

Wir haben schon einen Lieferanten.

7 Fragen, mit denen Sie Chancen trotz bestehender Geschäftsbeziehung erkennen



Mit Checkliste für Ihren nächsten Anruf

Für Verkäufer, die nach diesem Kundensatz zu oft auflegen – oder sofort gegen den bestehenden Anbieter argumentieren.

Werner F. Hahn

Vertriebscoach • **LIVE** im echten Kundengespräch

★ **2.600+** Verkäufer **LIVE** im Tagesgeschäft begleitet.

Was Sie in diesem Impuls erwartet

Vorwort Ein Lieferant ist keine Absage

Kapitel 1 Warum Kunden bei ihrem Lieferanten bleiben

Kapitel 2 Die sieben Fragen

- 1 · Was funktioniert heute gut?
- 2 · Wo gibt es eine konkrete Lücke?
- 3 · Was passiert bei Engpässen?
- 4 · Welche neuen Anforderungen entstehen?
- 5 · Wie wird ein zusätzlicher Lieferant zugelassen?
- 6 · Wann wäre eine Alternative interessant?
- 7 · Welcher nächste Schritt passt?

Kapitel 3 Ein Gespräch mit der HAHN-Methode™

Kapitel 4 Ihre Checkliste für den nächsten Anruf

Kapitel 5 Ihre Übung für diese Woche

Kapitel 6 Ihr nächster Schritt

Lesezeit: rund 10 Minuten. Umsetzung: ab Ihrem nächsten Kundengespräch.

Ein Lieferant ist keine Absage

Sie haben sich vorbereitet. Sie erreichen den richtigen Ansprechpartner. Sie nennen Ihr Anliegen. Und dann kommt der Satz: „**Wir haben schon einen Lieferanten.**“

Die meisten Verkäufer machen jetzt einen von zwei Fehlern. Entweder sie verabschieden sich. Oder sie greifen an: „Wir sind günstiger.“ „Unser Service ist besser.“ „Vergleichen kostet doch nichts.“ Beides beendet das Gespräch – das eine sofort, das andere drei Sätze später.

AUS MEINEM LIVE-COACHING

Ich habe Joachim B. live begleitet, als genau dieser Satz kam. Seine Antwort: „**Ja, weiß ich, dass Sie einen Lieferanten haben. Warum arbeiten Sie denn mit dem zusammen?**“

Das Problem: Eine Warum-Frage erzeugt Rechtfertigungsdruck – und wer sich rechtfertigen muss, sagt selten die Wahrheit. Besser ist: „**Welche Gründe sprechen für Ihren derzeitigen Lieferanten?**“ Und bewusst „Lieferant“, nicht „Partner“. Partner wollen wir ja erst werden.

Dabei ist der Satz keine Absage. Er ist eine Information. Ein Kunde, der einen Lieferanten hat, kauft genau das, was Sie verkaufen. Er hat Bedarf, Budget und Erfahrung. Offen ist nur, wo noch Platz für Sie ist.

Sagt der Kunde klar, dass er keinen Platz sieht, akzeptieren Sie das – freundlich und ohne Nachtreten. Doch in den meisten Gesprächen fällt diese Entscheidung viel zu früh. Und zwar nicht beim Kunden, sondern beim Verkäufer.

Dieser Impuls gibt Ihnen sieben Fragen. Sie müssen nicht alle stellen. Eine passende reicht.

Werner F. Hahn

Mainz am Rhein

MERKSATZ

**Ein bestehender Lieferant ist keine Absage.
Er ist der Beweis, dass Bedarf da ist.**

Warum Kunden bei ihrem Lieferanten bleiben

Ein Lieferantenwechsel kostet Zeit und bringt Risiken: neue Freigaben, Musterprüfungen, geänderte Abläufe, Unsicherheit bei Qualität und Lieferfähigkeit. Der bekannte Lieferant gibt dem Kunden Sicherheit. Ein besserer Preis allein ist deshalb selten ein Wechselgrund.

Drei Situationen, die Ihnen begegnen

- 1. Die Zusammenarbeit passt.** Der Kunde ist zufrieden und sieht keinen zusätzlichen Bedarf. Dann gibt es heute keinen Ansatz – vielleicht aber morgen einen Anlass.
- 2. Es gibt eine konkrete Lücke.** Eine bestimmte Ausführung fehlt, eine Lieferzeit passt nicht, kleine Losgrößen sind schwierig. Genau hier setzen Sie an.
- 3. Der Kunde will seine Versorgung ergänzen.** Er sucht eine zweite Quelle oder eine Lösung für eine neue Anwendung. Der bisherige Lieferant bleibt – und Sie kommen dazu.

Vermeiden Sie den vorschnellen Vergleich

„Wir sind besser“ hilft nichts, solange Sie nicht wissen, worin Sie für diesen Kunden besser sein müssten. Lassen Sie sich seinen Maßstab erklären. Stellen Sie dann nur die Leistung vor, die zu der erkannten Aufgabe passt.

MERKSATZ

**Erst den Bedarf klären.
Dann Ihre Eignung belegen.**

Die sieben Fragen

Jede Frage hat eine Aufgabe. Sie erfahren, wann sie passt, welchen Fehler Sie vermeiden und wie ein Gespräch klingen kann. Passen Sie die Formulierungen an Ihre Produkte und Kunden an.

- 1 Die Zufriedenheitsfrage:** Was soll erhalten bleiben?
- 2 Die Verbesserungsfrage:** Wo gibt es eine konkrete Lücke?
- 3 Die Versorgungsfrage:** Wie geht der Kunde mit Engpässen um?
- 4 Die Zukunftsfrage:** Welche Anforderungen verändern sich?
- 5 Die Freigabefrage:** Wie kann ein zusätzlicher Anbieter starten?
- 6 Die Anlassfrage:** Wann lohnt sich eine Alternative?
- 7 Die Schrittfage:** Was prüfen beide Seiten als Nächstes?

Ihre erste Reaktion

„Verstehe. Was ist Ihnen an der Zusammenarbeit mit Ihrem Lieferanten besonders wichtig?“

Mit dieser Frage unterstellen Sie keine Unzufriedenheit. Sie zeigen Interesse – und erfahren, worauf es dem Kunden ankommt. Damit haben Sie den Maßstab für alles, was folgt.

Die Zufriedenheitsfrage

„Was funktioniert in der Zusammenarbeit mit Ihrem Lieferanten besonders gut?“

Wann die Frage passt

Direkt nach dem Hinweis auf den bestehenden Lieferanten, wenn der Kunde offen für ein kurzes Gespräch ist.

Was Sie damit klären

Sie erfahren, was der Kunde schätzt – und was bei jeder Ergänzung erhalten bleiben muss: feste Ansprechpartner, verlässliche Termine, technische Unterstützung, gleichbleibende Qualität.

Der typische Fehler

„Sind Sie denn wirklich zufrieden?“ klingt, als wollten Sie dem Kunden seine Entscheidung ausreden. Fragen Sie nach konkreten Stärken, statt die Zusammenarbeit infrage zu stellen.

Beispiel aus dem technischen Vertrieb

Verkäufer: Was funktioniert mit Ihrem Lieferanten besonders gut?

Kunde: Er kennt unsere Zeichnungen. Wir müssen nicht jedes Teil neu erklären.

Verkäufer: Was müsste ein weiterer Anbieter wissen, um das genauso zuverlässig zu erfüllen?

MEIN TIPP

Notieren Sie den Maßstab des Kunden. Wenn ihm eingespielte Abläufe wichtig sind, bringt Ihr niedrigerer Stückpreis nichts.

Die Verbesserungsfrage

„Gibt es einzelne Anforderungen, bei denen Sie sich noch eine bessere Lösung wünschen?“

Wann die Frage passt

Nachdem Sie verstanden haben, was gut läuft, und der Kunde bereit ist, über seine Anforderungen zu sprechen.

Was Sie damit klären

Sie finden Ihren möglichen Ansatz. Eine Lücke kann eine einzelne Anwendung betreffen, ohne dass der Kunde insgesamt unzufrieden ist.

Der typische Fehler

„Was stört Sie an Ihrem Lieferanten?“ lenkt auf Beschwerden und bringt Ihren Gesprächspartner in die Verteidigung – schließlich hat er diesen Lieferanten ausgewählt.

Beispiel aus dem technischen Vertrieb

Verkäufer: Gibt es einzelne Anforderungen, bei denen Sie sich eine bessere Lösung wünschen?

Kunde: Kleine Serien sind schwierig. Dafür lohnt sich das Rüsten kaum.

Verkäufer: Um welche Stückzahlen und wie viele unterschiedliche Teile geht es?

MEIN TIPP

Bleiben Sie bei dieser einen Anforderung. Klären Sie intern, ob Sie kleine Serien wirtschaftlich liefern können – und kommen Sie mit einer konkreten Antwort zurück.

Die Versorgungsfrage

„Wie sichern Sie Ihre Versorgung ab, wenn Ihr Lieferant einmal nicht rechtzeitig liefern kann?“

Wann die Frage passt

Wenn Lieferfähigkeit für den Kunden wichtig ist oder er selbst einen Engpass angesprochen hat.

Was Sie damit klären

Sie erfahren, ob es bereits eine zweite Quelle gibt, ob Lagerbestände helfen – oder ob ein ungelöstes Risiko besteht.

Der typische Fehler

„Was machen Sie, wenn Ihr Lieferant ausfällt?“ wirkt wie eine Drohkulisse. Sprechen Sie sachlich über Terminabweichungen und Absicherung.

Beispiel aus dem technischen Vertrieb

Verkäufer: Wie sichern Sie Ihre Versorgung bei Terminabweichungen ab?

Kunde: Für Standardteile haben wir einen zweiten Anbieter. Bei Sonderteilen bisher nicht.

Verkäufer: Welche Sonderteile sind für Ihre Produktion besonders kritisch?

MEIN TIPP

Ein ungelöstes Risiko ist Ihr Einstieg. Klären Sie Kapazität und Freigabeaufwand – dann wird daraus ein Gespräch über ein konkretes Teil.

Die Zukunftsfrage

„Welche neuen Anforderungen kommen in den nächsten Monaten auf Ihre Lieferanten zu?“

Wann die Frage passt

Wenn die heutige Versorgung gut funktioniert, aber neue Projekte, Anwendungen oder Mengen geplant sind.

Was Sie damit klären

Sie öffnen das Gespräch für eine künftige Aufgabe: neue Werkstoffe, andere Schnittstellen, zusätzliche Nachweise, veränderte Liefermengen.

Der typische Fehler

„Planen Sie etwas Neues?“ ist zu allgemein. Beziehen Sie die Frage auf den Bereich, in dem Sie etwas anbieten können.

Beispiel aus dem technischen Vertrieb

Verkäufer: Welche Anforderungen verändern sich bei Ihren Antriebskomponenten?

Kunde: Wir entwickeln eine kleinere Bauform. Der Platz ist knapp.

Verkäufer: Welche Abmessungen und Leistungsdaten stehen schon fest?

MEIN TIPP

Neue Anforderungen sind die beste Tür für einen neuen Anbieter. Fragen Sie, wann die technische Auswahl beginnt – und seien Sie vorher im Gespräch.

Die Freigabefrage

„Wie läuft bei Ihnen die Prüfung und Zulassung eines zusätzlichen Lieferanten ab?“

Wann die Frage passt

Wenn ein konkreter Bedarf oder Interesse an einer zweiten Quelle erkennbar ist.

Was Sie damit klären

Sie erfahren, welche Schritte vor dem ersten Auftrag nötig sind: technische Bewertung, Muster, Qualitätsnachweise, Einkaufsgespräch, Lieferantenfreigabe. So planen Sie den Einstieg gemeinsam mit dem Kunden.

Der typische Fehler

Bieten Sie nicht sofort kostenlose Muster an. Ohne Prüfkriterien, Zuständige und Termin für die Rückmeldung produzieren Sie Aufwand – aber keine Entscheidung.

Beispiel aus dem technischen Vertrieb

Verkäufer: Wie läuft bei Ihnen die Freigabe eines zusätzlichen Lieferanten?

Kunde: Erst prüft die Qualitätssicherung ein Muster. Danach legt der Einkauf den Anbieter an.

Verkäufer: Welche Kriterien muss das Muster erfüllen, und wer koordiniert die Prüfung?

MEIN TIPP

Halten Sie Ablauf, Zuständigkeit und Termin fest. Klären Sie Umfang und Konditionen einer Bemusterung, bevor Sie liefern.

Die Anlassfrage

„Bei welchem konkreten Anlass wäre eine zusätzliche Bezugsquelle für Sie interessant?“

Wann die Frage passt

Wenn aktuell kein Bedarf besteht, der Kunde weitere Anbieter aber nicht grundsätzlich ausschließt.

Was Sie damit klären

Sie unterscheiden eine höfliche Vertröstung von einer echten Möglichkeit. Ein Anlass kann ein Projektstart sein, ein Vertragsende, eine Bedarfsänderung oder die jährliche Lieferantenbewertung.

Der typische Fehler

„Dann melde ich mich irgendwann wieder“ ist kein Plan. Ein neuer Kontakt braucht einen Anlass und einen Zeitpunkt.

Beispiel aus dem technischen Vertrieb

Verkäufer: Bei welchem Anlass wäre eine zusätzliche Quelle interessant?

Kunde: Im Februar prüfen wir die Lieferanten für die neue Linie.

Verkäufer: Welche Unterlagen brauchen Sie dafür, und wann sollten wir darüber sprechen?

MEIN TIPP

Tragen Sie Anlass und Datum sofort in Ihr CRM ein. Und rufen Sie genau dann an – mit dem Satz: „Sie hatten gesagt, im Februar prüfen Sie die Lieferanten für die neue Linie.“

Die Schrittfrage

„Wollen wir zunächst diese eine Anforderung gemeinsam prüfen?“

Wann die Frage passt

Sobald eine konkrete Aufgabe und grundsätzliche Gesprächsbereitschaft erkennbar sind.

Was Sie damit klären

Sie machen aus Interesse eine überschaubare Prüfung: einen technischen Austausch, eine Machbarkeitsklärung oder eine vereinbarte Bemusterung.

Der typische Fehler

Verlangen Sie nicht sofort einen Wechsel oder einen großen Präsentationstermin. Legen Sie zuerst fest, was geprüft wird und welches Ergebnis beide Seiten brauchen.

Beispiel aus dem technischen Vertrieb

Verkäufer: Wollen wir zunächst die kleine Serie prüfen? Sie senden die Zeichnung, wir klären Machbarkeit und Lieferzeit.

Kunde: Ja, das können wir machen.

Verkäufer: Können Sie die Zeichnung bis Dienstag senden? Dann besprechen wir unsere Rückmeldung am Donnerstag um 10 Uhr.

MEIN TIPP

Vereinbaren Sie Thema, Verantwortung und Zeitpunkt. Ohne Termin ist eine Prüfung nur eine Absichtserklärung.

Ein Gespräch mit der HAHN-Methode™

Ein Anbieter technischer Drehteile spricht mit dem Einkaufsleiter eines Maschinenbauunternehmens.

Hinhören

Kunde: Wir haben schon einen Lieferanten. Das läuft seit Jahren.

Lassen Sie den Kunden ausreden. Er hat Ihnen eine Information gegeben – noch keinen Grund, den anderen Anbieter schlechztureden.

Anerkennen

Verkäufer: Verstehe. Was funktioniert in dieser Zusammenarbeit besonders gut?

Kunde: Die Qualität stimmt, und er kennt unsere Anforderungen.

Hinterfragen

Verkäufer: Gibt es einzelne Anforderungen, bei denen Sie sich noch eine bessere Lösung wünschen?

Kunde: Bei Kleinserien warten wir manchmal länger.

Verkäufer: Um welche Mengen geht es, und welche Lieferzeit brauchen Sie?

Kunde: Meist 20 bis 50 Stück. Vier Wochen wären gut.

Nächster Schritt

Verkäufer: Wollen wir zunächst ein solches Teil prüfen? Sie schicken die Zeichnung, wir klären Machbarkeit und Lieferzeit.

Kunde: Ja.

Verkäufer: Wann können Sie die Zeichnung senden? Dann legen wir gleich den Termin für unsere Rückmeldung fest.

DAS ERGEBNIS

**Aus „Wir haben schon einen Lieferanten“
wurde „Schicken Sie mir die Zeichnung“.**

Ihre Checkliste für den nächsten Anruf

Nutzen Sie die Checkliste vor und nach dem Gespräch. Ein offener Punkt ist eine Information, die Sie noch klären – kein Grund, etwas zu vermuten.

Nr.	Prüffrage	Ja	Offen
1	Ich kann einen konkreten Grund für meinen Anruf nennen.	☐	☐
2	Ich kenne die Stärken der heutigen Zusammenarbeit.	☐	☐
3	Ich habe einen möglichen zusätzlichen Bedarf geklärt.	☐	☐
4	Ich kann zwischen aktueller Lücke und künftigem Anlass unterscheiden.	☐	☐
5	Ich kenne die Anforderungen, die wir tatsächlich prüfen müssen.	☐	☐
6	Ich weiß, wer technisch prüft und wer die Freigabe erteilt.	☐	☐
7	Der Kunde sieht einen Nutzen in der vorgeschlagenen Prüfung.	☐	☐
8	Wir haben Thema, Verantwortung und Zeitpunkt vereinbart.	☐	☐

Wenn kein Bedarf besteht

„Danke für die klare Rückmeldung. Darf ich mich melden, wenn sich bei Ihnen etwas ändert – zum Beispiel bei einem neuen Projekt?“

So endet das Gespräch freundlich – und Sie haben die Erlaubnis für den nächsten Anruf.

Ihre Übung für diese Woche

Nehmen Sie fünf Unternehmen, die zu Ihrem Angebot passen und schon einen Lieferanten haben. Überlegen Sie für jedes: Warum könnte ein Gespräch für diesen Kunden sinnvoll sein?

Vor den Gesprächen

1. Schreiben Sie Ihren Anrufgrund in einem Satz auf.
2. Wählen Sie zwei Fragen aus diesem Impuls, die zu Ihrer Situation passen.
3. Sprechen Sie Ihre erste Reaktion laut. Üben Sie einen ruhigen Ton – und eine kurze Pause nach der Frage.

Während der Gespräche

Lassen Sie den Kunden antworten. Greifen Sie seine Worte auf. Springen Sie nicht zur nächsten Frage. Nennt er eine Anforderung, klären Sie zuerst, was genau dahintersteckt.

Nach jedem Gespräch notieren Sie vier Punkte

- Was schätzt der Kunde an seinem Lieferanten?
- Welcher Bedarf oder Anlass ist erkennbar?
- Welche Information fehlt noch?
- Welcher nächste Schritt ist vereinbart – mit Datum?

Werten Sie nach den fünf Gesprächen aus: Welche Frage hat die besten Informationen gebracht? Zählen Sie nicht nur Termine, sondern auch Erkenntnisse.

MERKSATZ

**Ihr Übungsziel: den echten Bedarf verstehen –
und einen nächsten Schritt mit Termin vereinbaren.**

Ihr nächster Schritt

Sie haben jetzt sieben Fragen für einen Satz, an dem viele Gespräche enden. Doch „Wir haben schon einen Lieferanten“ ist nur einer von vielen Einwänden. „Zu teuer.“ „Schicken Sie mal Unterlagen.“ „Kein Bedarf.“ Sie alle haben eines gemeinsam: Nicht der Einwand entscheidet über das Gespräch. Ihre Reaktion tut es.

Ihr Playbook: „Der Einwand ist nicht das Problem. Ihre Reaktion ist es.“

Band 2 der Vertriebs-Bibliothek führt Sie durch einen 10-Tage-Vertriebs-Sprint: zehn Tage, jeden Tag ein konkreter Schritt – mit Formulierungen, Praxisbeispielen und Übungen für Ihren Verkaufsalltag.

- Reagieren Sie auf Einwände, ohne reflexhaft zu argumentieren.
- Nutzen Sie die HAHN-Methode™: Hinhören, Anerkennen, Hinterfragen, Nächster Schritt.
- Machen Sie aus Einwänden konkrete nächste Schritte.

Ihre Investition: 27 Euro

Jetzt Playbook für 27 Euro sichern

workbook.wernerhahn.de/einwand

2 € pro Sprint für Bärenherz

Von jedem verkauften 10-Tage-Vertriebs-Sprint gehen 2 € an das Kinderhospiz Bärenherz Wiesbaden. Weil gute Gespräche helfen. Und manchmal noch viel mehr.

© Werner F. Hahn ★ 2.600+ Verkäufer LIVE im Tagesgeschäft begleitet.