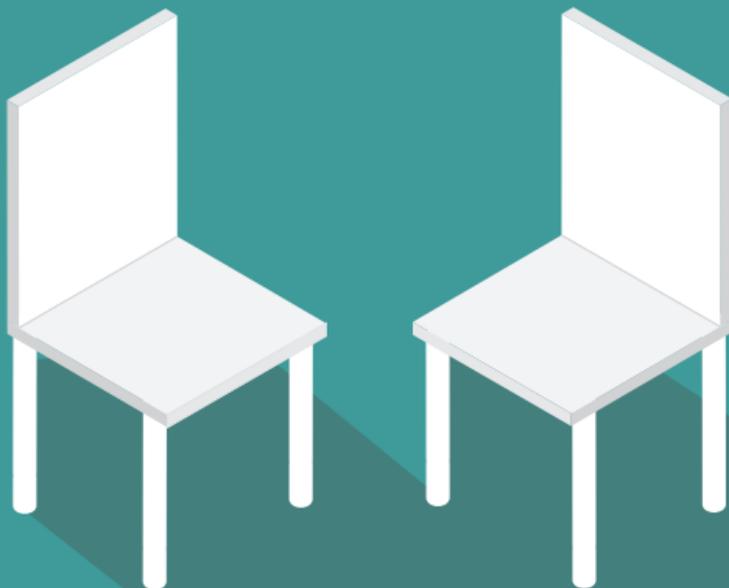


PROFESSIONELL VERHANDELN



Professionell verhandeln





Herzlich
willkommen

Ziele des Trainings

Nach zwei Tagen ...

- wissen Sie, wie Sie eine Verhandlung **VORBEREITEN**.
- kennen Sie den Unterschied zwischen dem **KOOPERATIVEN** und **KOMPETITIVEN** Verhandeln.
- haben Sie **FEEDBACK** zu Ihrem persönlichen Verhandlungsstil erhalten.
- haben Sie einen **AKTIONSPLAN** erstellt.



Unsere Zeiten

08.30 Uhr Start

10.30 Uhr Kaffeepause

12.30 Uhr Mittagessen

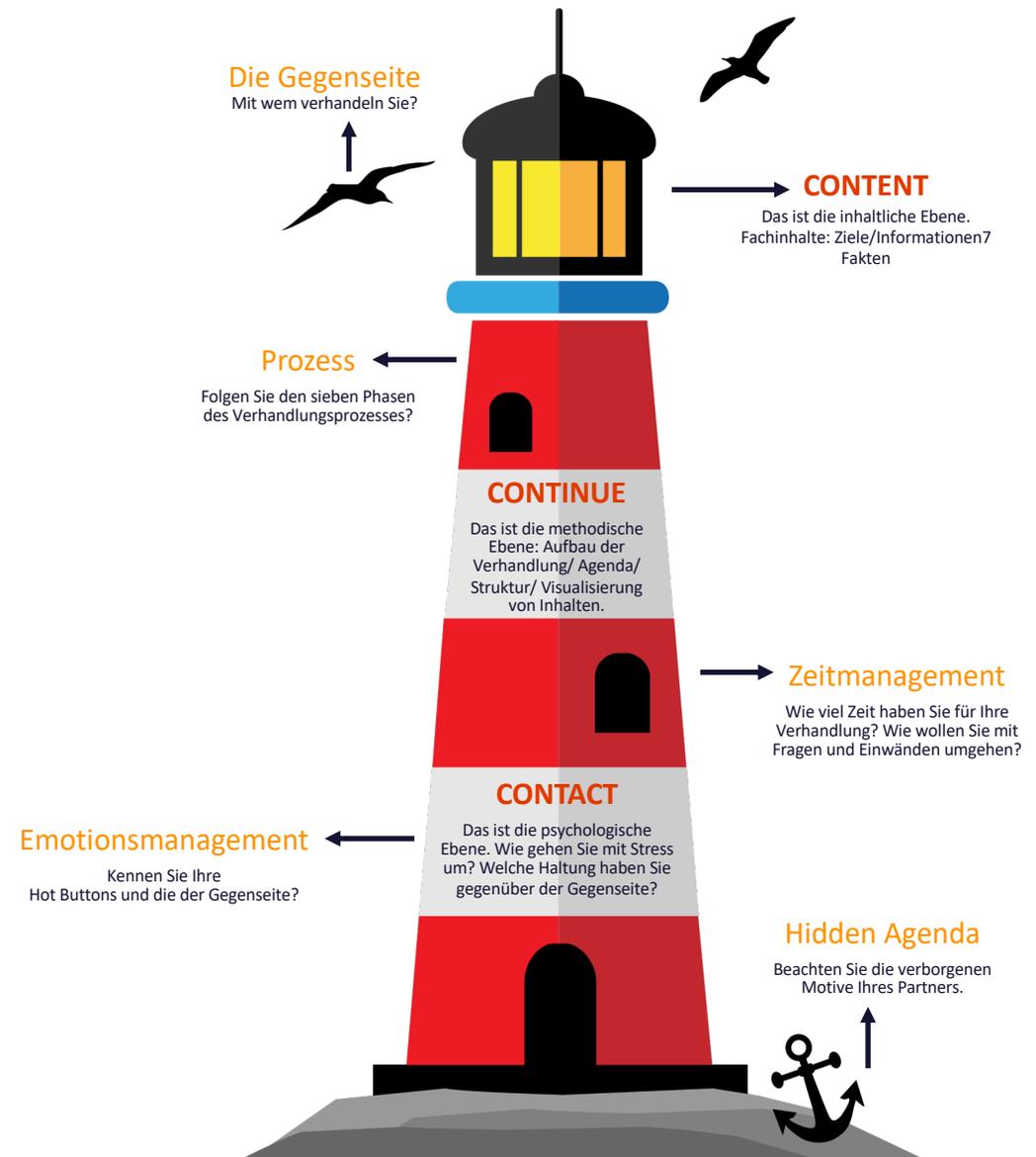
14.30 Uhr Kaffeepause

16.30 Uhr Ende

... dazwischen intensives Training



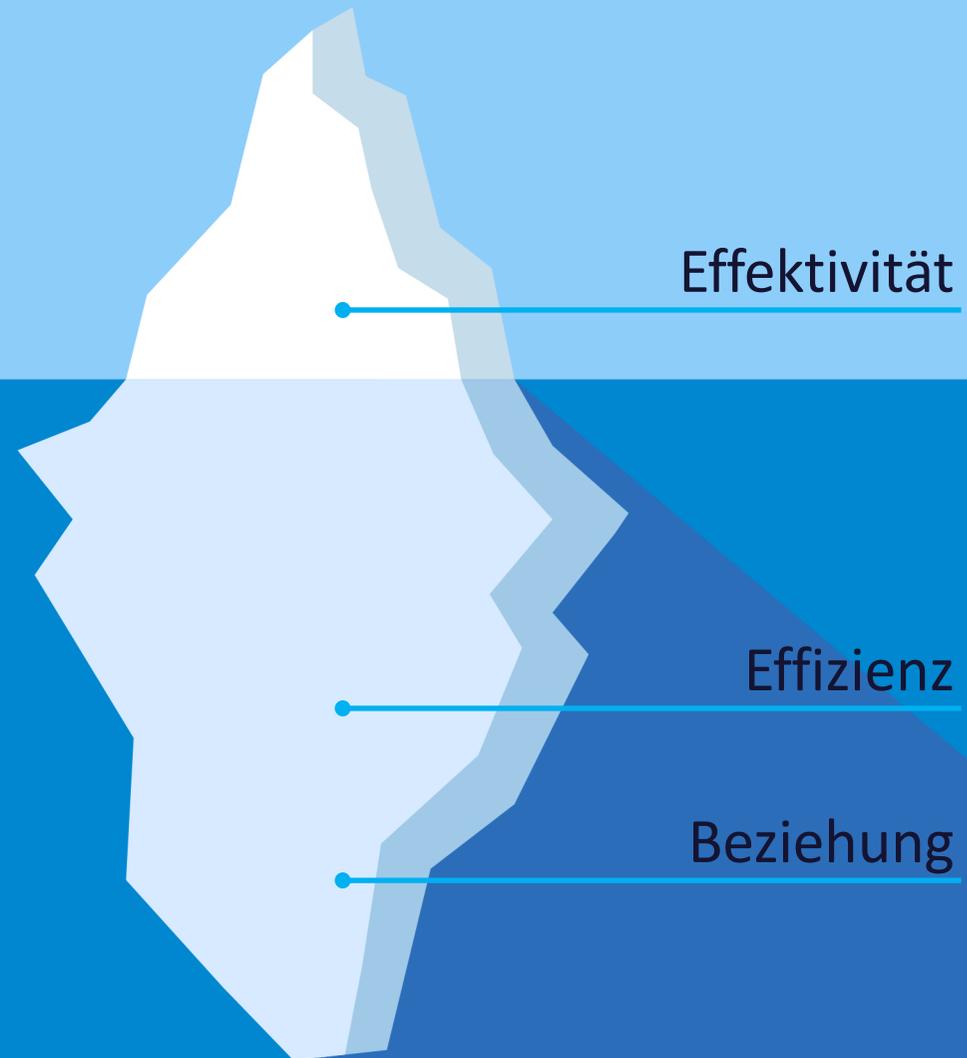
Drei Säulen des Verhandeln



Die Vogelperspektive einnehmen



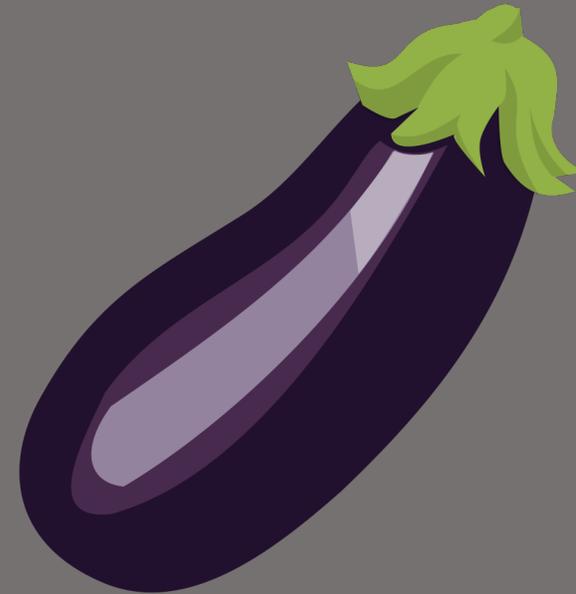
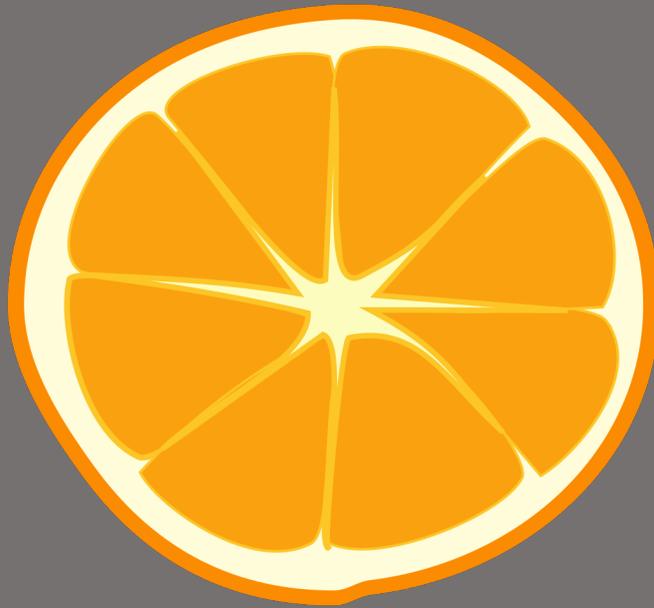
Wie kann der Erfolg
von Verhandlung
gemessen werden?



Die drei Dimensionen des Verhandeln



Gewinnt soviel Ihr könnt



VORBEREITUNG: Folgen Sie den Instruktionen des Trainers

ZIEL: Kooperativen & kompetitiven Verhandlungsstil kennenlernen

Professionell verhandeln

2-Tages-Seminar



Name

Firma

Trainer

Datum

	Seite
SEMINARZIELE	3
AKTIONSPLAN	4
WAS VERSTEHEN SIE UNTER VERHANDELN?	5
DEFINITION: WAS IST VERHANDELN?	7
VORBEREITUNG EINER VERHANDLUNG	8
ES GEHT NICHT OHNE! KOMMUNIKATION UND KONTAKT	26
FOLGEN SIE DEM VERHANDLUNGSPROZESS	35
ZWEI HAUPTVERHANDLUNGSTILE: KOOPERATIV UND KOMPETITIV	42
KOMPETITIVES VERHANDELN: DIE KONZESSIONSREGELN	44
KOOPERATIVES VERHANDELN: DAS HARVARD KONZEPT	48
Prinzip 1 des HARVARD-KONZEPTES	49
Prinzip 2 des HARVARD-KONZEPTES	50
Prinzip 3 des HARVARD-KONZEPTES	51
Prinzip 4 des HARVARD-KONZEPTES	52
Prinzip 5 des HARVARD-KONZEPTES	53
LITERATUREMPFEHLUNG	54



Seminarziele Professionell verhandeln

Verhandeln ist unser tägliches Geschäft. Wir verhandeln – oft ohne uns dieser Tätigkeit bewusst zu sein – mit Kollegen, Mitarbeitern, Vorgesetzten, Partnern oder Kunden. Gute Verhandlungsführung heißt: Bestimmt in der Sache, aber fair mit dem Verhandlungspartner umzugehen, um eine Übereinstimmung zum beiderseitigen Vorteil zu erzielen.

Ziel des Trainings

Sie ...

- werden mit den Grundlagen, Prinzipien und Besonderheiten der Verhandlungsführung nach dem Harvard-Konzept vertraut gemacht.
- erweitern Ihre Kenntnisse und Fähigkeiten in ausgesuchten Aspekten der Kommunikation im unternehmerischen Alltag.
- analysieren, diskutieren und modifizieren ihr Kommunikations- und Verhandlungsverhalten.
- können schwierigen Verhandlungspartnern und unfairen Strategien begegnen.
- bereiten eine Verhandlung strategisch in Anlehnung an das Harvard-Konzept vor.

Aktionsplan

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____
7. _____
8. _____



Was verstehen Sie unter verhandeln?

Welche der Aussagen sollten Ihrer Meinung nach das Verhandeln charakterisieren, welche passen nicht dazu?

	Ja	Nein
Man stellt seine Ziele als überlegen heraus.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Man unternimmt gelegentlich den Versuch, das Machtgleichgewicht zu seinen eigenen Gunsten ausschlagen zu lassen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Persönliche Probleme werden offen diskutiert, damit man sich gegenseitig unterstützen kann.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Drohungen und Verwirrungen des Gegenübers werden gemäßigt und mit Bedacht eingesetzt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Die eigene Haltung konzentriert sich auf die Frage: „Was kann ich daraus gewinnen?“	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Jede Gelegenheit zu dominieren wird wahrgenommen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Eine gute Verhandlungstaktik besteht darin, die gegnerische Partei zu spalten und dafür zu sorgen, dass sich ihre Mitglieder widersprechen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Eine gute Verhandlungstaktik ist es, die Verhandlungen in eine Sackgasse zu führen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Beim Verhandeln müssen Sie alle Informationen präsentieren, die Ihnen vorliegen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sie dürfen nie die persönliche Sensibilität Ihres Gegenspielers ausnutzen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Behandeln Sie Ihren Gegenspieler als gleichwertig, solange dies Erfolg bringt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Zögern Sie, Fakten herauszustellen, die für Ihre eigene Position Position günstig sind.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Entwickeln Sie eine gute Beziehung zu Ihrem Gegenspieler.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Es ist oft klug, aus dem Gegenspieler die größtmöglichen Zugeständnisse herauszupressen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



Definition: Was ist verhandeln?

Was heißt „Verhandeln“?

Wir sprechen von „Verhandeln“, wenn

- Personen/Parteien
- mit unterschiedlichen Interessen
- miteinander kommunizieren,
- um zu einer Problemlösung/Einigung zu kommen
- und dabei in etwa gleiche Machtverhältnisse herrschen.

Was heißt „gut“ Verhandeln?

Die Qualität einer Verhandlung bemisst sich:

- nach ihrer Effektivität (Qualität des Resultats)
- nach ihrer Effizienz (Zeitökonomie)
- nach dem Verhandlungsklima (Qualität der Beziehung)

Was ist ein „gutes Verhandlungsergebnis“?

Ein gutes Verhandlungsergebnis ist:

- klar, d.h. eindeutig in der Auslegung
- realisierbar, d.h. kein Luftschloss
- fair, d.h., niemand wird übers Ohr gehauen
- nützlich für beide Parteien („Gewinn-Gewinn-Resultat“)



Kompetitives Verhandeln ist die Art des Verhandelns, die man landläufig unter hartem Verhandeln versteht. Das Wort „**kompetitiv**“ beschreibt der Duden folgendermaßen:

1 [allg.] auf Wettkampf beruhend

2 [biol.] sich gegenseitig verdrängend oder behindernd [zu lat. *competitor* „Mitbewerber“].

Es gibt im Prinzip so viele Taktiken und Methoden des harten Verhandelns, wie es Sachverhalte und Charaktere gibt. Schillernde Persönlichkeiten, dubiose Geschichten und kaum zu glaubende Fälle bieten Stoff für unzählige Kamingespräche, Kriminalgeschichten, Hollywoodfilme und Literatur mit Titeln wie „Satanische Verhandlungskunst und wie man sich dagegen wehrt“. Was all diese Fälle gemeinsam haben, ist den anderen nicht als Partner, sondern als Gegner zu sehen - und diesen Gegner gilt es zu besiegen. Der Einzelne will seine Interessen um jeden Preis durchsetzen, unter Umständen auch auf Kosten des Gegners. **Vier grundlegende Vorgehensweisen** lassen sich hier unterscheiden:

- 1. Strategie des berechenbar harten Verhaltens:** Wer auf einen berechenbar harten Gegner trifft, wird damit rechnen müssen, dass der andere grundsätzlich dagegen ist, mit Abbruch droht, gezielt provoziert, durch Fachausdrücke und Fremdwörter einschüchtert, dominant auftritt. In der Regel eilt der Ruf den Verhandelnden schon voraus „Da musst du aufpassen, das ist ein ganz harter Hund!“
- 2. Strategie des unberechenbar harten Verhaltens:** Im Gegensatz dazu kann die Verhaltensweise des unberechenbar harten Verhandelns nicht vorhergesagt werden. Es kann Ihnen passieren, dass Sie vollkommen von einer Situation überrascht werden. Diese Typen werden freundlich starten und dann plötzlich Tatsachen bestreiten, mit Bluffs arbeiten, Unwahrheiten behaupten, gezielt täuschen, Verunsicherung erzeugen und Verwirrung schaffen.
- 3. Strategie des scheinbar positiven/neutralen Verhaltens:** Verhandelnde finden die Gegenseite sympathisch und glauben ein gutes Ergebnis erzielt zu haben. Erst nach der Verhandlung fällt ihnen auf, dass sie über den Tisch gezogen worden sind. „Der Wolf im Schafspelz“ ist gefährlich und manipuliert subtil, denn er wiegt seinen Gegner in Sicherheit, indem er ihn einullt und die Schmeicheltaktik oder Mitleidschiene einsetzt.
- 4. Offensichtlich illegale Strategien:** Auch das gibt es leider: Bestechung, Korruption, Erpressung und unzulässige Preisabsprachen. **Achtung:** Keine Geschäfte jenseits der Legalität. Sie zahlen einen zu hohen Preis dafür. „Die anderen machen es doch auch so.“, oder „Das ist halt in diesen Kulturkreisen so.“, wird später nicht als eine ernst zu nehmende Erklärung vom Staatsanwalt angenommen.

Welchen Vorteil hat kompetitives Verhandeln?

Wenn es ein Markenzeichen der Spezies Homo Sapiens gibt, dann ist es die hoch entwickelte Fähigkeit des Menschen zur Kooperation. Doch selbst bei Primaten gibt es Stärkere und Schwächere. Der Einzelne versucht sich gegenüber seinem Artgenossen einen Vorsprung zu verschaf-



fen. Wie schon Charles Darwin bekannt machte, überlebten die Arten, denen es am besten gelang, sich anzupassen. Es existiert ein „Survival of the Fittest“. Das Gruppenleben ist geprägt durch Geselligkeit, Kooperation und wechselseitiger Unterstützung, aber auch durch Intrigen und Konflikte. Das Leben in sozialen Verbänden erzwingt Absprachen, Kompromisse, Austausch und Gegenleistung, ebenso aber auch Rankämpfe und Führung. So gesehen wird der andere nicht immer nur als Partner gesehen, sondern auch als Konkurrent betrachtet. Schon bei Primaten beobachten wir, wie sie mit Konkurrenten umgehen: Da wird getrickt, überlistet und betrogen, um das Ziel zu erreichen den unliebsamen Gegner zu verdrängen und vernichten. Der entscheidende Fortschritt der Menschheit liegt zum Glück darin, dass unsere „umherstreifenden Vorfahren“ allmählich auch lernten, andere Gruppen von vornherein nicht nur als Konkurrenten zu sehen, sondern auch als mögliche Partner. Größtmöglichen Erfolg für den Einzelnen brachte allerdings folgende Strategie: Kooperation mit Mitgliedern der eigenen Gruppe/Familie/Firma und Konkurrenz gegenüber Mitgliedern, die außerhalb dieser Gruppen stehen, wobei Übergänge hier fließend sind. Daran orientieren wir uns noch heute beim Verhandeln.

Welchen Nachteil hat das kompetitive Verhandeln?

In der Verhandlung selbst tritt schnell eine Verhärtung der Positionen ein. Damit einher geht ein Gefühl der Ungerechtigkeit. Warum sollen wir jemand entgegenkommen, der uns unfair behandelt? Wir haben ein gutes Gedächtnis. Sobald wir mehr als einmal mit der gleichen Person am Verhandlungstisch sitzen, erinnern wir uns wie wir behandelt worden sind. Wer uns nicht fair behandelt hat, darf nicht damit rechnen, zukünftig Kooperation erwarten zu können. Die Bereitschaft jemanden entgegenzukommen, der uns einmal über den Tisch gezogen hat, sinkt rapide. Der Verlierer wird zudem seine Erfahrungen weitertragen. Negatives Empfehlungsmarketing stellt einen großen Schaden dar.

Die Konzessionsregeln

Hinter dem kompetitiven Verhandeln stecken gewisse Regelmäßigkeiten der Verhandlungstaktik. Die eine oder andere haben Sie vielleicht schon selbst erlebt.

1. Lassen Sie grundsätzlich die Gegenseite das erste Angebot machen!

Warum? Das zweite Angebot legt den Bereich fest, innerhalb dessen sich der Verhandlungsspielraum bewegt und diesen Spielraum sollte nicht die Gegenseite festlegen, sondern Sie selbst. Dabei gibt es eine Ausnahme: Wenn Sie feststellen, dass die Gegenseite keine Ahnung oder keinen Plan hat, dann können Sie sofort den Preis bestimmen, um so einen Anker zu etablieren. So haben Sie die Steuerung des Verhandlungsprozess in Ihren Händen. Jeder Händler auf dem Bazar geht genauso vor.

2. Bezweifeln Sie sofort die Angemessenheit des Angebots!

Warum? Geben Sie Ihrem Gegenüber laut und deutlich unter Einsatz Ihrer Körpersprache zu verstehen, dass das Angebot viel zu hoch oder niedrig ist. Nur so signalisieren Sie, dass es nur dann zu einem Ergebnis kommen wird, wenn die Gegenseite sich noch weit bewegen



wird. Hier nutzen „Drama Queens“ und „laute Polterer“ zum Schrecken aller „Vernünftigen“ und „Zurückhaltenden“ mit viel Geschrei und auch Genuss ihre Bühne.

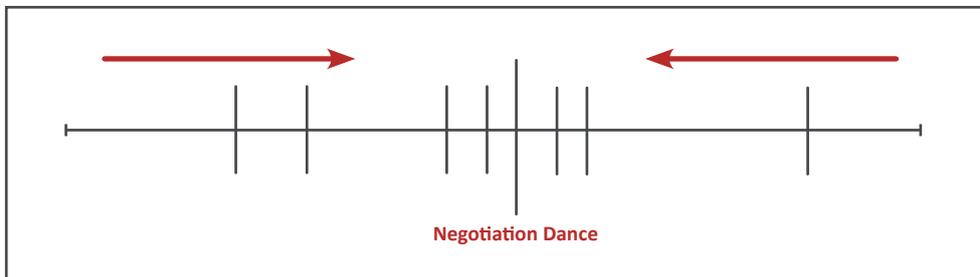
3. Versuchen Sie Ihr Gegenüber mit konkreten Zahlen zu beeindrucken!

Warum? Wenn die Gegenseite beispielsweise 300.000 Euro anbietet, dann sollten Sie Ihre Unterlagen heranziehen, blättern, einen Moment überlegen, vielleicht ein paar einfache Rechnungen auf Ihrem Block oder der Rechenmaschine vornehmen und dann mit Blick auf Ihr Gegenüber eine Summe von 352.793 Euro fordern. So vermitteln Sie Ihrem Gegenüber einen fundierten, an Fakten orientierten Eindruck. Sie signalisieren, dass aufgrund von Rahmenbedingungen nur wenig Spielraum vorhanden ist. Hätten Sie 350.000 Euro gefordert, dann wäre das ein Signal gewesen, sich vermutlich irgendwo in der Mitte zu treffen.

4. Nutzen Sie den Verhandlungstanz: Preiskonzessionen werden in immer kleineren Schritten vorgenommen!

Warum? Bei Preisverhandlungen ist es wichtig, dass die Konzessionen von Schritt zu Schritt immer kleiner werden. Damit erhält die Gegenseite den Eindruck, dass Sie an Ihrem Limit angekommen sind und auf den Abschluss der Verhandlung hinsteuern. **Achtung:** Der Verhandlungstanz hat im Geschäftsleben ein schlechtes Image. Übertrieben eingesetzt wirkt er extrem unseriös.

Grafisch dargestellt, sieht der Verhandlungstanz folgendermaßen aus:



5. Teilen Sie große Summen in kleinere Einheiten auf!

Warum? Falls Sie glauben, die Gegenseite könnte von der Höhe des Angebots schockiert sein, dann splitten Sie den großen Betrag in mehrere kleinen Einheiten. Gut beobachten kann man diese Vorgehensweise bei Immobilienmaklern, die statt des gesamten Grundstückspreises gerne den Quadratmeterpreis aufführen, oder bei Banken, die die Zinssätze aufzeigen, ohne die Gesamtsumme im Bankgespräch sofort auf den Tisch zu legen. Auch Versicherungsvertreter sprechen gerne von Monatsbeiträgen für Ihre Kranken- oder Autoversicherung statt von Jahresbeiträgen, um so einen Schock, der durch zu hohe Preise ausgelöst wird, zu vermeiden.

6. Nutzen Sie die Macht des geschriebenen Wortes und geben Sie schriftliche Angebote ab!

Warum? Erstaunlicherweise werden Preisangebote, die schriftlich eingereicht werden, sehr viel seltener verhandelt, als Angebote die mündlich gemacht werden. Bei schriftlichen An-



geboten wird der Preis oft als „gesetzt“ angesehen. Das Prinzip der Schriftlichkeit hat sich vor allem bei Preisverhandlungen bewährt. In der Verhandlung wird hierdurch eine hohe Relevanz für die Festlegung von Teil- und Zwischenergebnissen erreicht. Ein Argument gewinnt besonders an Bedeutsamkeit, wenn es visualisiert wird.

7. Bleiben Sie entspannt!

Warum? Je weniger Sie Ihr Interesse am „Objekt Ihrer Begierde“ zum Ausdruck bringen, desto mehr stärken Sie damit Ihre Verhandlungsposition. Profis des kompetitiven Verhandeln sind daher zurückhaltend im Bekunden des eigenen Interesses und benutzen sogar ab und an die Taktik, bei anderen den Eindruck zu erwecken, sich nur informieren zu wollen, ohne ein konkretes Kaufinteresse zu signalisieren.

8. Fragen Sie nach so vielen Zugeständnissen wie möglich, neben der Preisverhandlung!

Warum? Der erfahrene kompetitiv Verhandelnde wird nicht nur mit einer extremen Eröffnungsposition bei der Preisverhandlung starten, sondern gleichzeitig versuchen, die Komplexität der Verhandlung zu steigern, indem er darüber hinaus zusätzliche Konditionen ins Spiel bringt. Dadurch können Sie als Verkäufer oder Käufer einen besseren Preis anbieten. Viele Verhandelnde sind beim kompetitiven Verhandeln viel zu sehr auf den Preis fokussiert und merken gar nicht, welche Vorteile derjenige für sich herausholt, der die Komplexität erhöht und mehr und mehr Extras verlangt. Eine typische Taktik hierfür ist die „Salami-Taktik“. Scheibchen weise werden kleine Zugeständnisse gefordert. Ist ja nur ein ganz kleines Entgegenkommen, das nicht viel Wert ist, denkt sich die Gegenseite. Bis auf einmal ein richtig großes Stück der Salami draus geworden ist. Interessanterweise lässt sich oft beobachten, dass die Wahrnehmung beim Preisverhandeln so stark eingeschränkt ist, dass oft weitere Möglichkeiten gar nicht gesehen werden.

9. Stellen Sie eine letzte nicht preisgebundene Forderung kurz vor dem Ende!

Warum? Bevor Sie am Ende dem Vorschlag der Gegenseite zustimmen, stellen Sie eine letzte, nicht preisbezogene, möglichst als Bitte formulierte Bedingung. Die Chance, dass Ihnen diese Bitte erfüllt wird, ist zu diesem Zeitpunkt sehr hoch. Die Gegenseite sieht das Ziel vor den Augen und möchte zum Ende kommen. Am Erfüllen Ihrer „kleinen Bitte“ soll es nicht scheitern.



Verhandlungsfall Charterflug

Allgemeine Informationen

Wir befinden uns in Hamburg, es ist Mitte August. Vor zwei Monaten trafen sich Vertreter des Studentenreisebüros „LET’S TRAVEL“ und der Fluggesellschaft „JETAIR“*, die seit fünf Jahren geschäftlich zusammenarbeiten, zu einer Verhandlung. Sie kamen zu folgender mündlicher Vereinbarung: JETAIR wird Mitte Oktober 250 Studenten von Hamburg nach London fliegen. Der Hinflug ist am Freitag, der Rückflug ist am darauffolgenden Dienstag. Der Komplettpreis für das Arrangement, exklusive Unterkunft, beträgt 62.000 Euro. Anlass der Reise ist das „FESTIVAL FOR PEACE“, das auf dem Gelände des Hampton Court Palace abgehalten wird und auf eine gemeinsame Initiative des Ex-Präsidenten Barack Obama und des britischen Ex-Frontmans der Rolling Stones Mick Jagger zurückgeht. Prince Harry und seine Frau Meghan werden das Festival eröffnen. Angesichts dieses Programms ist die pünktliche Landung in London und damit die Zuverlässigkeit der Fluggesellschaft von größter Wichtigkeit.

Am Ende der Verhandlung Mitte Juni versicherte der Geschäftsführer von LET’S TRAVEL, er werde die Vereinbarung – vor allem den Preis von 62.000 Euro – noch mit seinem Auftraggeber, dem Vorstand des Studentenverbands „Pax Mondial“, besprechen. Dies sei jedoch eine reine Formsache, denn die Reise stehe auch Nichtmitgliedern von „Pax Mondial“ offen. Noch am selben Tag schickte JETAIR den Vertrag zur Unterzeichnung an LET’S TRAVEL.

Bis heute ist der Vertrag immer noch nicht unterschrieben! Zu Beginn dieser Woche ließ LET’S TRAVEL wissen, dass „verglichen mit anderen Angeboten, der Preis von JETAIR nicht realistisch sei“. Deshalb kommt es heute zu einem erneuten Treffen, an dem mindestens zwei Vertreter der beiden Parteien teilnehmen. Die Besprechung findet auf Vorschlag der JETAIR im großen Conference-Room von JETAIR statt. Begründung: Es sei dort ruhiger als im Büro von LET’S TRAVEL. Werden es die beiden Parteien schaffen, eine Einigung herbeizuführen?

* JETAIR ist eine Fluggesellschaft, die sowohl im Chartergeschäft als auch im regulären Linienverkehr tätig ist.



Hat Ihnen diese Leseprobe gefallen?

Als Mitglied von **Training aktuell** erhalten Sie beim Kauf von Trainingsmedien Sonderpreise. Beispielsweise bis zu **20% Rabatt auf Bücher**.

Zum Online-Shop

Training *aktuell* einen Monat lang testen



Ihre Mitgliedschaft im Testmonat beinhaltet:

- ▶ eine ePaper-Ausgabe **Training aktuell** (auch Printabo möglich)
- ▶ **Teil-Flatrate** auf 5.000 Tools, Bilder, Inputs, Vertragsmuster www.trainerkoffer.de
- ▶ **Sonderpreise** auf Trainingsmedien: ca. **20% Rabatt** auf auf Bücher, Trainingskonzepte im Durchschnitt **70 EUR günstiger**
- ▶ **Flatrate auf das digitale Zeitschriftenarchiv**: monatlich neue Beiträge, Dossiers, Heftausgaben

Mitgliedschaft testen