

Die 4 Motive hinter einer Rabattforderung

Entscheidungsbaum

Werner Wonisch | wernerwonisch.at | DER EINKAUFS-INSIDER

Ordne die Rabattforderung deines Kunden einem der vier Motive zu, bevor du antwortest. Jedes Motiv braucht eine andere Reaktion.

01	Echter Budgetdruck Erkennungsmerkmal: Kündigt sich vorher an: Zahlungsverzögerungen, reduzierte Bestellmengen, veränderte Kommunikation. Kommt die Forderung aus dem Nichts, ohne vorherige Signale, ist dieses Motiv unwahrscheinlich. Das seltenste der vier Motive. Passende Reaktion: Nach den vorausgegangenen Signalen fragen. Wenn keine erkennbar sind, gehört das Gespräch zu einem der anderen drei Motive.
02	Testen, ob du nachgibst Erkennungsmerkmal: Das häufigste und direkteste Motiv. Der Einkäufer testet systematisch die Preiselastizität. Wer beim ersten Mal sofort nachgibt, setzt die Grenze für alle zukünftigen Gespräche. Passende Reaktion: Sachlich bleiben, ohne Entschuldigung antworten. Keine unverdienten Rabatte einräumen.
03	Internes KPI-Ziel Erkennungsmerkmal: Strukturelles Motiv. Der Einkäufer hat eine Einsparungsquote zu erfüllen und braucht ein dokumentierbares Ergebnis für sein Jahresgespräch mit der Geschäftsleitung. Keine persönliche Sache. Passende Reaktion: Etwas anbieten, das sich als Einsparung dokumentieren lässt, ohne den Preis zu senken: längere Zahlungsziele, Volumenversprechen, Vertragsstrukturen.
04	Wettbewerbsdruck signalisieren Erkennungsmerkmal: Manchmal ein Bluff, manchmal nicht. Die Glaubwürdigkeit entscheidet, nicht die bloße Behauptung. Passende Reaktion: Direkt nachfragen: „Auf welcher Basis wurde der Vergleich gemacht? Gleicher Lieferumfang, gleiche Qualitätsanforderungen?“

Universeller Einstiegssatz, unabhängig vom Motiv:

„Ich nehme das mit. Können Sie mir mehr darüber erzählen, was dahintersteckt?“

Das gewinnt Zeit, klärt das Motiv und vermeidet sowohl vorschnelles Nachgeben als auch unbegründetes Eskalieren.