Offizielles Magazin des Wettbewerbes „Großer Preis des Mittelstandes“
P.T. MAGAZIN
für Wirtschaft und Gesellschaft

18.03.2015 10:16
Kategorien: P.T. Engagement, P.T. Firmennews, P.T. Marketing
Von: Leila Haidar

Fair Verhandeln

Trainings zum fairen Verhandeln beim Anlagenbauer Reifenhäuser

(Foto: Nappiness/pixabay.com (CC0 Public Domain))

Verhandlungstrainer Stefan Kaiser hat 15 Jahre Erfahrung im Einkauf von T-Systems. Beim Anlagenbauer Reifenhäuser lehrte er wertschätzendes Verhandeln. (Foto: FGG)

Immer mehr deutsche Industriefirmen schreiben sich mittlerweile auf ihre Fahnen, nur an langjährigen Beziehungen zu Lieferanten und Kunden interessiert zu sein. Doch wie sie das erreichen, ist nicht allen klar. Fairness als Methode einzuführen, hat eine Industriefirma nun ausprobiert und fährt gut damit. Die Reifenhäuser GmbH & Co. KG Maschinenfabrik schulte dazu abteilungs- und standortübergreifend ihre Leute zum Thema „Wertschätzendes Verhandeln“. Das sollte das langfristige Zusammenarbeiten ihrer Mitarbeiter mit Kunden und Partnern verbessern, somit das Auftragsvolumen steigern

und die Kosten reduzieren.

Einkaufsleiter Jörg Stolz legt Wert auf partnerschaftliches Verhandeln. In seiner Firma sollen langjährige Partnerschaften mit Lieferanten und Kunden keinen Schaden durch zu harten Einkauf nehmen. (Foto: Reifenhäuser)

Die Kunst: Balance zwischen knallhartem Geschäft und Sensibilität

Beim Lieferanten Druck auf die Einkaufspreise erzeugen und gleichzeitig eine freundschaftliche Beziehung pflegen. „Das ist keinesfalls ein Widerspruch. Wir haben Techniken gelernt, mit denen kein Verhandlungspartner als Verlierer vom Tisch geht“, sagt **Jörg Stolz**, Leiter des Einkaufs bei Reifenhäuser. Bei dem Anlagenbauer werden Extrusionsanlagen (Stangpressen) hergestellt. Immer häufiger ist die Unternehmensgruppe mit Hauptsitz in Troisdorf auch als Generalübernehmer bei großen internationalen Projekten tätig, gerade in diesem Bereich sind Mitarbeiter auf eine reibungslose Zusammenarbeit angewiesen.

„Reifenhäuser hat mit der Implementierung eines individuellen Schulungssystems alles richtig gemacht“, sagt **Stefan Kaiser** von der Frieder Gamm Group, der die Seminare beim Anlagenbauer durchführte. Besonders gewinnbringend sei seiner Meinung nach der abteilungsübergreifende Ansatz gewesen. Neben Mitarbeitern aus Vertrieb und Einkauf gesellten sich auch einige Spezialisten aus der Technik zu den Teilnehmern.

Verschiedene Sichtweisen wirklich verstehen lernen

So profitierten die zukünftigen Verhandlungsexperten enorm von den verschiedenen Sichtweisen. „Die Teilnehmer haben auch viel von einander gelernt“, attestiert Kaiser. Einige der Teilnehmer wären sich wahrscheinlich sonst niemals begegnet. Dadurch sind neue Netzwerke entstanden, die auf persönlicher Ebene viel einfacher gemeinsam Probleme lösen können.

Reifenhäusers Ziel war es, die eigenen Mitarbeiter in Verhandlungstechniken fit zu machen. „Einigen Mitarbeitern war gar nicht klar, wie viele Verhandlungen sie am Tag führen und wie viel man da falsch oder richtig machen kann“, berichtet Kaiser. Gerade technische Vertriebsmitarbeiter wähnen sich oft in einem Fachgespräch, wo die Verhandlung bereits anfängt. „Unser Anspruch bei aller Effizienzsteigerung war es auch, faire Techniken zu lernen.

Wir sind nicht auf schnelle Gewinne aus“, erläutert Einkaufsleiter Stolz seine Strategie.

Drei Schulungsgruppen mit etwa zehn Teilnehmern aus unterschiedlichen Hierarchie-Ebenen durchliefen jeweils sechs Schulungstage. Gegliedert wurden die Lerneinheiten in drei Module, die zwei Tage umfassten. „Wir nutzen jeweils einen Tag, um theoretische Inhalte zu vermitteln und einen weiteren, um diese mit praktischen Übungen zu festigen“, erläutert Kaiser das Konzept. So kamen die Reifenhäuser-Mitarbeiter auf 50 Prozent Praxisanteil im Seminar. Insgesamt arbeitete Trainer Stefan Kaiser mit überdurchschnittlich vielen langjährigen Mitarbeitern. Mit ihrer Berufs- und Verhandlungserfahrung haben diese den Unterricht bereichert. „Alle einzubinden und auch die „alten Hasen“ weiterzuqualifizieren passt zu Reifenhäusers langfristiger Denkweise. Das ist Teil der Firmenphilosophie", beobachtet Kaiser.

Investition hat sich gelohnt

Das alles stellt den Lernerfolg der Teilnehmer sicher. Und die ersten Ergebnisse im Alltag zeigten bei Reifenhäuser, dass sich die Investition gelohnt hat. Einige Geschäfte konnten mit deutlich besseren Ergebnissen abgeschlossen werden, sagt Stolz. Eine weitere positive Auswirkung der Schulungsreihe sieht der Mitarbeiter des Anlagenbauers im Zusammenwachsen der Belegschaft. Techniker verstehen ihre Kollegen besser und Einkauf und Verkauf unterstützen sich dabei, Fälle vorzubereiten. Als Sparringspartner geben sie ihrem Kollegen Einblick in die jeweilige Welt des Ein- und Verkaufs. „Mir fällt auf, dass Leute nach der ersten oder zweiten Schulungsrunde stärker im Ausdruck, klarer in der Gestik und selbstbewusster im Auftreten werden“, beobachtet Kaiser.

Weitere Artikel in dieser Kategorie

Retour 18.03.2015 09:38
Schlüsselqualifikation Alphabet 11.03.2015 13:08
Methode meets Zukunft 06.03.2015 10:00
Werbeleute – was machen die eigentlich? 05.03.2015 14:00
Vom Biedermann zum coolen Typen 05.03.2015 12:00
Überzeugungstäter 04.03.2015 10:00
Kompetenz für Kommunen 03.03.2015 12:00
DFH Deutsche Fertighaus Holding AG stellt die Weichen f...
26.02.2015 11:15
Lust statt Frust! 24.02.2015 10:25
Ein guter Arbeitsplatz 13.02.2015 13:53
Die Weltmarktführer-Medaille für ONI 05.02.2015 14:35
Der Mutmacher 05.02.2015 11:02
Kletterwand und Business-Yoga 04.02.2015 11:35
Kluge Köpfe 30.01.2015 08:30
Expertenmacher 21.01.2015 09:43