

## ARBEITSHILFE

# Erfolgreich verhandeln in der Krise: kompetitiv vs. kooperativ

Leider drohen aktuell wieder vermehrt Preiserhöhungen. Gehen Sie in die Verhandlung und wehren Sie sich! Je nach Verhandlungsstärke empfiehlt sich entweder der kompetitive oder der kooperative Verhandlungsstil. Finden Sie hier für beide Stile wichtige Taktiken.

KOMPETITIV	KOOPERATIV
<p><b>Good-Guy-Bad-Guy-Methode</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Der Bad Guy setzt klare Grenzen und erhöht das Tempo.</li> <li>Der Good Guy bestätigt den Bad Guy, glättet aber die Wogen und versucht, einen Kompromiss zu erreichen.</li> </ul>	<p><b>Preisstrukturanalyse</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Prüfen Sie die einzelnen Kostenarten anhand des tatsächlichen prozentualen Anteils an den Gesamtkosten.</li> <li>Multiplizieren Sie diesen prozentualen Anteil mit den angeblichen Erhöhungen des Lieferanten.</li> </ul>
<p><b>Nennen Sie Ihre Forderung zuerst.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Der Verhandler, der seine Forderung zuerst platziert (= Anker), sorgt dafür, dass seine Forderung den Schwerpunkt der Verhandlung bildet.</li> </ul>	<p><b>Delta-Methode</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Stellen Sie am Ende einer Verhandlung in einer Präsentation die unterschiedlichen Positionen gegenüber.</li> <li>Zeigen Sie, dass ein Kompromiss kurz bevorsteht, wenn sich beide Parteien nochmals etwas bewegen.</li> </ul>
<p><b>Sprechen Sie ein klares Nein aus.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Zeigen Sie einem Verkäufer durch Ihr klares Nein eine unumstößliche Grenze.</li> <li>Wiederholen Sie dieses Nein einige Male, ohne eine Begründung abzugeben.</li> </ul>	<p><b>Harvard-Modell</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Eruieren Sie gemeinsame Interessen zwischen Ihnen und dem Verkäufer.</li> <li>Verhandeln Sie danach verschiedene tragfähige Optionen.</li> <li>Erkennen Sie aber auch Ihre Alternativen, wenn Sie sich nicht einigen können.</li> </ul>
<p><b>Nutzen Sie die Chef-Methode.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Ihre Einkäufer beginnen mit der Verhandlung und stellen ihre Forderungen.</li> <li>Zu einem späteren Zeitpunkt kommen Sie als Chef überraschend dazu und machen eine klare Ansage.</li> </ul>	<p><b>Präsentieren Sie Fakten.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Suchen Sie sich Fakten über Preisentwicklungen und die Situation in den Märkten heraus.</li> <li>Verstärken und verdeutlichen Sie diese Fakten und Argumente in einer prägnanten Präsentation.</li> </ul>
<p><b>Setzen Sie auf starke Körpersprache.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Untermauern Sie Ihren kompetitiven Verhandlungsstil mit einer starken Körpersprache.</li> <li>Achten Sie u. a. auf eine aufrechte Sitzhaltung und eine ernste Mimik mit direktem Blickkontakt.</li> </ul>	<p><b>Setzen Sie auf freundliche Körpersprache.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Untermauern Sie Ihren kooperativen Verhandlungsstil mit einer freundlichen Körpersprache.</li> <li>Achten Sie hierbei besonders auf Ihre Mimik.</li> </ul>
<p><b>Verschärfen Sie das Tempo.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Erhöhen Sie den Druck, wenn der Verkäufer bei seiner Blockadehaltung bleibt.</li> <li>Heben Sie die Stimme bei gleichzeitig strengem Blick, aber werden Sie niemals laut.</li> </ul>	<p><b>Machen Sie Ihre Firma interessant.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Stellen Sie Ihre Firma als innovativ und mit respektablen Wachstumsraten in vielen Märkten vor.</li> <li>Beeindrucken Sie mit einem Firmenrundgang, einem ansprechenden Verhandlungsraum und einer Einladung in die Gästekantine.</li> </ul>
<p><b>Good-Guy-Bad-Guy-Methode im Wechsel</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Wenden Sie zunächst die Good-Guy-Bad-Guy-Methode an.</li> <li>Verwirren Sie den Verkäufer später durch einen abrupten Rollentausch.</li> </ul>	<p><b>Verbessern Sie die Beziehung.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Wenden Sie die Gute-Freunde-Methode an und seien Sie stets freundlich.</li> <li>Bitten Sie den Verkäufer zu einem späteren Zeitpunkt um seine Hilfe und Unterstützung.</li> </ul>
<p><b>Zeigen Sie das Verlustszenario oder das Phase-out-Szenario.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Verlustszenario: Nennen Sie die Summe in Euro, die der Verkäufer in seinem Budget durch einen Lieferantenwechsel verlieren würde.</li> <li>Phase-out-Szenario: Schildern Sie, wie sich der Lieferantenwechsel abspielen würde.</li> </ul>	<p><b>Verkaufen Sie Ihren Bedarf.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Locken Sie mit vielversprechenden Mehrmengen – auch über Ihre anderen Standorte – in den nächsten Jahren.</li> <li>Sprechen Sie von Neuprojekten, geplanten Neueinführungen und Folgebedarfen.</li> </ul>
<p><b>Nutzen Sie taktische Auszeiten und Vertagungen.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Unterbrechen Sie die Verhandlung mit taktischen Auszeiten, um den Verkäufer zu verunsichern.</li> <li>Vertagen Sie Verhandlungen, um zu zeigen, dass Sie keine Eile haben.</li> </ul>	<p><b>Halten Sie eine Rede.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Halten Sie eine Rede, in der Sie dem Verkäufer eindeutige und für Sie sprechende Fakten zeigen.</li> <li>Stellen Sie sicher, dass der Verkäufer Sie währenddessen nicht unterbricht.</li> </ul>
<p><b>Stellen Sie Gegenforderungen.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Zeigen Sie sich unbeeindruckt von der Preiserhöhung.</li> <li>Stellen Sie davon unbeirrt eine Gegenforderung.</li> </ul>	<p><b>Nutzen Sie Priming und Framing.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Bereiten Sie einen ersten Reiz mit einer Geschichte vor.</li> <li>Verstärken Sie diesen mit Fakten und einer Präsentation.</li> </ul>