

BEKOMMEN SIE DEN BESTEN PREIS FÜR IHRE NEUE KÜCHE!

Wie Sie mit wenig Aufwand
garantiert sparen können.



INHALT

1.	EINLEITUNG	3
2.	DER KÜCHENMARKT	4
3.	DAS VERKAUFGESPRÄCH UND DIE TRICKS DER VERKÄUFER...9	
3.1.	Die Phasen des Verkaufsgesprächs:	9
3.2.	Wie geht der Verkäufer mit Einwänden zum Preis um?. 13	
3.3.	Preisliche Scheinargumente	14
4.	SCHLAGFERTIGE ANTWORTEN	17
5.	SIE SIND STARK	19
6.	ZUSAMMENFASSUNG ALS SPICKZETTEL.....	25

1. EINLEITUNG

Kennen Sie das Gefühl, wenn Sie sich nach einem Kauf ärgern, weil Sie glauben zu viel gezahlt zu haben? Sie haben sich nicht getraut zu verhandeln oder sich beim Verhandeln ungeschickt angestellt? Dieser Ratgeber wird Ihnen dabei helfen sich in Zukunft als Herr bzw. Frau der Lage zu fühlen und einen hervorragenden Preis zu erzielen.

Menschen verhandeln über Waren und Preise seit tausenden von Jahren. Der Verkäufer bietet eine Leistung und macht dafür ein preisliches Angebot. Sie können dieses Angebot direkt annehmen. Das macht vor allem den Verkäufer sehr glücklich. Es ist aber völlig legitim, dass auch Sie ein Angebot machen, nämlich das Angebot die Leistung zu dem Preis zu kaufen, der für Sie in Ordnung ist. Das ist ihr gutes Recht, in jeder Situation, mit jeder Ware und jeder Dienstleistung. Schließlich besagt eines der ältesten Gesetze der Volkswirtschaftslehre: Der Preis wird durch Angebot UND Nachfrage bestimmt. Ohne Ihre Nachfrage gäbe es für den Verkäufer nämlich gar keinen Preis, machen Sie sich dies stets bewusst. Es gibt immer zwei Preise: einen guten für denjenigen, der verhandelt, und einen schlechteren für denjenigen, der nicht verhandelt.

Mir selbst war dies lange nicht klar. Viel zu oft habe ich einfach hingegenommen, was von mir verlangt wurde. Ich habe weder hinterfragt noch nachgehakt. Immer brav bezahlt. Irgendwann kam dann die Einsicht. Ich war damals im Studium und lernte in einem VWL-Kurs die Gesetze von Angebot und Nachfrage, Preiselastizitäten und den psychologischen Effekten von Streichpreisen, etc. Es wurde immer offensichtlicher, dass ein Preis nicht Etwas in Stein Gemeißeltes ist, er ist genauso variabel wie noch nicht ausgehärteter Wackelpudding (und selbst in

erkaltetem Zustand ist er noch nicht richtig fest). Seitdem gehe ich mit der Einstellung durchs Leben: Willst du nach dem Kauf noch lachen, solltest du vorher was am Preis machen. Ich verspreche Ihnen, Sie werden sich wundern, in welchen Gelegenheiten und in welchem Ausmaß Sie tatsächlich Preise reduzieren können. Probieren Sie es in verschiedenen Situationen aus, mit unterschiedlichen Personen, Gegenständen, Taktiken. Es wird Sie weiterbringen, vor allem Ihren Geldbeutel. Und das Beste dabei: es macht verdammt viel Spaß. Behalten Sie dabei im Hinterkopf, dass es nicht immer nur um bares Geld gehen muss. Sollte ein Preis schon nicht weiter verhandelbar sein, lassen sich oftmals noch zusätzliche Sachleistungen herauschlagen. Wenn Sie bspw. den neuen Satz Winterreifen mit den schönen 19 Zoll Leichtmetallfelgen schon auf einen ordentlichen Preis gebracht haben, verlangen Sie zudem noch den kostenfreien Wechsel sowie Einlagerung der Sommerreifen für eine Saison. Und Schwupps, haben Sie die nächsten 80 Euro in der Tasche. Es kann so einfach sein. Ist es meist auch.

2. DER KÜCHENMARKT

Sie sind kurz davor eine Küche zu kaufen. Wie schön, wenn Sie in einigen Wochen in der neuen Küche stehen, das Kochfeld einweihen und die ersten Düfte aus dem Ofen emporsteigen, werden Sie den Stress des Kaufprozesses hoffentlich vergessen haben. Dieser Ratgeber hilft Ihnen die ausgewählte Küche zu einem sehr guten Preis zu erwerben. Sie gehören zu den wenigen Leuten, die Ihr Glück selbst in die Hand nehmen und sich gegen die Preistricks der Küchenverkäufer wehren. Dazu möchte ich Sie an dieser Stelle beglückwünschen. Wenn Sie die hier beschriebenen Tricks berücksichtigen, erzielen Sie einen

Top-Preis und freuen sich nicht nur über eine schöne, gute Küche, sondern auch darüber zum bestmöglichen Preis gekauft zu haben. Und übrigens: die meisten Tipps lassen sich auch auf andere Produkte übertragen. Werden Sie also zum Verhandlungsprofi und lassen Sie sich nie wieder über den Tisch ziehen. Ich nutze mittlerweile jedes Verkaufsgespräch, um zu verhandeln und meine Fähigkeiten auszubauen. Das macht richtig Spaß. Die Routine sorgt für Selbstsicherheit. Der Lateiner würde sagen, ich mache das mittlerweile ex ärmelo. Und das spüren auch die Verkäufer, die plötzlich auf Augenhöhe mit mir diskutieren und mich deutlich fairer behandeln. Genau das werden Sie auch erreichen, das Handwerkszeug erwerben Sie hier.

Genug der Vorworte, das Geschwafel überlassen wir unseren Verkäufern, wir kommen zum Punkt, auf geht's.

Der Küchenmarkt ist auch zu Zeiten des allgegenwärtigen Internets noch sehr undurchsichtig. Es ist schwer herauszubekommen, welche Hersteller sich hinter welchen Marken verbergen und wo die Qualitätsunterschiede liegen. Da jede Küche im Regelfall individuell geplant wird, ist ein Preisvergleich online nahezu unmöglich. Im Gegensatz zu standardisierten Massenprodukten, für die über Vergleichsportale wie Check24 oder Idealo der niedrigste Preis gefunden werden kann, haben Küchenverkäufer die Möglichkeit teils astronomische Preise aufzurufen, da den Kunden der Vergleich fehlt. Das Erschreckende dabei ist: nur die wenigstens trauen sich tatsächlich zu verhandeln und dabei ist so viel Preisreduktion möglich. Viele Kunden sagen: „Ich musste gar nicht mehr verhandeln, da der Verkäufer von sich aus schon 10% reduziert hat“. Glauben Sie wirklich, dass es sich dabei um eine wahre Reduktion handelt? Die 10% wurden vorher natürlich aufgeschlagen. Die

augenscheinliche Reduktion soll dem Kunden nur ein gutes Gefühl geben und verhindern, dass er die Preisverhandlungen forciert. In den meisten Fällen geht diese Taktik wunderbar auf. Aber nicht mit Ihnen! Sie lassen sich davon nicht beirren.

Ich habe vor einigen Jahren eine Firma gegründet, die Kunden wie Ihnen dabei hilft, den bestmöglichen Küchenpreis zu erzielen. In vielen Fällen haben unsere Preis- und Verhandlungsprofis die Verhandlungen direkt im Namen des Kunden mit dem Küchenstudio geführt. Unser langjähriges Durchschnittsergebnis beträgt **23% Reduktion** auf den vom Verkäufer zunächst genannten Preis! Das sind bspw. auf eine Küche im Wert von 20.000 EUR satte 4.600 EUR Rabatt. Ich würde sagen: da lohnt es sich doch zu verhandeln, oder was meinen Sie?

Es gibt verschiedene Hebel, an denen Sie ansetzen können, um solch einen Rabatt zu erzielen. Machen Sie sich klar, aus welchen Bestandteilen sich der Gesamtpreis zusammensetzt. Der Küchenkauf inkludiert stets u.a. folgende Kostenblöcke:

- Küchenmöbel,
- Elektrogeräte,
- Arbeitsplatte,
- Beleuchtung,
- Lieferung und
- Aufbau.

Für alle Kostenarten gibt es eine Gewinnmarge. Ihr Ziel ist es, diese möglichst klein zu halten. Das ist wichtig zu verstehen, da Sie an jedem einzelnen Punkt ansetzen sollten.

Küchenmöbel:

Dies ist meist der größte Kostenblock. Der Verkäufer wird möglicherweise versuchen anstatt den Preis zu reduzieren eine

kostengünstigere Alternative vorzuschlagen. So macht er Ihnen anstatt der Hochglanzfronten die matten Fronten schmackhaft oder Türen mit Einlegeböden anstelle von Schubladen. Gehen Sie darauf nicht ein. Sie bleiben bei Ihrer Wunschküche und fordern ein Entgegenkommen seitens des Verkäufers. Schließlich ist klar, dass hier ordentlich Marge drinsteckt. Auf die Möbel sind teils 30% Rabatt möglich.

Elektrogeräte:

Für gewöhnlich wird Ihnen eine Gesamtsumme für die Geräte genannt. Sie können hier entweder nett fragen, was preislich noch geht oder etwas geschickter vorgehen. Sagen Sie, dass Sie in dem Falle prüfen werden, ob Sie die Geräte im Elektrofachmarkt günstiger bekommen. Das ist im Regelfall der Türöffner. Der Händler wird Ihnen nun preislich entgegenkommen, da er natürlich die Geräte selbst mit verkaufen möchte. Es muss übrigens nicht bei dieser „Androhung“ bleiben. Es kann tatsächlich günstiger sein, die Geräte als Set bei einem Elektrofachhändler zu ordern. Der Preisvergleich lohnt sich allemal. Die Marge bei Elektrogeräten beträgt bis zu 20%.

Arbeitsplatte:

Auch hier sollten Sie nicht von Ihrer Wunschvorstellung abweichen. Wenn es die hochwertige Platte aus Granit sein soll, dann wird sie es auch. Verhandeln Sie. Bis 30% Rabatt sind auch hier möglich.

Beleuchtung und weiteres Zubehör:

Die Kostenblöcke sind in Relation meist relativ niedrig. Kein Grund diese außen vor zu lassen. Beispielsweise bekommen Sie auf das Spülbecken und Armaturen bis zu 15% Rabatt. Ähnliches gilt für die Beleuchtung. Nehmen Sie also auch diese

Elemente in Ihrer Verhandlung mit auf. Hier noch ein Tipp: Wenn der Preis final verhandelt ist und Sie kurz vor der Unterschrift stehen, fallen Ihnen plötzlich noch zwei oder drei Kleinigkeiten ein, die Sie gerne in der Küche realisieren möchten. Das kann eine Beleuchtung sein, ein Messer- oder Topfset und andere Dinge. Oftmals belassen es die Verkäufer beim verhandelten Gesamtpreis und geben diese kleineren Zubehörartikel als Bonus dazu.

Lieferung und Aufbau:

Dieser Kostenpunkt bildet meist den Abschluss der Preisaufstellung und kann damit auch Ihr Abschluss in der Preisverhandlung sein. Wichtig ist: der Verkäufer darf nicht das Gefühl bekommen, dass Sie die Küche möglichst schnell geliefert und aufgebaut haben möchten. Das wäre nämlich ein prima Grund hier einen Aufpreis zu veranschlagen. Nimmt der Verkäufer hingegen wahr, dass der Schuh bei Ihnen überhaupt nicht drückt und Sie flexibel sind hinsichtlich Lieferzeit und Installation, haben Sie die beste Verhandlungsbasis. Um den Preis zu drücken können Sie bspw. sagen, dass die Handwerker extrem kurze Wege bei Ihnen haben und dadurch Zeit sparen werden. Ebenfalls können Sie Ihre Nähe vom Wohnort zum Küchenstudio anführen. Flexibilität, dass die Küche nicht am Stück, sondern in mehreren Etappen aufgebaut werden kann, ist für das Küchenstudio ebenso hilfreich, da dies so einzelne Tage oder sogar auf Stundenbasis seinen Terminkalender mit Ihnen auffüllen kann. Versuchen Sie hier möglichst entgegenkommend zu sein, dann wird der Verkäufer Selbiges tun.

3. DAS VERKAUFSGESPRÄCH UND DIE TRICKS DER VERKÄUFER

Das gesamte Gespräch ist äußerst wichtig für die spätere Preisverhandlung. Es gibt Dinge, die sie daher unbedingt beachten sollten, um eine möglichst starke Verhandlungsposition vorzubereiten.

Die meisten Verkäufer von Küchen sind nicht nur Fachexperten, sondern auch Experten im Verkaufen. Dafür werden sie geschult und lernen natürlich auch im täglichen Arbeitsumfeld immer mehr Tricks und Kniffe, um möglichst gut zu verkaufen. Damit Sie nicht auf die Maschen hereinfallen, stelle ich Ihnen die häufigsten Verkäufertricks vor. Sie können sie dann richtig einordnen und wenn nötig darauf reagieren.

3.1. Die Phasen des Verkaufsgesprächs:

Gesprächseröffnung:

„Der erste Eindruck ist entscheidend“. Diesen Satz haben wir alle schon einmal gehört. Auch für ein Verkaufsgespräch ist er von großer Bedeutung. Ihr Bauchgefühl entscheidet bereits hier, ob sie den Verkäufer sympathisch finden oder nicht. Der Verkäufer wird zunächst für eine nette Atmosphäre sorgen. Er gibt Ihnen die Hand, stellt sich vor (zumeist mit Vor- und Zunamen, da durch die Nennung des Vornamens mehr Persönlichkeit preisgegeben wird), bietet Ihnen ein Getränk an. Vermutlich wird er auch zu Beginn versuchen etwas Lustiges zu sagen. Denn Verkäufer haben gelernt, dass das gemeinsame Lachen Vertrauen erweckt. Und genau das braucht er von Ihnen. Natürlich können Sie das Kaffeeangebot gerne annehmen und auch über den Witz lachen. Es geht nicht darum sich dem

Ganzen zu verwehren, sondern sensibilisiert zu werden für die Beeinflussungen, die Verkäufer ganz gezielt einsetzen. Durch den Small Talk zu Beginn werden Sie das Gefühl bekommen, dass der Verkäufer an Ihnen als Person interessiert ist und nicht nur daran Ihnen eine Küche zu verkaufen.

Der Verkäufer wird dann fragen wie Sie wohnen, wie Ihre Küche geschnitten ist. Er stellt Bezug zu Ihrem Privatleben her, dies schafft erneut eine Vertrauensebene. Er wird ebenfalls während des Gesprächs Dinge über sein Leben, seine Küche, seine Familie preisgeben. Was er sagt wird erstaunliche Parallelen zu Ihrem Leben aufweisen. So fühlen Sie sich mehr mit ihm verbunden. Das erzeugt, sie ahnen es schon, wieder Vertrauen. Gute Verkäufer zeigen bis zu viermal häufiger Gemeinsamkeiten mit ihren Kunden auf als mittelmäßige, was die Ähnlichkeits-Attraktions-Hypothese gut belegt. Dieses Vorgehen ist völlig in Ordnung, schließlich schafft es eine angenehme Atmosphäre, in der Sie beide sich wohlfühlen. Und eine gute Beziehung zu dem Verkäufer kann auch Ihnen helfen. Denn gute Preise machen Verkäufer gerne für diejenigen, die sie sympathisch finden.

Küchenplanungsphase:

Dieser Prozess dauert in der Regel zwischen einer und vier Stunden. Schon Henry Ford wusste, dass das Geheimnis des Erfolgs ist, den Standpunkt des anderen zu verstehen. Daher wird der Verkäufer häufig Ihren Bedarf erfragen und Ihnen Tipps geben, wie dieser Bedarf am besten adressiert werden kann. Sie werden sich dankbar fühlen für diese vielen wertvollen Tipps. Dass genau das sein Job ist, vergessen Sie oft im Gespräch. Sie haben das Gefühl der Verkäufer ist auf Ihrer Seite, als eine Art

Freund und Berater. Und Freunden vertrauen Sie natürlich. Im Gespräch wird der Verkäufer auch sehr häufig Ihren Namen nennen, denn „Nichts ist so schön wie der Klang des eigenen Namens“.

Der Verkäufer wird während des gesamten Gesprächs eine sogenannte Vorteilsansprache durchführen. Jedes Küchenelement wird angepriesen mit immer wieder kehrenden Formulierungen wie: „Auszüge haben den Riesenvorteil, dass...“, „Mit dieser Arbeitsplatte haben Sie sich für die robusteste Lösung entschieden“, „der Geschirrspüler ist Testsieger geworden...“. Das Herausstellen der Vorteile erweckt bei Ihnen insgesamt den Eindruck eine hervorragende Küche zu planen, was wiederum Ihre Preisbereitschaft unbewusst erhöht. Achten Sie auch einmal darauf, wie häufig Ihnen der Verkäufer zustimmt. Dies ist nämlich ebenfalls typisch, meist in Formulierungen wie: „Interessant“, „Ich verstehe“, „Das hört sich gut an“, „Ausgezeichnet“. Sie werden zudem eher selten geschlossene Ja-/Nein-Fragen erhalten, da diese den Gesprächsfluss stören würden.

Verkaufsabschluss:

Gegen Ende des Gesprächs geht es erstmals um Preise. Verkäufer sind darauf geschult Ihnen den „ermittelten“ Preis mit größter Überzeugung und Selbstsicherheit zu vermitteln. Auch wird der Verkäufer niemals nur den Preis nennen. Er wird in diesem Zusammenhang nochmal die Vorteilsansprache verwenden nach dem Prinzip Vorteil-Preis-Vorteil und bspw. die Inklusivleistungen aufzählen: „Ich kann Ihnen die Küche inkl. der hochwertigen Miele-Geräte und der robusten Granitarbeitsplatte (Vorteil) für nur 12.599 Euro (Preis) anbieten. Die

Vermessung und der Aufbau sind da natürlich schon inklusive.“ (Vorteil).

Es ist auch üblich, dass der Verkäufer den Preis teilt, damit er kleiner wirkt. Dafür gibt es drei Methoden.

1. Teilungsmethode: Der Verkäufer gibt einen Basispreis an, z. B. mit nur mittelmäßigen Elektrogeräten und den günstigeren Fronten. Er zeigt dann in Paketen auf, was diese Upgrades kosten würden.

2. Verpackungsmethode: Der Verkäufer formuliert den Preis zwischen zwei anderen Aussagen zum Produkt (siehe oben).

3. Verkleinerungsmethode: Der Verkäufer nennt nicht den Küchengesamtpreis, sondern rechnet den Preis auf monatliche Raten um.

Verkäufer lernen, dass Kunden gerne dann kaufen, wenn Ihnen kurz vor Abschluss noch ein Vorteil genannt wird. Das hat psychologische Hintergründe. Freuen Sie sich nicht auch, wenn Sie unerwartet noch ein Topfset geschenkt bekommen? Oder plötzlich der gewählte Kühlschrank im Angebot ist und sie 200 Euro sparen können? Natürlich tun sie das. Mit diesen in Relation zum Gesamtküchenpreis sehr niedrigen Eingeständnissen des Verkäufers, erhöht dieser die Abschlusswahrscheinlichkeit ungemein. Lassen Sie sich davon bitte nicht beirren.

Aufgrund der im gesamten Gesprächsverlauf erzeugten Sympathien, fällt es den meisten Kunden sehr schwer am Ende in die Verhandlung zu gehen. Der häufigste Grund, warum Kunde den Küchenpreis nicht verhandeln, ist die Sympathie gegenüber dem Verkäufer und der damit einhergehende Eindruck, dass der Preis schon fair sein wird. Der zweithäufigste Grund ist übrigens die Angst vor Ablehnung dicht gefolgt vom Gefühl

keinen Verhandlungsspielraum zu haben auf Platz drei. Stehen Sie sich nicht selbst im Weg. Halten Sie sich die oben genannten Punkte kontinuierlich vor Augen und verhandeln Sie. Sie schaffen das!

Dazu habe ich noch einige weitere, konkrete Tipps für Sie:

3.2. Wie geht der Verkäufer mit Einwänden zum Preis um?

Einwände zum Preis erhalten die Küchenverkäufer natürlich häufig. Daher haben sie gelernt darauf zu reagieren. Wie tun sie das?

Nachteil-Vorteil-Methode: Der Verkäufer gesteht ein, dass der Preis relativ hoch ist und vielleicht Ihr anfänglich gesetztes Budget übersteigt. Er stellt dann aber heraus, wie hochwertig die Küche, die Geräte, die Fronten sind und wie langlebig die Küche dadurch wird. Ihre mögliche Antwort: „Langlebigkeit ist für eine Küche ein Muss und setze ich damit als Standard voraus. Es freut mich, dass wir diesen Punkt erfüllen. Wenn wir aber preislich trotzdem noch so weit auseinanderliegen, muss ich eine andere Lösung für meine Traumküche finden“.

Rückfragemethode: „Weshalb erscheint Ihnen der Preis zu hoch?“. Durch diese geschickte Frage gewinnt der Verkäufer Zeit und bringt Sie zudem in Erklärungsnot. Können Sie hier nicht gut begründen, geht Ihnen schnell die Verhandlungspuste aus. Sie können z. B. antworten: „Der Preis übersteigt deutlich das, was ich für eine Küche ausgeben kann und möchte. Ich habe mich zudem informiert über Preise für Nolte Küchen mit dieser Ausstattung und in der Größe. Da liegen wir wirklich noch sehr weit von weg“.

Divisionsmethode: Der Verkäufer nimmt die durchschnittliche „Lebensdauer“ von Küchen (die wirtschaftliche Lebensdauer liegt je nach Küchenqualität zwischen 15-25 Jahren) und teilt den Gesamtpreis durch die Anzahl der Jahre. Dadurch wirkt die Investition deutlich geringer: „Ich gebe Ihnen recht. Der Preis von 12.500 Euro übersteigt Ihr angegebenes Budget etwas, aber mit der hohen Qualität brauchen Sie die nächsten 25 Jahre keinen Cent mehr in die Küche investieren. Pro Jahr zahlen Sie somit gerade einmal 500 Euro.“ Das ist natürlich eine schöne Rechnung. Aber lassen Sie es nicht zu, dass der Verkäufer Ihnen damit vorgibt, wann Sie die nächste Küche kaufen werden. Sie könnten z. B. antworten: „Ich habe nicht vor so lange in der gleichen Küche zu kochen. Ich rechne eher mit maximal 10 Jahren. Da geht Ihre Rechnung nicht ganz auf. Lassen Sie uns noch einmal zum Gesamtpreis zurückkommen.“

3.3. Preisliche Scheinargumente

Verkäufer sind generell sehr erfinderisch, wenn es darum geht einen Preis zu rechtfertigen. Sie stellen viele Vorteile heraus, die sie auch gegenüber dem Wettbewerb vorweisen können. Seien Sie hier aufmerksam. Nicht jeder angepriesene Vorteil ist ein Wettbewerbsvorteil des Küchenstudios, in dem sie gerade sind. Dazu einige Beispiele:

- „Bei uns ist natürlich die Vermessung schon im Preis inklusive“ → Branchenstandard
- „Der Aufbau sowie die Transportkosten kann ich Ihnen ausnahmsweise kostenfrei ins Angebot aufnehmen“ → Branchenstandard
- „Sie erwerben hier eine Qualität, die Sie sonst nicht finden“ → im Regelfall werden Küchen von Herstellern

verkauft, die in diversen Küchenstudios angeboten werden. Die Qualität unterscheidet sich demnach nicht. Einen Unterschied kann natürlich der Aufbau machen. Hier besteht Abhängigkeit vom Küchenbauer. Aber sie haben immer das Recht auf Nachbesserung für den Fall, dass nicht gut gearbeitet wurde. Von daher zählt dieses Argument auch nicht.

- „Wir können Ihnen die beste Lieferzeit bieten, schließlich möchten Sie ja schnell die neue Küche einweihen.“
→ es kann sein, dass bestimmte Küchenstudios bessere Lieferzeiten gewährleisten können, als andere. Aber überlegen Sie, ob Sie für eine zwei Wochen schnellere Lieferung bereit sind Geld auszugeben. Schließlich hat es doch auch Charme, wenn Sie Ihr Geschirr weiterhin im Waschbecken des Gäste-WCs spülen, oder?
- „Wir stehen natürlich auch nach dem Kauf und Aufbau weiterhin jederzeit an Ihrer Seite. Ihre Zufriedenheit möchten wir schließlich während der gesamten Nutzungsdauer der Küche sicherstellen.“ → Schöne Formulierung, aber die Kontaktmöglichkeit zum Küchenstudio im Problemfall ist eine Selbstverständlichkeit.
- „Wir haben evtl. einen kleinen Preisaufschlag im Vergleich zu einem Onlinehändler, dafür schaffen wir aber auch die Möglichkeit vor Ort Küchen anzuschauen und unterstützen Ihre Region mit Arbeitsplätzen. Dies ist vielen Kunden auch ein kleiner Aufpreis wert.“ Hier appelliert der Verkäufer an Ihre Moral. Natürlich hat ein Onlinehändler weniger Fixkosten und kann daher bessere Preise anbieten. Das ist überall so. Sie können dies auch bestätigen, aber gleichzeitig weiterhin auf Ihrem Preis beharren: „Da gebe ich Ihnen recht,

nichtsdestotrotz liegen die Preise deutlich zu weit auseinander. Für 10.000 Euro bin ich ja bereit bei Ihnen zu kaufen“.

Wenn der Verkäufer Ihnen im Preis entgegenkommt, was er in fast allen Fällen zumindest im ersten Schritt tun wird, ist dies vermutlich nur ein relativ kleiner Schritt. Vielleicht gepaart mit einem kleinen Geschenk, wie oben beschrieben. Wenn Sie bestimmt bei der Sache bleiben, muss der Verkäufer seinen Chef fragen. Durch diese Wendung soll bei Ihnen das Gefühl entstehen, dass damit wirklich auch der letzte Cent ausgereizt wird und der Verkäufer an die letzte Schmerzgrenze geht. Das ist natürlich nicht so. Der „Dafür-muss-ich-aber-den-Chef-fragen“-Trick wird gerne eingesetzt und ist in der Branche absolut üblich. Sie müssen sich in der Situation überhaupt nicht schlecht fühlen. Der Verkäufer möchte damit erreichen, dass dies dann der finale Preis ist. Schließlich wird ja kein Kunde so frech sein und ihn ein zweites Mal zum Chef schicken. Doch, Sie sind so frech. Es ist nämlich überhaupt nicht frech, sondern Beharrlichkeit auf Basis Ihres Wissens um Ihre Möglichkeiten. Das einzig Freche in dieser Situation ist die Verkaufsmasche, mit der man versucht Sie zu beeinflussen.

Der Chef bildet in diesem Fall eine Instanz, die den Verkäufer überstimmen kann. Der Verkäufer kann dadurch auf Ihrer Seite bleiben und den Chef vorschieben: „Ich würde Ihnen gerne den geforderten Preis anbieten, aber mein Chef sagt, dass wir nicht unter 10.500 Euro gehen können.“. Auch Sie können eine Instanz ins Spiel bringen, die Ihre Verhandlungsmacht stärkt, z. B. Ihr Ehepartner, falls dieser nicht im Gespräch ist: „Mein Mann sagt wir können maximal 9.000 Euro für die Küche ausgeben. Ich wünsche mir auch mehr Freiraum zu haben, aber er

ist bei uns der Finanzminister und damit sind wir bislang immer gut gefahren.“.

4. SCHLAGFERTIGE ANTWORTEN

Verkäufer sind geübt in Argumentationen. Sie werden Sie durch geschickte Rhetorik unter Druck setzen, Sie mit Floskeln besänftigen und Sie sogar ein wenig anlügen. Wichtig für Sie ist dies zu erkennen und darauf entsprechend zu reagieren. Finden Sie hier typische Verkäuferaussagen und Antwortmöglichkeiten, die den Verkäufer ganz schön ins Leere laufen lassen.

Verkäufer: Sie müssen das Angebot heute unterschreiben, da ich den Preis morgen schon nicht mehr anbieten kann.

Ihre Antwort: Vielen Dank, das ist wirklich schade. Mein Interesse hält nämlich länger als einen Tag. Ich treffe keine Entscheidungen über solche Summen noch am gleichen Tag. Ich schlage vor ich melde mich in Kürze bei Ihnen. Sollte Ihr Angebot dann noch verfügbar sein, wunderbar. Andernfalls bedanke ich mich für Ihre Mühen und die gute Planung.

Verkäufer: Wenn Sie die Geräte direkt dazu bestellen, bekommen Sie die viel günstiger. Wir bekommen als Händler ja besondere Rabatte bei den Herstellern.

Ihre Antwort: Ja das glaube ich Ihnen. Gerne hätte ich von Ihnen aber eine Aufstellung der Einzelpreise, da

auch ich zu guten Konditionen Elektrogeräte einkaufen kann.

Verkäufer: Das tut mir leid, ich kann für die Küche nur einen Gesamtpreis auszeichnen.

Ihre Antwort: Das ist schade, ich bin mir nämlich ziemlich sicher, dass Ihr Programm Einzelpreise ausweist. Wenn sie mir diese nicht angeben möchten, ist das ihr gutes Recht. Ich wünsche Ihnen noch einen schönen Tag.

Sie: Am Preis müssen Sie aber noch etwas machen. Mein Angebot liegt bei 12.000 Euro für die Planung inkl. aller Geräte, Vermessung und Installation.

Verkäufer: Ich bin schon 20% vom regulären Preis runtergegangen. Ich kann Ihnen noch 250 Euro Nachlass geben und schenke Ihnen ein Set Induktionstöpfe dazu. Mehr geht dann aber wirklich nicht mehr.

Ihre Antwort: Danke, damit liegen wir leider noch immer 1000 Euro über meinem Budget. Ich hatte gehofft wir kommen ins Geschäft. Aber dann muss ich mich wohl doch nochmal umschauen.

Verkäufer: Wie viel wollen Sie für Ihre neue Küche denn ausgeben?

Ihre Antwort: Mein Wollen übersteigt leider mein Können. Lassen Sie uns vielleicht einmal schauen, was ich brauche und was mir gefällt. Danach sehen wir, dass wir preislich übereinkommen. (Verraten Sie nicht ihr Budget, dadurch nehmen Sie sich am Ende nämlich den Verhandlungsspielraum)

Verkäufer: Wenn Sie nicht mehr als den Maximalbetrag ausgeben wollen, müssen wir entweder bei den Elektrogeräten schauen, dass wir eine Klasse günstiger gehen oder z. B. die Fronten ändern, weniger Auszüge, usw.

Ihre Antwort: Mir gefällt Ihre aktuelle Planung sehr gut. Wir haben die Elemente ja aus gutem Grunde derart gestaltet. Da möchte ich jetzt auch keine Abstriche mehr machen. Gerne würde ich mit Ihnen ins Geschäft kommen, da Sie auch viel Arbeit reingesteckt haben. Aber für den Preis kann ich das leider nicht machen. Daher muss ich mich dann anderweitig umsehen.

5. SIE SIND STARK

Sie müssen sich über eines im Klaren sein, und dass ist das Machtverhältnis zwischen Ihnen und dem Verkäufer. Viele Kunden denken, dass der Verkäufer Macht über sie hat: „Ich kenne mich mit Küchen ja gar nicht aus. Wenn der Verkäufer sagt, die Qualität ist hoch und der Preis dafür gerechtfertigt, wird das schon stimmen. Schließlich ist er der Profi und ich habe mich damit noch nie befasst.“. Genau diese Denke führt

dazu, dass sich die Allermeisten gar nicht trauen zu verhandeln. Wie sollen Sie einen niedrigeren Preis fordern, wenn Sie gar nicht wissen, ob der aktuelle Preis wirklich zu hoch ist? Sie sind unsicher und lassen sich von dem bestimmten Auftreten des Verkäufers einschüchtern und täuschen. Damit ist ab heute Schluss. Halten Sie sich immer vor Augen: Als Käufer haben Sie die Macht über den Verkäufer, denn Ihr „Ja“ oder „Nein“ entscheidet über das Gehalt / die Provision des Verkäufers. Ein „Nein“ trifft einen Küchenverkäufer ziemlich hart, vor allem wenn er mehrere Stunden Planungsarbeit zusammen mit Ihnen investiert hat. Machen Sie sich bewusst, dass Sie die gleiche Küche in jedem anderen Küchenstudio auch kaufen könnten, Sie sind in keiner Weise von genau diesem Küchenstudio abhängig. Und genau das ist Ihre Stärke in der Verhandlung.

Aus dieser Situation können sie enorm viel Selbstvertrauen und Bestimmtheit generieren. Sie sind innerhalb von wenigen Autominuten im nächsten Küchenstudio, können in der Neuplanung bereits auf die vielen guten Tipps des vorherigen Verkäufers aufbauen und sparen Zeit. Aber ob der vorherige Verkäufer so schnell einen neuen Kunden mit Kaufabsicht bekommt ist ungewiss. Deshalb wird er viel dafür geben Sie als Kunden zu behalten, darauf können Sie sich verlassen!

Wenn Sie sich Ihrer Macht bewusst sind, spürt das auch ihr Gegenüber. Er merkt, dass er mit Ihnen nicht so umgehen kann, wie er mit den meisten anderen Kunden umgeht. Er wird mehr auf Sie eingehen, mehr Zugeständnisse machen, einen höheren Rabatt einräumen. Sie müssen sich also zu keiner Zeit unter Druck setzen lassen. Wenn der Verkäufer sagt, sie bekommen den hohen Rabatt nur heute, dann sagen Sie: „Ok, vielen Dank, da habe ich aber Glück gehabt, dass ich genau heute

gekommen bin. Ich kann aber so schnell nicht entscheiden und muss es dann wohl drauf ankommen lassen“. Sie haben die Macht. Was glauben Sie wie der Verkäufer reagieren wird? Er wird Ihnen sagen, dass Sie es sich überlegen und sich zeitnah melden sollen. Aus der harten Deadline wird plötzlich eine weiche. Und warum? Weil der Verkäufer genau weiß, dass er keine Macht über Sie hat. Er muss nach Ihren Spielregeln spiegeln und Ihnen Zugeständnisse machen.

Wenn der Verkäufer sagt, dass der Preis nicht weiter reduziert werden kann, er schon zweimal mit dem Chef gesprochen hat und der Preis nur noch minimal über dem Einkaufspreis liegt, sagen Sie: „Ich verstehe, und danke, dass Sie sich bei Ihrem Chef so für mich eingesetzt haben. Aber leider liegen wir hier preislich immer noch nicht da, wo ich hinmuss. Falls Sie wirklich keine weiteren Möglichkeiten mehr sehen, muss ich leider schauen, ob andere Küchenstudios bessere Einkaufskonditionen bekommen und diese dann an die Kunden weitergeben können.“. Damit spielen Sie Ihre Macht erneut stark aus. Natürlich wird Ihnen das schwer fallen, dem Verkäufer so direkt zu sagen, dass Sie zu einem Mitbewerber gehen möchten. Aber genau darum geht es. Sie haben ein Ziel und haben Mittel dieses Ziel zu erreichen. Sie geben dem aktuellen Verkäufer die Chance den Deal mit Ihnen zu machen. Es liegt also in seiner Hand was passiert. Und das ist fair. Sie spielen mit offenen Karten und machen transparent, was Sie brauchen. Geht der Verkäufer darauf ein, ergibt sich eine Win-Win-Situation: Sie kaufen zu einem guten Preis und der Verkäufer erhält seine Verkaufsprovision. Geht der Verkäufer nicht auf Sie ein, verliert er in jedem Falle, Sie jedoch können zum nächsten Küchenstudio gehen, die Ideen einbringen und erneut verhandeln.

Der Verkäufer möchte natürlich seine eigene Machtposition stärken, wenn auch teils unbewusst. Allein die Tatsache, dass Sie sich zu ihm ins Küchenstudio begeben müssen, kann bereits als Machtposition aufgefasst werden. Mächtige Könige und Herrscher sind schließlich auch nicht umhergefahren und haben Handelspartner oder Untertanen besucht, sie haben Besuch stets empfangen, sitzend auf Ihrem großen, herrschaftlichen Stuhl, erhöht in prunkvoller Umgebung. Übertragen auf das Küchenstudio heißt das: Sie müssen hinfahren, der Verkäufer empfängt Sie, er sitzt auf einem bequemen Stuhl mit Armlehnen, wippender Rückenlehne, während Sie es sich auf einem Klappstuhl bequem machen dürfen. Der Verkäufer bietet großzügig von seinen Getränken an, er sorgt für ihr leibliches Wohl, Sie sind hinsichtlich der Getränke gerade von ihm abhängig. Viele Verkäufer tragen auch teure Uhren und sind schick gekleidet. Auch damit möchten sie zeigen, dass sie erfolgreich sind, die Geschäfte bei ihnen laufen. All das sind Punkte, die dazu führen sollen, dass Sie sich eingeschüchtert fühlen. Wie können Sie es schließlich wagen mit einer so erfolgreichen und mächtigen Person zu verhandeln? Sie wissen es ab heute besser: Die einzige Person, die wirklich Macht in dieser Situation hat, sind Sie!

Wann ist Ihre Macht am größten? Genau in diesem Augenblick müssen Sie die Verhandlungen forcieren. Folgende Situation: Sie sagen direkt zu Beginn des ersten Gesprächs mit dem Verkäufer, dass sie maximal 8.000 Euro für die neue Küche ausgeben möchten. Was wird dann passieren? Der Verkäufer wird die Planung so gestalten, dass Sie in etwa Ihren Maximalpreis erreichen werden. Natürlich wird Preis etwas darüber liegen, da Verkäufer wissen, dass die Untergrenze meist noch etwas flexibel nach oben ausgedehnt werden kann. Für Sie bedeutet

das aber, dass Sie nicht die allerbeste Küche bekommen werden, die möglich gewesen wäre. Wenn die geplante Küche bei 9.000 Euro liegt, haben Sie nur noch Spielraum bis zu den von Ihnen angegebenen 8.000 Euro. Das ist nicht viel. Somit verlieren Sie doppelt: in der Qualität und im Preis. Wenn Sie am Anfang nichts zum Preis sagen und die Planungen abwarten, erhöhen Sie Ihre Machtposition. Mit jeder Minute, die der Verkäufer in Ihre Planung investiert, wächst Ihre Macht. Schließlich wird es mit steigendem Zeitaufwand für den Verkäufer ärgerlicher Sie als Kunden zu verlieren. Den Gipfel der Macht erreichen Sie also ganz am Ende, wenn die Planungen abgeschlossen sind. Falls Ihnen der Küchenverkäufer die gemachten Planungen ausdruckt und zur Verfügung stellt, hätten Sie den Jackpot geknackt. Damit hätten Sie eine tolle Vorlage für das Konkurrenzstudio. Dies ist jedoch eher selten der Fall und auch nicht notwendig, Ihre Machtposition ist auch so groß genug.

Es gibt weitere Tricks um die eigene Macht zu erweitern. Sie können z. B. im Gespräch die Namen der Konkurrenz fallen lassen. Damit meine ich nicht, dass sie drohen zu Küchenstudio Meier zu gehen, sondern eher indirekt zeigen, dass Sie durchaus die Mitbewerber kennen: „Eine Freundin hat vor Kurzem eine Küche im Küchenstudio Meier gekauft. Ihr wurde empfohlen Hochglanzfronten zu kaufen, da diese am leichtesten zu reinigen wären. Sehen Sie das auch so?“. Oder Sie führen ein wenig Small-Talk, während der Verkäufer die Planungen am PC zusammenstellt: „Merken Sie eigentlich den zunehmenden Wettbewerb im Internet? Das wird ja auch immer mehr.“. Der Verkäufer merkt durch solche Äußerungen, dass er im Wettbewerb steht. Ihre Machtposition wird vergrößert. Kurz aber wirksam ist auch folgende Einleitung: „Wir möchten eine neue Küche kaufen. Nach einigen Online-Recherchen möchten wir

aber jetzt mit Experten sprechen, da sind wir zunächst zu Ihnen gekommen.“. Mit diesem Satz machen Sie zwei Dinge klar: 1. Sie haben sich online schon informiert, der Verkäufer muss also vorsichtig sein mit Äußerungen und auch Preisangaben. 2. Durch das Wort „zunächst“ legen Sie unterschwellig nahe, dass der Verkäufer nicht der letzte ist, mit dem Sie sprechen werden. Der Startschuss für den Wettbewerb ist gefallen.

Womit würden Sie Ihre Machtposition unnötig verkleinern? Wenn Sie z. B. sagen, dass Sie es sehr eilig haben mit der Küche. Dann weiß der Verkäufer, dass Sie wahrscheinlich nicht noch zu zahlreichen Mitbewerbern gehen. Sie dürfen nicht aus einer Not heraus kaufen, zumindest darf der Verkäufer nicht diesen Eindruck bekommen. Er muss ja nicht wissen, dass Sie bereits seit drei Monaten im Gäste-WC das Geschirr spülen und auf dem Camping-Kocher Ihre 3-Gänge-Menüs zubereiten.

Nachdem Sie jetzt eine Menge gelernt haben, fasse ich das Wichtigste für Sie in Form eines kleinen Spickzettels noch einmal zusammen. Damit haben Sie kurz vor dem Küchenstudio-besuch oder sogar im Gespräch selbst alles zur Hand. Machen Sie sich nach jedem Gespräch Notizen zu dem, was bei Ihnen gut funktioniert hat und was Sie beim nächsten Mal anders machen werden. Sie werden zum Verhandlungsprofi!

SPICKZETTEL: VERHANDELN

Ihre innere Einstellung und das Wissen über den Küchenmarkt sind entscheidend

MINDSET! Sie bestimmen wo es langgeht:

- JEDER Preis wird durch Angebot UND Nachfrage bestimmt. Ohne Ihre Nachfrage gäbe es für den Verkäufer also auch gar keinen Preis.
- Als Käufer haben Sie die **Macht** über den Verkäufer, denn Ihr „Ja“ oder „Nein“ entscheidet über die Provision des Verkäufers.
- Sie können die **gleiche Küche in jedem anderen Küchenstudio** auch kaufen. Sie sind daher in keiner Weise von genau diesem Küchenstudio abhängig.

KÜCHENMARKT:

- Im Gegensatz zu standardisierten Massenprodukten, haben Küchenverkäufer die Möglichkeit unbemerkt teils **astronomische Preise** aufzurufen
- Verhandlungsprofis, wie Küchenpreis-Verhandeln.de, erzielen im Schnitt **23% Rabatt**
- **Gesamtpreis aufschlüsseln** nach Küchenmöbel (bis 30% Rabatt), Elektrogeräte (bis 20%), Arbeitsplatte (bis 30%), Beleuchtung und weiteres Zubehör (bis 15%), Lieferung und Aufbau.

Aufmerksam sein gegenüber Verkäufertricks, damit diese von Ihnen abprallen:

- Verkäufer erzeugt **Sympathien**, zeigt **Gemeinsamkeiten** auf, gibt sich als Freund und hilfreicher Berater
- Verkäufer nutzt **Vorteilsansprache** und nennt einen Vorteil kurz vor Abschluss
- Verkäufer muss den **Chef fragen**: Darf Ihnen nicht unangenehm sein, lassen Sie den Verkäufer ruhig mehrfach zu seinem Chef gehen.

Einwandsbehandlungen seitens des Verkäufers:

- **Nachteil-Vorteil-Methode**: „Preis ist hoch, ABER Küche sehr hochwertig...“ → bleiben Sie bei Ihrem Zielpreis
- **Rückfragemethode**: „Weshalb ist der Preis für Sie zu hoch?“ → nicht darauf, sondern nochmal auf Zielpreis eingehen. Oder: Preislimit auf Partner schieben
- **Divisionmethode**: Teilung des Preises auf Lebensdauer der Küche → selbst deutlich kürzere Frist setzen

Preisargumente:

- Darstellung kostenloser Vorteile, z. B. Support auch noch nach dem Aufbau → als **Branchenstandard** entlarven
- Besonders hohe Qualität → entlarven, da die **Qualität vom Hersteller** und nicht vom Küchenstudio abhängt
- **Schnelle Lieferzeit** → sollten Sie nach Möglichkeit **nicht in Anspruch nehmen**
- Preis nur heute verfügbar → das sollten Sie darauf ankommen lassen. **Unterschreiben Sie nicht im ersten Termin.**
- Nur Gesamtpreis ausweisbar → nicht hinnehmen, es gibt immer eine **Preisaufschlüsselung**.

Eigene Tricks, Dos & Don'ts:

- **Machtposition** ausspielen
- Selbst **Sympathien** erwecken
- Zu Beginn **NICHT** sagen, wo ihr finanzielles **Limit** liegt.
- **Konkurrenz** erwähnen und mindestens ein weiteres Konkurrenzangebot einholen
- **Zeitlich flexibel** sein bzgl. Lieferung und Aufbau
- Einzelne **Kostenblöcke** aufschlüsseln lassen und jeden einzeln verhandeln
- **Elektrogeräte** potenziell **extern** einkaufen
- **KEINE Abstriche** von Ihren Wunschvorstellungen machen, um zu Ihrem Zielpreis zu kommen
- Nach finaler Preisverhandlung weitere **Sachleistungen** verhandeln, z. B. Topfset oder Beleuchtung
- Erwägen **Küchenpreis-Verhandeln.de** die Verhandlungen durchführen zu lassen

Gehen Sie raus und verhandeln Sie.
Sie schaffen das und werden stolz auf sich sein!