preisbasis erheblich durcheinander gekommen. Prüfen Sie anhand der Preishistorie, ob Sie mit Ihrem Bestandslieferanten preislich gesehen noch mal hart ins Gericht gehen müssen, bevor Sie einen Lieferantenwechsel in Betracht ziehen.

3. Verfassen Sie qualifizierte Anfragen

Ohne qualifizierte Anfragen, in denen Sie mehrere Bestandteile klären, bekommen Sie meist nur dürftige Angebote, die nur einen Bruchteil an relevanten Informationen enthalten. Oft sind dadurch in der Vergangenheit eigentlich qualifizierte Lieferanten nicht zum Zuge gekommen.

Zudem kann es passieren, dass der Verkäufer bei einer 08/15-Anfrage eventuell aus Zeitgründen nicht akribisch genug kalkuliert, sodass preislich gesehen durchaus noch Luft nach unten ist.

4. Verhandeln Sie die Erstangebote der Alternativlieferanten hart nach

Beim ersten Angebot handelt es sich oft um ein Maximalziel, bei dem der Lieferant noch genügend Puffer eingebaut hat.

5. Werten Sie die Angebote mit einer TCO-Betrachtung aus

Bei einem Angebotsvergleich müssen Sie alle relevanten kaufmännischen, logistischen und vertraglichen Parameter in Ihre Total-Cost-of-Ownership-Betrachtung mit einfließen lassen, wie beispielsweise:

- 🌐 Preis und sonstige Kosten
- 🌐 logistische und risikomäßige Parameter
- 🌐 nicht mehr einsetzbare Werkzeuge oder vorhandene Packmittel beim neuen Lieferanten
- 🌐 vertragliche K.-o.-Kriterien

6. Hinterfragen Sie die Forderungen Ihrer Technik und Entwicklung bei der Evaluierung

In Firmen, in denen die Technik, die Forschung und Entwicklung sowie die QS eine Hausmacht innehaben, wird es für Einkäufer aus den folgenden Gründen schwierig, sinnvolle Lieferantenwechsel zu initiieren:

- 🌐 Die Technik lehnt Lieferantenwechsel ohne Not kategorisch ab, da sie in Bezug auf die Qualität wenig experimentierfreudig, ängstlich und bequem ist.
- 🌐 Die Technik hat einen direkten und persönlichen Kontakt zum Bestandslieferanten, der die Beziehung geschickt pflegt.
- 🌐 Bei der Evaluierung neuer Lieferanten reagiert die Technik argwöhnisch und hält nicht immer die gebotenen und objektiven Evaluierungskriterien ein.

7. Überwachen Sie den KI-Prozess

In vielen Firmen erfolgen Anfrageaktionen und Angebotsauswertungen bereits auf KI-Basis. Die KI ist jedoch nur ein Tool, das Sie stets auf Korrektheit hin überprüfen müssen. Vergessen Sie das nicht!



FAZIT

Vergeben Sie nicht aus Bequemlichkeit Ihre Chancen!

Aus Kapazitätsgründen ist es Einkäufern oft am liebsten, den bisherigen Stammlieferanten etwas zu drücken, sodass sie im ERP nur einen anderen Preis einpflegen müssen. Wenn dies aber zur Regel wird, werden Sie das Potenzial des Beschaffungsmarktes kaum noch nutzen und es entgehen Ihnen eventuell innovative Qualitäten.

Autor: Hans-Christian Seidel

ROHSTOFFE

Die Erzeugerpreise im September 2025

Die Erzeugerpreise sanken im September 2025 um 1,7 % im Vergleich zum September 2024 und um 0,1 % zum Vormonat August 2025.



Ausgewählte Güter

	Veränderung in % zum September 2024	Veränderung in % zum August 2025
Gewerbliche Erzeugnisse insgesamt	-1,7	-0,1
Erzeugnisse der Vorleistungsgüter	-0,9	-0,1
Erzeugnisse der Investitionsgüter	1,9	0,1
Erzeugnisse der Konsumgüter	3,0	0,0
Erzeugnisse der Verbrauchsgüter	3,2	0,0
Energie	-7,3	-0,3
Gewerbliche Erzeugnisse insgesamt ohne Reparatur	-1,9	-0,1
Bergbau und Gewinnung von Steinen und Erden	1,2	0,8
Kohle	10,5	6,1
Erdöl	-19,6	-4,2
Erdgas	-0,3	-0,4
Rindfleisch, frisch oder gekühlt	34,8	1,2
Schweinefleisch, frisch oder gekühlt	-2,3	-1,5
Geflügelfleisch	12,1	-0,1
Pflanzliche und tierische Öle und Fette	0,7	-0,6
Zucker	-32,2	-0,6
Holz sowie Holz-, Kork- und Flechtwaren (ohne Möbel)	4,8	0,2
Verpackungsmittel, Lagerbehälter und Ladungsträger aus Holz	4,0	0,3
Papier, Pappe und Waren daraus	-1,0	-0,4
Wellpapier und -pappe; Verpackungsmittel aus Papier, Karton und Pappe	2,2	0,7
Schachteln und Kartons aus Wellpapier oder Wellpappe	3,4	1,2
Naphtha	-15,7	1,7
Dieselmotoren	3,2	0,5
Leichtes Heizöl	5,6	3,8
Schweres Heizöl	-9,1	-2,8
Flüssiggas	-15,0	-0,9
Chemische Erzeugnisse	-0,9	0,2
Pharmazeutische und ähnliche Erzeugnisse	0,9	0,0
Gummiwaren	0,1	-0,1
Kunststoffwaren	0,1	0,1
Glas, Keramik, bearbeitete Steine und Erden	0,7	0,1
Erzeugnisse aus Beton, Zement und Gips	0,2	0,2
Metalle	-0,5	0,5
Stabstahl, warm verarbeitet	-5,4	-0,5
Aluminium und Halbzeug daraus	-0,2	0,3
Kupfer und Halbzeug daraus	1,1	1,4
Strompreis	-10,2	-0,5

Übersicht: Erzeugerpreise September 2025 – eigene Darstellung

LESERFRAGEN

„Wie kann ich bei verschiedenen Machtverhältnissen jeweils proaktiv Preisreduzierungen fordern?“

FRAGE eines Einkaufsleiters aus dem Mittelstand: In Ihren Seminaren legen Sie uns immer nahe, proaktiv – wie Sie immer sagen – auf die Lieferanten zuzugehen und sofort eine Preissenkung zu verlangen. Das funktioniert aber nicht bei jedem, da wir auch Monopolisten und schwer ersetzbare Lieferanten haben.

Wie kann ich hierbei zielführend vorgehen?

ANTWORT Natürlich können Sie nicht von jedem Lieferanten in der gleichen Weise Preisreduzierungen fordern. Ich schlage die Strategien des Marktmachtportfolios vor:

🌐 **Defensivstrategie:** In dieser Konstellation müssen Sie sich intern genaustens abstimmen und absichern, wenn

Sie bessere Preise fordern wollen. Es kann ja durchaus passieren, dass ein Monopolist auf dumme Gedanken kommt und eine satte Preiserhöhung fordert.

🌐 **Kooperationsstrategie:** Wenn Sie und Ihr Lieferant gleich stark sind, würde ich zu einem gemeinsamen kreativen Wertanalyse-Workshop oder zu einer Verhandlung einladen und eine Präsentation mit Ihrer Forderung halten. Zielpreise würde ich trotzdem vorgeben.

🌐 **Offensivstrategie:** Hier sitzen Sie am längeren Hebel und können proaktiv klare Zielpreise fordern. Bitte nutzen Sie das und warten Sie nicht, bis Ihr Lieferant es einfach mal mit einer Preiserhöhung versucht.

🌐 **Differenzierungsstrategie:** Handelt es sich für Sie und den Lieferanten um C-Produkte, dann empfehle ich eher eine IT-basierte Prozessverbesserung oder die Abwicklung durch eine Einkaufskooperation.

Hans-Christian Seidel

„Wie starte ich bei 3–4 vergleichbaren Anbietern auf einfache Weise ein simples Vergabeverfahren?“

FRAGE einer Einkäuferin einer mittelgroßen Firma: Ich habe 3–4 vergleichbare Angebote für technische Teile von uns bereits bekannten und freigegebenen Lieferanten vorliegen. Bisher habe ich immer dem besten den Zuschlag gegeben. Ist das Ihrer Meinung nach richtig?

ANTWORT Ja, das ist schon in Ordnung. Sie könnten in einem einfachen Vergabeverfahren allerdings durchaus noch mehr rausholen, es kostet aber etwas Zeit.

Ich gebe Ihnen daher folgende Tipps:

🌐 **Möglichkeit 1:** Verhandeln Sie mit demjenigen Lieferanten, der den besten Preis abgegeben hat, weiter. Da

ist mit Sicherheit noch etwas Spielraum drin. Anschließend konfrontieren Sie die anderen 3 mit einem noch niedrigeren Preis.

🌐 **Möglichkeit 2:** Informieren Sie alle Anbieter über die Wettbewerbssituation. Laden Sie alle 4 Verkäufer gleichzeitig ein – wenn sich der Aufwand vom Beschaffungsvolumen her lohnt – und setzen Sie sie in 4 verschiedene Räume. Dann gehen Sie von Raum zu Raum zwecks Nachverhandlungen, bis Sie den besten Preis haben.

🌐 **Möglichkeit 3:** Fordern Sie alle Verkäufer auf, ihre Angebote nochmals zu verbessern. Rufen Sie bei den beiden preiswertesten Lieferanten an. Teilen Sie ihnen mit, dass Sie gerade im Vergabemeeting sitzen, und verlangen Sie den allerbesten Preis.

Hans-Christian Seidel

PREISENTWICKLUNGEN

Großhandelspreise im September 2025

Die Verkaufspreise im deutschen Großhandel lagen im September 2025 um 1,2 % höher als im September 2024. Im Vergleich zum Vormonat August 2025 stiegen die Preise leicht um 0,2 %.

Hauptursachen für den Anstieg zum Vorjahresmonat waren u. a. die starken Anstiege bei Kaffee, Tee, Kakao und Gewürzen (+22,2 %), Zucker, Süß- und Backwaren (+14,6 %), Fleisch und Fleischwaren (+10,5 %) sowie NE-Erzen, NE-Metallen und NE-Metallhalbzeug (+23,5 %).



GH m. landwirtschaftlichen Grundstoffen und lebenden Tieren:	0,7 %
GH m. Getreide, Rohtabak, Saaten und Futtermitteln:	-5,2 %
GH m. Obst, Gemüse und Kartoffeln:	-1,3 %
GH m. Fleisch und Fleischwaren:	10,5 %
GH m. Milch, Milcherzeugnissen, Eiern, Speiseölen, Nahrungsfetten:	5,6 %
GH m. Kaffee, Tee, Kakao und Gewürzen:	22,2 %
GH m. Mehl und Getreideprodukten:	-1,0 %
GH m. Gebrauchs- und Verbrauchsgütern:	0,7 %
GH m. pharmazeutischen, medizinischen und orthopädischen Erzeugnissen:	1,7 %
GH m. Karton, Papier, Pappe, Schreibwaren, Bürobedarf, Büchern, Zeitschriften und Zeitungen:	-0,4 %
GH m. sonstigen Maschinen, Ausrüstungen und Zubehör:	1,5 %
GH m. Büromöbeln:	2,7 %
GH m. festen Brennstoffen:	1,8 %
GH m. Mineralölerzeugnissen:	-1,7 %
GH m. Eisenerzen, Eisen, Stahl, Eisen- und Stahlhalbzeug:	-4,1 %
GH m. NE-Erzen, NE-Metallen und NE-Metallhalbzeug:	23,5 %
GH m. Holz, Baustoffen, Anstrichmitteln und Sanitärkeramik:	1,7 %
GH m. Flachglas:	11,5 %
GH m. Metall- und Kunststoffwaren für Bauzwecke:	0,5 %
GH m. chemischen Erzeugnissen:	0,5 %
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

Von Lieferketten bis Leadership: 2 Wirtschaftsthemen im Blickpunkt

In der heutigen turbulenten Wirtschaft ist eine Risikoanalyse bestehender und potenzieller Lieferländer ein immer wichtigeres Tool für Einkäufer und Category-Manager. Der Buch-Tipp zeigt, wie wichtig es ist, effiziente Führung in 2 Richtungen zu betrachten.

Der Global-Sourcing-Risk-Index 2025

Die Studie zum Global-Sourcing-Risk-Index wurde von den globalen Beratungsunternehmen Proxima und Oxford Economics veröffentlicht. Der Index hilft Einkäufern bei der Risikoanalyse ihrer aktuellen oder potenziellen globalen Lieferländer.

Zur Bewertung der einzelnen 30 Länder wurden 8 Kriterien herangezogen: geopolitische Stabilität, Governance und Compliance, Klima und Wetterrisiken, Arbeitsrechte, Kostenvolatilität, ESG-Faktoren, Lieferantenkonzentrationen sowie Logistik- und Infrastrukturrisiken.

Die Bewertungen zeigen, in welchen Ländern in Bezug auf diese 8 Kriterien globale Risiken bestehen. Hier ein Auszug der sichersten und unsichersten Länder:

- 1. Schweiz
- 2. Deutschland
- 3. Großbritannien
- 4. Niederlande
- 5. Österreich
- 6. Japan
- 7. Frankreich
- 8. Italien
- 9. Spanien
- 10. Australien
- ...
- 20. Saudi-Arabien
- 21. Thailand
- 22. Indonesien
- 23. China
- 24. Vietnam
- 25. Kolumbien
- 26. Philippinen
- 27. Indien
- 28. Russland
- 29. Türkei
- 30. Mexiko

Den kompletten Download finden Sie hier:
<https://kurzlinks.de/risk-index-2025>

Quelle: Proxima und Oxford Economic

Exklusiver Buch-Tipp

Touchpoint Leadership: Wie Führung nach unten und oben gelingt: Praktische Anlässe für eine klare Führungskultur

Anja Häßler; Verlag: Springer Gabler, Wiesbaden, 1. Auflage Oktober 2025, 217 Seiten, Preis: 64,99 €

Gemäß der Überzeugung der Autorin sind die heutigen Führungskräfte überfordert. Mit dem Begriff Touchpoint meint die Autorin, dass wirklich wirksame Führung in der heutigen Zeit immer nur gemeinsam mit den Mitarbeitenden, also sowohl von oben nach unten als auch von unten nach oben, gelingen kann.

Daher wird genau dieser Ansatz in allen der zum Thema Leadership passenden Kapitel in einer Art praktischer Arbeitshilfe mit den beiden Überschriften „Leading up“ und „Leading down“ erklärt.

IN DER NÄCHSTEN AUSGABE LESEN SIE:

Verhandlungen: 5 Möglichkeiten, die Savings mit externen Verhandlern zu erhöhen

Arbeitshilfe: 8 wichtige Themen für Neu- und Quereinsteiger im Einkauf

Interview: So verbessern Sie die Zusammenarbeit mit einem externen oder Firmenrechtsanwalt

Verhandlungen: Formulierungstipps für Verhandlungen bei sinkenden Mengen