

B2B-Wertargumentation ohne Zahlen

Leitfaden zur Margensicherung am Verhandlungstisch

Wenn ein Einkäufer dich im Gespräch als 'zu teuer' bezeichnet, gerät dein Vertrieb oft in die Defensive. Der größte Fehler in diesem Moment ist die **Kostenrechtfertigung**: dein Verkäufer erklärt gestiegene Materialpreise, teurere Energie oder höhere Löhne im eigenen Werk. Für den Einkäufer sind deine Herstellkosten jedoch absolut unbedeutend – sie sind dein unternehmerisches Risiko. Um deine Marge dauerhaft zu schützen, musst du den Preis-Fokus verlassen und über den realen kaufmännischen Wert deiner Lösung in der Fabrik deines Kunden sprechen.

Der eiserne Lehrsatz des Einkaufs:

Wenn du deine Marge mit deinen Kosten begründest, dann lädst du den Einkäufer zur Zerlegung deiner Kalkulation ein. Ein B2B-Einkäufer bezahlt gerne eine höhere Marge, wenn er im Gegenzug vollkommene Sicherheit für seine eigene Fertigung bekommt.

Der Perspektivenwechsel: Von Eigenschaften zu kaufmännischen Werten

Dein Vertrieb liebt eure Produkte und spricht automatisch über technische Spezifikationen oder allgemeine 'Qualität'. Der strategische Einkauf setzt Qualität voraus und zahlt dafür keinen Cent extra. Echter Wert entsteht erst, wenn dein Außendienst technische Merkmale in den finanziellen Nutzen für die Bilanz des Kunden übersetzt:

Technische Eigenschaft	Bedrohung beim Kunden (Schmerz)	Kaufmännischer Nutzen (Wert)
Niedrige Fehlerrate der Schweißbaukomponente	Bandstillstand in der hochautomatisierten Fertigung kostet mehrere tausend Euro pro Minute.	Ausfallsicherheit & Prozessstabilität. Schutz des Produktionsleiters vor internen Eskalationen.
Lokale Produktion und Lagerhaltung vor Ort	Logistische Verzögerungen und Lieferausfälle durch globale Krisen stoppen die Montage.	100%ige Liefertreue. Vermeidung von Sonderschichten und Vertragsstrafen.
Transparente, zertifizierte Prozesse	Fehlerhafte Teile führen zu aufwendigen Reklamationen und zeitintensiven Diskussionen.	Reibungslose Abwicklung. Reduzierung von Prüf- und Prozesskosten im Wareneingang.

Arbeitsblatt: Formuliere deine Wertargumente ohne Zahlen

Nutze diese Vorlage, um für dein wichtigstes Produkt drei unschlagbare Wertargumente zu formulieren.

Wichtig: Diese Argumente dürfen keine kaufmännische Zahl enthalten! Das nimmt dem Einkauf jegliche Angriffsfläche für eine klassische Preisdiskussion und zwingt ihn zum Nachdenken über die Folgen.

Schritt / Leitfrage	Konkrete Ausformulierung für dein Produkt
1. Die Eigenschaft: Welches Merkmal eurer Lösung sichert den Prozess des Kunden am stärksten ab?	
2. Das Risiko (Der Schmerz): Welches konkrete Problem im Werk oder in der Logistik verhindert ihr damit?	
3. Das Wertargument: Gieße das Ergebnis in 1-2 Sätze ohne Zahlen, die dem Einkäufer seine interne Absicherung garantieren.	

Praxistipp für die Verhandlung:

Lasse deinen Vertrieb diese Argumente aktiv im Gespräch platzieren, noch *bevor* der Einkäufer überhaupt nach einem Rabatt fragen kann. Wenn der Einkäufer weiss, dass ein billigerer Mitbewerber diese spezifische Sicherheit nicht garantieren kann, wird er deine Marge akzeptieren, um seine eigene Position im Unternehmen abzusichern.