

Wer clever verhandelt, kann fast immer sparen. Die besten Tipps von Experten

# Richtig feilschen, weniger bezahlen

VON JULIUS SCHOPHOFF

**DER IRANISCHSTÄMMIGE TEPPICHFACHHÄNDLER** Hadi Rad fühlt sich nach 30 Jahren in Regensburg fast wie ein Deutscher. Nur an eins hat er sich nie gewöhnt: dass die Leute hier kaum verhandeln. „Für Perser ist Feilschen ein Spiel“, sagt er. Gerade ältere Deutsche sprächen hingegen fast nie über Preise.



Sie sind es nicht gewohnt: Seit 1934 untersagte das Rabattgesetz Nachlässe von mehr als 3 Prozent. 2001 fiel das Gesetz, seither dürfen fast alle Preise frei verhandelt werden – was allerdings kaum jemand versucht.

Schade, findet Hadi Rad, Verhandeln mache Spaß. „So kommt man mit den Menschen ins Gespräch“, sagt er. Wer freundlich und respektvoll auftrete, habe schon mal gute Karten für das eine oder andere Schnäppchen. Denn oft entscheide Sympathie über den Verhandlungserfolg.

Was sonst noch zum gekonnten Feilschen gehört, verraten Ihnen die folgenden zehn Tipps.

## 1. Bereiten Sie sich gut vor!

Gerhard Eirich, Geschäftsführer von Corporate Training, gibt seit 26 Jahren Seminare zum Thema Verhandeln. „Jedes größere Geschäft beginnt mit Recherche“, sagt er. „Wenn Sie Produktdetails, Vergleichsmodele und Marktpreise kennen, werden Sie sich von keinem Verkäufer einwickeln lassen.“ Es lohne sich auch, den Laden eine Weile zu beobachten: Wie viel ist da eigentlich los? Verkaufen die gut? Wenn nicht, haben Sie bessere Chancen auf Rabatt.

Finden Sie im Gespräch mit Verkäufern etwas über deren Interessenlage heraus: Bekommen die Mitarbeiter Provision? Wenn ja, wann wird sie gezahlt? Ende des Monats? „Dann gehe ich am 30. hin. Vielleicht schafft der Verkäufer durch unseren Deal

dann gerade noch den Sprung auf die nächste Provisionsstufe“, erklärt Experte Eirich.

## 2. Wenn Sie mehr Rabatt wollen, kaufen Sie mehr!

Hadi Rads günstigster Teppich kostet 300, der teuerste 30 000 Euro. „Je höher die Summe, desto mehr Nachlass gebe ich“, sagt er. Für ihn als Inhaber gilt dasselbe wie für einen Verkäufer auf Provisionsbasis: „Ich muss Umsatz machen!“ Ihr bestes Argument in jeder Verhandlung ist: mehr zu kaufen. Wenn Sie zwei Teppiche nehmen, potenzieren Sie Ihre Chancen auf Rabatt. Und wenn Sie immer wieder kommen, erhalten Sie häufig Stammkundenpreise.

## 3. Wählen Sie fürs Feilschen den richtigen Zeitpunkt!

Seminarleiter Eirich kauft am liebsten Ende der Woche, kurz vor Ladenschluss: „Dann können die Verkäufer vorm Wochenende noch einen Deal machen“, sagt er. Wenig aussichtsreich sei es, wenn Sie Verkäufer zur Rushhour in ein Gespräch verwickeln. „Wenn der nächste Kunde schon hinter Ihnen steht, wird es schwierig.“

Wichtiger noch als die Tageszeit ist die Jahreszeit. Wenn die Nachfrage sinkt, purzeln die Preise. Fast jedes Produkt hat Flautezeiten: die Winterjacke zu Frühlingsbeginn, das Schlauchboot im Herbst, der Computer, wenn ein Nachfolgemodell auf den Markt kommt. Auch Teppiche

laufen nicht immer: „Der Februar ist meistens nicht so gut“, sagt Hadi Rad. „Und der September, wenn alle aus dem Urlaub kommen.“

Zeit für einen Praxistest. Ich brauche einen Handstaubsauger. Ich habe im Internet recherchiert und mir ein Modell ausgesucht: gute Saugleistung, lange Akku-Laufzeit, energiesparend. Mit Zyklon-Luftwirbel und 2-Stufen-Filterssystem.

Ich betrete die Haushaltswarenabteilung eines Kaufhauses. Am Tresen stehen drei Verkäuferinnen, ich bin der einzige Kunde. Gute Chancen also?

„Guten Tag. Könnten Sie mir bei den Handstaubsaugern helfen?“

„Klar“, sagt eine der Verkäuferinnen und begleitet mich zum Regal. „Haben Sie sich schon entschieden?“

„Der da gefällt mir“, sage ich. Ich zeige aufs Preisschild, 89,99 Euro. „Was können Sie denn da am Preis machen?“

Sie stutzt. „Nichts.“

„Nichts?“

„Ich kann Ihnen 5 Prozent geben – auf Ihre Paybackkarte.“

Ich habe keine Paybackkarte. Und ich will auch keine.

„Die Konkurrenz verkauft ihn 20 Euro günstiger“, sage ich.

Sie zuckt mit den Achseln. „Tut mir leid, da kann ich nichts machen.“

„Und was, wenn ich zwei nehme?“

Da lächelt sie, wenigstens das. Ich verabschiede mich höflich und gehe. Ohne Staubsauger und mit dem Gefühl, noch einiges lernen zu müssen.

## 4. Suchen Sie sich den richtigen Verhandlungspartner!

„Verkäufer in großen Kaufhäusern bekommen meistens keine Provision“, sagt Gerhard Eirich. Sie seien oft auch nicht befugt, Rabatte einzuräumen. „Sie müssen bei Verhandlungen die Hierarchieebenen abklappern.“ Besser stünden die Chancen aber in kleinen, freien Läden, in denen Sie oft direkt mit dem Inhaber sprechen.

Suchen Sie nach Verkäufern, die Ihnen sympathisch sind. „Menschen machen gern Geschäfte mit Menschen, die ähnlich ticken“, sagt Eirich. Kleine Läden verriet manchmal viel über den Verkäufer: Ein Familienfoto aus dem Urlaub in Italien. Der Wimpel eines Fußballvereins. Ein Golfschläger. Schon haben Sie einen persönlichen Aufhänger für einen lockeren Gesprächseinstieg.

## 5. Machen Sie den ersten Vorschlag!

„Was können Sie denn am Preis machen?“ – laut Experte Eirich ist das kein guter Einstieg. „Antworten auf diese Frage sind in 80 Prozent der Fälle enttäuschend“, erklärt er. Besser ist es, wenn Sie die Vorschläge selbst machen. Haben Sie Mut, zu sagen, was Sie wollen! „Fahrrersitz“ nennt Eirich das Prinzip: „Wenn Sie sich hinter Lenker setzen, können Sie die Richtung der Verhandlung bestimmen.“ Das mache mehr Arbeit – die Chance, dass Sie Ihr Ziel erreichen, sei dafür aber deutlich höher.

Werden Sie sich vorab über einiges klar: „Was will ich haben? Was will ich ausgeben? Was ist nicht verhandelbar?“

## 6. Stellen Sie realistische Forderungen!

Wie hoch der Verhandlungsspielraum ist, hängt von der Art des Geschäfts ab. Grundsätzlich aber gilt: Mit unverschämten Forderungen kommen Sie nicht weit. Wenn Sie für einen Teppich, der 2500 Euro kosten soll, 800 bieten, wünscht Ihnen Hadi Rad einen schönen Tag. „10 bis 15 Prozent sind schon mal drin“, sagt er, „mehr nicht. Ich mache von vornherein gute Preise.“

Seminarleiter Eirich empfiehlt als psychologisches Kampfmittel ungerade Zahlen. Fordern Sie nicht 10 Prozent oder 200 Euro Nachlass. Sondern 11,3 Prozent oder 215 Euro. „Dann denkt der andere: Mein Gott, der hat das genau ausgerechnet“, sagt Eirich. Ein Trick, der im Verkauf dauernd angewandt wird. „Auf Preislisten finden sich nie glatte Preise. Das sieht immer so aus, als ob dahinter eine exakte Kalkulation steckt – was natürlich häufig nicht stimmt.“

## 7. Loben Sie!

Jörg Jordan ist Gebrauchtwagenhändler. Rentnerwagen.de, sein Unternehmen, hat sich auf alte Autos mit niedrigem Kilometerstand spezialisiert. Die Fahrzeuge, die auf seiner Verkaufsfläche in Hamburg stehen,

kauft er deutschlandweit bei Privatleuten.

Viele seiner Konkurrenten, sagt er, redeten die Autos beim Ankauf schlecht, um die Preise zu drücken. Er selbst habe da eine andere Taktik: Loben. „Mensch, der ist ja noch gut in Schuss! 15 Jahre alt und nur 60 000 Kilometer?“, sagt er zum Beispiel. „Das schmeichelt dem Verkäufer, und er reagiert gleich viel offener.“ Das funktioniert auch bei ihm selbst, meint Jordan. Verkäufer stehen zu dem, was sie verkaufen – und mögen es gar nicht, wenn Sie daran herumäkeln.

## 8. Schweigen Sie!

Während der Verhandlung wendet Jordan manchmal eine Technik an, die nicht viele beherrschen: Schweigen. „Wenn Sie mal nichts sagen, ist das auch ganz gut“, erklärt er. Seminarleiter Eirich sieht das ähnlich: „Wenn die Gegenseite einen Vorschlag macht, versuchen Sie, zwei Minuten ruhig zu bleiben.“ Oft käme schon nach 20 Sekunden das nächste Zugeständnis. Die Menschen, sagt er, ertragen die Stille nicht.

Zweiter Versuch. Ich brauche ein Erfolgserlebnis. Kurz vor Ladenschluss gehe ich in den City-Flohmarkt, einen Gebrauchtwarenladen in Regensburg. Ich bin auf der Suche nach alten Bilderrahmen. Aber zuerst entdecke ich diese alte Schreibmaschine, eine Torpedo aus der Vorkriegszeit.

„Baujahr 26“, sagt der Verkäufer, „das war die typische Reporterma-

schine.“ Er habe früher Büromaschinenteknik gelernt. Eine Reportermaschine – schon habe ich meinen Aufhänger. Ich erzähle ihm von meiner alten Maschine, einer Mercedes Prima, dabei fällt mein Blick auf einen antiken Holzrahmen.

„Zehn Euro“, sagt der Verkäufer. Ich schweige. Zehn Sekunden. 20 Sekunden.

„Es sei denn, Sie nehmen mehrere.“ Er kramt weitere Rahmen hervor, bis mir ein zweiter gefällt.

„15 für beide“, sagt er.

„Zwölf“, sage ich.

„Sie machen es uns aber schwer“, seufzt er. Da müsse er den Chef fragen. Ich folge ihm in einen anderen Raum, wo ein alter Mann in einem Sessel sitzt, sein Vater, wie sich herausstellt. Es geht um drei Euro, uns allen ist klar, dass das ein Spiel ist. Und es macht Spaß.

„Spüren Sie, wie kühl es hier ist?“, fragt der alte Mann. „Die Heizung ist aus. Wir kalkulieren am Anschlag.“ Er begutachtet die Rahmen. „Das sind gute Rahmen“, sagt er. „Zwölf Euro?“ Er mustert mich über seine Lesebrille hinweg. Er grinst. „Ist okay.“

## 9. Fragen Sie nach Extras!

Wenn Seminarleiter Eirich sich einen Neuwagen zulegt, spricht er nicht nur



über Rabatte. Er redet auch über die Inzahlungnahme seines Autos, eine Erweiterung der Garantie, einen Gutschein für die erste Inspektion, einen Satz Winterreifen und so weiter. „Wenn Sie mehrere Variablen haben, können Sie wirklich verhandeln“, sagt er. Zugaben seien oft leichter zu bekommen als Nachlässe, weil sie für den Verkäufer günstiger sind.

Gerade bei Dienstleistungen sei es erfolgversprechender, wenn Sie mehr Leistung fordern statt mehr Rabatt. Hotels geben auf Nachfrage oft ein Upgrade. Auch der Einzelhandel bietet oft kostenlose Zusatzleistungen. Sie müssen nur danach fragen! „Wenn Sie wollen, liefere ich Ihnen den Teppich natürlich nach Hause“, sagt Hadi Rad. „Und wenn Sie noch einen Teppich zu waschen haben, würde ich Ihnen da entgekommen.“

## 10. Reklamieren Sie richtig!

Ein schlagendes Argument für einen satten Rabatt ist ein Mangel. Wenn Jörg Jordan einen Wagen kaufen will und merkt, dass die Klimaanlage defekt ist, mindert das den Preis um 300 Euro. Wenn Gerhard Eirich morgens im Hotel aus der Dusche steigt und keinen Bademantel vorfindet, weiß er: Das Frühstück geht aufs Haus.

Ein Fleck auf der Jacke, ein Kratzer auf dem Display – kleine Schäden rechtfertigen große Nachlässe. Sie haben ein Recht auf unversehrte Ware; hat sie Mängel, können Sie ohne Scheu nach Ermäßigungen fragen.

Ich habe im Internet ein Sitzkissen bestellt. Als ich das Paket öffne, bin ich enttäuscht: Die Füllung ist viel weicher als ich dachte, man sackt fast bis auf den Boden. Am kommenden Tag erreicht mich die Mail von Nick, dem Verkäufer eines kleinen Shops aus Großbritannien, der das Kissen über den deutschen Versender treibt. Er bedankt sich in unbeholfenem, aber höflichem Deutsch für die Bestellung. Wenn ich irgendwelche Probleme hätte, solle ich ihm schreiben: „Ich werde das für Sie sortieren.“

Ich antworte, genauso höflich, dass das Kissen leider zu weich ist. Dass

### DIE 10 GOLDENEN VERHANDLUNGSREGELN

1. Bereiten Sie sich gut vor!
2. Wenn Sie mehr Rabatt wollen, kaufen Sie mehr!
3. Feilschen Sie zur richtigen Zeit!
4. Wählen Sie den richtigen Verhandlungspartner!
5. Machen Sie den ersten Vorschlag!
6. Stellen Sie realistische Forderungen!
7. Loben Sie!
8. Schweigen Sie!
9. Fragen Sie nach Extras!
10. Reklamieren Sie richtig! JS

ich für den Preis von 49,95 Euro mehr erwartet hätte. Und dass ich es wohl zurücksenden werde. „Es tut mir leid. Liebe Grüße.“

Schon am nächsten Tag erhalte ich Nicks Antwort: Die Versandkosten seien hoch. Es bestehe keine Notwendigkeit, das Produkt zurückzusenden. Ich könne es vielleicht verschenken? „Ich werde die Erstattung innerhalb von 24 Stunden veranlassen.“

Das Geld bekomme ich zurück, das Kissen kann ich behalten. 100 Prozent Nachlass! Mehr geht nicht.

\*  
\* \* \*

### GUTE REISE

Das Leben ist ein Meer, der Fährmann ist das Geld. Wer diesen nicht besitzt, schiff't übel durch die Welt.

GEORG RODOLF WECKHERLIN, *deutscher Lyriker (1584-1653)*