



„Mit scharfem
Blick nach
Kennerweise /
Seh ich zunächst
mal nach dem
Preise.“

Wilhelm Busch



Wie teuer ist es?

Der Zuhörer ist immer an den Kosten interessiert. Benennen Sie diese Kosten! Warten Sie damit nicht bis zum Schluss, auch wenn es einige Verkaufsratgeber anders empfehlen (in der meiner Meinung nach meist vergeblichen Hoffnung, skeptische Zuhörer umstimmen zu können).

Warum? Das will ich Ihnen an einem einfachen Beispiel erklären. Was machen Sie, wenn Sie in ein Geschäft gehen und Ihnen ein Kleidungsstück gefällt? Probieren Sie es sogleich an? Ich sage Ihnen, was ich mache (und nicht nur ich): Ich schaue zuerst auf das Preisschild.

Denn wenn der Preis mein Budget sprengt, dann kann das gute Stück noch so interessant sein, ich werde es nicht kaufen. Auch die besten Argumente eines Verkäufers könnten mich nicht dazu bewegen.

So geht es vielen, wenn nicht allen Menschen, nicht nur beim Kaufen von Kleidung: Der Preis ist ein Ausschlusskriterium. Wenn Sie ihn als



Verkäufer früh nennen, werden Sie vielleicht den einen oder anderen Zuhörer verlieren. Doch früher oder später hätten Sie ihn sowieso verloren. Dann lieber gleich klare Fakten schaffen. So können beide Seiten überlegen, ob ein weiteres Gespräch noch sinnvoll ist. Wenn sich das Gegenteil herausstellen sollte, dann war es das eben, und Käufer und Verkäufer investieren nicht weiter vergeblich Zeit.

Was ich Ihnen jedoch nicht empfehlen kann: dass Sie die Kosten als allererstes erwähnen und über den Nutzen überhaupt nicht sprechen. Verbleiben wir so: Sprechen Sie zunächst über den Nutzen, aber kommen Sie bald auf die Kosten zu sprechen.

Weisen Sie nach, dass die Kosten eine gute Investition sind, also durch den Nutzen mehr als aufgewogen werden. Dann haben Sie gute Chancen, Ihren Zuhörer zu gewinnen.

Wir alle – auch Ihre Zuhörer – wissen: Alles hat seinen Preis. Nennen Sie ihn!

Beispiele

- „Die Maschine kostet 6.300 Euro.“
- „Wir müssen einmalig 5.200 Euro investieren und dann jährlich 2.400 Euro.“
- „Um unsere Anlage reibungslos auf die neuen Anforderungen umzustellen, müssen wir mit mindestens 20 Personentagen rechnen.“
- „Wir können das Projekt in der Tat, wie von Ihnen gewünscht, noch einen Monat früher abschließen. Das führt allerdings zu Mehrkosten in Höhe von fünf Prozent.“
- „Wir müssen 40.000 Euro in die Hand nehmen. Die haben wir in einem Jahr wieder eingespielt.“



Wilhelm Busch

Er hatte darunter zu leiden, dass Menschen vor Kosten zurückschrecken: Wilhelm Busch (1832–1908) sah nach seinem Kunststudium zunächst keine Perspektive und erwog, nach Brasilien auszuwandern, um dort Bienen zu züchten. „Leicht kommt man an das Bilder-malen, / Doch schwer an Leute, die’s bezahlen“, schrieb er später (Maler Klecksel, Kapitel 5).

Der Durchbruch kam 1865 mit „Max und Moritz“. Geldsorgen hatte er keine mehr, doch Geld blieb für ihn ein wichtiges Thema: „Der Gedanke macht ihn blass, / Wenn er fragt: Was kostet das?“ (Plisch und Plum, Kapitel 3); „Froh schlägt das Herz im Reisekittel, / Vorausgesetzt, man hat die Mittel.“ (Maler Klecksel, Kapitel 3); „Noch seine tote Hand hielt krampfhaft den Geldbeutel fest.“ (Aphorismen)