

Fünf Fragen, mit denen du vorbereitet in den Raum gehst.

Die meisten bereiten Argumente vor. Du bereitest ab jetzt die Verhandlung vor. **P, O, W und E sind deine Analyse, R ist das Ergebnis.** Dein Argument entsteht deshalb am Ende und nicht am Anfang.

Du musst nicht alles auf einmal beantworten. Jede Frage, die du vor dem Termin klärst, gibt dir mehr Ruhe im Termin. Alle Felder in diesem Workbook kannst du direkt am Bildschirm ausfüllen.

MEIN FALL

Kunde

Termin am

Worum es geht

WENN DU VOR DEM NÄCHSTEN TERMIN NUR EINE SACHE MACHST

Schreib deine vier Preispunkte auf (Seite 2, P). Das allein verändert, wie du am Tisch sitzt.

P

POSITION

Rechne deine Spanne. Vier Zahlen, schriftlich. Und frag dich, was es sie kostet, dich auszutauschen.

O

ORGANIZATION

Finde den Stift. Wer entscheidet, was darf er allein freigeben, und nach welchem Raster bewertet er?

W

WANTS

Finde seine Rechnung. Woran wird er gemessen, und wie berechnet er seine Einsparung?

E

EXCHANGE

Tausche, statt zu geben. Biete an, was ihm mehr wert ist, als es dich kostet, gebündelt und mit Gegenleistung.

R

RESPONSE

Entscheide vorher. Lege Eröffnung, Argument, Antwort auf Druck und Exit fest. Das Argument kommt zuletzt.

DEIN CHECK VOR DEM TERMIN

Jedes Ja macht dich stärker. Jedes Nein zeigt dir, wo sich 15 Minuten Vorbereitung lohnen.

- ☐ Ich kenne meine Redline und weiß, warum sie dort liegt.
- ☐ Ich weiß, wer am Ende unterschreibt.
- ☐ Ich weiß, wie der Einkauf seine Einsparung berechnet.
- ☐ Ich habe mindestens zwei Variablen außer dem Preis.
- ☐ Ich habe einen Satz für den Moment, in dem Druck kommt.

SO NUTZT DU DAS WORKBOOK

Pro Buchstabe eine Seite: oben die Frage, darunter deine Felder, dazu die häufigste Falle und ein Beispiel. Fang mit P an. Wenn die Zeit knapp ist, reichen P und R. Was du noch nicht weißt, ist kein Problem: Notier es als offene Frage und kläre es vor dem Termin.

P

POSITION

Wie stark stehst du wirklich?

Deine Grenzen kennst du, bevor jemand sie testet. Gerechnet, nicht gefühlt. Und oft bist du stärker, als du denkst.

PREISPUNKT

BETRAG

BEGRÜNDUNG

Optimum

Damit steigst du ein.

Normalpreis

Da willst du landen.

Minimum

Untergrenze für deine Mindestmarge.

Redline

Absolute Untergrenze: darunter Verlust.

Was passiert, wenn der Deal nicht zustande kommt? Umsatzanteil, gebundene Kapazität, Ersatz in der Pipeline (real oder erhofft?)

Was kostet es den Kunden, dich zu ersetzen? Ausschreibung, Onboarding, Wissen, laufende Kampagnen

HÄUFIGE FALLE

Du orientierst deinen Preis am Wettbewerb: „Die anderen sind genauso teuer, aber wir sind besser.“ Damit spielst du auf dem Vergleichsfeld des Einkaufs, und „besser“ taucht in seinem Raster nicht auf.

BEISPIEL: ALEX

Mischsatz pro Stunde: Optimum 220 € • Normalpreis 200 € (1.600 € am Tag) • Minimum 185 € • Redline 170 €.

Mit minus zehn Prozent landet er bei 180 €, also unter seinem Minimum. Ein Jahr später sind es minus 15 Prozent auf seinen ursprünglichen Satz: 170 €, genau an seiner Redline. Hätte er seine vier Zahlen gekannt, hätte er beim ersten Nachlass gewusst, wo er steht.

Eröffnet wird mit dem Optimum, weil verhandelt wird. Wer mit dem Wunschpreis beginnt, hat nur noch Spielraum nach unten.

O

ORGANIZATION

Wer entscheidet, und nach welchen Regeln?

Du liest das System, in dem entschieden wird. Nicht die Personen, sondern die Regeln.

Wer hat den Stift? Wer unterschreibt am Ende?

Wer sitzt am Tisch? Wer war im Pitch dabei und fehlt jetzt?

Was darf der Einkäufer allein freigeben, und wem berichtet er das Ergebnis, in welcher Form?

Seine drei Fragen, und deine Antworten darauf:

Was kostet es?

Womit ist es vergleichbar?

Welches Risiko gehe ich ein?

HÄUFIGE FALLE

Du sprichst weiter mit dem Fachbereich, obwohl längst der Einkauf entscheidet. Zustimmung heißt noch nicht Einfluss.

MERKSATZ

Der Fachbereich will überzeugt werden. Der Einkauf will ausgestattet werden, mit Zahlen, die er intern vertreten kann.

Was weißt du noch nicht? Und wie klärst du es vor dem Termin? (z. B. Fachbereich fragen, Ausschreibungsunterlagen, frühere Vergaben)



WANTS

Was wollen beide Seiten wirklich?

Interessen statt Forderungen, auf beiden Seiten, auch auf deiner.

Woran wird der Einkäufer gemessen? Einsparung, aber gegenüber welcher Basis: Vorjahrespreis, dein Erstangebot, Budget oder Benchmark?

Woran wird der Fachbereich gemessen, und was riskiert er persönlich bei einem Wechsel?

Was soll dieser Kunde für dich leisten? Wähle eins davon.

☐ Marge ☐ Wachstum ☐ Referenz

HÄUFIGE FALLE

„Die wollen nur den Preis drücken.“ Mit diesem Satz endet die Analyse, bevor sie angefangen hat.

DIE EINE FRAGE

„Wie berechnen Sie Ihre Einsparung?“

Gegen welche Basis: Vorjahrespreis, Erstangebot, internes Budget oder gekaufter Benchmark? Ob derselbe Abschluss für ihn ein Erfolg oder eine Niederlage ist, hängt von dieser Basis ab. Und damit auch, was dein Zugeständnis überhaupt wert ist.

Seine Basis (oder deine Vermutung, bis du es weißt):

Was weißt du noch nicht? Und wie klärst du es vor dem Termin?

E

EXCHANGE

Was kannst du tauschen?

Verhandlungsmasse findest du dort, wo beide Seiten dieselbe Sache unterschiedlich bewerten, nicht nur im Preis. Wo „Wert für ihn“ und „Kosten für dich“ auseinanderfallen, liegt dein Tausch.

VARIABLE	WERT FÜR IHN	KOSTEN FÜR DICH
Preisstruktur		
Zahlungsziel		
Laufzeit		
Teamzusammensetzung		
Leistungsumfang		
Reporting-Frequenz		

Dein Tauschangebot, das Ergebnis dieser Seite:

Ich biete ...

... wenn ich dafür bekomme:

Welche Einsparung kann er dokumentieren, ohne dass du deinen Satz senkst? Das ist die Zahl, mit der er ins Gremium geht.

Drei Regeln: Nichts ohne Gegenleistung. Gebündelt statt scheinweise. Jedes Zugeständnis benannt und beziffert.

SÄTZE, DIE DU NUTZEN KANNST

„Wir können die Teamzusammensetzung anpassen. Das senkt Ihre Gesamtkosten um X, bei gleichem Leistungsumfang. Soll ich Ihnen die Aufstellung mitgeben?“

„Bei 30 statt 90 Tagen Zahlungsziel kann ich Ihnen beim Preis entgegenkommen. Was ist Ihnen lieber?“

R

RESPONSE • REAKTION

Was sagst du, wenn Druck kommt?

Nichts muss improvisiert werden. Eröffnung, Argument und Antwort auf Druck stehen vor dem Termin fest, abgeleitet aus P, O, W und E.

Eröffnung: Höhe, Begründung, Paket. Dein Anker braucht eine Begründung.

Dein Argument in seiner Währung: Kosten, Vergleichbarkeit, Risiko. Aus „Wir sind besser“ wird zum Beispiel: weniger Abstimmungsschleifen, weniger interner Aufwand, geringeres Projektrisiko.

Übersetzung für den **Einkauf**

Übersetzung für den **Fachbereich**

WENN DER SATZ KOMMT: „ENTWEDER ZWEISTELLIG ODER WIR GEHEN ZUM WETTBEWERBER.“

„Das nehme ich ernst. Damit wir fair vergleichen: Hat das Alternativangebot den gleichen Leistungsumfang, die gleiche Seniorität und die gleichen Konditionen? Wenn beim Preis etwas passieren muss, schauen wir gemeinsam, an welcher Stelle wir den Umfang anpassen.“

Achte auf die Reaktion, sie verrät dir etwas über den Prozess. Deine Preisentscheidung hängt aber nicht davon ab. Bestätigt er einen fairen Vergleich, fragst du weiter: „Welche Positionen genau sind Ihnen zu teuer?“ Kann oder will er die Basis nicht nennen, bleibst du ruhig und höflich. Dann gibt es keinen einseitigen Nachlass. Ein Tausch gegen Gegenleistung bleibt möglich.

Deine Antwort auf Druck, in deinen Worten:

WENN EIN BENCHMARK KOMMT

Rechtfertige dich nicht, sondern frag nach: „Worauf basiert der Benchmark? Leistungsumfang, Senioritätsmix, Zahlungsbedingungen, Vergleichsperiode?“ Prüf die Vergleichsbasis, bevor du über die Zahl sprichst.

Dein Exit: Bei welcher Zahl oder Bedingung steigst du aus? Ausgelöst von deiner Redline, nicht von der Stimmung im Raum.

Und jetzt: testen.

Deine Vorbereitung steht. Ob sie trägt, zeigt sich erst unter Druck. Das kannst du vorher üben, allein oder mit einer KI.

KI-TIPP: TESTE DEINE VORBEREITUNG, BEVOR ES ERNST WIRD

Speichere dein ausgefülltes Workbook, lade es in Claude oder ChatGPT hoch und kopiere diesen Prompt:

„Du bist ein erfahrener Einkäufer in einem Großkonzern. Anbei meine Verhandlungsvorbereitung nach dem POWER-Framework. Erstens: Prüfe sie aus Einkaufssicht. Wo ist meine Position schwächer, als ich denke, und womit würdest du mein Angebot vergleichen? Zweitens: Verhandle dann mit mir. Setz mich realistisch unter Druck, zum Beispiel mit ‚Entweder zweistellig oder Wettbewerber‘. Drittens: Gib mir danach Feedback, wo ich ohne Gegenleistung nachgegeben habe.“

Anonymisiere vorher Kundennamen und vertrauliche Zahlen. Für die Übung reichen Größenordnungen. Falls die KI deine Eingaben nicht liest: Workbook über „Drucken → Als PDF sichern“ speichern, dann sind sie fester Text.

POWER garantiert nicht jeden Deal. Aber du gehst vorbereitet rein und entscheidest selbst, welchen Deal du gewinnen willst.