

VERKAUFSTRAINING

Einwände als Chance nutzen.

Professionelle Einwandbehandlung im Verkauf

- 10 Kapitel mit sofort anwendbarem Wissen
- 25 typische Einwände & bewährte Antworten
- Einwand vs. Vorwand – der entscheidende Unterschied
- 10 professionelle Einwandbehandlungs-Techniken
- KI-Prompts für branchenspezifische Antworten
- Praxisübungen, Rollenspiele & Reflexionsseiten
- Für Einsteiger und erfahrene Profis

AUTOR & TRAINER

**Heinz G.
Bader**

Verkaufstrainer
Speaker
Coach

Das komplette Workbook für Ihren Verkaufserfolg

Verfügbar auf digistore24 · © Heinz G. Bader SalesConsulting · Alle Rechte vorbehalten

00

Inhalt des Workbooks

Dein Überblick – was dich Schritt für Schritt erwartet

01	Warum Einwände eine Chance sind Deine neue Perspektive im Verkauf	3
02	Die 3 goldenen Regeln Im Umgang mit Einwänden – einfach & wirksam	4
03	Die 3 Schritte der Einwandbehandlung Dein einfaches System – in jeder Situation anwendbar	5
04	Einwand oder Vorwand? Der entscheidende Unterschied – und wie du ihn erkennst	6–8
05	25 typische Einwände & Antworten Lerne, wie Profis auf häufige Einwände reagieren	9–15
06	KI-Prompts für deine Branche Nutze KI als deinen persönlichen Verkaufsassistenten	16–18
07	10 Techniken der Einwandbehandlung Dein Werkzeugkasten – wähle die passende Technik	19–22
08	Abfangformulierungen Der sanfte Einstieg – bewährt in der Praxis	23
09	Übungen & Praxis Jetzt bist du dran – Lernen durch Anwenden	24–25
10	Meine persönlichen Notizen Dein Platz für eigene Ideen & Ziele	26

01

Warum Einwände eine Chance sind

Deine neue Perspektive im Verkauf

Viele Verkäuferinnen und Verkäufer fürchten Einwände. Dabei ist ein Einwand eines der wertvollsten Signale, die ein Kunde senden kann: Er denkt noch mit. Er hat Interesse. Er möchte überzeugt werden.

☐ **Kein Einwand = kein Interesse. Wer nichts sagt, kauft auch nicht.**

„Freue dich über jeden Einwand – er ist ein Zeichen, dass dein Kunde noch im Gespräch ist.“

Was ein Einwand wirklich bedeutet

Ein Einwand ist selten das, was er auf den ersten Blick zu sein scheint. Hinter »Das ist zu teuer« steckt oft die Frage: »Bin ich sicher, dass das seinen Preis wert ist?« Hinter »Ich habe keine Zeit« steckt häufig: »Ich sehe noch nicht, warum das wichtig für mich ist.«

Einwand	Was wirklich dahintersteckt
»Das ist zu teuer«	Ich sehe den Nutzen noch nicht klar genug.
»Ich habe keine Zeit«	Ich erkenne die Dringlichkeit noch nicht.
»Ich überlege es mir noch«	Ich brauche mehr Sicherheit oder Informationen.
»Kein Interesse«	Ich verstehe noch nicht, was das für mich bringt.
»Wir werden bereits betreut«	Ich scheue den Aufwand, etwas zu ändern.

02

Die 3 goldenen Regeln

Im Umgang mit Einwänden – einfach & wirksam

Niemals unterbrechen

Lass deinen Kunden ausreden – auch wenn du die Antwort schon kennst. Wer unterbrochen wird, fühlt sich nicht ernst genommen. Aktives Zuhören ist die Grundlage jeder erfolgreichen Einwandbehandlung.

Kurze Pause vor der Antwort

Antworte nie zu schnell. Eine kurze Pause von 2–3 Sekunden signalisiert, dass du den Einwand ernst nimmst und sorgfältig nachdenkst. Das ist keine Schwäche – sondern Stärke und Professionalität.

Ton bestimmt die Wirkung

Nicht nur was du sagst, sondern wie du es sagst, entscheidet über Erfolg oder Misserfolg. Ruhig, sicher, empathisch – das ist dein Ziel. Wirke nie arrogant oder besserwisserisch.

☐ **Bereite dich auf alle denkbaren Einwände vor – so gewinnst du die nötige Sicherheit und kannst ruhig und gelassen reagieren.**

03

Die 3 Schritte der Einwandbehandlung

Dein einfaches System – in jeder Situation anwendbar

Mit diesen drei Schritten kannst du fast jeden Einwand in eine Zustimmung verwandeln. Das Prinzip ist einfach – aber wirkungsvoll. Wende alle drei Schritte bei jedem einzelnen Einwand an.

Schritt 1 Verständnis zeigen

Zeige dem Kunden, dass du ihn verstehst – ohne sofort zu widersprechen. Das „holt die Luft heraus“ und bringt den Kunden zurück auf die sachliche Ebene.

„Ich verstehe Sie sehr gut ...“

„Das kenne ich – das sehen viele zunächst so.“

„Das ist ein wichtiger Punkt, den ich ernst nehme.“

Schritt 2 Grund klären

Frage nach, was genau hinter dem Einwand steckt. Oft ist der erste Einwand nicht der eigentliche Grund für das Zögern.

„Darf ich fragen, warum Sie das so sehen?“

„Was genau meinen Sie damit?“

„Welche Informationen fehlen Ihnen noch?“

Schritt 3 Bestätigen & weiterführen

Stelle am Ende sicher, dass der Einwand wirklich ausgeräumt ist. Erst dann kannst du sicher zum nächsten Schritt im Verkaufsgespräch übergehen.

„Haben wir das damit für Sie geklärt?“

„Sind Sie jetzt etwas beruhigter, was diesen Punkt betrifft?“

„Was brauchen Sie noch, um eine gute Entscheidung zu treffen?“

□ **Wichtig: Führe alle drei Schritte bei jedem einzelnen Einwand durch – auch wenn du denkst, der erste Schritt allein reicht.**

04

Einwand oder Vorwand?

Der entscheidende Unterschied – und wie du ihn erkennst

Nicht jeder Einwand ist ein echter Einwand. Manchmal sagt ein Kunde etwas, das wie ein sachlicher Einwand klingt – dahinter steckt aber ein ganz anderer, oft emotionaler Grund. Diesen Unterschied zu erkennen ist eine der wichtigsten Fähigkeiten im Verkauf.

ECHTER EINWAND	VORWAND
Ein sachlich begründeter Widerstand. Der Kunde hat ein konkretes Hindernis – z. B. ein Budgetlimit, tatsächlichen Zeitdruck oder fehlende Befugnis. Er meint, was er sagt.	Ein vorgeschobener Grund. Der Kunde möchte das eigentliche Hindernis nicht nennen – z. B. weil er sich nicht traut, Nein zu sagen, oder die wahre Ursache selbst nicht kennt.

☐ Wenn ein Einwand nach deiner besten Antwort sofort durch einen neuen Einwand ersetzt wird – dann war der erste höchstwahrscheinlich ein Vorwand.

5 Signale, die auf einen Vorwand hinweisen

Der Einwand kommt zu früh

Wenn ein Kunde schon beim ersten Satz sagt: »Kein Interesse« oder »Keine Zeit«, hat er dein Angebot noch gar nicht kennengelernt. Das ist fast immer ein Vorwand.

Der Einwand ist zu vage

Echte Einwände sind konkret: »Unser Budget ist bis Q4 gesperrt.« Vorwände sind unscharf: »Das passt gerade irgendwie nicht.«

Der Kunde weicht aus

Wenn auf eine konkrete Frage keine konkrete Antwort kommt, sondern das Thema gewechselt wird, steckt meist ein Vorwand dahinter.



Der Einwand wechselt

Echte Einwände bleiben stabil. Wenn heute »zu teuer« und nächste Woche »keine Zeit« das Hauptthema ist, hat der Kunde den eigentlichen Grund noch nicht genannt.



Körpersprache und Ton passen nicht zum Inhalt

Ein Kunde, der »kein Interesse« sagt, aber aufmerksam zuhört und Rückfragen stellt, sendet widersprüchliche Signale.

Einwand und Vorwand im direkten Vergleich

Die folgenden Beispiele zeigen, wie ähnlich Einwand und Vorwand klingen können – und welche Frage dir hilft, den Unterschied zu erkennen.

Klingt wie ...	Echter Einwand (Beispiel)	Erkennungsfrage
»Das ist zu teuer.«	Unser Jahresbudget ist bereits vergeben – wir können erst im März wieder investieren.	»Mal angenommen, der Preis wäre kein Thema – würden Sie sich dann entscheiden?«
»Ich habe keine Zeit.«	Wir stecken gerade mitten in einer Systemumstellung – bis Ende Oktober ist das Thema blockiert.	»Wann wäre denn ein guter Zeitpunkt?«
»Kein Interesse.«	Wir haben gerade erst einen neuen Liefervertrag abgeschlossen – für 2 Jahre gebunden.	»Darf ich fragen, was Sie konkret am Angebot nicht anspricht?«
»Das muss ich noch überlegen.«	Ich muss das erst mit meiner Geschäftsführerin abstimmen – die entscheidet das.	»Was genau hält Sie noch davon ab, jetzt zu entscheiden?«
»Wir brauchen das nicht.«	Wir haben diesen Bereich gerade intern neu aufgestellt – kein externer Bedarf mehr.	»Was müsste das Angebot leisten, damit es für Sie relevant wäre?«

☐ So gehst du mit einem Vorwand um: Nicht widersprechen → Ursache erspüren (offene Frage stellen) → Echten Einwand behandeln.

05

25 typische Einwände & Antworten

Lerne, wie Profis auf häufige Einwände reagieren

Jede Karte zeigt dir einen typischen Einwand und mehrere bewährte Antworten. Notiere darunter deine eigene bevorzugte Formulierung – denn deine persönliche Formulierung wirkt am überzeugendsten.

»Schicken Sie mir zuerst mal Unterlagen«

- ☐ Gern! Was genau darf ich Ihnen denn schicken?
- ☐ Das mache ich gern. Wofür interessieren Sie sich besonders?
- ☐ Natürlich! Viele Kunden bevorzugen eine kurze persönliche Info statt lange lesen zu müssen – wie ist es bei Ihnen?

Meine eigene Formulierung:

»Die Konkurrenz bietet mir einen Nachlass«

- ☐ Interessant – und wie hoch ist dieser Nachlass?
- ☐ Ja, und die entscheidende Frage lautet: Wo wird gespart?
- ☐ Wie schützen Sie sich vor teuren Nachforderungen?
- ☐ Natürlich. Dann müssten wir allerdings den Service oder die Qualität reduzieren – wollen Sie das wirklich?

Meine eigene Formulierung:

»Ich habe jetzt keine Zeit«

☐ Das verstehe ich. Wann passt es Ihnen denn besser?

☐ Das ist in Ihrer Position natürlich völlig klar – genau deshalb habe ich für Sie die wichtigsten Punkte zusammengefasst.

☐ Ja, Zeit ist für uns alle knapp. Wie gehen wir weiter vor?

Meine eigene Formulierung:

»Das ist mir zu teuer«

☐ Das verstehe ich. Welche Kriterien sind sonst für Sie wichtig?

☐ Was genau trennt uns von »preiswert«?

☐ Welche Leistungen könnten wir weglassen, damit der Preis passt?

☐ Sind Sie sicher, dass der Preis für Sie wirklich das entscheidende Kriterium ist?

Meine eigene Formulierung:

»Ich habe kein Interesse«

☐ Das erstaunt mich. Darf ich fragen, warum?

☐ Meinen Sie das für heute – oder ganz generell?

☐ Genau deshalb würde ich Ihnen das Ganze gern einmal völlig anders darstellen.

Meine eigene Formulierung:

»Das gefällt mir so nicht«

- ☐ Gut! Was können wir ändern, damit es Ihnen gefällt?
- ☐ Danke, dass Sie das jetzt sagen. Was genau meinen Sie?
- ☐ Danke für Ihre Offenheit. Worauf legen Sie noch Wert?

Meine eigene Formulierung:

»Das überlege ich mir noch mal«

- ☐ In welchen Punkten zweifeln Sie denn noch?
- ☐ Welche Informationen fehlen Ihnen noch, um sicher zu entscheiden?
- ☐ Was würde Sie motivieren, sich jetzt zu entscheiden?

Meine eigene Formulierung:

»Das kann ich nicht allein entscheiden«

- ☐ Natürlich. Wen können wir denn noch dazunehmen?
- ☐ Ich finde es gut, dass Sie eine zweite Person einbeziehen möchten. An wen denken Sie?
- ☐ Wie kann ich Sie bei diesem Gespräch am besten unterstützen?

Meine eigene Formulierung:

»Sie haben mich nicht überzeugt«

- ☐ Danke für Ihre Offenheit! Was fehlt Ihnen noch, um überzeugt zu sein?
- ☐ Welche Punkte sind denn für Sie besonders wichtig?
- ☐ Das tut mir leid. Was würde Sie sofort überzeugen?

Meine eigene Formulierung:

»Wir haben momentan kein Geld«

- ☐ Gerade deshalb sind neue Ideen besonders wichtig.
- ☐ Wann sollten wir wieder miteinander reden?
- ☐ Was meinen Sie: Wann wird sich das ändern?

Meine eigene Formulierung:

»Das interessiert uns nicht«

- ☐ Interessant! Meinen Sie das für jetzt – oder für immer?
- ☐ Haben Sie schlechte Erfahrungen gemacht?
- ☐ Was würde Ihr Interesse denn steigern?

Meine eigene Formulierung:

»Das können andere viel besser«

- ☐ Natürlich. Was meinen Sie mit »bessser«?
- ☐ Ich verstehe. Wer sind für Sie denn »die anderen«?

Meine eigene Formulierung:

»Ich will mich erst einmal informieren«

- ☐ Welche Informationen helfen Ihnen denn weiter?
- ☐ Wie fühlen Sie sich am besten informiert?
- ☐ Genau deshalb gebe ich Ihnen gern einen kurzen Überblick über die Möglichkeiten.

Meine eigene Formulierung:

»Wir melden uns wieder«

- ☐ Wollen wir gleich einen Termin vereinbaren?
- ☐ Wann darf ich ungefähr damit rechnen?
- ☐ Was darf ich Ihnen zwischenzeitlich zusenden?

Meine eigene Formulierung:

»Wir haben keinen Bedarf«

- ☐ Sind Sie sicher, dass Sie unser Angebot kennen?
- ☐ Darf ich fragen, woran Sie keinen Bedarf haben?
- ☐ Wollen Sie das wirklich entscheiden, bevor Sie alle Vorteile kennen?

Meine eigene Formulierung:

»Das muss ich noch mit dem Chef besprechen«

- ☐ Wie kann ich Sie dabei am besten unterstützen?
- ☐ Was können wir tun, damit Sie dann gut dastehen?
- ☐ Wie bereiten wir das Gespräch optimal vor?

Meine eigene Formulierung:

»Ich kenne Sie ja überhaupt nicht«

- ☐ Genau deshalb rufe ich Sie heute an.
- ☐ Wäre es nicht schön, wenn wir das sehr bald ändern?
- ☐ Ich suche genau die Gelegenheit, mich Ihnen bestens bekannt zu machen.

Meine eigene Formulierung:

»Ich brauche 15 Prozent Rabatt«

- ☐ Wie wollen wir die Leistung um 15 Prozent reduzieren?
- ☐ Sind Sie sicher, dass das für Sie wirklich entscheidend ist?
- ☐ Dann müssten wir den besonderen Service oder die Qualität reduzieren – wollen Sie das wirklich?

Meine eigene Formulierung:

»Wir werden bereits bestens betreut«

- ☐ Was ist für Sie dabei entscheidend?
- ☐ Sind Sie wirklich in allen Punkten restlos begeistert?
- ☐ Was halten Sie davon, jederzeit eine ebenso gute Alternative parat zu haben?
- ☐ Wie wäre es, durch einen Zweitlieferanten mögliche Abhängigkeiten zu vermeiden?

Meine eigene Formulierung:

»Das haben schon viele versprochen«

- ☐ Was genau glauben Sie nicht?
- ☐ Wie darf ich Sie überzeugen?
- ☐ Was müsste ich tun, damit Sie mir jetzt glauben?

Meine eigene Formulierung:

»Wir haben uns bereits für den Wettbewerber entschieden«

- ☐ Darf ich fragen, ob Ihre Entscheidung endgültig ist?
- ☐ In welchen Teilen des Angebots lagen die Vorteile?
- ☐ Ich wäre Ihnen sehr dankbar, wenn Sie mir kurz die Gründe nennen.

Meine eigene Formulierung:

»Damit haben wir schlechte Erfahrungen gemacht«

- ☐ Das tut mir leid. Was ist denn so schlecht gelaufen?
- ☐ Womit genau haben Sie schlechte Erfahrungen gemacht?
- ☐ Was hätte Ihrer Meinung nach anders laufen müssen?

Meine eigene Formulierung:

»Ihr Produkt ist mir zu neu«

- ☐ Wollen Sie nicht zu den Ersten gehören, die davon profitieren?
- ☐ Haben Sie mit neuen Produkten schlechte Erfahrungen gemacht?
- ☐ Sie können tatsächlich schon jetzt davon profitieren.

Meine eigene Formulierung:

»Das bringt doch alles nichts«

- ☐ Haben Sie schlechte Erfahrungen gemacht?
- ☐ Was halten Sie von einer neuen, positiven Erfahrung?
- ☐ Wollen Sie wirklich alles unversucht lassen?

Meine eigene Formulierung:

»Ich glaube, Sie sind nicht der Richtige für uns«

- ☐ Was meinen Sie bitte mit »nicht der Richtige«?
- ☐ Wie kommen Sie darauf?
- ☐ Ich würde mich freuen, wenn Sie sich einen zweiten Eindruck verschaffen.

Meine eigene Formulierung:

06

KI-Prompts für deine Branche

Nutze KI als deinen persönlichen Verkaufsassistenten

Mit diesen Prompts kannst du eine KI (z. B. ChatGPT, Claude oder Gemini) nutzen, um für jeden Einwand sofort weitere, auf dein Produkt und deine Branche zugeschnittene Antworten zu erhalten. Fülle einfach die markierten Stellen [] mit deinen eigenen Angaben aus.

☐ Ersetze alle eckigen Klammern [] durch deine konkreten Angaben – je spezifischer, desto besser die Antworten der KI.

PROMPT 1

»Schicken Sie mir zuerst mal Unterlagen«

Ich bin [Berufsbezeichnung] und verkaufe [Produkt / Dienstleistung] an [Zielgruppe]. Ein Kunde sagt: »Schicken Sie mir zuerst mal Unterlagen.« Gib mir 5 überzeugende Antworten, die das Gespräch am Leben halten und einen konkreten nächsten Schritt anstoßen. Ton: [professionell / freundlich / direkt].

Meine Ergänzungen:

PROMPT 2

»Die Konkurrenz bietet mir einen Nachlass«

Ich verkaufe [Produkt] in der Branche [Branche]. Meine drei wichtigsten Stärken gegenüber dem Wettbewerb sind: [Stärke 1, 2, 3]. Ein Kunde sagt: »Die Konkurrenz bietet mir einen Nachlass.« Entwickle 5 Antworten, die meinen Mehrwert hervorheben, ohne den Wettbewerber zu kritisieren.

Meine Ergänzungen:

PROMPT 3**»Ich habe jetzt keine Zeit«**

Mein Produkt / meine Dienstleistung: [Beschreibung]. Meine Zielkunden: [Zielgruppe]. Ein Kunde sagt: »Ich habe jetzt keine Zeit.« Formuliere 4 kurze, wertschätzende Antworten, die einen Folgetermin sichern.

Meine Ergänzungen:

PROMPT 4**»Das ist mir zu teuer«**

Ich biete [Produkt / Dienstleistung] zum Preis von [Preis / Preistrage] an. Der Hauptnutzen für den Kunden: [Nutzen in einem Satz]. Ein Kunde sagt: »Das ist mir zu teuer.« Erstelle 5 Antworten, die den Wert klar machen und den Preis in Relation zum Nutzen setzen. Keine Rabatte.

Meine Ergänzungen:

PROMPT 5**»Ich habe kein Interesse«**

Ich kontaktiere [Zielgruppe] und biete [Produkt / Lösung] an. Der typische Schmerzpunkt meiner Kunden: [Problem / Herausforderung]. Ein Kontakt sagt sofort: »Ich habe kein Interesse.« Gib mir 4 Antworten, die neugierig machen und das Gespräch öffnen, ohne aufdringlich zu wirken.

Meine Ergänzungen:

PROMPT 6**»Das überlege ich mir noch mal«**

Mein Angebot: [Produkt / Dienstleistung]. Typische Gründe, warum Kunden in meiner Branche zögern: [Grund 1, Grund 2]. Ein Kunde sagt: »Das überlege ich mir noch mal.« Formuliere 5 Antworten, die die Entscheidung fördern und versteckte Bedenken sanft ans Licht bringen.

Meine Ergänzungen:

PROMPT 7**»Das kann ich nicht allein entscheiden«**

Ich verkaufe [Produkt] an [Unternehmenstyp]. Mein Gesprächspartner ist [Rolle]. Er sagt: »Das kann ich nicht allein entscheiden.« Gib mir 4 Antworten, die mir helfen, den echten Entscheider zu identifizieren und einen gemeinsamen Folgetermin zu vereinbaren.

Meine Ergänzungen:

PROMPT 8**»Wir werden bereits bestens betreut«**

Ich möchte in der Branche [Branche] als Anbieter von [Produkt] einen Neukunden gewinnen. Meine drei wichtigsten Alleinstellungsmerkmale: [USP 1, USP 2, USP 3]. Der Kunde sagt: »Wir werden bereits bestens betreut.« Erstelle 5 Antworten, die Neugierde wecken und einen Vergleich anbieten.

Meine Ergänzungen:

PROMPT 9**»Wir haben momentan kein Geld«**

Mein Angebot [Produkt] kostet [Preis] und hilft Kunden, [messbarer Nutzen]. Ein Kunde sagt: »Wir haben momentan kein Geld.« Formuliere 4 Antworten, die den ROI betonen und einen sinnvollen nächsten Schritt definieren.

Meine Ergänzungen:

PROMPT 10**»Damit haben wir schlechte Erfahrungen gemacht«**

Mein Produkt / meine Dienstleistung: [Beschreibung]. Belege für meine Qualität: [Referenzen / Zahlen / Zertifikate]. Ein Kunde sagt: »Damit haben wir schlechte Erfahrungen gemacht.« Gib mir 5 einfühlsame Antworten, die Vertrauen aufbauen und den Neustart ermöglichen.

Meine Ergänzungen:

PROMPT 11**»Wir melden uns wieder«**

Ich habe mit [Zielgruppe] gesprochen und [Produkt] präsentiert. Der Kunde sagt am Ende: »Wir melden uns wieder.« Gib mir 4 Antworten, die höflich und bestimmt einen konkreten nächsten Schritt festlegen.

Meine Ergänzungen:

PROMPT 12**»Das haben schon viele versprochen«**

In der Branche [Branche] gibt es viel Skepsis gegenüber Anbietern. Mein Produkt: [Beschreibung]. Belege: [Referenzen / Zahlen]. Ein Kunde sagt: »Das haben schon viele versprochen.« Gib mir 5 glaubwürdige Antworten, die Vertrauen aufbauen.

Meine Ergänzungen:

PROMPT 13**»Universeller Prompt für jeden Einwand«**

Ich bin [Rolle] und verkaufe [Produkt / Dienstleistung] an [Zielgruppe] in der Branche [Branche]. Ein Kunde sagt: »[EINWAND HIER EINSETZEN]«. Bitte entwickle 5 professionelle, empathische Antworten. Berücksichtige dabei: Ton [sachlich / warmherzig / direkt], Gesprächsziel: [Termin vereinbaren / Angebot schicken / Abschluss]. Vermeide Floskeln und mache die Antworten sofort nutzbar.

Meine Ergänzungen:

☐ **Tipp: Teste mehrere Prompts und kombiniere die besten Antworten zu deiner eigenen, persönlichen Formulierung. KI liefert Ideen – du bringst die Überzeugungskraft.**

07

10 Techniken der Einwandbehandlung

Dein Werkzeugkasten – wähle die passende Technik

Jeder Einwand ist anders. Diese zehn Techniken geben dir die nötige Flexibilität, um in jeder Situation die passende Antwort zu finden. Wähle die Technik, die am besten zum Einwand und zum Kunden passt.

1

Bedingte Zustimmung

Ja-aber-Technik

Erst Verständnis zeigen, dann einschränken und klarstellen. Widerspruch wird vermieden – der Kunde spürt, dass seine Meinung ernst genommen wird.

„Jawohl, ich verstehe Sie, aber ...“

„Sie sprechen da einen wichtigen Punkt an, doch ...“

2

Rückfrage

Korkenzieher-Methode

Mit einer Gegenfrage wird der Einwand präzisiert – oft beantwortet er sich dann von selbst. Du gewinnst Zeit und zusätzliche Informationen.

„Verstehe ich Sie richtig? Meinen Sie, dass ...?“

„Leistung und Produkt sagen Ihnen aber grundsätzlich zu?“

3

Umwandlungstechnik

Transformationsmethode

Den Einwand in eine Frage umwandeln und sofort selbst beantworten. Eine Frage zu beantworten ist immer angenehmer als einem Widerspruch zu begegnen.

„Das ist eine interessante Frage! Wenn ich Sie richtig verstanden habe ...“

„Ihnen geht es also darum, dass ...“

4

Anekdoten-Technik*Bekehrungsmethode*

Erzähle, dass andere (oder du selbst früher) ähnlich dachten – und dann eine andere Erfahrung gemacht haben. Schafft Vertrauen durch Glaubwürdigkeit.

„Das meinte Herr X anfangs auch. Nun hat er sich überzeugt, dass ...“

„Ich selbst glaubte früher ebenfalls ..., aber heute sage ich aus Erfahrung ...“

5

Bumerang-Methode*Umkehrungs-Taktik*

Den scheinbaren Nachteil in einen Vorteil verwandeln. Verblüffend – aber sehr wirksam. Funktioniert besonders gut bei Preis, Neuheit oder Unbekanntheit.

„Aber gerade deshalb ...“

„Aber das ist ja gerade der Vorteil für Sie!“

6

Anderer Gesichtspunkt*Verkürzter Ja-aber-Bereich*

Einen Nachteil stillschweigend zugeben und sofort durch einen wesentlichen Vorteil aufwiegen. Der Nachteil wird nicht ignoriert – aber relativiert.

„Andererseits, bedenken wir, dass ...“

„Auf der anderen Seite geht es Ihnen doch darum, ein hochwertiges Produkt zu erhalten ...“

7

Vorwegnahme*Einwand-Vorwegbehandlung*

Einen zu erwartenden Einwand selbst ansprechen, bevor der Kunde es tut – und sofort beantworten. Du behältst die Gesprächsführung.

„An dieser Stelle hört man oft den Einwand, dass ...“

„Man könnte nun vielleicht meinen, dass ...“

8

Verzögerungsmethode*Auf Eis legen*

Den Einwand nicht sofort, sondern später beantworten – wenn er besser in den Gesprächsfluss passt.
Wichtig: Den Einwand notieren, nicht vergessen!

„Dieser Punkt ist so wichtig, dass wir ihn gleich gesondert behandeln sollten.“

„Das können wir uns im Anschluss gleich gemeinsam ansehen ...“

9

Öffnungsmethode*Eisbrecher-Technik*

Den Kunden direkt auf seinen stillen Einwand ansprechen – besonders bei zurückhaltenden oder unschlüssigen Gesprächspartnern.

„Sie sind offensichtlich noch nicht ganz überzeugt. Darf ich fragen ...?“

„Welche Änderungen müssen wir noch vornehmen, damit Sie voll und ganz zufrieden sind?“

10

Plus-Minus-Methode*Variante der Ja-aber-Methode*

Bei objektiv berechtigten Einwänden den Nachteil offen zugeben – und sofort mehrere deutliche Vorteile dagegenstellen. Ehrlichkeit schafft Vertrauen und Überzeugungskraft.

„Jawohl, das Projekt ist riskanter – bitte beachten Sie aber: höhere Rendite, schnellere Umsetzung, Vorzeigeprojekt.“

08

Abfangformulierungen

Der sanfte Einstieg – bewährt in der Praxis

Diese Formulierungen helfen dir, direkt nach einem Einwand ruhig und professionell einzusteigen – ohne dass es wie eine einstudierte Antwort klingt. Übe sie so lange, bis sie völlig natürlich klingen.

- 1 »Jawohl, ich verstehe Sie – können Sie mir erklären, warum Sie so darüber denken?«
.
- 2 »Sie stellen da eine wichtige Frage. In diesem Zusammenhang ist zu berücksichtigen ...«
.
- 3 »Ich kann Ihre Auffassung sehr wohl nachvollziehen, nur ...«
.
- 4 »Ihre Meinung hat sicher einiges für sich, allerdings ...«
.
- 5 »Das kann man sicher so sehen, allerdings ...«
.
- 6 »Allerdings, da stimme ich Ihnen zu – nur sollten wir auch berücksichtigen, dass ...«
.
- 7 »Habe ich Sie richtig verstanden – es geht Ihnen um ...?«
.
- 8 »Ihr Einwand ist durchaus berechtigt, nur ist dazu zu sagen ...«
.
- 9 »Natürlich. Dieser Umstand ist sicherlich mit zu berücksichtigen. Noch wichtiger erscheint mir dabei allerdings, dass ...«
.

☐ **Übe diese Formulierungen laut – allein vor dem Spiegel oder mit einem Partner. Erst wenn sie natürlich klingen, wirst du sie im echten Gespräch sicher einsetzen.**

☐ **Weißt du einmal keine Antwort, gib das offen zu – und kläre die Frage erst später. Ehrlichkeit schafft mehr Vertrauen als eine halbherzige Antwort.**

09

Übungen & Praxis

Jetzt bist du dran – Lernen durch Anwenden

Wissen allein reicht nicht. Erst durch konsequentes Üben wird Einwandbehandlung zur zweiten Natur. Diese Aufgaben helfen dir dabei.

Übung 1 — Eigene Antworten entwickeln

Schreibe zu jedem Einwand deine bevorzugte eigene Antwort. Nutze die Techniken aus Kapitel 07 – und finde deinen eigenen Stil.

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____
7. _____
8. _____
9. _____

Übung 2 — Einwand oder Vorwand? Analysiere diese Aussagen

Entscheide: Echter Einwand oder Vorwand? Notiere deine Begründung und deine Antwort.

Aussage	Einwand / Vorwand?	Meine Antwort
Das klingt interessant, aber ich muss das noch überdenken.	_____	_____
Wir haben gerade kein Budget dafür.	_____	_____
Ihr Produkt ist zu neu für uns.	_____	_____
Ich habe gerade keine Zeit dafür.	_____	_____
Das haben schon viele versprochen.	_____	_____
Wir sind mit unserem Anbieter zufrieden.	_____	_____

Übung 3 — Rollenspiel: Mit einem Partner üben

Person A – Verkäufer/in

Wähle ein Produkt oder eine Dienstleistung, die du kennst. Stelle sie kurz vor und reagiere auf die Einwände von Person B mit den gelernten Techniken aus Kapitel 07.

Person B – Kunde/Kundin

Nenne mindestens 3 verschiedene Einwände aus Kapitel 05 – oder erfinde eigene. Reagiere ehrlich: Wirst du überzeugt?

Auswertung gemeinsam

Tauscht nach 5–10 Minuten die Rollen. Sprecht danach darüber: Was hat gut funktioniert? Welche Technik war am wirkungsvollsten? Was könnt ihr beim nächsten Mal verbessern?

10

Meine persönlichen Notizen

Dein Platz für eigene Ideen, Erkenntnisse & Ziele

Meine Top-3 Techniken, die ich sofort umsetze:

Einwände, die ich besonders häufig höre:

Meine beste eigene Formulierung:

Was ich ab morgen anders machen werde:

Mein Ziel für die nächsten 30 Tage:

Bereit für den nächsten Schritt?

Weitere Trainings, Workbooks und Live-Coachings findest du auf www.heinzbader.com |
Erhältlich auf digistore24