VerhandlungsWerkstatt
SEMINARE

#VerhandlungsWerkstatt

Das Magazin #1

Souveräne Verhandlungsführung +++ Verhandlungstechnik +++ Psychologie +++ Persönlichkeit +++ EVEREST-Methode +++ Trainernetzwerk +++ ...

Ausgabe 1, 2017
www.verhandlungswerkstatt.de - VerhandlungsWerkstatt

Herzliche Grüße...

...aus Köln

...aus Wiesbaden

Liebe Leserinnen und Leser!

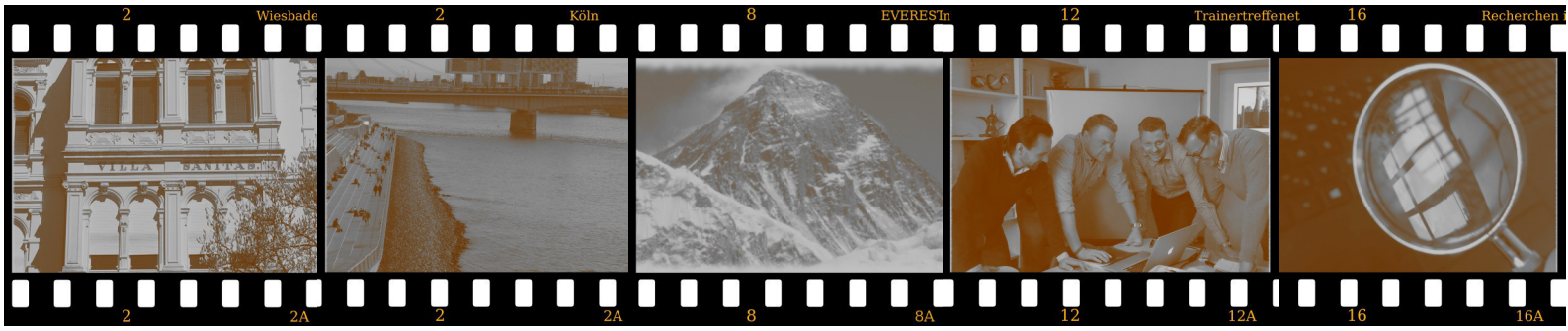
Hier ist sie, die erste Ausgabe des Magazins aus der VerhandlungsWerkstatt.

Nach unserem erfolgreichen Start und den ersten ereignisreichen drei Jahren stellen wir uns größer auf und wollen Ihnen ab jetzt regelmäßig Einblicke geben - in den Alltag der VerhandlungsWerkstatt, in den unserer Trainer sowie in alltägliche Verhandlungssituationen.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Lesen, beim Stöbern und freuen uns auf Ihr Feedback!

Jörg Pfützenreuter Thomas Veitengruber

Aus dem Inhalt



Erfahrungsbericht ... statt eines Vorwortes 6-7

Die EVEREST-Methode 8-11

Über Uns, Unsere Trainer 12-15

Unsere Kooperation mit PAN Seminare 16-17

VerhandlungsTipp 18

VerhandlungsWerkstatt im Netz 19

Recherchen im Internet ... in Social Media 20-21

Ausgabe 01/2017

VerhandlungsWerkstatt international 22ff

Portland pfeift auf das Reinheitsgebot 24-25

...unterwegs in Indien 26-27

Souveräne Verhandlungsführung 28ff

in der VerhandlungsWerkstatt 36-37

Verhandeln mit Kindern 38-41

Kommunikation 44-45

#CologneFacts1701 46-47

Erfahrungsbericht

„Ich möchte einmal mit Profis arbeiten“

– legendärer Satz des Moderatorenduos Lennert und Heine von Antenne 1.

Unlängst fragte mich Jörg Pfützenreuter, ob ich Lust hätte, ein kleines Vorwort für ein neues Unternehmensmagazin zu schreiben. Ich sagte gegen meine übliche Gewohnheit zu, diesen kleinen Erfahrungsbericht aus fünf Jahren erfolgreicher Kooperation statt eines Vorwortes.

Warum?

Die Vorgeschichte:
Als Verantwortlicher für Training und Beratung im Einkauf und der Transportlogistik eines süddeutschen Automobil-OEMs versuchte ich mich vor einigen Jahren, professionell und intensiv dem Thema Verhandlungstechnik zu nähern.
Wie in der ganzen Trainingsszene bekannt, ist dieses Thema ein vielfältig angebotenes und gerne zu Premiumtagessätzen geordertes Produkt - in der BRD und international.
Die Bandbreite ist so erstaunlich wie verwirrend. Sie reicht bei den Anbietern von meist selbsternannten Einzelkämpfer-„Experten“ (meist aus der einschlägigen Rhetorik- und Kommunikationsschiene) über mittelständige Harvard-Adepten bis zu international agierenden fast schon Großunternehmen mit starren, standardisierten „Fits ever and everywhere“ - Produkten.
Ethikexperten und Vertreter der kirchlichen Morallehre suchen ebenso wie unterlagenbefreite Alleinunterhalter in der Szene ihr tägliches Brot.

...statt eines Vorwortes.

In dieser Anbieterlandschaft einen intelligenten, verlässlichen, liefer-sicheren Partner zu finden, ähnelte der Suche nach der berühmten Nadel im Heuhaufen.

Zum Glück konnten interne Ressourcen (Experten des Einkaufs...) erschlossen werden und in der gemeinsamen Weiterentwicklung des Themas wurde immer klarer, dass wir weniger einen Trainingsansatz als vielmehr einen engen Kooperationspartner für die Umsetzung eines praxisgetriggerten Beratungsansatzes brauchen.

In einer Beschaffungsmarktforschung wurden über Recherchen und anschließende Interviews mögliche Kooperationspartner gesucht und so kam es zu einigen, beide Seiten motivierenden Gesprächen mit Jörg Pfützenreuter.

Dass er die Idee einer Entwicklungs-partnerschaft und offener Prozesse statt starrer Trainings gleich aufnahm und mit weiterentwickelte, zeigte, dass die Idee intern/extern auf Augenhöhe zu arbeiten und partnerschaftlich aufzu-treten, funktionieren kann.

Die Resultate:
Wenn Partner sich auch als Lernende begreifen und – statt Material-wirtschaftler zu belehren – deren Entwicklung zulassen, sind die Ergebnisse auch für das beauftragende Management sofort greifbar und in Euro messbar. Von Coachingansätzen für Einzelne und Projektteams bis zu getakteten Trainingscamps mit mehr als 100 Teilnehmern aus Einkauf und Schnittstellen unter Einbindung der kompletten Hierarchie bis zum Collaboration-Workshop mit Entwicklern wurde pragmatisch an den wirklichen Aufgabenstellungen gearbeitet. Die Erfolge rechtfertigten den Ansatz.

Apropos Erfolg:
In einer Radiosendung auf Antenne 1 prägte vor vielen Jahren das Moderatorenduo Lennert und Heine den berühmten Spruch: „Ich möchte einmal mit Profis arbeiten".
Ich bin froh, meinen Profi gefunden zu haben.

Prof. Dipl. Wirtsch. Ing.
Jörg Mildenberger
Esslingen

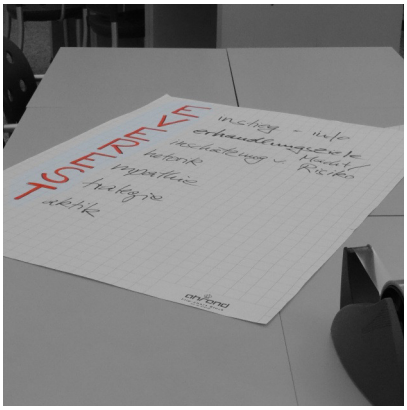
Die EVEREST-Methode

Egal, ob knallhart durchsetzen oder Win-Win (z.B. Harvard) -
E V E R E S T ist flexibel und funktioniert überall:

* im Einkauf, in der Projektleitung, in der Qualitätssicherung,

* im Verkauf, im Key Account Management,

* im HR Management, in der Mitarbeiterführung.



Systematik

E Einstieg

Welche Informationen sind für eine sinnvolle Vorbereitung wichtig?
Verhandlungspartner, Verhandlungsgegenstand, Umfeld, Teilnehmer

V Verhandlungsziele

Welche Ziele sollen in der Verhandlung erreicht werden?
Haupt- und Nebenziele, Schmerzgrenze, Verhandlungsmasse

E Einschätzung der Verhandlungssituation

Wie sind die Verhandlungspositionen der Verhandlungspartner?
Macht, Risiko, BATNA, Eskalation

R Rhetorik

Wie kann ich meinen Verhandlungspartner überzeugen?
Argumente, Argumentationsketten, ZDF, Fragetechniken

E Empathie

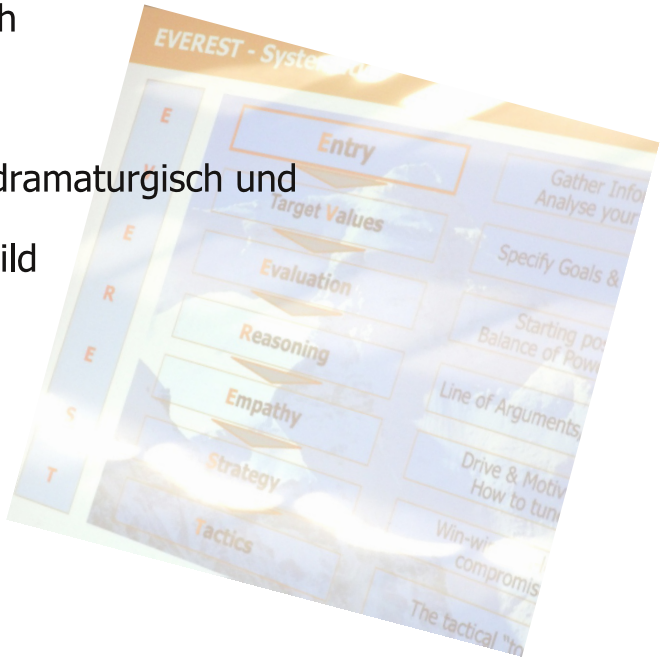
Wie gestalte ich die Beziehungsebene zu meinem Verhandlungspartner?
Psychologie, Typen, Wellenlänge, Ausstrahlung

S Strategie

Welche Verhandlungsstrategie ist die richtige?
Win-Win, Win-Lose, Kompromiss, Abbruch

T Taktik

Wie setze ich die Verhandlungsstrategie dramaturgisch und handwerklich am Verhandlungstisch um?
Gesprächstaktik, Stil, Trickkiste, Bühnenbild



Wer den Gipfel erreichen möchte, braucht eine gute Planung.

– Bergsteigerweisheit

zum Nachlesen

Die **EVEREST**-Methode
Professionelles Verhandeln für Ein- und Verkäufer
von Jörg Pfützenreuter und Thomas Veitengruber

EVEREST ist eine Methode, nach der Einkäufer und Verkäufer gleichermaßen erfolgreich verhandeln.

Doch kann das überhaupt funktionieren? Kann man Ein- und Verkäufer tatsächlich über einen Kamm scheren?

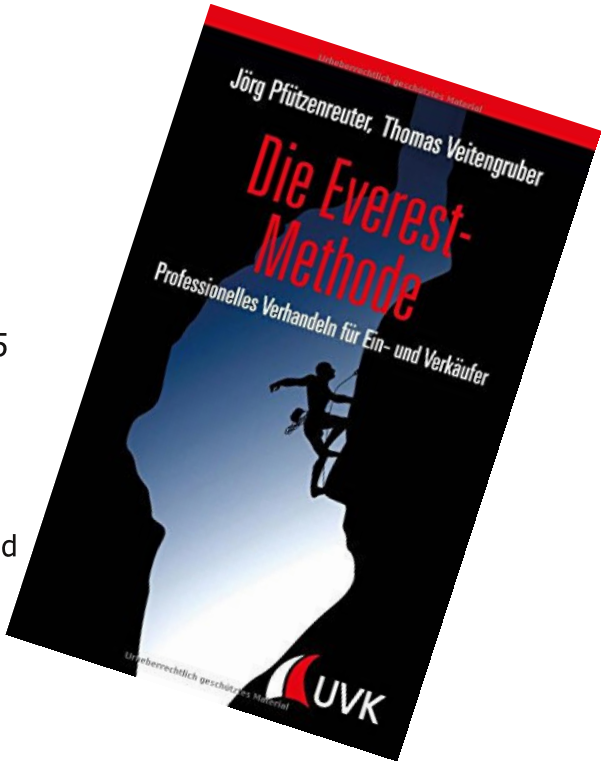
Sicher nicht, werden Sie sagen, Verkäufer sind von Haus aus bis zu den Haarwurzeln aufs Verkaufen gepolt, haben das Verkaufen gewissermaßen im Blut, während Einkäufer oft nicht über vergleichbares Rüstzeug verfügen. Und auch thematisch sind sie doch so verschieden: der Einkäufer hat ein ganz anderes Ziel vor Augen als der Verkäufer.
Wäre es also nicht viel sinnvoller, zwei Verhandlungsratgeber zu schreiben: einen für die Verkäufer, damit sie noch gewiefter werden? Und einen für die Einkäufer, um sie mit einer soliden Basis auszustatten, diesem Gewieftsein souverän zu begegnen?

Wir sagen: Nein!

Die Systematik, die hinter einer Verhandlung steckt, ist für alle gleich.

Amazon Rezensionen:
...Sehr empfehlenswert!...
...Sehr lesenswert...
...leicht und locker geschrieben...
...Praxisnah und leicht zu lesen...
...Tolles Buch, zu empfehlen...

Handelsblatt vom 30. Januar 2015
"Kletterhilfe für den Gipfel"



UVK Verlagsgesellschaft Konstanz und München, 2015
ISBN 978-3-86764-549-2

www.everest-methode.de

Über uns

VerhandlungsWerkstatt
SEMINARE

Jörg Pfützenreuter
SOUVERÄNE VERHANDLUNGSFÜHRUNG
SEMINARE ▪ TRAINING ▪ COACHING

Jörg Pfützenreuter

Ich habe 2002 das Trainingsunternehmen "Jörg Pfützenreuter - Souveräne Verhandlungsführung" in Köln gegründet.
Die Schwerpunkte des Trainings liegen bei der klassischen Verhandlungsführung, aber auch bei 'Psychologie in Verhandlungen' sowie Souveränität und Persönlichkeit. Alles, was der professionelle Einkäufer, Verkäufer, Key Accounter, Manager, Projektleiter oder HR'ler zum Verhandeln benötigt.

2014 habe ich in Köln mit Thomas Veitengruber ein eigenes Trainingszentrum, die VerhandlungsWerkstatt, eingerichtet.

Bevor ich mich als Trainer und Coach mit meinem Trainingsunternehmen selbstständig gemacht habe, war ich über 15 Jahre als Führungskraft im Management und in der Geschäftsleitung internationaler Konzerne und mittelständischer Firmen tätig.

Die Schwerpunkte meiner Arbeit lagen im globalen Einkauf, Supply Chain Management und Business Management für technische Produkte. So kann ich auf vielfältige internationale Erfahrungen aus verschiedenen Branchen und Funktionen zurückgreifen.

Viele Jahre davon habe ich im Ausland gelebt und gearbeitet.

VerhandlungsWerkstatt - Partner

VEITENGRUBER
Beratung für den Mittelstand

VerhandlungsWerkstatt
SEMINARE

Thomas Veitengruber

Ich bin Inhaber der VEITENGRUBER / Beratung für den Mittelstand, einer auf die mittelständische Industrie spezialisierten Vertriebsberatung.
Immer wieder geht es in unseren Projekten darum, „die PS auch auf die Straße zu bekommen". Keine Frage, erfolgreich verhandeln und verkaufen ist eine komplexe Angelegenheit. Viele Faktoren spielen in den Erfolg hinein: Ziele, Strategie, Marktposition, Taktik, Argumente, Tricks und, und, und.

Im Jahr 2014 habe ich deshalb gemeinsam mit Jörg Pfützenreuter die VerhandlungsWerkstatt gegründet. Hier füllen wir Ihren Werkzeugkasten mit den Werkzeugen für's erfolgreiche Verhandeln.

Vor meiner Beratungstätigkeit war ich über 15 Jahre lang als Führungskraft und Mitglied der Geschäftsleitung in internationalen Konzernen und im Mittelstand tätig.

Meine Schwerpunkte lagen dabei in Vertriebsmanagement und -steuerung, Marketing, Produkt- und Prozessmanagement, sowie in Einkauf und Supply Chain Management.

Ich habe unter anderem in den USA, der Schweiz, Italien und in Ostasien gearbeitet und dabei viel über internationales Management und interkulturelle Kommunikation gelernt. Dieses Wissen verbinde ich mit meiner Praxiserfahrung in den Bereichen des Vertriebs- und Beschaffungsmanagements.

Unsere Trainer

Die VerhandlungsWerkstatt ist ja auch ein Netzwerk von Trainern, die nach der gleichen Methode arbeiten und ergänzende Themen rund um die Verhandlungsführung anbieten.

Und natürlich arbeiten sie nicht nur!!!

Unsere Managerin, Bettina Pfleging, hat einigen von ihnen - Jörg Pfützenreuter (JP), Thomas Veitengruber (TV), Harald Walther (HW) und Jan Laufs (JL) - fünf Fragen gestellt, um etwas mehr über ihre Aktivitäten außerhalb der Seminarzeit zu erfahren.

Wie erholt ihr euch am besten von einem anstrengenden Seminartag?

Toben, Basteln, Lesen und Abhängen (Chillen) mit meinen Kindern. ^JP
In der Sonne sitzend mit der Tageszeitung und einem guten Glas Wein. ^TV
Mit Bewegung und Sport. ^HW
Am besten mit einem schönen Spaziergang und anschließender Entspannung in der Sauna. Nach einem leichten Essen, einem Glas Wein lese ich noch ein paar Kapitel und gehe früh schlafen. Der nächste Tag kann kommen. ^JL

Was esst ihr am liebsten?

Tapas, Pasta, Sushi, aber auch „gutbürgerlich". ^JP
Ich liebe zwar Fisch - vor allem Steinbutt, aber am zufriedensten bin ich dann doch bei einem guten Stück Côte de Boeuf. ^TV
Maultaschen mit Rioja oder Paella mit Trollinger. Aber bitte nicht gleichzeitig...^HW
Ehrliche Kost ohne viel Chichi, dann aber gerne und viel. ^JL

Antworten auf fünf Fragen

Wo macht ihr am liebsten Urlaub?

Ich habe keinen Lieblingsort, würde am liebsten einmal in jedem Land der Erde gewesen sein. ^JP

Das ist eine sehr schwierige Frage. In den Bergen (zum Skifahren und Wandern), am liebsten am Arlberg, aber auf Mallorca kann man unter anderem auch schöne Touren gehen und abends die Sonne im Meer versinken sehen. Die schönste Farbe hat das Wasser auf den Malediven - und dort braucht man auch nicht mehr... ^TV

Berge im Winter und Spanien im Sommer. ^HW

Die besten Urlaubsorte kombinieren Kultur, Natur und Entspannungsmöglichkeiten. Ein herrliches Land ist Italien. Hier wird alles geboten für Kopf, Herz und Bauch. ^JL

Was darf auf keinen Fall fehlen, wenn ihr auf Reisen geht?

Fotoapparat. ^JP

Wenn es richtig schön werden soll: meine Frau. Wenn sie nicht dabei sein kann, dann wohl mein Mobiltelefon. ^TV

Meine Kinder und ein Fussball. ^HW

Ein spannendes Buch, eine Kamera, ein Notizblock und natürlich Zeit. Reisen sind die besten Inspirationen. ^JL

Für welches Hobby hättet ihr gerne mehr Zeit?

Fotografieren, Zeichnen, Schlagzeug. ^JP

Musik. ^TV

Reisen. ^HW

Reisen. Die Welt hat so viel zu bieten. Die besten Reisen sind nicht „Europe in 5 days", sondern Reisen, die einem erlauben, die Orte richtig kennenzulernen, die Leute, Kultur und das Treiben. Leider braucht man hierzu viel Zeit. ^JL

Seminare in Zusammenarbeit mit PAN

31. August - 1. September 2017 in Hamburg
Professionelle Verhandlungsführung im Einkauf - Grundlagen-Intensivtraining
Trainer: Jörg Pfützenreuter

26. - 27. September 2017 in Leipzig
Erfolgreiche Einkaufsverhandlungen am Telefon
Trainer: Harald J. Walther

4. - 5. Dezember 2017 in Dresden
Hart verhandeln: Wo Win-Win aufhört
Trainer: Jörg Pfützenreuter

25. - 26. Januar 2018 in München
Hart verhandeln: Wo Win-Win aufhört
Trainer: Jörg Pfützenreuter

1. - 2. März 2018 in Berlin
Psychologie in Verhandlungen / Schwierige Verhandlungssituationen
Trainer: Jörg Pfützenreuter

Geplant:
Souveränitätstraining für Einkäufer - Auftreten und Wirkung
Trainer: Jörg Pfützenreuter

Weitere Themen und Termine auf Anfrage:
www.pan-seminare.de

... kooperiert mit PAN SEMINARE

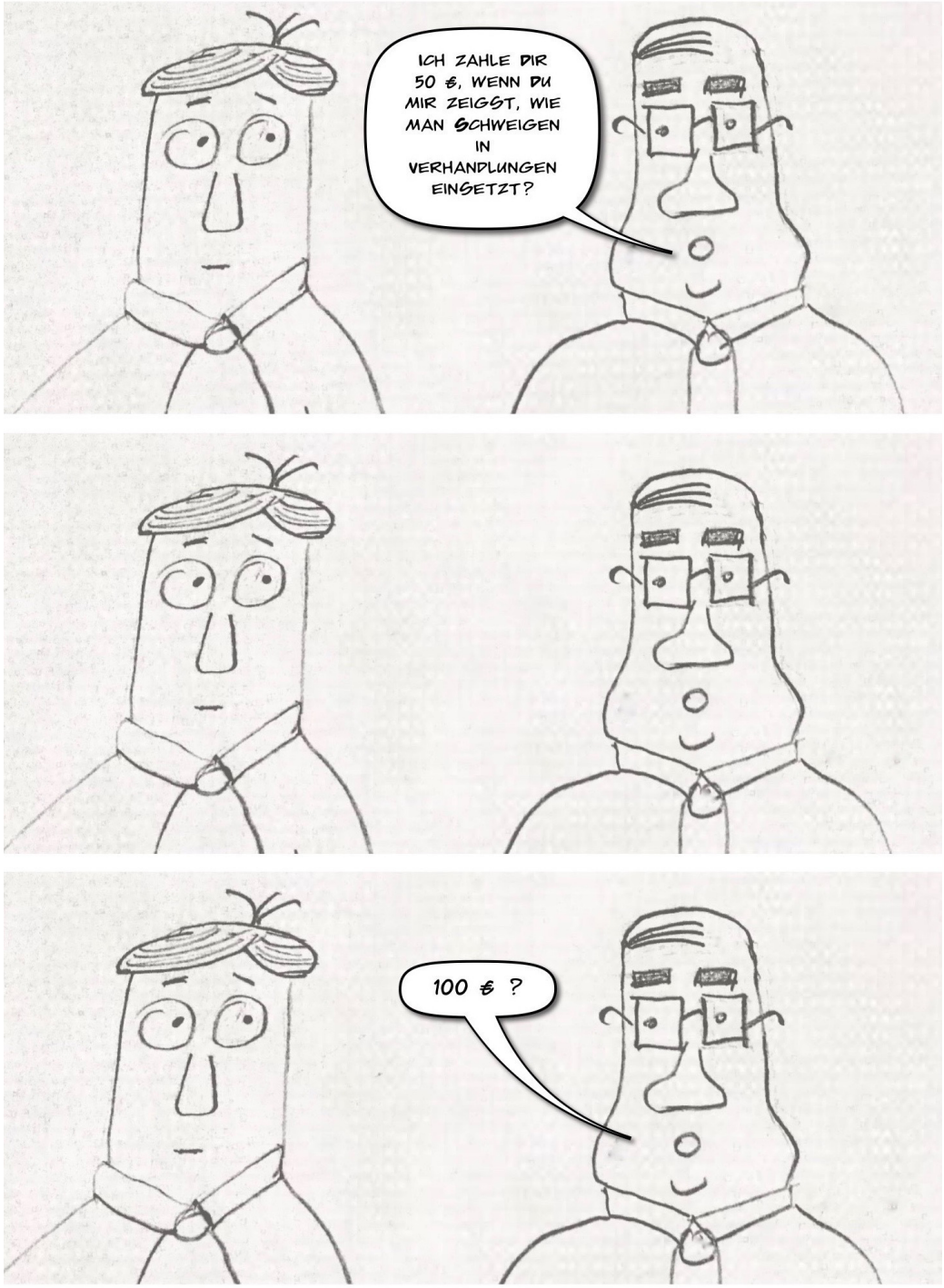
Auf den Punkt trainiert!

Seit 1992 überzeugten sich mehr als 18.000 Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus dem gesamten Bundesgebiet, aus der Schweiz, Dänemark, Österreich und Liechtenstein in mehr als 2.000 Seminaren, Workshops und Fachtagungen von der Qualität unserer Arbeit.

Herzliche Grüße aus Chemnitz

Dagmar Niemand
- Geschäftsführerin

VerhandlungsTipp



© Jörg Pfützenreuter

VerhandlungsWerkstatt im Netz

http://verhandlungswerkstatt.com

https://www.xing.com/companies/verhandlungswerkstatt

https://www.facebook.com/verhandlungswerkstatt/

@V_Werkstatt

Recherchen im Internet

Zu einer guten Verhandlungsvorbereitung gehört die Informationsrecherche über ihren Verhandlungspartner. Wo erhalten Sie diese Informationen? Klar, im Netz. Aber wo?
An erster Stelle sind es Suchmaschinen, die Ihnen helfen, in der täglich wachsenden Informationsflut relevante Informationen zu finden. Und einfache Suchanfragen stellen die meisten von uns ja oft schon mehrmals am Tag.

Auch eine ergiebige Informationsrecherche im Netz beginnt häufig bei Suchmaschinen wie Google (google.com) oder Bing (bing.com). Da jede Suchmaschine aber eigene Webkataloge und Algorithmen zur Bearbeitung der Suchanfragen hat, lohnt es sich, weitere Suchmaschinen zu nutzen. Unabhängig von Daten wie dem eigenen Standort oder dem bisherigen Suchverhalten werden beispielweise Suchanfragen von MetaGer (metager.de), einer deutschen Metasuchmaschine der Universität Hannover, verarbeitet. Die Suchbegriffe werden hier gleichzeitig in um die 20-30 Suchmaschinen gesucht. Weitere Suchmaschinen können Sie selbst hinzufügen.

Suchen Sie Informationen über Unternehmen in bestimmten Branchen sind Suchen in Spezialsuchmaschinen, die sich thematisch auf einen bestimmten Bereich des Netzes beschränken, sinnvoll.

Tipps für die Suche

1. Suchen Sie nach Schlagwörtern.

2. Suchen Sie nach mehreren Schlagwörtern, verknüpft mit AND oder OR.

3. Filtern Sie die Suchergebnisse nach Ihren Wünschen, z.B. nach Medienformaten wie Bildern oder Videos oder nach Aktualität ("die neuesten Beiträge zuerst").

4. Schließen Sie Begriffe mit - aus.

5. Erweitern Sie Ihre Suche mit *.

6. Setzen Sie Phrasen in "...".

... in Social-Media-Netzwerken

Und wie finden Sie diese?

Beispielsweise über durchsuchbare Verzeichnisse, wie das Suchlexikon (suchlexikon.de). Hier sind über 2.500 spezielle deutschsprachige und länderspezifische Suchdienste gelistet und kurz beschrieben.
Die Rubriken reichen von "Allgemeine Suchmaschinen" - unterteilt in "1. Liga", "Metasucher", "Best-Of Sites" - über "Laenderspezifisch" - unterteilt in "Europa", "Afrika", "Asien" - bis hin zu "Wirtschaft" - unterteilt in "Arbeit", "Branchen", Finanzen".

Social-Media-Plattformen sind in den letzten Jahren zu festen Bestandteilen in der Unternehmenskommunikation geworden. Sie lassen sich hervorragend einsetzen, um sich als Unternehmen oder als Person im Internet darzustellen, um sich mit anderen, mit Kollegen, Kolleginnen sowie mit Kunden und Gesprächspartnern auszutauschen oder um Produkte oder Dienstleistungen anzubieten. Sie lassen sich aber auch sehr gut nutzen, wenn Sie Informationen über andere Unternehmen sowie über Personen in Ihrer Branche oder über aktuelle und zukünftige Verhandlungspartner suchen. Denn über Unternehmen, ihre Menschen, Ihren Service und Ihre Produkte wird auf den Plattformen gesprochen. Selbst, wenn sie dort nicht aktiv sind - mal mehr, mal weniger, mal im Sinne des Unternehmens, mal nicht.

Weltweit das beliebteste Social-Media-Netzwerk ist das Businessportal LinkedIn (linkedin. com), das 97 Prozent der Top-500-Unternehmen nutzen. Hier oder bei XING (xing.com) erfahren Sie vor allem mehr über aktuelle und ehemalige Mitarbeiter/-innen sowie über deren Netzwerke.

Über die Unternehmensseiten bei Facebook oder Google+ werden Ihnen meist Informationen vom Unternehmen selbst geliefert. Bei näherer Betrachtung, regelmäßigem Lesen und Verfolgen der geposteten Beiträge sowie Kommentare können Sie Visionen, die Strategie, das Selbstverständnis und die Ausrichtung erkennen.

Ein enorm großes Potential als Recherchewerkzeug bietet darüber hinaus der Mikroblogging-Dienst Twitter (twitter.com). Hier lassen sich Themen, Kontakte, Quellen und neueste Informationen finden. Wie relevant und nützlich Twitter für Sie ist, hängt davon ab, welche Accounts Sie abonnieren, also wem Sie folgen. Der Aufbau eines nützlichen Informationsnetzwerkes geht nicht von heute auf morgen, aber wenn Sie kontinuierlich dabei bleiben, wird Ihr Netz dichter und Ihnen wird keine branchenrelevante Nachricht entgehen.
Auf den ersten Blick kann eine Timeline bei Twitter aufgrund fehlender Struktur abschrecken. Für mehr Ordnung in der Informationsflut können Sie hier unterschiedliche Listen erstellen oder nach bestimmten Schlagworten, den Hashtags, suchen, wie etwa nach
#verhandlungswerkstatt,
#verhandlungstraining oder
#negotiation.

Viel Erfolg bei Ihren Recherchen!

Bettina Pfleging

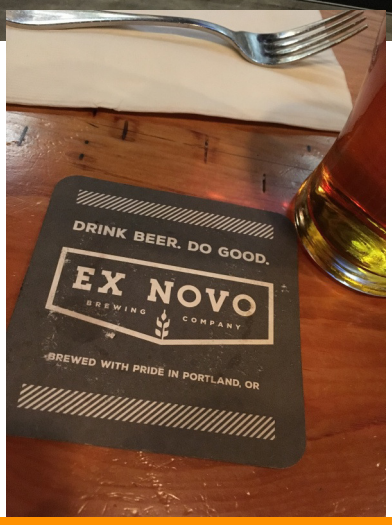
VerhandlungsWerkstatt international

Weltweit haben unsere Trainer bisher für verschiedene Unternehmen in unterschiedlichen Funktionen gearbeitet oder für die VerhandlungsWerkstatt geschult.

Schweden
Großbritannien
Deutschland
Schweiz
Österreich
Italien
Saudi-Arabien
Jeddha
Indien
China
Chennai
Südafrika
Kapstadt

DAIMLER

Portland pfeift auf das Reinheitsgebot



Brauereigaststätten:
Ex-Novo Brewery
(Tanaka Pale Ale)
Deschutes
(hervorragendes Inversion IPA)
10 Barrel
(Apocalypse IPA)

Hotels:
Modera Hotel
Hotel Rose

Fernsehserie: Portlandia

Wenn ich geschäftlich unterwegs bin, möchte ich immer auch persönliche Erfahrungen sammeln und etwas von der Atmosphäre, dem „Spirit“ der besuchten Orte mitnehmen.

In Portland, Oregon, „Traumstadt für Hipster und Ökohippies“, im Nordwesten der USA ist Craft Beer so etwas wie das kollektive Hobby der Einwohner, die ihre Stadt ganz ironiefrei "Beervana" nennen.
Hier kommen etwa 70 Brauereien auf inzwischen weit über 600.000 Einwohner. Auf den Großraum gerechnet sind es über 100. Mit aktuellen Zahlen ist es kompliziert, weil ständig irgendwo eine neue Brauerei aufmacht.

"Manche glauben, der Hype ums Craft Beer sei bald vorbei. ... In der US-Metropole Portland, der bierverrücktesten Stadt der Welt, legen sie erst richtig los.“
- Süddeutsche Zeitung, 28.10.16

Es gibt hier Kneipen, die mehr als 100 Biersorten anbieten - vom Fass, versteht sich. Das „Flaggschiff“ der meisten Brauer ist ein India Pale Ale. Das IPA schmeckt trotz hoher Bitterwerte sehr blumig und extrem aromatisch. Außerdem wurde die Stadt von der Washington Post kürzlich zur kulinarischen Hauptstadt der USA gewählt.

Was liegt also näher als ein „Brauerei-Dinner“, am besten im angesagten Pearl District.

Thomas Veitengruber

Verhandeln im Alltag

...unterwegs in Indien

Chennai
~ früher auch Madras ~

liegt an der Ostküste
Südindiens,
ist die Hauptstadt des
indischen
Bundesstaates Tamil
Nadu und
wird auch „das Detroit
Indiens“ genannt.

Souveräne Verhandlungsführung

Kernkompetenzen des professionellen Verhandelns

Unsere Kompetenzkreise:

Verhandlungstechnik

Sie erwerben solides Grundlagenwissen, das Sie in die Lage versetzt, jede Verhandlung erfolgreich zu führen. Dazu erhalten Sie Ihren Werkzeugkasten für den täglichen Gebrauch mit Anleitungen sowie Checklisten zur Vorbereitung und Durchführung von Verhandlungen.

In Verhandlungssimulationen entwickeln und erproben Sie unterschiedliche Strategien und deren taktische Umsetzung in konkreten Verhandlungs-situationen.

* Leitfaden zur Verhandlungsvorbereitung

* **EVEREST** – Methode

* Argumentations-, Einwand- und Fragetechniken

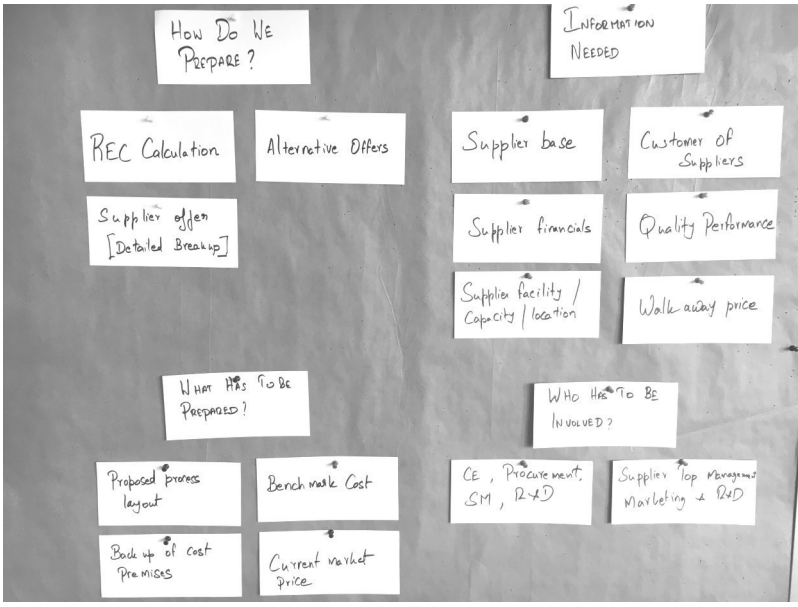
* Gesprächs- und Verhandlungsführung

* Verhandlungsstrategien von hart bis win-win

* Taktikbaukasten:
  Gesprächseinstieg, Auftreten, Atmosphäre, Organisation, Stil

* Besonderheiten von Preis-, Reklamations-, Vertrags- und anderen typischen Einkaufsverhandlungen

Weitere Themen nach Absprache.



Psychologie

– Menschen lesen, verstehen und für sich gewinnen –

Sie lernen, sich auf verschiedene Menschen einzustellen und auf der Beziehungsebene zu verhandeln, um Sympathie, Respekt und Wertschätzung zu erlangen. Fähigkeiten wie Empathie und Charisma sind kein Mythos sondern erlernbar.

Dazu werden neueste Erkenntnisse aus Psychologie und Neurowissenschaften auf Verhandlungssituationen übertragen.

* Wellenlänge und Beziehungsebene

* Empathische Fähigkeiten

* Aktives Zuhören

* Körpersprache-Code

* Überzeugungstechniken

* Techniken zur Gesprächsführung: Transaktionsanalyse

* Schwierige Verhandlungspartner

* Authentizität: mit eigenem Stil überzeugen

Weitere Themen nach Absprache.

Persönlichkeit

3

Ihr Auftreten und die mentale Einstellung stehen im Fokus.

Sie analysieren Stärken und Schwächen Ihrer eigenen Persönlichkeit, entwickeln daraus ein authentisches Selbstbild und typgerechtes Charisma.

Sie erhalten Methoden und Wege, die richtige mentale Einstellung zu finden und durch entsprechendes Auftreten, durch Körpersprache und Stimme die gewünschte Wirkung zu erzielen.

* Charisma

* Authentisches Auftreten und Wirkung

* Souveränität, Selbstsicherheit und Entschlossenheit

* Äußeres Erscheinungsbild

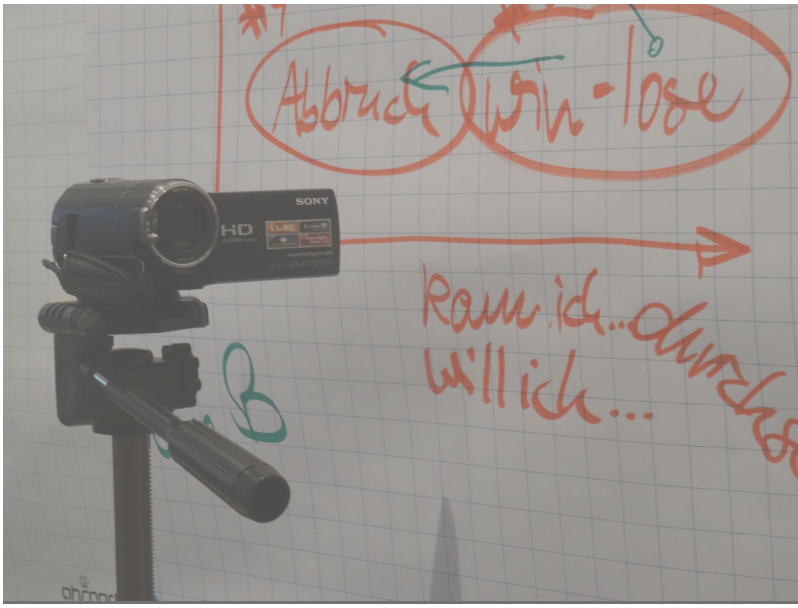
* Körpersprache, Stimme

* Business Behaviour

* Mindset: Mentale Einstellung

* Mentaltechniken

Gerade bei der Persönlichkeits-entwicklung bietet sich das Coaching mit Einzelpersonen oder Kleingruppen als Format an.



Pausengestaltung

Auch die Pause gehört zur Musik.

– Stefan Zweig

VerhandlungsCamps

#RealCase

#Shadowing

#Trainingslager

#DifficultSituations

Sie haben eine echte, umfangreiche und sehr wichtige Verhandlung vor sich?

Gemeinsam mit dem Trainer und den anderen Teilnehmern erarbeiten Sie Vorgehensweisen und Handlungsoptionen für zukünftige Verhandlungen.

Sie wollen, dass wir Sie bei einer Ihrer Verhandlungen begleiten und coachen oder beraten?

Wir stehen Ihnen während der Verhandlung zur Verfügung, sowohl im Verhandlungszimmer als auch in den Verhandlungspausen.

Sie haben eine echte Verhandlung hinter sich, mit der Sie nicht zufrieden sind und wollen sich für die nächste Verhandlung wappnen?

Im VerhandlungsCamp der VerhandlungsWerkstatt reflektieren Sie einen Ihrer Echt-Verhandlungsfälle, der nicht das gewünschte Verhandlungsergebnis gebracht hat.

Außerdem erhalten Sie jeweils Instrumente, Unterlagen und Informationen in verschiedenen Medienformaten, um das Gelernte nachhaltig zu sichern.

Fragetechnik

Wer fragt, der führt!

Nutzen Sie Fragen bei Verhandlungen in Ihrem Sinne.

Wenn Sie beispielsweise eine Entscheidung herbeiführen oder einen Vielredner stoppen, wenn Sie jemanden aus der Reserve locken oder wenn Sie ein Thema logisch strukturieren wollen, dann nutzen Sie geschlossene Fragen.

Wenn Sie umfangreiche Informationen erhalten wollen, um sich ein umfassendes Bild von der gesamten Verhandlungssituation machen zu können, dann fragen Sie mit offenen Fragen.

GESCHLOSSENE Fragen

...werden mit JA oder NEIN beantwortet.

...basieren häufig auf HABEN und SEIN.

"Brauchen Sie noch Unterlagen?"

"Sehen Sie das auch so?"

"Werden Sie pünktlich liefern?"

"Ist ein Preisnachlass möglich?"

OFFENE Fragen

...müssen in ganzen Sätzen beantwortet werden.

...werden durch W-Fragewörter eingeleitet.

...geben die Richtung für die Antworten vor, gewähren aber viel Freiheit.

"Welche Unterlagen brauchen Sie, um weiterzumachen?"

"Wie sehen Sie das?"

"Wie stellen Sie Liefertermine sicher?"

"Welchen Preisnachlass können Sie mir geben?"

Ihr Ziel? Ihre Frage!

Neben der Unterscheidung zwischen offenen und geschlossenen Fragen, gibt es auch andere Unterscheidungen von Fragearten.

So können Sie beispielsweise mit Ihren Fragen ganz unterschiedliche Ziele verfolgen.

• Sie wollen Informationen, meist wertfrei, ohne Manipulationsabsichten?
→ Stellen Sie eine Informationsfrage!

"Wann haben Sie die neue Qualitätssicherung eingeführt?"

• Sie wollen das Denken in eine bestimmte Richtung lenken?
→ Stellen Sie eine rhetorische Frage, die Sie direkt selbst beantworten!

"Ich denke, da sind wir uns einig..."

• Sie wollen Zeit gewinnen, um die andere Seite in Bedrängnis zu bringen oder sich selbst aus einer Engpasssituation zu befreien?
→ Stellen Sie eine Gegenfrage!

"Warum fragen Sie mich das genau jetzt?"

• Sie wollen den Gesprächsstatus, die bisher erlangten Informationen oder die Gesprächsatmosphäre kontrollieren?
→ Stellen Sie eine Kontrollfrage!

"Habe ich es richtig verstanden, dass wir uns über die Konditionen einig sind?"

• Sie wollen Ihrem Gegenüber die Wahl zwischen zwei Antworten erlauben?
→ Stellen Sie eine Alternativfrage, bei der Sie die Alternativen möglichst positiv formulieren!

"Wollen Sie den Preis reduzieren oder uns 3% Skonto einräumen?"

• Sie wollen die andere Seite motivieren, sich zu öffnen?
→ Stellen Sie eine positiv formulierte Ermutigungsfrage, mit der Sie eine positive Atmosphäre herstellen!

"Ich hoffe, ich bin Ihnen nicht zu sehr auf die Füße getreten?"

• Sie wollen die andere Seite angreifen, damit sie etwas Unüberlegtes sagt?
→ Stellen Sie eine provozierende Frage!

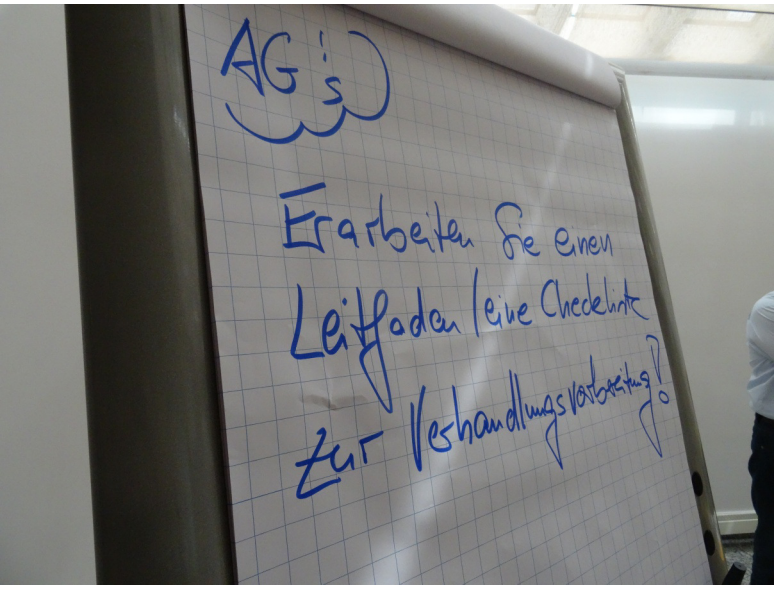
"Wollen Sie nicht oder können Sie nicht?"

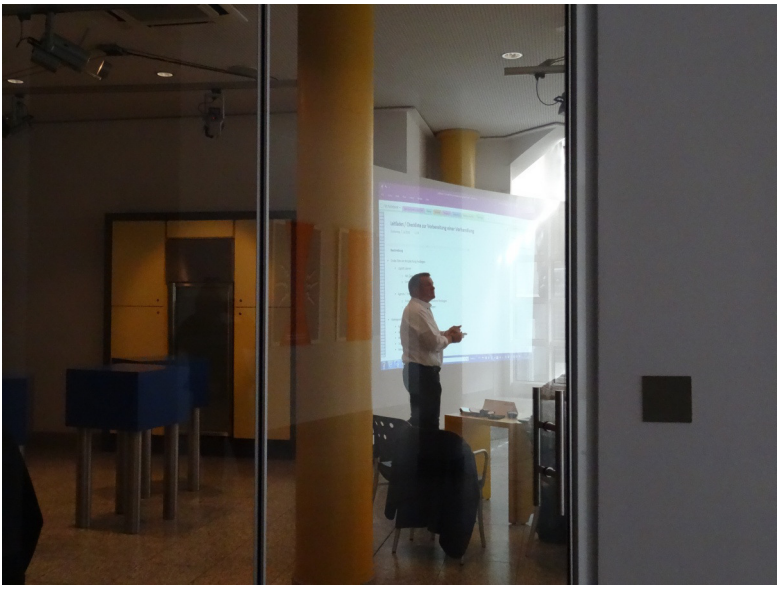
ACHTUNG! Damit erzeugen Sie eine negative Atmosphäre. Sie sollten diese Fragetechnik nur in Ausnahmefällen anwenden!

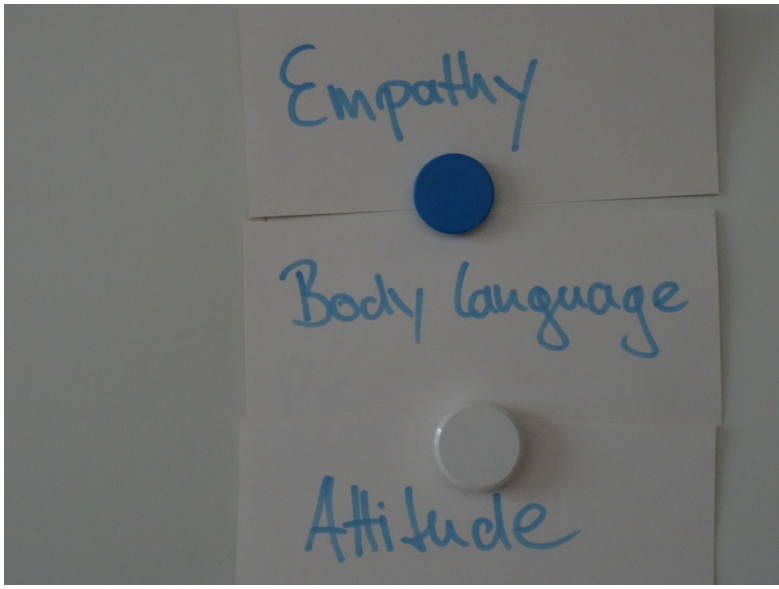
• Sie wollen Ihren Gesprächspartner in Ihrem Sinne beeinflussen?
→ Stellen Sie eine Suggestivfrage!

"Sie sind doch auch an einer Lösung interessiert, oder?"

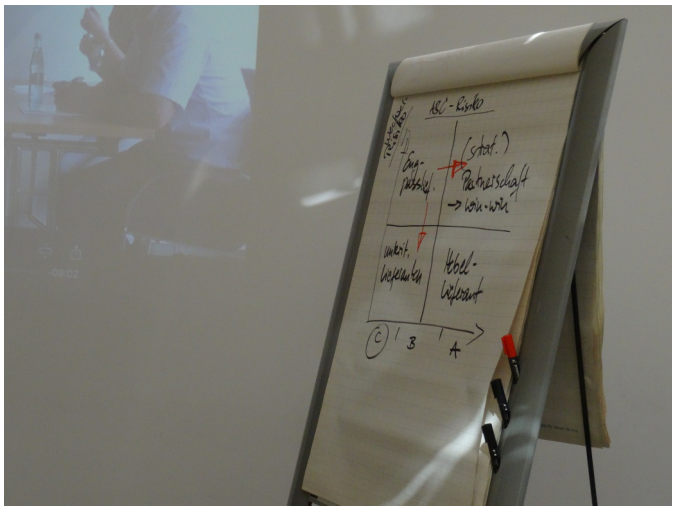
Aus unseren Seminaren,...







Blicke in die VerhandlungsWerkstatt



„Kinder müssen mit den Erwachsenen viel Geduld haben.“

– Antoine de Saint-Exupéry

Für mich sind sie die besten Verhandlungskünstler, die es auf der Welt gibt: **Kinder**.

Wenn Sie Kinder beim Verhandeln beobachten, werden Sie feststellen, dass diese dabei intuitiv viel richtig machen.

Paradoxerweise haben wir Erwachsene einiges von dieser uns angeborenen Intuition wieder verlernt, da wir im Laufe unseres Lebens viel zu viel darüber gelernt oder gehört haben, wie man es machen beziehungsweise wie man es nicht machen sollte. Wir haben alle die Vorstellung von einem souveränen Verhandlungsführer im Kopf und wissen, wie man harte Verhandlungen führt. Wahrscheinlich hat das jeder auch schon einmal in einem Film gesehen!

Ich stelle immer wieder fest, dass gutes Verhandeln häufig mit gnadenloser Härte verwechselt wird. Tough und aggressiv sein, sind in vielen Firmen und Branchen gern gesehene Eigenschaften. Aus meiner Erfahrung heraus wird das allein in schwierigen Verhandlungen nicht viel nützen. Es ist ein begrenztes Repertoire, denn, wenn Härte nichts nützt, hilft noch mehr Härte auch nicht.

Kinder hingegen finden fast immer den richtigen Weg in Verhandlungen.

Ich wünsche mir...

Ich habe hier ein kleines Beispiel, an dem sehr deutlich wird, wie Kinder spielerisch mit der EVEREST - Methode umgehen, ohne je etwas davon gehört zu haben.

Viele Teilnehmer meiner Seminare werden sich an die folgende Geschichte erinnern:

Kurz vor Weihnachten kam unsere damals achtjährige Tochter auf mich zu und sagte: „Papi, zu Weihnachten wünsche ich mir eine Nintendo 3DS." Erwartungsvoll blickte sie mich an.

Für meine Frau und mich war klar, dass ein achtjähriges Mädchen noch keine Spielekonsole für 160 Euro braucht. Also erwiderte ich: „Mäuschen, ich finde, das ist noch ein wenig früh für dich!"

So, die Verhandlung war eröffnet. Die Standpunkte waren klar: „Ich will eine Nintendo" vs. „So ein Ding gibt es in deinem Alter noch nicht".

Meine Tochter begann nun die Verhandlung und nahm die erste Route zum Verhandlungserfolg, das R in EVEREST: **Rhetorik**.

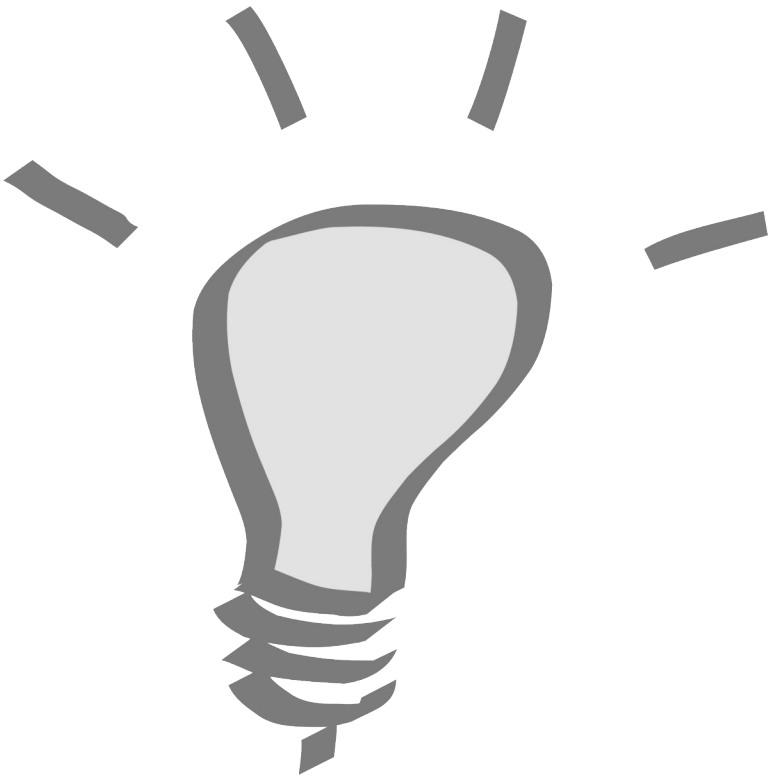
Sie versuchte, mich mit Argumenten zu überzeugen: „Papi, ich habe mir schon gedacht, dass Du das sagst, aber ich brauche so eine Nintendo unbedingt!"
„Wieso das denn?" fragte ich zurück.
„Ganz einfach: weil fast alle anderen so eine Nintendo schon haben. Ich bin die einzige, die sowas noch nicht hat," stellte sie triumphierend fest.
„Alle?" fragte ich und sah sie erstaunt an. „Wirklich alle? Das kann ich mir gar nicht vorstellen."
„Ja, zum Beispiel Lisa, Larissa, Marie, Sofia, Katharina, Evi und sogar Elena! Nur ich habe keine Nintendo. Kannst du dir vorstellen, wie das ist?"

Fassen wir kurz die Sachlage zusammen.
Meine Tochter hat ein aus ihrer Sicht schlagkräftiges Argument vorgetragen und dieses mit Fakten untermauert. Mein Gegenargument bestand lediglich in der Frage: „ Alle?"

Wenn man diese beiden Argumente betrachtet, stellt man schnell fest, dass ich auf dieser Argumentationsebene keinen Blumentopf gewinnen würde.

Ich wechselte den Kriegsschauplatz und versuchte mein Glück mit folgendem Argument: „Ist eigentlich auch egal, wer alles schon so eine Nintendo hat. Du weißt selber, dass dies eigentlich ein bisschen zu teuer ist."

Hier zeigte sich nun die gute Vorbereitung meiner Tochter!
Sie konterte wie aus der Pistole geschossen: „Das weiß ich, da hab' ich auch schon drüber nachgedacht! Wie wäre es denn, wenn wir Weihnachten und Geburtstag zusammenlegen? Dann würde das doch gehen, oder?"



Verhandeln mit Kindern

Mit wenigen Sätzen hatte meine Tochter meine Kosten-Argumentation ausgehebelt.

Ich versuchte zu retten, was noch zu retten war und erwiderte:
„Nein, mein Fräulein. Das mache ich nicht noch mal mit. Das hatten wir letztes Jahr schon, als es das große Playmobil-Puppenhaus gab. Weißt du noch, wie ärgerlich du am Geburtstag warst, weil es da nicht mehr so viele Geschenke gab?"
„Ja, ich weiß. Aber du hast vergessen, dass ich da noch klein war. Jetzt bin ich ja schon groß und kann mir so was merken."

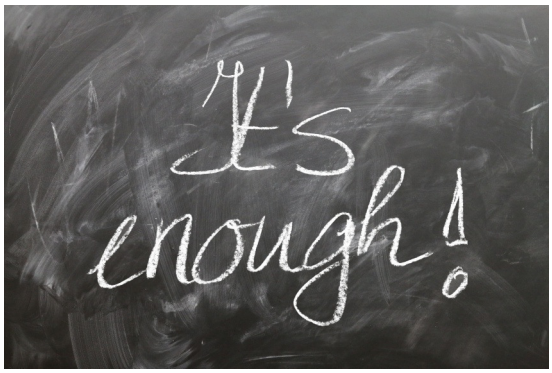
Also so richtig war auf der Argumentationsebene kein Durchkommen. Um ehrlich zu sein, war meine Argumentation zu dürftig, um überzeugend zu sein. Die Argumente meiner Tochter waren besser.

Aber ich hatte Glück.

Ich konnte auf die zweite Route zum Verhandlungserfolg wechseln: das zweite E in EVEREST, die **Einschätzung der Verhandlungsposition**.

Da ich der Vater war, hatte ich eindeutig die bessere Verhandlungsposition:
Argumente hin oder her, ich konnte das Verhandlungsergebnis einfach bestimmen.

Ich wechselte auf die Macht-Route:
„Ist auch egal! In deinem Alter gibt es einfach noch keine Nintendo (mit einem gedachten nonverbalen "Basta!")."



Damit war die Verhandlung für mich beendet.
Meine Tochter zuckte mit den Schultern und ging zurück in ihr Zimmer.
Ich ballte die Faust. Sieg!

Wer allerdings glaubt, dass die Verhandlung hiermit wirklich beendet war, irrt gewaltig.

Bereits am nächsten Abend, einem Freitag nach einer anstrengenden Woche, als ich gegen 20 Uhr abends nach Hause kam, empfing mich meine Tochter freudestrahlend bereits vor der Haustür.
„Das ist so schön, dass du endlich da bist, ich warte schon den ganzen Tag, dass du endlich nach Hause kommst. Ich habe eine tolle Überraschung für dich, du wirst staunen. Ich habe mir überlegt, dass du diese Woche so viel unterwegs warst und wir gar nicht genug Zeit zum Kuscheln hatten. Deswegen hab' ich in meinem Zimmer eine ganz gemütliche Kuschelecke eingerichtet, wo wir das ganze Wochenende mal richtig kuscheln können. Nur wir beide!"
Riesige Kulleraugen blickten mich an. Ich war chancenlos, waffenlos, völlig machtlos.

Meine Tochter war auf die dritte Route gewechselt. Sie nutzte das dritte E in EVEREST: **Emotion**.

Wie heißt es in einem chinesischen Sprichwort?
„Wenn du deinen Feind nicht besiegen kannst, dann umarme ihn!"

Als ich sie fragte: „Mäuschen, was hast du denn vor, mmmh?", umarmte sie mich und sagte mit zuckersüßer Stimme: „Papi, ich möchte so gerne eine Nintendo haben. Vielleicht überlegst du es dir ja noch einmal. Bitte, bitte, bitte!" Damit war ich fällig.

Was können wir daraus lernen?
Wenn wir es mit einem überlegenen Verhandlungspartner zu tun haben, der durch seine Verhandlungsposition mehr Macht hat, müssen wir überlegen, welche Kuschelecken wir bauen. Wir müssen ihn dazu bringen, uns unser Verhandlungsergebnis zu geben, weil er es möchte.

Wer sich fragt, ob es zu diesem Weihnachtsfest eine Nintendo gab oder nicht:

Nein, es gab sie nicht, aber nicht wegen meiner Verhandlungsstärke, sondern weil der schwache Verhandlungsführer durch einen Stärkeren ersetzt wurde. Meine Frau hat übernommen. Die lässt sich nicht so leicht einwickeln wie der Papi.

Jörg Pfützenreuter

Bergwelten

Herausforderung, Leidenschaft, Freiheit

Kommunikation

Kommunikation ist nicht nur in unserem täglichen Leben, sondern auch in Verhandlungen das A und O.

Wir senden Nachrichten, wir empfangen Signale, wir reagieren auf Gesagtes und Ungesagtes, wir geben Impulse und wir können Gesprächsverläufe lenken. Das machen wir mit Worten, mit unserer Stimme oder auch mit Gesten, ganz ohne Worte.

Wir Menschen können nicht NICHT kommunizieren.

Selbst, wenn wir nichts sagen, nicht zu einem Gespräch erscheinen, einen Raum verlassen oder ein Telefongespräch beenden, kommunizieren wir.

Wir senden eine Botschaft. Die Empfänger dieser Botschaft verstehen sie manchmal direkt so, wie wir sie gemeint haben, oder sie verstehen sie anders, als vom Sender gedacht.

"Die Ampel ist grün!"

Warum ist das so?

Ein klassisches Beispiel zur Erläuterung der verschiedenen Aspekte einer Nachricht stammt von Friedemann Schulz von Thun:

Ein Ehepaar fährt in einem Auto. Der Mann ist Beifahrer, die Frau fährt. Sie kommen an eine Ampel. Die Ampel ist rot. Nach einigen Sekunden springt die Ampel auf grün. Er sagt: "Es ist grün!"

Soweit zum Sachverhalt.

Was meinen Sie? Wie geht es weiter? Was sagt der Mann? Was versteht seine Frau?

Auf der Sachebene informiert der Mann über den Sachverhalt und die Frau hört mit ihrem Sachohr: "Die Ampel ist grün und nicht rot".

Auf der Selbstoffenbarungsebene gibt der Mann zusätzliche Informationen über sich und wenn die Frau mit diesem Ohr zuhört, bedeutet der Satz für sie, dass die Ampel grün ist und ihr Mann mit ihr zusammen aufpasst und bei ihr ist.

Der Satz kann aber auch eine Aufforderung sein loszufahren, weil grün ist. Hört die Frau mit ihrem Appellohr, versteht sie genau das.

Eine Nachricht beinhaltet auf der vierten Seite Informationen über die Beziehung der beiden kommunizierenden Personen. So könnte die Frau hier mit dem Beziehungsohr hören, dass sich der Mann für den besseren Autofahrer hält und ihr deshalb sagen muss, dass grün ist.

Vier Seiten einer Nachricht.

Welche ist gemeint? Welche senden und welche empfangen Sie?

Zur Klärung kann ein Sendecheck helfen.
Wie kommt das, was ich sagen will, richtig bei meinem Gegenüber an?
Was will ich mit meiner Nachricht bewirken?
Geht es mir um Beziehung, Sache, Aufforderung oder um Selbstoffenbarung?
Und um welchen Aspekt, um welche Seite geht es dem Anderen?

#CologneFacts0117

1.081.701

Einwohner waren 2016 in der Domstadt gemeldet.

Veedel

Köln besteht aus neun Stadtbezirken und 86 Stadtteilen.

Ihre Viertel nennen Kölner liebevoll "Veedel".

20.

Tatortgeburtstag feierten die Kölner Ermittler Dietmar Bär und Klaus J. Behrendt in 2017.

"Iehrefeld, Raderthal, Nippes,
Poll, Esch, Pesch un Kalk,
Üvverall jitt et Fans vom FC
Kölle!
En Rio, en Rom, Jläbbisch,
Prüm un Habbelrath,
Üvverall jitt et Fans vom FC
Kölle!
...
Mer schwöre dir, he op Treu
un op Iehr!
Mer stonn zo dir, FC Kölle!
Un mer jonn met dir,
Wenn et sin muss durch et
Füer,
Halde immer nur zo dir, FC
Kölle!"

- Höhner, aus der Hymne des
1. FC Köln.

3 x

Deutscher
Meister

VerhandlungsWerkstatt
SEMINARE

Charme ist ein Mittel, ein "JA" zu erhalten, ohne präzise eine Frage danach gestellt zu haben.

– Albert Camus

Kontakt:
VerhandlungsWerkstatt
www.verhandlungswerkstatt.de
info@verhandlungswerkstatt.de
+49 (0) 221/258 93 94