

Einkaufsmanager

Praxis-Werkzeuge und Knowhow für Einkaufsprofis

KW 08–09 | 2026



3 Selbstmarketing: „Tue Gutes, rede drüber!“

Das Ersparnisberichtswesen ist ein wichtiges Tool, um über die Performance des Einkaufs zu berichten. Mit diesen 8 praktischen Tipps kommen Sie professionell rüber.

4 Arbeitshilfe: Fachbegriffe und Abkürzungen

Kennen Sie die wichtigsten aktuellen Fachbegriffe? Finden Sie hier eine handliche Übersicht neuartiger Einkaufsbegriffe.

5 Interview: Bedeutung des Einkaufs

Der Einkauf ist gerade in Krisenzeiten enorm wichtig für den Unternehmenserfolg – vor allem, wenn er von der Geschäftsleitung gefördert wird.

TOP-THEMA

6 Führungswissen: Sie und Ihr Team

Einkaufsleiter aufgepasst: Mit diesen 10 Tipps optimieren Sie Ihre Teamverhandlungen – und Ihre Ergebnisse.

EDITORIAL



Hans-Christian Seidel

ist seit rund 20 Jahren globaler Einkaufstrainer in Seminaren und Coach. Sein Themenschwerpunkt umfasst in erster Linie das Thema Verhandlungen sowie die Bereiche Einkauf, Wirtschaft, Leadership, interkulturelle Kompetenz und Konfliktmanagement.

Es gibt auch Erfreuliches

Liebe Leserin, lieber Leser,

viele Politiker hauen aktuell gern mal einen raus mit ihren Ideen für die Wirtschaft. Aber: Struktur ist das definitiv nicht! Doch es gibt auch gute Nachrichten: Der Auftragseingang und die ausländischen Direktinvestitionen sind gestiegen.

Dass die Rohstoffpreise gestiegen sind, deutet u. a. auf eine gesteigerte Nachfrage hin. Die Kehrseite der Medaille für Sie als Einkäufer ist, dass die Verkäufer dies argumentativ nutzen, um wieder einmal über Preiserhöhungen zu sprechen.

Beim Zusammenspiel in Teamverhandlungen müssen Sie als Einkaufsleiter den Spagat zwischen der Gewährung von Freiräumen für Ihre Einkäufer und einem kompletten Kontrollverlust überwinden. Damit das gelingt, gebe ich Ihnen im Top-Thema ein paar Tipps.

Ihr

Hans-Christian Seidel

Hans-Christian Seidel,
Chefredakteur

INHALTSVERZEICHNIS

SELBSTMARKETING 3

- ☐ 8 praktische Tipps für Ihr Ersparnisberichtswesen

ARBEITSHILFE 4

- ☐ 20 neuartige Fachbegriffe im Einkauf

INTERVIEW 5

- ☐ 3 Fragen eines Geschäftsführers über die Effizienz des Einkaufs in schwierigen Zeiten

TOP-THEMA 6

- ☐ 10 Tipps für Einkaufsleiter, um Teamverhandlungen zu optimieren

PREISENTWICKLUNGEN 8

- ☐ Die Importpreise im Dezember 2025

ROHSTOFFE 9

- ☐ Die Preisentwicklungen der letzten Monate

MARKTINFORMATIONEN 10

- ☐ Die Konjunkturindikatoren im Januar 2026

INDIZES 11

- ☐ Die globalen PMIs im Januar 2026

4 NACHRICHTEN 12

- ☐ Gestiegene Rohstoffpreise
☐ Stahlproduktion 2025
☐ Freihandelsabkommen EU und Indien
☐ Gestiegene ausländische Direktinvestitionen

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 • © 2026 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.

SELBSTMARKETING

8 Tipps für Ihr aussagefähiges Ersparnisberichtswesen

„Tue Gutes, rede drüber!“ Das Ersparnisberichtswesen ist ein berechtigtes Reporting-Tool in Bezug auf das interne Selbstmarketing und Self-Branding im Einkauf. Um internes Belächeln oder Kritik zu vermeiden, müssen die Art und die Darstellung des Reportings mit der Geschäftsleitung und dem Controlling ohne große Interpretationsspielräume abgestimmt und festgelegt werden.

1. Interne Berechtigung

Das Ersparnisberichtswesen ist das wichtigste Reporting-Tool, um die Performance des Einkaufs zu dokumentieren und zu zeigen. Intern wird dies oft als Selbstbeweihräucherung des Einkaufs abgetan. Das akzeptiere ich nicht, denn

- 🌐 der Vertrieb darf seine Umsätze und Deckungsbeiträge ja auch zelebrieren,
- 🌐 die Produktion darf ihre Effizienz feiern, die zum Großteil durch neue und effizientere Maschinen und Produktionsverlagerung an ausländische Standorte entstanden ist,
- 🌐 die Finanzbuchhaltung feiert eine verbesserte Liquidität, die teilweise auch auf zu späten Bezahlungen von Lieferantenrechnungen basiert.

Daher braucht der Einkauf sein Licht nicht unter den Scheffel zu stellen, sondern hat das Recht, seine Leistungsfähigkeit ebenfalls zu präsentieren.

2. Motivation im Einkauf

Sie als Einkaufsleiter müssen Ihr Team zur Steigerung der Savings in den Verhandlungen motivieren. Daher ist es wichtig, zunächst die jährlichen Einsparungsziele gemeinsam mit den Einkäufern abzustimmen und unterteilt nach den einzelnen Warengruppen festzulegen. In einem jährlichen Sondermeeting ist dann das Jahresgesamtziel nochmals allen vorzustellen – mit der Anweisung an das Team, jede erzielte Einsparung in einer dafür bestimmten Datei festzuhalten.

3. Interne Abstimmung

Legen Sie intern mit dem Controlling und der GL verbindliche, schriftliche Regeln fest, wie Sie im Einkauf Einsparungen messen und dokumentieren dürfen. Als gängige Vereinbarung gilt, die Ersparnisse auf das Jahr hochzurechnen und am Jahresende einen Abgleich zu machen.

- 🌐 Ergebnis: bester Preis aus 3 Angeboten oder zum Durchschnitt
- 🌐 Differenz: Budgetpreis/Zielpreis minus bester Preis
- 🌐 Differenz: Vergangenheitspreis minus neuer Preis
- 🌐 Differenz: Durchschnittspreis des Marktspiegels minus bester Preis
- 🌐 Differenz: 1. Angebot minus verhandelter Preis

4. Direkte Einsparungen ...

... etwa bei Rohstoffen, Handelswaren und Packmitteln, wirken sich unmittelbar auf die G&V und den Deckungsbeitrag 1 aus.

5. Indirekte Einsparungen ...

... wirken sich eher budgetmäßig aus, u. a. Einsparungen bei Dienstleistungen, Projekten und Investitionsgütern.

6. Cost Avoidance

Auch Cost Avoidance ist eine Leistung des Einkaufs. Es gibt sogar Firmen, die Verteuerungen von den Einsparungen wieder abziehen. Bei Cost Avoidance handelt es sich um die Reduzierung einer Preiserhöhung, die der Einkauf beispielsweise in Verhandlungen mit starken Monopolisten erreicht hat.

7. Hebel

Die Verbesserungen bei den ganzen Einkaufshebeln wie Boni, Skonti, Zahlungsbedingungen, Lieferkonditionen oder Rabatten etc. sind auch in ein Ersparnisberichtswesen zu integrieren und dürfen nicht unbewertet bleiben. Hier sind mit dem Controlling gesonderte Vereinbarungen zu treffen, z. B.:

- 🌐 1 % Einsparung bei Verlängerung der Zahlungsbedingungen
- 🌐 3 % Einsparung bei Verbesserung der inländischen Lieferkonditionen von EXW auf CIP
- 🌐 1 % Einsparung bei Verlängerung der Gewährleistung von 24 auf 36 Monate

8. Weitere Einsparungen

Auch Verbesserungen von Prozessen durch KI, beim Lagerbestand, wertanalytische Optimierungen, Bedarfsvermeidung, Bedarfsbündelungen, Vereinfachungen von Spezifikationen und Reduzierungen von Variantenvielfalten sollten in das Ersparnisberichtswesen aufgenommen werden, sofern sie nicht bereits in den oben genannten Punkten enthalten sind.

Hans-Christian Seidel ist globaler Verhandlungs- und Einkaufstrainer aus Mühlthal und agiert zusätzlich als Individualcoach für Einkäufer.





ARBEITSHILFE

20 neuartige, aber gängige Einkaufsbegriffe

Im Einkauf werden viele Fachbegriffe und Abkürzungen verwendet, die eine hohe Relevanz haben, häufig jedoch nicht korrekt eingeordnet werden oder deren Bedeutung nicht komplett verstanden wird. Diese Übersicht, zusammengestellt von Olaf Kugeler, Partner bei der Unternehmensberatung neXus Procurement GmbH in Mönchengladbach, bringt mehr Licht in dieses wichtige Themenfeld.

NR.	BEGRIFF	ERKLÄRUNG
1	Source-2-Pay (S2P)	- beschreibt den durchgängigen End-to-End-Prozess (E2E) vom strategischen Sourcing bis zur finalen Zahlung an den Lieferanten - Ziel: Transparenz, Compliance und Automatisierung über alle Einkaufs- und Zahlungsprozesse hinweg sicherzustellen
2	Procurement Orchestration	- beschreibt die koordinierte Steuerung von E2E-Einkaufsprozessen über mehrere IT-Systeme hinweg - Der Ansatz reduziert Medienbrüche und beschleunigt Durchlaufzeiten erheblich.
3	Guided Buying	- führt Nutzer durch vordefinierte, regelbasierte Einkaufsprozesse - Ziel: hohe Compliance bei gleichzeitig positiver Nutzererfahrung zu erreichen
4	Tail Spend	- umfasst die Vielzahl kleiner, oft unstrukturierter Einkaufsvolumina mit hohem administrativem Aufwand - Typische Zielsetzung ist die Reduktion von Lieferanten-Komplexität und (Prozess-)Kosten (z. B. Bündelung, MSP).
5	Maverick Buying	- bezeichnet Einkäufe außerhalb definierter Prozesse oder ohne bestehende Verträge - führt häufig zu höheren Kosten, Compliance-Risiken und geringer Transparenz
6	Contract Lifecycle Management (CLM)	- deckt den gesamten Lebenszyklus eines Vertrags von Erstellung bis Verlängerung oder Kündigung ab - Ziel: Vertrags-Compliance sicherzustellen und wirtschaftliche Potenziale besser auszuschöpfen
7	Managed Service Provider (MSP)	- übernimmt die operative Steuerung und Bündelung von Lieferanten im Kundenauftrag - Ziel: eine standardisierte Governance und bessere Kostensteuerung
8	Spend Analytics	- analysiert Einkaufsdaten entlang von Lieferanten, Warengruppen und Verträgen - bildet die Grundlage für Savings-Initiativen und strategische Entscheidungen
9	Should Cost / Clean Sheet	- ermittelt marktgängige (faire) Preise auf Basis realistischer Kostenstrukturen - erhöht durch Transparenz die Verhandlungsstärke bei intransparenten Angeboten
10	Total Value Contribution (TVC)	- Das Spektrum der Wertbeiträge des Einkaufs geht weit über Einsparungen hinaus. - Qualität, Risikomanagement, Nachhaltigkeit, Innovation u. v. m. zählen ebenso dazu.
11	Preferred Supplier List (PSL)	- definiert bevorzugte Lieferanten je Warengruppe - erhöht Qualität, Geschwindigkeit und Steuerbarkeit - erleichtert Wettbewerb (RFx)
12	Rate Card	- definiert standardisierte Stunden-/Tagessätze nach Rollen und Qualifikationen - schaft Transparenz und Vergleichbarkeit, insbesondere bei Dienstleistungen
13	Early Procurement Involvement (EPI)	- beschreibt die frühzeitige Einbindung des Einkaufs in Projekte und Bedarfsspezifikationen - kann Kosten, Risiken und Lieferantenstrategien frühzeitig positiv beeinflussen
14	Risk-Based Sourcing	- berücksichtigt neben Kosten auch Liefer-, Markt- und Compliance-Risiken - Ziel: eine robuste und resiliente Lieferantenstruktur
15	Nearshoring	- verlagert Beschaffungsvolumina in geografisch näher gelegene Regionen; zugehörige Begriffsfamilie: Offshoring, „Bestshoring“ - Ziel: die Reduktion von Lieferzeiten, Risiken und Umweltbelastungen (ESG-Ziele)
16	Supplier-Enabled Innovation (SEI)	- nutzt Lieferanten durch enge Einbindung gezielt als Innovationspartner - Der Einkauf fungiert dabei als Schnittstelle zwischen Markt und internen Stakeholdern.
17	Digital Procurement Maturity Model	- bewertet den Reifegrad von Prozessen, Systemen und Organisation im Einkauf - Value Scan dient als Analyse und Roadmap für gezielte Weiterentwicklung des Einkaufs.
18	Data-Driven Procurement	- nutzt valide und strukturierte Daten systematisch zur Entscheidungsunterstützung - Analytics, KPIs und KI werden zum zentralen Steuerungsinstrument des Einkaufs.
19	Target Operating Model (TOM)	- beschreibt Zielbild von Aufbau, Rollen, Prozessen und Governance im Einkauf - definiert, wie strategischer, operativer und transaktionaler Einkauf zusammenspielen
20	Leakage (Savings Leakage)	- bezeichnet Verlust von verhandelten (upstream) Einsparungen im Unternehmen - Ursachen: meist mangelnde Compliance und Kontrolle in der Umsetzung (downstream)

INTERVIEW

Der Einkauf hat aktuell den größten Einfluss auf den Unternehmensgewinn

Warum wird der Einkauf eigentlich schon immer intern benachteiligt und kann aufgrund mangelnder Kapazitäten den derzeit größten Einfluss auf den Unternehmensgewinn nicht realisieren? Dazu sprach ich mit einem sichtlich überraschten Geschäftsführer.



Geschäftsführer:

Sie sagten vorhin im Seminar, dass der Einkauf ziemlich an Überlastung leide. Finden Sie nicht, dass auch andere Abteilungen davon betroffen sind?

Hans-Christian Seidel:

Ja, mit Sicherheit. Doch ich bin nun mal ein Fürsprecher des Einkaufs und erkenne da in vielen Firmen – verglichen mit anderen Abteilungen – zu wenig Budget und kaum noch verfügbare Kapazitäten im Tagesgeschäft.

Einkäufer sind in allen möglichen ERP- und ESG-Projekten integriert. Das klingt erst mal anspruchsvoll und herausfordernd. Leider führt dieser Zustand aber dazu, dass der Einkauf seine Möglichkeiten in Bezug auf intensivere Verhandlungen immer weniger ausschöpfen kann.

So kann der Einkauf u. a. keine Auszeiten nehmen und muss früh und ohne große Nachverhandlungen in den nachteiligen Kompromissmodus gehen. Somit verspielt er zwangsläufig sein brachliegendes Potenzial, den größten Einfluss auf den Unternehmensgewinn zu realisieren.

Geschäftsführer:

Was meinen Sie damit, dass der Einkauf aktuell den größten Einfluss auf den Unternehmensgewinn hat?

Hans-Christian Seidel:

Das liegt vor allem an den folgenden 3 Konstellationen in den Firmen:

1. Der Einkauf verantwortet zwischen 40 % und 70 % der Gesamtkosten und somit den größten Kostenblock.
2. Oft ist der Einkauf fast die einzige Abteilung, die durch Preisverhandlungen oder wertanalytische Maßnahmen den Deckungsbeitrag noch erhöhen kann. Dies gilt besonders, wenn der eigene Vertrieb die Preise kaum noch erhöhen kann oder gar reduzieren muss.
3. Eine Einsparung von 1 % ist automatisch 1 % Gewinn. Je nach individueller Kalkulationsgrundlage müsste der Vertrieb den Umsatz aus eigener Kraft zwischen 8 % und 12 % erhöhen, um seinerseits zusätzlich 1 % Gewinn zu erzielen.

Geschäftsführer:

Wie könnte mein eigener Einkauf denn in der aktuellen Situation auf die Verkäufer einwirken?

Hans-Christian Seidel:

Wenn ein Einkauf über genügend Fachkräfte, Budget und ausreichend Zeit zum Verhandeln verfügt, stehen ihm hauptsächlich die folgenden Taktiken zur Verfügung:

- 🌐 Er kann auf die prekäre wirtschaftliche Situation verweisen, die leider zu rückläufigen Mengen führt, und erläutern, dass für beide viel auf dem Spiel steht, wenn der Lieferant die Preise nicht reduziert.
- 🌐 Er kann an die Preishistorie mit zahlreichen Preiserhöhungen erinnern, die immer noch die Kalkulation unnötig schwer belasten.
- 🌐 Er kann die in vielen Fällen rückläufigen Preisentwicklungen bei den Kostenarten Rohstoffe, Packmittel, Frachten und Energie als Argument heranziehen.

TOP-THEMA

10 Tipps für Sie als Einkaufsleiter, um das Zusammenspiel mit Ihrem Team in Verhandlungen zu optimieren

Das Zusammenspiel zwischen Ihnen als Einkaufsleiter und Ihrem Team in Ihren Verhandlungen muss im Vorfeld klar abgestimmt und bei den Verhandlungen wirksam orchestriert werden. Natürlich müssen Sie Ihrem Team Freiräume gewähren, doch vergessen Sie nie, dass Sie für die Ergebnisse am Ende die Verantwortung tragen. Daher ist es auch sinnvoll, die ein oder andere Verhandlung im Vorfeld in den geplanten Rollen einfach mal durchzuspielen. Sie als Einkaufsleiter müssen die Teamverhandlungen nicht durchgehend führen. Vielmehr können Sie dabei verschiedene und abgestimmte Rollen einnehmen: eine beobachtende, zurückhaltende, tempoverschärfende oder überraschende etc. Der Vielfalt sind keine Grenzen gesetzt, wenn Sie diese 10 Tipps nutzen.



1. Stimmen Sie ab, bei welchen Gesprächen Sie dabei sind

Je nach Teamgröße können Sie nicht an allen Verhandlungen teilnehmen. Dies trifft ganz besonders zu, wenn sich Ihre Einkäufer an verschiedenen Standorten befinden und persönliche Verhandlungen anstehen.

Selektieren Sie daher, an welchen Gesprächen Sie als Einkaufsleiter teilnehmen ...

- 🌐 müssen: wenn eine Überforderung eines Einkäufers erkennbar ist,
- 🌐 müssen: wenn das Gespräch den Verantwortungsrahmen des Einkäufers übersteigt,
- 🌐 sollen: beispielsweise bei der Teilnahme eines ranghohen Verkaufsleiters oder des Geschäftsführers des Lieferanten,
- 🌐 sollen: etwa wenn ein Einkäufer Sie explizit um Ihre Unterstützung bittet,
- 🌐 wollen: wenn Sie z. B. den neuen Verkäufer kennenlernen möchten und/oder zusätzliche Fragen in Bezug auf ein anderes Neugeschäft haben.

Klären Sie außerdem, welche Rollen Sie in den verschiedenen Verhandlungen einnehmen sollen.



MEIN TIPP

Stimmen Sie sich ab

Stimmen Sie mit den jeweiligen Einkäufern ab, bei welchen A- und B-Lieferanten sowie bei welchem Eskalationsgrad mit dem Lieferanten Sie turnusmäßig dabei sind.

2. Machen Sie sich ein Bild der Verhandlungskompetenzen Ihrer Einkäufer

Machen Sie sich als Einkaufsleiter zunächst ein klares Bild von der wahrnehmbaren Verhandlungs- und Durchsetzungsstärke sowie dem jeweiligen Persönlichkeitstyp Ihrer einzelnen Teammitglieder.

Je nach Erfahrungsgrad und Verhandlungsstärke können Sie die stärkeren Verhandler auch „an der langen Leine“ lassen, während Sie bei den noch unerfahrenen Einkäufern selbst mit ranmüssen.

Wichtig für die Teamaufstellung: Klären Sie, welcher Persönlichkeitstyp für welche Verhandlung geeignet ist.

3. Stecken Sie den Verantwortungsrahmen ab

Geben Sie Ihren Einkäufern im Sinne eines *Management by Objectives* einen klar abgesteckten Freiraum – abhängig von Beschaffungsvolumen oder prozentualen Zielen –, innerhalb dessen sie sich frei bewegen und Entscheidungen treffen können.

4. Wahren Sie unbedingt das Gesicht Ihrer Einkäufer

Egal, wie Sie Ihre Verhandlung planen, beachten Sie immer die folgende Grundregel: Ein Auftritt als „großer Zampanò“, der seine Mitarbeitenden bloßstellt, um selbst gut dazustehen, geht gar nicht! Das Gesicht Ihrer Einkäufer muss vor den Verkäufern unter allen Umständen gewahrt bleiben!

Lassen Sie Ihre Einkäufer in einer Teamverhandlung zunächst mal anfangen, ohne das Gespräch sofort an sich reißen und ohne dass Sie noch einmal zu Wort kommen.



ACHTUNG

Unliebsamer Nebeneffekt

Damit demotivieren Sie Ihre Einkäufer nicht nur. Es könnte sein, dass einzelne Verkäufer zukünftig Ihre Einkäufer umgehen, „um den Deal gleich mit dem Chef zu machen“.

5. Die Good-Guy-Bad-Guy-Methode

Agieren Sie als Einkaufsleiter primär als Bad Guy, damit der gute Draht zwischen Ihrem Einkäufer und dem Verkäufer durch die Verhandlung nicht nachteilig gestört wird.

6. Das überraschende Dazukommen

Um die Dramaturgie in einer Verhandlung zu steigern, könnten Sie überraschend oder vorher angekündigt zur Verhandlung dazustoßen. Dabei gibt es 2 Möglichkeiten:

- 🌐 Sie betreten das Verhandlungszimmer, erhöhen nach einer kurzen Begrüßung das Tempo und verabschieden sich mit dem Hinweis, dass Sie Ihrem Team die Fortsetzung überlassen.
- 🌐 Sie betreten das Verhandlungszimmer und bleiben dann bis zum Ende der Verhandlung dabei.

In beiden Fällen müssen sich die Verkäufer durch Ihren Auftritt auf eine neue Situation einstellen.



ACHTUNG

Ihre Anwesenheit ist nicht immer erforderlich

Für den Fall, dass Ihre Einkäufer das abgestimmte Ziel bereits erreicht haben, stellt sich die Frage, ob Sie von einem Einsatz eventuell absehen sollten und sich diese Eskalation für eine spätere Verhandlung aufheben.

7. Die Eskalation

Viele Einkaufsteams lassen eine festgefahrene Verhandlung oder eine Pattsituation auf die nächste Hierarchieebene hochskalieren. Dann sind Sie als Chef gefragt.



ACHTUNG

Machen Sie das nicht jedes Mal!

Wenn Sie diese Methode ständig praktizieren, gewöhnt sich ein kluger Verkäufer an Ihre Taktik und baut geschickterweise einen Chefbonus in seine Kalkulation mit ein, ohne dass Ihre Firma davon einen Vorteil hat.

8. Der Ghost Negotiator

Als Ghost Negotiator nehmen Sie an den jeweiligen Verhandlungen nicht direkt im Verhandlungszimmer teil, sondern warten in Ihrem Büro oder in einem Nachbarraum bis zur nächsten Auszeit. Während eines Time-outs kommen die Einkäufer zu Ihnen, um über den aktuellen Stand zu berichten und mit Ihnen die weitere Vorgehensweise zu besprechen.

Diese Taktik als Verhandler im Hintergrund eignet sich für Sie als Einkaufsleiter, weil ...

- 🌐 Sie die Verhandlung im Hintergrund lenken können,
- 🌐 Sie weiter Regie in einer eventuell wichtigen Verhandlung führen,
- 🌐 Sie Zeit sparen,
- 🌐 Sie keine Zugeständnisse an den Verkäufer machen müssen, die Sie durchaus machen könnten,
- 🌐 sich die Einkäufer hinter Ihrer Weisung verstecken, an der sich die Verkäufer erst mal die Zähne ausbeißen,
- 🌐 Sie mit Ihrer Erfahrung Ihren Einkäufern wertvollen Input und zahlreiche weitere Tipps geben können.

9. Die Krokodil-Methode

Ihre Einkäufer führen die Verhandlungen, während Sie sich mit ernster oder freundlicher Miene heraushalten. Erst am Schluss melden Sie sich überraschend doch noch zu Wort, um ...

- 🌐 die Position Ihrer Mitarbeiter zu bestätigen und zu untermauern,
- 🌐 eine Entscheidung zu treffen oder einen Kompromiss zu finden, der natürlich intern zuvor abgestimmt war.

10. Vermitteln Sie Ihrem Team Sicherheit

Wichtig ist, dass Sie vor, während und nach der Verhandlung stets Souveränität und Sicherheit ausstrahlen und eine Vorbildrolle übernehmen.

Zeigen Sie Ihren Einkäufern bei allen Verhandlungen, dass ...

- 🌐 alle wesentlichen Punkte abgestimmt sind,
- 🌐 Sie die Verhandlungsführung in jeder Situation übernehmen und beibehalten können,
- 🌐 Sie sich von Druck – persönlich und in Ihrer Körpersprache – unbeeindruckt zeigen,
- 🌐 Fehler erlaubt sind,
- 🌐 Sie hinter Ihren Einkäufern stehen und
- 🌐 Sie bei Unsicherheiten eine Entscheidung treffen können.

Hans-Christian Seidel ist globaler Verhandlungs- und Einkaufstrainer aus Mühlthal und agiert zusätzlich als Individualcoach für Einkäufer.



PREISENTWICKLUNGEN

Die Importpreise im Dezember 2025

Die Importpreise lagen im Dezember 2025 um 2,3 % niedriger als im Dezember 2024. Im Vergleich zum Vormonat November 2025 sanken sie leicht um 0,1 %. (Stand: 31.1.2026)



 Ausgewählte Güter	Veränderung in % zum Dezember 2024	Veränderung in % zum November 2025
Gesamtindex	-2,3	-0,1
Waren der Ernährungswirtschaft aus Euro-Ländern	0,7	0,7
Waren der Ernährungswirtschaft aus Nicht-Euro-Ländern	-1,5	-1,8
Rohstoffe aus Euro-Ländern	-25,7	-3,7
Rohstoffe aus Nicht-Euro-Ländern	-15,2	-2,2
Halbwaren aus Euro-Ländern	1,8	0,6
Halbwaren aus Nicht-Euro-Ländern	12,3	3,3
Vorzeugnisse aus Euro-Ländern	-3,5	0,1
Vorzeugnisse aus Nicht-Euro-Ländern	-3,0	-0,2
Verbrauchsgüter	-1,1	-0,5
Investitionsgüter aus Euro-Ländern	1,1	0,1
Investitionsgüter aus Nicht-Euro-Ländern	-1,4	0,2
Energie aus Euro-Ländern	-21,5	-4,6
Energie aus Nicht-Euro-Ländern	-19,9	-4,5
Erzeugnisse des Bergbaus, Steine und Erden	-19,3	-2,8
Kohle	-20,9	-1,3
Erdöl	-23,2	-3,0
Erdgas, verflüssigt	-45,9	-4,3
Erdgas, gasförmig	-23,3	-5,0
Rindfleisch, frisch, gekühlt oder gefroren	24,1	-0,6
Schweinefleisch, frisch, gekühlt oder gefroren	-14,9	-3,4
Kakaomasse, Kakaobutter, Kakaofett, Kakaoöl, Kakaopulver	-26,9	-10,8
Holz, gesägt und gehobelt, aus Euro-Ländern	7,4	0,2
Holz, gesägt und gehobelt, aus Nicht-Euro-Ländern	4,6	-0,2
Verpackungsmittel, Lagerbehälter und Ladungsträger aus Holz	5,4	-2,7
Papier, Pappe und Waren daraus	-3,6	-0,3
Kokerei- und Mineralölerzeugnisse	-12,9	-5,7
Chemische Erzeugnisse	-3,4	-0,1
Naphtha	-19,2	-2,0
Gummi- und Kunststoffwaren	-2,0	-0,3
Glas und Glaswaren	-2,3	-0,6
Metalle (ohne Abfälle und Schrott)	9,0	2,4
Aluminium und Halbzeug daraus	-2,4	0,5
Kupfer und Halbzeug daraus	12,5	5,6
Elektrischer Strom	-14,0	-8,3

Übersicht: Importpreise Dezember 2025 (Quelle: Destatis) – eigene Darstellung

ROHSTOFFE

Die wichtigsten Preisentwicklungen der letzten Monate

Die metallischen Rohstoffpreise sind Ende Januar 2026 im Vergleich zum Vorjahresmonat sukzessive gewaltig angestiegen. Die Preise für Energierohstoffe sind dagegen nur leicht gestiegen. (Stand: 31.1.2026)



Parameter	Währung	Maß	April 25	Mai 25	Juni 25	Juli 25	August 25	Sept 25	Okt 25	Nov 25	Dez 25	Jan 26
Rohstoffe												
Erdöl Brent ¹	USD	Barrel	63	63	66	72	68	67	65	63	60	70
Erdöl WTI ¹	USD	Barrel	58	60	65	69	64	62	60	58	57	65
Erdgas TTF ⁷	Euro	MWh	32	34	32	35	31	31	31	28	28	39
Kohle ¹	USD	Tonne	93	95	107	103	99	93	92	96	96	100
Dieselpreis ¹	Euro	Liter	1,57	1,55	1,61	1,61	1,56	1,60	1,60	1,64	1,60	1,71
EEX Strompreis ¹	Euro	MWh	88	94	90	94	90	90	92	91	87	89
Aluminium ¹	USD	Tonne	2.418	2.435	2.597	2.565	2.615	2.679	2.884	2.868	2.995	3.146
Blei ¹	USD	Tonne	1.947	1.926	2.025	1.940	1.943	1.957	2.000	1.955	1.962	1.957
Holz ¹	USD	Tonne	557	592	628	692	548	613	539	544	538	594
Gold ¹	USD	Feinunze	3.288	3.292	3.303	3.290	3.447	3.858	4.002	4.216	4.315	4.865
Platin ¹	USD	Feinunze	971	1.059	1.333	1.293	1.369	1.567	1.572	1.673	2.054	2.164
Kupfer ¹	USD	Tonne	9.489	9.623	10.040	9.606	9.805	10.300	10.901	11.004	12.504	13.369
Naphtha ¹	USD	Tonne	546	544	535	554	559	562	527	529	504	522
Nickel ¹	USD	Tonne	15.375	15.150	15.020	14.800	15.190	15.075	15.055	14.660	16.485	17.540
Palladium ¹	USD	Feinunze	940	974	1.100	1.194	1.108	1.260	1.440	1.451	1.613	1.718
Silber ¹	USD	Feinunze	32,62	32,98	36,11	36,76	39,74	46,69	48,68	56,41	71,30	84,70
Zink ¹	USD	Tonne	2.593	2.631	2.764	2.769	2.815	3.010	3.170	3.255	3.063	3.343
Zinn ¹	USD	Tonne	31.600	30.775	33.845	32.800	35.535	35.285	36.300	39.125	40.900	54.000
Mais ¹	USD	Buschel	4,67	4,44	4,21	3,94	3,98	4,16	4,32	4,36	4,40	4,26
Palmöl ¹	Euro	Tonne	812	804	797	857	890	871	861	855	838	889
Weizen ¹	Euro	Tonne	202	200	195	196	187	186	193	187	189	194
Indizes	Basis	Maß	April	Mai	Juni	Juli	August	Sept	Okt	Nov	Dez	Jan
FAO-Index ²		Punkte	128.2	127.1	128.1	129.8	130.0	128.6	126.5	125.1	124.3	
FAO Fleischpreis ²		Punkte	121.6	122.8	126.0	126.7	127.8	127.9	125.2	125.3	123.6	
FAO Milchpreis ²		Punkte	151.7	153.6	155.5	154.6	152.3	147.2	141.8	136.3	130.3	
FAO Getreidepreis ²		Punkte	110.9	109.0	107.3	106.5	105.7	104.9	103.6	105.5	107.3	
FAO Öle und Fette ²		Punkte	158.0	152.2	155.7	166.8	169.1	167.9	169.4	165.0	164.6	
FAO Zuckerpreis ²		Punkte	112.3	109.4	103.6	103.3	103.6	99.4	94.1	88.6	90.7	
VIK ³		Punkte	293	307	309	301	297	300	303	306	297	
Plastixx ⁴		Punkte	2.673	2.597	2.583	2.575	2.557	2.530	2.496	2.459	2.461	
Plastixx ST ⁴		Punkte	2.765	2.685	2.670	2.663	2.664	2.615	2.580	2.541	2.543	
Plastixx TT ⁴		Punkte	1.675	1.657	1.643	1.627	1.620	1.613	1.595	1.583	1.578	
WCI ⁵	USD	40 ft	2.157	2.508	2.983	2.499	2.119	1.761	1.822	1.806	2.213	2.107
HDE ⁶		Index	96,02	96,10	97,35	97,73	97,64	95,97	96,52	95,57	95,24	95,54

Quellen:

1: finanzen.net

2: FAO

3: VIK

4: KI Bad Homburg

5: Drewry

6: HDE

7: investing.com

MARKTINFORMATIONEN

Ihre wichtigsten Indizes

Der deutsche Einkaufsmanager-Index der Industrie ist im Januar 2026 auf 48,7 Punkte gestiegen (Stand: 31.1.2026). Im Dezember lag er noch bei 47,7 Punkten. Er ist damit nach wie vor unter dem klassischen Wert von 50,0 Punkten.



Parameter	Feb	März	April	Mai	Juni	Juli	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez	Jan
Indikatoren												
EMI der deutschen Industrie mit Richtwert-Index 50 ⁴	46,1	48,3	48,0	48,8	49,0	49,2	49,9	48,5	49,6	48,4	47,7	48,7
EMI der Dienstleistungen mit Richtwert-Index 50 ⁴	51,1	50,9	49,0	47,1	49,7	50,6	49,3	51,5	54,6	53,1	52,7	52,4
PMI Global der Industrie aus 32 Ländern ⁴	50,6	50,3	49,8	49,9	50,3	49,7	50,9	50,8	50,0	50,5	50,4	50,9
Arbeitslosen-Quote in % ⁶	6,4	6,4	6,3	6,2	6,2	6,3	6,4	6,3	6,2	6,1	6,2	6,6
Bestand an offenen Stellen in 1.000 ⁶	639	643	646	634	632	628	621	629	623	623	619	598
ifo-Geschäftsklimaindex in Punkten ⁸	85,3	86,7	86,9	87,5	88,4	88,6	88,9	87,7	88,4	88,0	87,6	87,6
ZEW-Index zur Konjunktur-erwartung ²	26,0	51,6	-14,0	25,2	47,5	52,7	34,7	37,3	39,3	38,5	45,8	59,6
GfK-Konsumklimaindex nach Punkten ⁵	-22,6	-24,6	-24,3	-20,8	-20,0	-21,7	-23,5	-23,5	-22,5	-24,1	-23,4	-26,9
Einzelhandelsumsatz real in % zum Vormonat ¹	0,3	0,7	-0,1	-0,4	0,6	-0,2	-0,4	0,3	0,3	-0,5	0,1	
Industrieproduktion in % zum Vormonat ¹	-1,3	2,3	-1,6	0,1	-0,1	1,3	-3,7	1,1	2,0	0,8		
Auftragseingang Industrie in % zum Vormonat ¹	0,0	3,4	1,6	-0,8	-0,2	-2,7	-0,4	2,0	1,6	5,6		
Inflationsrate in % zum Vorjahresmonat ¹	2,3	2,2	2,1	2,1	2,0	2,0	2,2	2,4	2,3	2,3	1,8	2,1
Änderung der Erzeugerpreise der Industrie in % zum Vorjahresmonat (Vormonat) ¹	0,7 (-0,2)	-0,2 (-0,7)	-0,9 (-0,6)	-1,2 (-0,2)	-1,3 (0,1)	-1,5 (-0,1)	-2,2 (-0,5)	-1,7 (-0,1)	-1,8 (0,1)	-2,3 (0,0)	-2,5 (-0,2)	
Änderung der Importpreise in % zum Vorjahresmonat (Vormonat) ¹	3,6 (0,3)	2,1 (-1,0)	-0,4 (-1,7)	-1,1 (-0,7)	-1,4 (0,0)	-1,4 (-0,4)	-1,5 (-0,5)	-1,0 (0,2)	-1,4 (0,2)	-1,9 (0,5)	-2,5 (-0,4)	
DIW-Konjunkturbarometer in Punkten ⁹	90,4	90,6	82,9	90,2	94,2	92,3	92,0	96,3	91,1	92,9	93,4	94,8
Aktienkurse	Feb	März	April	Mai	Juni	Juli	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez	Jan
DAX in Punkten ⁷	22.551	22.163	22.496	23.997	23.909	24.065	23.902	23.880	23.958	23.836	24.490	24.538
DOW Jones in Punkten ⁷	43.840	42.001	40.669	42.270	44.094	44.130	45.544	46.397	47.562	47.716	48.063	48.892
Währungen	Feb	März	April	Mai	Juni	Juli	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez	Jan
US-Dollar (1 Euro = in USD) ³	1,04	1,08	1,14	1,13	1,17	1,14	1,17	1,17	1,16	1,16	1,17	1,19
Britisches Pfund (1 Euro = in Brit. Pfund) ³	0,83	0,84	0,83	0,82	0,86	0,86	0,87	0,87	0,88	0,88	0,87	0,87
Japanischer Yen (1 Euro = in JPY) ³	156,96	161,60	162,68	162,96	169,17	171,52	171,72	173,76	178,14	180,57	184,09	183,59
Chinesischer Renminbi (1 Euro = in CNY) ³	7,58	7,84	8,26	8,16	8,40	8,24	8,32	8,36	8,22	8,18	8,23	8,28
Indische Rupie (1 Euro = in INR) ³	90,97	92,40	96,14	97,02	100,56	100,30	102,80	104,25	102,50	103,49	105,60	109,58
Schweizer Franken (1 Euro = in CHF) ³	0,94	0,95	0,94	0,93	0,93	0,93	0,94	0,94	0,93	0,93	0,93	0,92

1: Statistisches Bundesamt	2: ZEW	3: Deutsche Bundesbank	4: S&P Global Market Intelligence	5: GfK	6: Bundesagentur für Arbeit	7: investing.com	8: ifo-Institut	9: DIW
----------------------------	--------	------------------------	-----------------------------------	--------	-----------------------------	------------------	-----------------	--------

INDIZES

Globaler PMI

1	Asean	52.8
2	Australien	52.4
3	Brasilien	47.0
4	China	50.3
5	Deutschland	48.7
6	Eurozone	49.5
7	Frankreich	51.0
8	Global	50.9
9	Griechenland	54.2
10	Großbritannien	51.6
11	Indien	56.8
12	Indonesien	52.6
13	Irland	52.2
14	Italien	48.1
15	Japan	51.5
16	Kanada	50.4
17	Kolumbien	50.0
18	Malaysia	50.2
19	Mexiko	46.3
20	Niederlande	50.1
21	Nigeria	49.7
22	Österreich	47.2
23	Philippinen	52.9
24	Polen	48.8
25	Russland	49.4
26	Saudi-Arabien	56.3
27	Schweiz ⁽¹⁾	48.8
28	Spanien	49.2
29	Südkorea	51.2
30	Taiwan	51.7
31	Thailand	58.3
32	Tschechische Republik	49.8
33	Türkei	48.1
34	USA	52.8
35	Vietnam	52.5

Quelle: S&P Global Ltd. / (1) Investing.com

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



Ausgaben-
archiv und
Spezialreports



Profitieren Sie
von unserem
Experten Netzwerk:
[www.zolex.de/
expert](http://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

Rohstoffpreise ziehen an, Stahl schwächelt – Freihandel und Investitionen setzen positive Impulse

Unerfreulich: Die Preise für metallische Rohstoffe steigen und die deutsche Rohstahlproduktion ging im Jahr 2025 zurück. **Erfreulich dagegen:** Das Freihandelsabkommen zwischen der EU und Indien ist unter Dach und Fach und die ausländischen Investitionen in Deutschland nehmen zu.

1. Gründe für die aktuell gestiegenen Rohstoffpreise für Metalle

Die Rohstoffpreise für Metalle und Seltene Erden sind im letzten Jahr, aber auch Anfang dieses Jahres leider deutlich gestiegen.

Weitere Details, die die jeweiligen Entwicklungen genau aufzeigen, finden Sie auf Seite 9 dieser Ausgabe.

Die Gründe für diese Entwicklungen sind in Abhängigkeit der jeweiligen Rohstoffe verschiedener Natur:

- 🌐 allgemein steigende Nachfrage – beispielsweise durch Energiewende, KI-Infrastruktur oder steigende Rüstungsproduktion – und ein nur langsam wachsendes Angebot
- 🌐 Verknappungen durch Produktionsbeschränkungen oder Produktionsunterbrechungen
- 🌐 geopolitische Spannungen
- 🌐 Handelskonflikte wie u. a. Exportverbote
- 🌐 verschärfte Sanktionen und Exportkontrollen
- 🌐 politische Einflussnahme
- 🌐 Verknappungen, die durch Bevorratung und einen bewussten Lageraufbau der Firmen entstehen
- 🌐 CBAM kann partiell zu steigenden Preisen bei importierten Rohstoffen führen.
- 🌐 In kritischen Zeiten gehen der Gold- und der Silberpreis tendenziell nach oben.

2. Wirtschaftsvereinigung (WV) Stahl: Gesamtjahr 2025

Gemäß der Jahresbilanz der WV Stahl weist die Rohstahlproduktion in Deutschland im Zeitraum Januar – Dezember 2025 mit ca. 34,1 Mio. Tonnen einen Rückgang von fast 8,6 % im Vergleich zum Vorjahreszeitraum auf. Somit blieb die Produktion zum 4. Mal in Folge unter der Marke von 40 Mio. Tonnen.

Die Werte im Einzelnen in 1.000 t / mit prozentualer Veränderung zum Vorjahreszeitraum:

🌐 Rohstahl gesamt:	34.090	/	-8,6 %
• davon Oxygenstahl:	23.645	/	-10,7 %
• davon Elektrostahl:	10.445	/	-3,5 %
🌐 Roheisen:	21.872	/	-10,1 %
🌐 warmgewalzte Stahlerzeugnisse:	29.760	/	-5,5 %

Quelle: WV Stahl

3. Freihandelsabkommen zwischen Indien und der EU

Indien und die EU haben im Januar ihre fast 20-jährigen Verhandlungen über ein Freihandelsabkommen abgeschlossen. Dadurch entsteht ein gemeinsamer Markt mit ca. 2 Mrd. Menschen – ein gewaltiger Exportmarkt.

Daneben werden aber natürlich auch die Importmärkte für Einkäufer sehr interessant.

4. Zunahme der ausländischen Investitionen in Deutschland

Ein positives Signal: Im Jahr 2025 investierten ausländische Unternehmen ca. 96 Mrd. Euro in Deutschland. Das bedeutet mehr als eine Verdopplung gegenüber den 43 Mrd. Euro des Vorjahres.

Quelle: Institut der deutschen Wirtschaft (IW)

IN DER NÄCHSTEN AUSGABE LESEN SIE:

News: 10 Parameter, wie Ihre Geschäftsführung den Einkauf besser unterstützen kann

Skalierung im Einkauf: 10 Praxis-Tipps

Außenhandel: Die deutschen Top-Import- und -Exportländer im Jahr 2025

Interview: Die 3 Top-Themen im Einkauf 2026