

# Agieren gegenüber Einkäufern und Einkaufsgemeinschaften

## Preisverhandlungen, Preisgespräche

---

Agieren-Einkäufer-Einkaufsgemeinschaften-Procurement-Purchasing

Teil einer Präsentation vor Marketing- und Vertriebs-Professionals von Healthcare-Firmen

**Dr. Günter Umbach**

[www.umbachpartner.com](http://www.umbachpartner.com)

Healthcare Business Expert

# Anmerkungen

# Marktsituation

Der Handel ist global, brutal und zunehmend digital"

Sie haben keinen Anspruch auf Fortführung bestehender Geschäftsbeziehungen

"Handel ist stets im Wandel"

" Amazon hat dünne Margen

# Prinzipiell

Sie müssen Produkte bzw. Services anbieten, die mehr nachgefragt werden, als die der Mitbewerber.

Gescheitert: Kodak, Nokia, Quelle Versandhandel

Gewonnen: Apple, Airbnb, Tesla ...



Sie müssen gute Produkte haben und die Produktvorteile auf den richtigen Kanälen an die richtige Zielgruppe kommunizieren.

# Preis

Wenn Sie in Deutschland produzieren, werden Sie über die Preisschiene alleine *kaum* gewinnen. Sie sollten andere Vorteile haben.

*"Partnerschaft anstreben"*

Klingt gut ...

Ist aber schwierig, da  
unterschiedliche Ziele

Ziel der meisten Einkäufer:  
Preis drücken

## Grundsätzliches

Stets mehrere Kunden haben.

*"Mehrere Eisen im Feuer"*

Denn:

Wenn Sie von einem einzigen Abnehmer abhängig sind, sind Sie erpressbar.

➔ Permanent Stammkunden binden  
und neue Kunden akquirieren



# Strategische Vorbereitung

- Umfassende Lösungen anbieten  
(Leasing, Training, Service ...)
- Einzigartig sein:  
Eine Kategorie schaffen, in der es  
nur ein Produkt gibt: Ihres
- Starke Marke im Kopf der  
Konsumenten schaffen (*iPhone*)



# Portfolio erweitern

Produktvarianten

Add-ons

Up-Selling

Cross-Selling



## **Speziell für Forderungen nach Rabatten**

- Preis-Staffelung je nach Menge
- Zahlungsziele (1 vs 2 Monate ...)
- ...



# Kaufhistorie

Wissen,

- wer

- wann

- was

- zu welchen Konditionen  
gekauft hat



# Konkurrenz kennen

Wettbewerbsumfeld:

- Stärken
  - Schwächen
- der Konkurrenten



"Entscheidungshilfe" erstellen ...

# Merkblatt für Einkäufer und Entscheider

Welche Punkte sollte man beim Einkauf von Produkten in der Kategorie ... beachten?



- *Hypothetisches Beispiel*
- *Punkte müssen adaptiert werden*
- *Angaben sind nur Platzhalter*

## **Merkblatt (Auszug)**

- Qualität geprüft: Vom TÜV Rheinland
- Zufriedenheit bisheriger Anwender: 92%
- Deutschsprachige telefonische Hotline: 24 h pro Tag
- Technischer Support durch erfahrenes Team: Ja
- Lieferzeit für Ersatzteile: Meist innerhalb von 24 h
- ...
- ...

# Vorbereiten

- Mit der Fachabteilung sprechen,  
**bevor** der "Einkauf" mitspielt:  
Verantwortliche frühzeitig einbeziehen
- Fragen Sie die Einkäufer Ihrer Firma  
(Lassen Sie sich coachen)
- Kontakte aufbauen bzw. vertiefen





## Vorher herausfinden: Einfluss kennen

- Wer sitzt im "Buying Center" und was sind deren Sorgen?
- Wer ist der eigentliche Entscheider:  
*Economic Buyer vs auf dem Papier*
- Die wahre Macht der Einkaufsabteilung abschätzen



## **Verhandlungen: Wer?**

(Schriftlich oder mündlich)

- . *Nicht* der lokale Vertriebsmitarbeiter
- *Nicht* der Geschäftsleiter
- *Nicht* alleine

*sondern* bundesweit eine erfahrene,  
verhandlungserprobte Person

... **Key Account Manager (KAM)**

## **Manche Einkäufer** *(eigene Erfahrung)*

- überschätzen ihre Macht
- bluffen und täuschen  
*"Die anderen Anbieter sind billiger"*
- sind empört und überrascht, wenn man nicht auf ihre Konditionen eingeht

# Ihre Einstellung

*"You have to be willing to walk away"*

Sie müssen bereit sein, Verhandlungen platzen zu lassen

Voraussetzung:

Sie müssen auch andere Kunden haben

# Persönliches Fallbeispiel

- Ich arbeite mit mehr als 50 Firmen zusammen
- Seit Jahren gut mit Klienten in der Firma A
- Wird von Konzern B. übernommen
- Einkaufsabteilung wird teilweise an osteuropäischen Dienstleister ausgelagert  
*("Weiß ich nicht", "Kann ich nicht entscheiden")*
- Neuer 34-seitiger Vertragsentwurf  
(Knebel: Wettbewerbsklausel, Buchprüfung, Copyright, etc)
- *"Wenn Sie nicht auf die Bedingungen eingehen ..."*

Meine Antwort:

**Kommentare?**

**Details: Email →**

**umbach@umbachpartner.com**

# Management-Newsletter



Anfordern auf:

[www.umbachpartner.com](http://www.umbachpartner.com)