

# Vortrag zum Buch über Spieltheoretische Verhandlungs- und Auktionsstrategien

Zitate auf der Deckelklappe:

"Die Anwendung der Spieltheorie im Einkauf bedeutet für uns, unsere Lieferanten einem harten aber fairen Wettbewerb auszusetzen." (Dr. Gerd Schlaich, Director Advanced Supplier and Commodity Management, DaimlerChrysler AG, Mercedes Car Group, Stuttgart)

"Dem Autor ist es gelungen, wesentliche Einsichten der Verhandlungs- und Auktionstheorie anhand praktischer Fallbeispiele darzustellen. Die Lektüre ist insbesondere für Praktiker zu empfehlen." (Prof. Elmar G. Wolfstetter, Humboldt-Universität zu Berlin)

„Die Linde Group setzt auf den Einsatz von Spieltheorie im Einkauf und führt zum Beispiel verstärkt Tickerauktionen in Preisverhandlungen durch. Dabei bleibt nach unseren Erfahrungen der wichtigste Erfolgsfaktor einer Auktion der Mensch.“ (Udo Lein, Marketing Business Development, ehem. Manager Purchasing Services, Linde Gas, München)



Vergleichbarkeit von Alternativen  
Verbindlichkeit transportieren und nutzen  
Verhandlungsprozesse designen und optimieren  
Die Verhandlungsstrategie im Kontext des „größeren Spiels“

"Ein äußerst interessantes Buch, das die ökonomischen Hintergründe so mancher altbewährten Verhandlungsregel erklärt und wertvolle Anregungen gibt für die kreative Vorbereitung von Verhandlungsstrategien und -taktiken" (Frieder Gamm, K5-Akademie für Einkauf und Vertrieb, [www.k5-akademie.de](http://www.k5-akademie.de))

Dr. Gregor Berz hat jahrelange Erfahrung in der Unterstützung des Konzerneinkaufs und des Vertriebs bei der Vorbereitung von und auf Auftragsvergaben und Auktionen mit spieltheoretischen Methoden.

**berz.biz**

Spieltheoretische Verhandlungsstrategien  
Auftragsvergaben . Ausschreibungen . Auktionen

Zielgruppe

Einkauf  
Vertrieb

Dieses Buch und der Vortrag darüber richten sich an den strategischen Konzerneinkauf und den Vertrieb von Zulieferunternehmen.

Autor / Referent

Dr. Gregor Berz, [www.berz.biz](http://www.berz.biz)

Ihr Mehrwert / Erkenntnis

Der Hype so genannter Online-Biddings zum Beispiel in der Automobilindustrie geht in den letzten Jahren spürbar zurück. Heute beginnen mehr und mehr Unternehmen im Einkauf ihre Verhandlungsprozesse bei strikter Verbindlichkeit mit spieltheoretischen Methoden unter Wettbewerbsgesichtspunkten zu optimieren. Man spricht von „echten“ Auktionen – sei im Internet oder am Verhandlungstisch – in welchen die Differenzierung der Wettbewerber in Bonussystemen abgebildet und die Vergabeentscheidung von einem ökonomisch optimierten Mechanismus getroffen wird. Prof. Hermann Simon schreibt in seinem Geleitwort: „Die Einkaufsseite vor allem großer Unternehmen ist prädestiniert, ihre Einkaufsmacht mit Hilfe der Spieltheorie zu perfektionieren. Der Vertrieb der betroffenen Lieferanten muss sich auf diese Methoden einstellen.“

Inhalte im Überblick

#### Vergleichbarkeit:

Das härteste Verhandlungsargument ist das Wettbewerbsargument. Dieses kann am effektivsten auf der Einkaufsseite ausgespielt werden, wenn die Vergleichbarkeit in einem Bonus- / Malussystem (basierend auf „Total-Value-of-Ownership“) für die Lieferantenangebote abgebildet ist. Dieses Bonus- / Malussystem in der Verhandlung mit den Lieferanten partiell offen zu legen und als Hebel zu nutzen ist state-of-the-art spieltheoretisch optimierter Verhandlungsführung. Für die Vertriebsseite bedeutet diese Bonusverhandlung eine perfekte Gelegenheit, einen Wettbewerbsvorteil aus der eigenen Differenzierung zu ziehen.

#### Verbindlichkeit:

Mangelnde Verbindlichkeit in der Verhandlung kostet Geld. Der Einlauf muss, um Verbindlichkeit zu schaffen, die Vergleichbarkeit sicherstellen und interne Entscheidungsprozesse abstimmen. Um die Verbindlichkeit zu transportieren kann im besten Fall sogar ein Verhandlungs- / Auktionsvertrag mit allen bietenden Lieferanten gezeichnet werden, der sicher stellt, zu welchem Zeitpunkt es gilt, das beste Angebot abzugeben. Der Vertrieb der Lieferanten muss genau differenzieren, ob eine Einkaufsverhandlung mit oder ohne Verbindlichkeit angekündigt ist und sich danach ausrichten.

#### Verhandlungs- / Auktionsprozess:

Bei der Gestaltung zum Beispiel von Simultanverhandlungen ist zwischen der Zweitpreislogik einer Englischen Auktion und der Erstpreislogik zum Beispiel konventioneller Angebote abzuwägen. Auf der Vertriebsseite sind je nach Auktionsform unterschiedliche Bietstrategien auktionstheoretisch optimal. Multi-Source-Strategien und Kombinationen unterschiedlicher Teilaufträge machen die Sache komplizierter – und die spieltheoretische Optimierung auf beiden Seiten lohnender.

#### Verhandlungsstrategie unter Berücksichtigung des „größeren Spiels“:

Auf der Einkaufsseite führt die Analyse des Kontext einer Ausschreibung häufig zur Notwendigkeit einer Neuausrichtung der Strategie, zum Beispiel um kartellartiges Verhalten der Bieter zu vermeiden bzw. zu brechen. Auf der Vertriebsseite kann sich umgekehrt die spieltheoretische Strategie des „Strategic Demand Reduction“ anbieten oder zum Beispiel die Abwägung zwischen aggressivem oder defensivem Bieten.



Vortragsumfang

Der Vortrag ist auf zwei Stunden angesetzt, zuzüglich ausführlicher Gelegenheit zur offenen Diskussion.

Bei Interesse kontaktieren Sie uns bitte unter [info@berz.biz](mailto:info@berz.biz)