

Einkäufer-KPIs & Verhandlungshebel

Die vier kaufmännischen Säulen des B2B-Beschaffungserfolgs

Ein strategischer Einkäufer agiert niemals aus freiem Bauchgefühl. Er ist fest an das interne Kennzahlensystem seines Unternehmens gebunden, das über seinen persönlichen Jahresbonus und seine Karriere entscheidet. Wenn dein Vertrieb diese verborgenen Leistungskennzahlen (KPIs) nicht kennt, kämpft er auf dem falschen Spielfeld. Er bietet blind Rabatte beim Stückpreis an, während die Gegenseite dringend ein verlängertes Zahlungsziel zur Entlastung des Working Capitals benötigt.

Der eiserne Hebel der B2B-Kaufentscheidung:

Wenn du die interne Bemessungsgrundlage deines Einkäufers kennst, dann lieferst du ihm automatisch die Beweise für seinen Chef. Du gibst ihm die Argumente für die Entscheider im Buying Center an die Hand, damit er deinen Premiumpreis vor seiner Geschäftsführung verteidigen kann. Das schließt direkt an unsere siebzehnte Episode über das Buying Center an.

Die 4 KPIs im B2B-Einkauf und ihre Steuerung

Einkäufer-KPI	Was gemessen wird	Konstruktionsfehler im Vertrieb	Dein kaufmännischer Hebel
1. Savings (PPV): Purchase Price Variance	Abweichung des tatsächlichen Einkaufspreises vom geplanten Standardpreis.	Blindes Gewähren von unstrukturierten Stückpreinsnachlässen.	Wertargumentation über Gesamtkosten (TCO). Einsparungen bei Nebenkosten belegen.
2. Liquidität: Working Capital	Reduzierung des im Umlaufvermögen gebundenen Kapitals des Unternehmens.	Reflexartiges Ablehnen von Zahlungsziel-Streckungen.	Stückpreis stabil halten, dafür flexible Zahlungsziele (DPO) oder Konsignationslager anbieten.
3. Liefertreue: Versorgungssicherheit	Termingerechte Anlieferung der bestellten Baugruppen ohne Fertigungsverzug.	Überbetonung technischer Details statt belegbarer Lieferprozesse.	Lokale Pufferlager und schriftliche Liefergarantien im Angebot aktiv herausstellen.
4. Risikominimierung: Dual Sourcing	Abbau von Monopolstellungen kritischer Teile zur Risikostreuung.	Taktisches Nachgeben, weil man sich für den einzigen Lieferanten hält.	Aktive Positionierung als verlässliche, prozessstabile Zweitbezugsquelle mit Notfallplänen.

Sondierungs-Leitfaden für den Außendienst

Die meisten Verkäufer meiden Fragen zu den internen Zielen des Einkäufers aus Sorge vor Indiskretion. In der B2B-Praxis ist das direkte Erfragen der KPI-Gewichtung jedoch ein hochprofessioneller Ansatz auf Augenhöhe. Nutze diese sanften, eingebetteten Fragen im nächsten Gespräch:

Sondierungsfrage (Erickson-Mix)	Was du damit erfährst / Hebelwirkung
<i>„Ich bin gespannt, worauf eure Beschaffungsleitung in diesem Quartal das stärkste Augenmerk legt: Steht das Senken der nackten Stückkosten, die Optimierung des Working Capitals oder die Absicherung eurer Lieferfähigkeit im Vordergrund?“</i>	Der Einkäufer öffnet sich bereitwillig, weil du ihm aktiv bei der Erreichung seiner internen Bonus-Vorgaben helfen willst. Du erfährst sofort, welcher der 4 KPI-Bereiche seine höchste Priorität ist.
<i>„Wenn Sie an die letzte Lieferantenentscheidung in diesem Segment zurückdenken: Welche prozessualen oder logistischen Punkte haben im Nachgang bei Ihren Kollegen in der Produktion für die größten Diskussionen gesorgt?“</i>	Du deckst die versteckten Risiken und Schmerzpunkte der Fabrik auf. Damit kannst du dein Angebot exakt als desensibilisierende Sicherheitslösung abseits des nackten Preises positionieren.

Verhandlungs-Leitplanke für den Geschäftsführer:

Sobald du die Antwort hast, passt du deine Argumentation millimetergenau an. Wenn das Working Capital sein Problem ist, bleibt dein Stückpreis stabil und du bietest ihm dafür längere Zahlungsziele an. Steht die Liefertreue ganz oben, präsentierst du dein Pufferlager und weichst bei Preisrunden keinen Cent zurück. Damit verhandelst du nicht mehr reaktiv, sondern steuerst die Marge souverän über seine internen Vorgaben.