

angebotenen Preis völlig jenseits dessen liegt, was Sie als Preis genannt haben.

Diese Antwort ist etwas länger, aber sie hat eine tiefe Wirkung. Sie bringen mit dieser Antwort die Gefühlsebene des Gesprächspartners mit ins Spiel: Seinen Stolz und damit lassen die meisten Menschen nicht mit sich spaßen.

Nehmen wir an, Sie betreiben eine Werbeagentur und Sie nennen Ihr Honorar. *„Für die Werbekampagne müssten Sie 35.000 € investieren.“* Der Kunde sagt *„Viel zu viel! Ich zahle Ihnen höchstens 26.000 €!“* Sie antworten:

„Wir arbeiten nur mit Win-Win-Situationen. Eine Win-Win-Situation bedeutet, ich muss stolz sein, mit Ihnen als Auftraggeber zusammen zu arbeiten. Gleichzeitig sollten auch Sie stolz sein, mit mir als Anbieter zusammen zu arbeiten. Dieser Preis verhindert den Stolz!“

Die Marke ist gesetzt!

Diese Antwort ist länger, aber erprobt in Ihrer hohen Wirkung. Für den Einsatz dieser vorgeschlagenen Antwort müssen Sie sie richtiggehend auswendig lernen. Ich will Ihnen da die Seligkeit nicht billiger hergeben, als sie zu haben ist. Da reicht es nicht sie einmal nur kurz gelesen zu haben. Das müssen Sie eine Woche lang jeden Morgen bei der Fahrt zur Arbeit und beim Joggen trainieren, sonst haben Sie sie in der Stresssituation der Preisverhandlung nicht zur Verfügung.

Die Konkurrenz ist billiger

Der zweite Einwand, den Sie bei Honorargesprächen immer wieder hören, ist der Einwand „da kenne ich einen anderen Anbieter, der macht das viel günstiger“.

Auch hier ist wieder die dahinterliegende Grundhaltung bei den Antworten *„Ich stehe zu meinem Preis!“* Hier eine erprobte Antwort, die sitzt. Nehmen wir an Sie wären ein Trainer, und Sie haben Ihr Tageshonorar genannt: *„Das Tageshonorar bei mir beträgt 2500 €.“* Der Kunde sagt: *„Da kenne ich einen anderen Trainer, der bietet das für 1500 € pro Tag an.“* Sie antworten:

„Ich kenne den anderen Trainer nicht. Aber ich vermute, dass er nicht so spezialisiert ist und nicht über das gleiche Fachwissen und Erfahrung verfügt wie ich. Sonst wäre sein Preis nicht so niedrig.“

Wieder lösen Sie die unterbewusste Angst aus, dass er mit dem günstigeren Preis jemanden einkauft, der die geforderte Qualität nicht erfüllt.

Es gibt eine zweite Antwortmöglichkeit, die sowohl das Loslassen in sich trägt, als auch die unterbewusste Angst der schlechten Qualität auslöst. Diesmal wird vorausgesetzt, dass Sie den Mitanbieter kennen.

Kunde: *„Da gibt es aber einen anderen Anbieter, der verlangt nur 13.000 €.“*

Ihre Antwort:

„*Wer ist denn der andere Anbieter?*“

(Diese Rückfrage ist intelligent, denn sehr oft blufft der Kunde nur und hat gar keinen anderen Anbieter. Mit dieser Frage bekommen Sie es heraus.)

Nehmen wir an, er nennt Ihnen den Anbieter.

Der Kunde: „*Das ist die Kaiser AG.*“

Ihre Antwort: „*Oh, zu dem können Sie gehen. Der ist froh wenn er auch mal einen Auftrag bekommt.*“

Die Antwort können Sie auch in der Kurzform geben. Dann beinhaltet Sie nur das Loslassen.

Kunde: „*Da gibt es aber einen anderen Anbieter, der verlangt nur 13.000 €.*“

Ihre Antwort: „*Oh, dann gehen Sie unbedingt zu dem!*“

Die Bereitschaft loszulassen bringt meistens, wie auch beim Flirten, einen Sog in die andere Richtung. Plötzlich will der *andere*.

Sie können eine Antwort auf den Einwand „das ist aber teuer“ auch für den Einwand „die Konkurrenz ist billiger“ benutzen. Mit einem vorgeschalteten Satz wird sie sogar noch wirksamer. Nehmen wir an, Sie wären ein Steuerberater.

Kunde: „*Da gibt es aber einen anderen Anbieter, der verlangt nur 13.000 €.*“

Ihre Antwort: „*Aber der ist noch nicht der Billigste! Ich helfe Ihnen gerne den billigsten Steuerberater von Bayern zu finden.*“

Sie können alle bisher kennen gelernten Antworten mit einem Nachsatz noch verstärken. Hier ist er:

Kunde: „*Da gibt es aber einen anderen Anbieter, der verlangt nur 13.000 €.*“

Ihre Antwort: „*Aber der ist noch nicht der Billigste! Ich helfe Ihnen gerne den billigsten Steuerberater von Bayern zu finden – (und nun der Nachsatz) – Sie wollen nicht das billigste Angebot, Sie wollen das beste Ergebnis und da sind Sie bei mir am besten aufgehoben.*“

Sie können diesen Nachsatz an jede vorgestellte Antwort anfügen. Beispiel:

Kunde: „*Da gibt es aber einen anderen Anbieter, der verlangt nur 13.000 €.*“

Ihre Antwort: „*Oh, dann gehen Sie unbedingt zu dem! (kleine Pause) Sie wollen nicht das billigste Angebot, Sie wollen das beste Ergebnis und da sind Sie bei mir am besten aufgehoben.*“

Genau dasselbe können Sie auch bei Antworten zum Einwand „das ist aber teuer“ anwenden. Hier ein Beispiel:

Kunde: „*Das ist aber teuer. Können wir mit dem Preis nach unten gehen?*“

„*Selbstverständlich können wir mit dem Preis nach unten. Auf welchen Leistungsumfang wollen Sie denn verzichten? (kleine Pause) Schauen Sie, Sie wollen nicht das billigste Angebot, Sie wollen*

das beste Ergebnis und da sind Sie bei mir am besten aufgehoben.“

Die IKEA-Antwort

Hier noch eine hochwirksame Antwort, die einen bildhaften Vergleich darstellt. Der Einwand ist wieder derselbe:

Kunde: *„Da gibt es aber einen anderen Anbieter, der ist billiger, der verlangt nur 13.000 €.“*

Ihre Antwort:

„Stellen Sie sich vor, Sie haben eine ausladende IKEA-Schrankwand gekauft. Sie bekommen 25 Schachteln nach Hause geliefert, haben aber keine Lust alles selber zusammen zu schrauben und beschließen, den Schrank von einer Hilfskraft zusammenbauen zu lassen. In der Zeitung entdecken Sie ein Inserat von einem Studenten, der Gelegenheitsjobs sucht. Sie rufen ihn an und fragen ihn, was er verlangt. Er sagt 10 Euro die Stunde. Sie fragen ihn, ob er schon einmal einen IKEA-Schrank zusammengebaut hat?“ Er sagt: „Nein, aber ich kriege das schon hin.“ Sie legen wieder auf. Auf derselben Seite der Zeitung entdecken Sie ein weiteres Inserat von einem anderen Studenten. Auch den rufen Sie an. Sie fragen, was er verlangt. Er antwortet: „15 Euro die Stunde“. Auch ihn fragen Sie, ob er schon einmal IKEA-Schränke zusammen

gebaut hat. Er sagt: „Ich mache seit drei Jahren praktisch nichts anderes“.

*Welchen der beiden würden Sie nehmen, wenn Sie unterm Strich Geld sparen wollen? (kleine Pause) Schauen Sie, genau so ist es auch bei mir. (kleine Pause) Sie wollen nicht das billigste Angebot, Sie wollen das beste Ergebnis und da sind Sie bei mir am besten aufgehoben.“ **

Etwas länger, aber sehr wirksam!

* Wenn Sie selber solche bildhaften Vergleiche entwickeln wollen, gibt es dafür eine einfache von mir ausgearbeitete Vorgehensweise. Sie ist im Buch „Sprechen in Bildern“ vorgestellt. Zu Bestellen über meine Homepage www.poehm.com.

Wie Sie über Preise nicht mehr diskutieren müssen

Während des Golfkrieges 1991, als Saddam Hussein Kuwait verlassen musste, zündete er alle Ölfelder der Kuwaitis an. Jede Stunde wurden dort 500.000 \$ an Öl in der Luft abgefackelt. Zu dieser Zeit gab es einen Ungarn, der eine Erfindung gemacht hatte. Er nahm das Triebwerk einer Boeing 747, das eine Schubkraft entwickelt, so dass man mit 900 km/h fliegen kann. Er baute das Triebwerk