

Consulting und Technischer Vertrieb

Consulting and technical sales

Verhandlungsführung

DHBW Mannheim - Wintersemester 2023/24

TINF21AI1

Ulf Runge

Updates

- Zusätzlich eingefügte Seiten:
 - S. 2 – Updates-Seite
 - S. 32 – Vier Seiten einer Botschaft – Hinweis auf Internet-Auftritt des „Schulz von Thun Institut“ und auf Bücher / Medien von Friedemann Schulz von Thun
- Nachbearbeitete Seiten:
 - S. 34 – Hinweis auf Quelle zum Orangen-Beispiel

Terminübersicht

1	02.10.2023	09:00-12:15	Einführung
2	09.10.2023	09:00-12:15	Probleme, Ziele, Anforderungen
3	16.10.2023	09:00-12:15	Anforderungsmanagement
4	23.10.2023	09:00-12:15	Kreativität
5	30.10.2023	09:00-12:15	Kreativität, Consulting
6	06.11.2023	09:00-12:15	Verhandlungsführung
7	13.11.2023	09:00-12:15	Kosten, Nutzwertanalyse
8	20.11.2023	09:00-12:15	Präsentieren, Akquise
9	27.11.2023	09:00-12:15	Consulting vs Technischer Vertrieb, Führung
10	04.12.2023	09:00-12:15	Konflikte, Distribution, Strateg. Planung, Industr. Kaufprozess
11	11.12.2023	09:00-12:15	Präsentationen, Lessons learned
Klausur	18.12.2023	09:00-11:00	Aber: Klausur Recht 40minütig

Teams & Themen

Team 11	5	Team 13	5
S1 Balkonsolar-Anlage für Mieter	5	S5 Nachrüstung eines Gebäudes mit einer Wärmepumpe	5
Brandmaier, Benedikt	1	Antoni, Paul	1
Brandmaier, Marion	1	Binzenhöfer, Luis	1
Floto, Maximilian	1	Dag, Joel	1
Lehmann, Lars	1	Eremeev, Daniel	1
Wolf, Philipp	1	Thoma, Moritz	1
Team 12	6	Team 14	6
S5 Nachrüstung eines Gebäudes mit einer Wärmepumpe	6	S2 Photovoltaik-Anlage für Vermieter	6
Frahm, Benjamin	1	Gönnheimer, Viktoria	1
Kautz, Jakob	1	Kern, Kevin	1
Kirschen, Yannick	1	Koch, Maximilian	1
Richert, Malte	1	Schnüll, Leo	1
Richter, Valentin	1	Stenzel, Olivier	1
Stella, Sander	1	Wellhausen, Liz	1
		Gesamtergebnis	22

Agenda

Agenda

Nachbetrachtung vorige Vorlesung

Verhandlungsführung *MHB10*

Semesterbegleitende Team-Arbeit

Agenda

Agenda

Nachbetrachtung vorige Vorlesung

Verhandlungsführung *MHB10*

Semesterbegleitende Team-Arbeit

Nachbetrachtung vorige Vorlesung

Kreativität – Intuitive Methoden

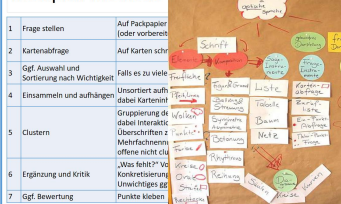
- Brainstorming
- Methode 635
- Mindmap
- Metaplan-Methode

Kreativität – Intuitive Methoden Methode 635

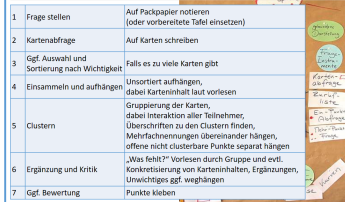
- 6 Teilnehmer:innen
- jeweils 3 initiale Ideen
- 5 Versuche, die initialen Ideen weiterzuentwickeln



Kreativität – Intuitive Methoden Metaplan-Methode



Kreativität – Intuitive Methoden Metaplan-Methode



Kreativität – Diskursive Methoden

- Osborn-Checkliste
- Morphologischer Kasten

Kreativität – Diskursive Methoden Morphologischer Kasten am Beispiel Bonbon-Gebinde

3. Parameter-Ausprägungen finden

Bitte die Tabelle nicht vertikal interpretieren.
Im nächsten Schritt darf prinzipiell jeder Wert aus einer Zeile mit jedem beliebigen Wert aus allen anderen Zeilen kombiniert werden.

Parameter	Material	Form	Farbe	Größe	Verpackung	Preis	Verpackung	Verpackung
Typ	Material	Form	Farbe	Größe	Verpackung	Preis	Verpackung	Verpackung
Material	Material	Form	Farbe	Größe	Verpackung	Preis	Verpackung	Verpackung
Form	Material	Form	Farbe	Größe	Verpackung	Preis	Verpackung	Verpackung
Farbe	Material	Form	Farbe	Größe	Verpackung	Preis	Verpackung	Verpackung
Größe	Material	Form	Farbe	Größe	Verpackung	Preis	Verpackung	Verpackung
Verpackung	Material	Form	Farbe	Größe	Verpackung	Preis	Verpackung	Verpackung
Preis	Material	Form	Farbe	Größe	Verpackung	Preis	Verpackung	Verpackung
Verpackung	Material	Form	Farbe	Größe	Verpackung	Preis	Verpackung	Verpackung

Kreativität – Diskursive Methoden Morphologischer Kasten am Beispiel Bonbon-Gebinde

3. Parameter-Ausprägungen finden

Bitte die Tabelle nicht vertikal interpretieren.
Im nächsten Schritt darf prinzipiell jeder Wert aus einer Zeile mit jedem beliebigen Wert aus allen anderen Zeilen kombiniert werden.

Parameter	Material	Form	Farbe	Größe	Verpackung	Preis	Verpackung	Verpackung
Typ	Material	Form	Farbe	Größe	Verpackung	Preis	Verpackung	Verpackung
Material	Material	Form	Farbe	Größe	Verpackung	Preis	Verpackung	Verpackung
Form	Material	Form	Farbe	Größe	Verpackung	Preis	Verpackung	Verpackung
Farbe	Material	Form	Farbe	Größe	Verpackung	Preis	Verpackung	Verpackung
Größe	Material	Form	Farbe	Größe	Verpackung	Preis	Verpackung	Verpackung
Verpackung	Material	Form	Farbe	Größe	Verpackung	Preis	Verpackung	Verpackung
Preis	Material	Form	Farbe	Größe	Verpackung	Preis	Verpackung	Verpackung
Verpackung	Material	Form	Farbe	Größe	Verpackung	Preis	Verpackung	Verpackung

Kreativität – Diskursive Methoden Morphologischer Kasten am Beispiel Bonbon-Gebinde

3. Parameter-Ausprägungen finden

Bitte die Tabelle nicht vertikal interpretieren.
Im nächsten Schritt darf prinzipiell jeder Wert aus einer Zeile mit jedem beliebigen Wert aus allen anderen Zeilen kombiniert werden.

Parameter	Material	Form	Farbe	Größe	Verpackung	Preis	Verpackung	Verpackung
Typ	Material	Form	Farbe	Größe	Verpackung	Preis	Verpackung	Verpackung
Material	Material	Form	Farbe	Größe	Verpackung	Preis	Verpackung	Verpackung
Form	Material	Form	Farbe	Größe	Verpackung	Preis	Verpackung	Verpackung
Farbe	Material	Form	Farbe	Größe	Verpackung	Preis	Verpackung	Verpackung
Größe	Material	Form	Farbe	Größe	Verpackung	Preis	Verpackung	Verpackung
Verpackung	Material	Form	Farbe	Größe	Verpackung	Preis	Verpackung	Verpackung
Preis	Material	Form	Farbe	Größe	Verpackung	Preis	Verpackung	Verpackung
Verpackung	Material	Form	Farbe	Größe	Verpackung	Preis	Verpackung	Verpackung

Kreativität – Kombimethoden

- Die 6 Denkhüte von de Bono
- Walt-Disney-Methode

Kreativität – Kombimethoden Die 6 Denkhüte von de Bono

Die 6 „Hüte“ stehen für sechs verschiedene Sichtweisen, aus denen heraus ein Thema betrachtet werden kann.

Die Reihenfolge der Hüte wird vorher festgelegt, der blaue Hut wird oft als letzter verwendet.

Alle Teilnehmer:innen betrachten ein Thema abwechselnd mit der gleichen Perspektive.



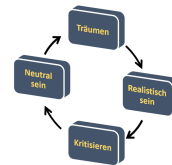
Kreativität – Kombimethoden Walt-Disney-Methode

Beruh auf der Hüte-Idee von de Bono.

Die Teilnehmer:innen sitzen hier für verschiedene „Sichten“ für unterschiedliche Aspekte. Danach setzen sie sich auf andere Stühle.

- die träumende Person
- die realistische Person
- die kritische Person

Zusätzlich wird gerne auch noch die Rolle der neutralen Person verwendet.



Consulting vs Technischer Vertrieb

- Ein **Consultant** ist prinzipiell ergebnisoffen und konfiguriert Produkte und Dienstleistungen zu Lösungen
- Eine **Vertriebsperson** verkauft vorzugsweise – in der Regel erklärungsbedürftige – Produkte und Dienstleistungen ihres Unternehmens.

Aufgaben und Tätigkeiten

- Analysieren bestehender Geschäftsprozesse
- Durchführen von Marktanalysen
- Identifizieren von Optimierungspotenzialen
- Erstellen von Berichten und Präsentationen Ihrer Beobachtungen und Vorschläge
- Entwickeln individueller Lösungsansätze oder Ideen für das Unternehmen
- Unterstützen bei der Umsetzung der neuen Ansätze
- Bewerten der Geschäftsergebnisse

Consulting-Bereiche

1. Gründungs-Consulting
2. IT-Consulting
3. Steuer-Consulting
4. Strategie-Consulting
5. Personal-Consulting
6. Sanierungs-Consulting

Nachbetrachtung vorige Vorlesung

Kreativität – Intuitive Methoden

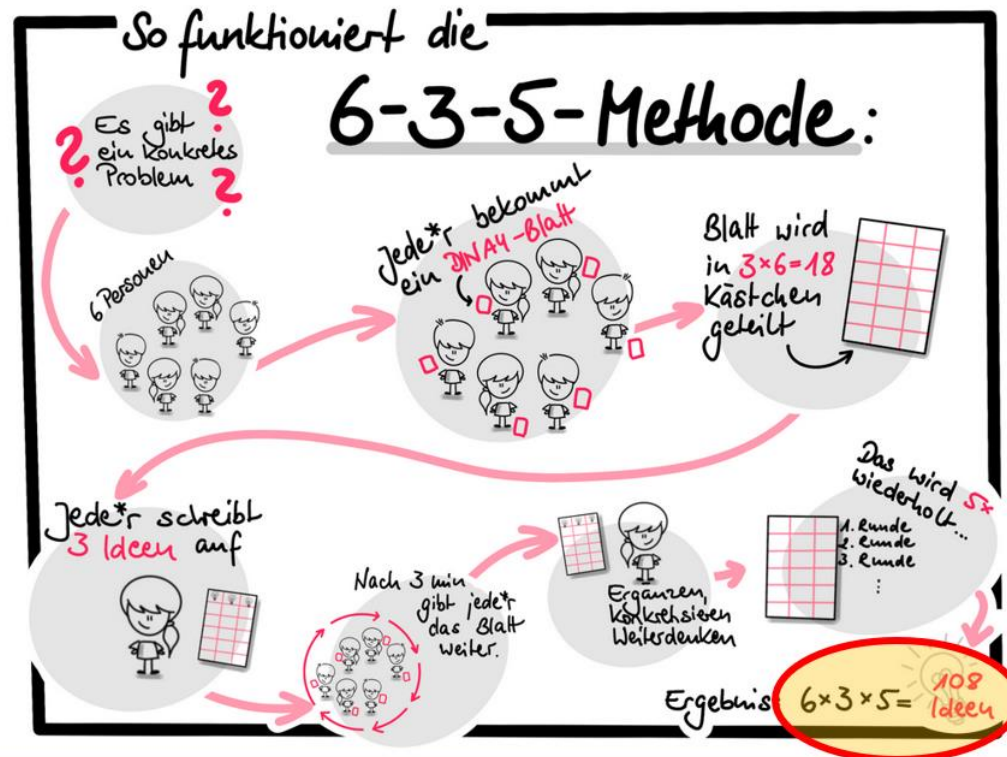
- Brainstorming
- Methode 635
- Mindmap
- Metaplan-Methode

Nachbetrachtung vorige Vorlesung

Kreativität – Intuitive Methoden Methode 635

- 6 Teilnehmer:innen
- jeweils 3 initiale Ideen
- 5 Versuche, die initialen Ideen weiterzuentwickeln

6 [Teilnehmer:innen]
x
3 [Spalten] x
(1 [initiale Runde] +
5 [weitere Runden])
= $6 \times 3 \times 6 = 108$



Vertrieb

offen und
ungen zu
sweise

esse

alen
nen Ihrer
e oder Ideen
uen Ansätze

the

ng

ng

Nachbetrachtung vorige Vorlesung

Kreativität – Intuitive Methoden Metaplan-Methode

1	Frage stellen	Auf Packpapier (oder vorbereitete Karte)
2	Kartenabfrage	Auf Karten schreiben
3	Ggf. Auswahl und Sortierung nach Wichtigkeit	Falls es zu viele Karten sind
4	Einsammeln und aufhängen	Unsortiert aufhängen, dabei Karteninhalte lesen
5	Clustern	Gruppierung der Karten, dabei Interaktionen und Überschriften zuordnen, Mehrfachnennungen vermeiden, offene nicht clusterbare Punkte markieren
6	Ergänzung und Kritik	„Was fehlt?“ Vorstellen, Konkretisierung, Unwichtiges ggf. streichen
7	Ggf. Bewertung	Punkte kleben



g vs Technischer Vertrieb

ant ist prinzipiell ergebnisoffen und Produkte und Dienstleistungen zu

bsperson verkauft vorzugsweise el erklärungsbedürftige – und Dienstleistungen ihres ens.

und Tätigkeiten

bestehender Geschäftsprozesse
n von Marktanalysen
n von Optimierungspotenzialen
n Berichten und Präsentationen Ihrer
gen und Vorschläge
ndividueller Lösungsansätze oder Ideen
nnehmen
n bei der Umsetzung der neuen Ansätze
er Geschäftsergebnisse

ulting-Bereiche

ndungs-Consulting

onsulting

er-Consulting

ategie-Consulting

onal-Consulting

erungs-Consulting

Nachbetrachtung vorige Vorlesung

Kreativität – Intuitive Methoden Metaplan-Methode

1	Frage stellen	Auf Packpapier notieren (oder vorbereitete Tafel einsetzen)
2	Kartenabfrage	Auf Karten schreiben
3	Ggf. Auswahl und Sortierung nach Wichtigkeit	Falls es zu viele Karten gibt
4	Einsammeln und aufhängen	Unsortiert aufhängen, dabei Karteninhalt laut vorlesen
5	Clustern	Gruppierung der Karten, dabei Interaktion aller Teilnehmer, Überschriften zu den Clustern finden, Mehrfachnennungen übereinander hängen, offene nicht clusterbare Punkte separat hängen
6	Ergänzung und Kritik	„Was fehlt?“ Vorlesen durch Gruppe und evtl. Konkretisierung von Karteninhalten, Ergänzungen, Unwichtiges ggf. weghängen
7	Ggf. Bewertung	Punkte kleben

Visualisierung
= optische
Speicher

gebundene
Darstellung

Frage-
Instru-
mente

Karten-
abfrage

Zurück-
liste

Ein-Punkt-
Abfrage

Mehr-Punkt-
Frage

Kurven

Consulting vs Technischer Vertrieb

Ein Consultant ist prinzipiell ergebnisoffen und konfiguriert Produkte und Dienstleistungen zu Lösungen.

Die Vertriebsperson verkauft vorzugsweise in der Regel erklärungsbedürftige – Produkte und Dienstleistungen ihres Unternehmens.

Aufgaben und Tätigkeiten

Analysieren bestehender Geschäftsprozesse
Durchführen von Marktanalysen
Identifizieren von Optimierungspotenzialen
Stellen von Berichten und Präsentationen Ihrer Beobachtungen und Vorschläge
Entwickeln individueller Lösungsansätze oder Ideen für das Unternehmen
Unterstützen bei der Umsetzung der neuen Ansätze
Werten der Geschäftsergebnisse

Consulting-Bereiche

Gründungs-Consulting
IT-Consulting
Steuer-Consulting
Strategie-Consulting
Personal-Consulting
Sanierungs-Consulting

Nachbetrachtung vorige Vorlesung

Kreativität – Diskursive Methoden

- Osborn-Checkliste
- Morphologischer Kasten

6. Ergänzung und Kritik	Mehrfachnennung offene nicht clu- „Was fehlt?“-Vg Konkretisierung Unschärfes BB Punkte kleben tauschen
7. Ggf. Bewertung	

Qualität	schlecht	mittel	gut	sehr gut	ausgezeichnet	perfekt	...
Quantität	10 g	20 g	30 g	40 g	50 g	60 g	...

Kreativität – Diskursive Methoden Morphologischer Kasten am Beispiel Bonbon-Gebinde

3. Parameter-Ausprägungen finden

Bitte die Tabelle nicht vertikal interpretieren.
Im nächsten Schritt darf prinzipiell jeder Wert aus einer Zeile mit
jedem beliebigen Wert aus allen anderen Zeilen kombiniert werden.

Parameter	Ausprägungen									
Typ	Standard	Edel	Heute	tomorrow	Reise/Thema	Bele	Tafel	...		
Material	Standard	Edel	Edel	Edel	Edel	Edel	Edel	...		
Form	Standard	Standard	Standard	Standard	Standard	Standard	Standard	...		
Farbe	Standard	Standard	Standard	Standard	Standard	Standard	Standard	...		
Größe	Standard	Standard	Standard	Standard	Standard	Standard	Standard	...		
Preis	Standard	Standard	Standard	Standard	Standard	Standard	Standard	...		
Verpackung	Standard	Standard	Standard	Standard	Standard	Standard	Standard	...		
Verpackung	Standard	Standard	Standard	Standard	Standard	Standard	Standard	...		
Verpackung	Standard	Standard	Standard	Standard	Standard	Standard	Standard	...		
Verpackung	Standard	Standard	Standard	Standard	Standard	Standard	Standard	...		

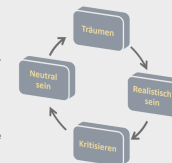
Kreativität – Kombimethoden Walt-Disney-Methode

Beruh auf der Hölle-Idee
von de Bono.

Die Teilnehmer:innen sitzen hier
auf verschiedenen „Stühlen“
für unterschiedliche Aspekte.
Danach setzen sie sich auf andere Stühle.

Ursprüngliche Rollen:
• die träumende Person
• die realistische Person
• die kritische Person

Zusätzlich wird gerne auch noch die Rolle
• die neutrale Person
verwendet.



2. IT-Consulting
3. Steuer-Consulting
4. Strategie-Consulting
5. Personal-Consulting
6. Sanierungs-Consulting

Nachbetrachtung vorige Vorlesung

Kreativität – Diskursive Methoden Morphologischer Kasten am Beispiel Bonbon-Gebinde

3. Parameter-Ausprägungen finden

Bitte die Tabelle nicht vertikal interpretieren.
Im nächsten Schritt darf prinzipiell jeder Wert aus einer Zeile mit jedem beliebigen Wert aus allen anderen Zeilen kombiniert werden.

Parameter	Ausprägungen								
Typ	Schachtel	Dose	Flasche	Spender	Beutel/Tüte	Rolle	Tube	...	
Material	Metall/ Metallfolie	Glas	Holz	Kork	Pappe/Papier	Plastik/ Kunststoff	Stoff	Leder	...
Form	kubisch	quaderförmig	kugelig	kugelförmig	zylindrisch	pyramidal	polygonal	eiförmig	ergonomisch
Struktur	glatt	rau	seidig	weich	rauh	geprägt	genoppt	gerillt/gerieft	gelackt
Farbe	farblos	uni	mehrfarbig	gesprenkelt	gestreift	gepunktet	gemasert	regenbogen- farbig	...
Optik	undurchsichtig/ blickdicht	opak	transparent/ durchscheinend	spiegelnd	schimmernd/ glänzend	leuchtend	irisierend	matt	...
Gebinde- größe	25 g	50 g	75 g	100 g	125 g	250 g	500 g	1 kg	...

technischer Vertrieb

...ll ergebenoffen und
Dienstleistungen zu

...auf vorzugsweise
bedürftige –
...ngen ihres

...eiten

...eschäftsprozesse
...ysen
...ungspotenzialen
...Präsentationen Ihrer
...läge
...ungsansätze oder Ideen

...zzung der neuen Ansätze
...ebnisse

...bereiche

...onsulting

...lting

...sulting

...sulting

...onsulting

Nachbetrachtung vorige Vorlesung

Kreativität – Diskursive Methoden Morphologischer Kasten am Beispiel Bonbon-Gebinde

3. Parameter-Ausprägungen finden

Bitte die Tabelle nicht vertikal interpretieren.
Im nächsten Schritt darf prinzipiell jeder Wert aus einer Zeile mit jedem beliebigen Wert aus allen anderen Zeilen kombiniert werden.

Parameter	Ausprägungen								
Typ	Schachtel	Dose	Flasche	Spender	Beutel/Tüte	Rolle	Tube
Material	Metall/ Metallfolie	Glas	Holz	Kork	Pappe/Papier	Plastik/ Kunststoff	Stoff	Leder	...
Form	kubisch	quaderförmig	kugelig	kegelförmig	zylindrisch	pyramidal	polygonal	eiförmig	ergonomisch
Struktur	glatt	rau	seidig	weich	ledrig	geprägt	genoppt	gerillt/gerieft	gelackt
Farbe	farblos	uni	mehrfarbig	gesprenkelt	gestreift	gepunktet	gemasert	regenbogen- farbig	...
Optik	undurchsichtig/ blickdicht	opak	transparent/ durchscheinend	spiegelnd	schimmernd/ glänzend	leuchtend	irisierend	matt	...
Gebinde- größe	25 g	50 g	75 g	100 g	125 g	250 g	500 g	1 kg	...

her Vertrieb

ergebnissen und
Leistungen zu

vorzugsweise
erfahrene –
in ihres

en

äftsprozesse
n
spotenzialen
äsentationen Ihrer
e
Ansätze oder Ideen
ng der neuen Ansätze
isse

reiche

sulting

ng

lting

lting

sulting

Nachbetrachtung vorige Vorlesung

Kreativität – Diskursive Methoden Morphologischer Kasten am Beispiel Bonbon-Gebinde

3. Parameter-Ausprägungen finden

Bitte die Tabelle nicht vertikal interpretieren.
Im nächsten Schritt darf prinzipiell jeder Wert aus einer Zeile mit jedem beliebigen Wert aus allen anderen Zeilen kombiniert werden.

Parameter	Ausprägungen								
Typ	Schachtel	Dose	Flasche	Spender	Beutel/Tüte	Rolle	Tube
Material	Metall/ Metallfolie	Glas	Holz	Kork	Pappe/Papier	Plastik/ Kunststoff	Stoff	Leder	...
Form	kubisch	quaderförmig	kugelig	kegelförmig	zylindrisch	pyramidal	polygonal	eiförmig	ergonomisch
Struktur	glatt	rau	seidig	weich	ledrig	geprägt	genoppt	gerillt/gerieft	gelackt
Farbe	farblos	uni	mehrfarbig	gesprenkelt	gestreift	gepunktet	gemasert	regenbogen- farbig	...
Optik	undurchsichtig/ blickdicht	opak	transparent/ durchscheinend	spiegelnd	schimmernd/ glänzend	leuchtend	irisierend	matt	...
Gebinde- größe	25 g	50 g	75 g	100 g	125 g	250 g	500 g	1 kg	...

her Vertrieb

ergebnissen und
nleistungen zu

vorzugsweise
rtige –
n ihres

en

näftsprozesse

n

spotenzialen

äsentationen Ihrer

e

gsansätze oder Ideen

ng der neuen Ansätze

isse

reiche

sulting

ng

lting

lting

sulting

Nachbetrachtung vorige Vorlesung

Kreativität – Kombimethoden

- Die 6 Denkhüte von de Bono
- Walt-Disney-Methode

Morphologischer Kasten am Beispiel Bonbon-Gebinde

3. Parameter-Ausprägungen finden

Bitte die Tabelle nicht vertikal interpretieren.
Im nächsten Schritt darf prinzipiell jeder Wert aus einer Zeile mit
jedem beliebigen Wert aus allen anderen Zeilen kombiniert werden.

Parameter	Ausprägungen									
Typ	Standard	Edel	Heute	sonst	Reise/Trip	Bele	Tafel
Material	Metall	Glas	Stoff	Stoff	Stoff	Stoff	Stoff	Stoff	Stoff	Stoff
Form	Standard	Standard	Standard	Standard	Standard	Standard	Standard	Standard	Standard	Standard
Größe	klein	mittel	groß	sehr groß	sehr groß	sehr groß	sehr groß	sehr groß	sehr groß	sehr groß
Farbe	blau	rot	grün	gelb	orange	grün	grün	grün	grün	grün
Ordnung	Standard	Standard	Standard	Standard	Standard	Standard	Standard	Standard	Standard	Standard
Verpackung	Standard	Standard	Standard	Standard	Standard	Standard	Standard	Standard	Standard	Standard
Verpackung	Standard	Standard	Standard	Standard	Standard	Standard	Standard	Standard	Standard	Standard
Verpackung	Standard	Standard	Standard	Standard	Standard	Standard	Standard	Standard	Standard	Standard

Kreativität – Kombimethoden Walt-Disney-Methode

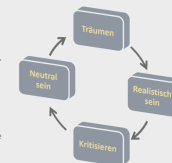
Beruh auf der Idee-Idee
von de Bono.

Die Teilnehmer:innen sitzen hier
auf verschiedenen „Stühlen“
für unterschiedliche Aspekte.
Danach setzen sie sich auf andere Stühle.

Ursprüngliche Rollen:

- die träumende Person
- die realistische Person
- die kritische Person

Zusätzlich wird gerne auch noch die Rolle
• die neutrale Person
verwendet.



5. Personal-Consulting
6. Sanierungs-Consulting

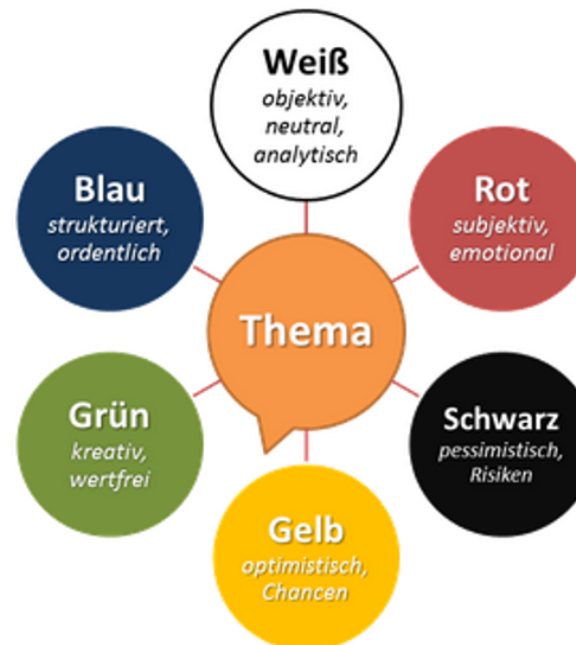
Nachbetrachtung vorige Vorlesung

Kreativität – Kombimethoden Die 6 Denkhüte von de Bono

Die 6 „Hüte“ stehen für sechs verschiedene Sichtweisen, aus denen heraus ein Thema betrachtet werden kann.

Die Reihenfolge der Hüte wird vorher festgelegt, der blaue Hut wird oft als letzter verwendet.

Alle Teilnehmer:innen betrachten ein Thema abwechselnd mit der gleichen Perspektive.



Technischer Vertrieb

ist prinzipiell ergebnisoffen und
Produkte und Dienstleistungen zu

Person verkauft vorzugsweise
klärungsbedürftige –
Dienstleistungen ihres

Tätigkeiten

Leitender Geschäftsprozesse
Marktanalysen
Optimierungspotenzialen
Anfragen und Präsentationen Ihrer
Ideen und Vorschläge
Konkrete Lösungsansätze oder Ideen
Entwickeln
Umsetzung der neuen Ansätze
Ergebnisse

Arbeitsbereiche

Management-Consulting
Marketing-Consulting
Produkt-Consulting
Personal-Consulting
Strategie-Consulting

Nachbetrachtung vorige Vorlesung

Kreativität – Kombimethoden Walt-Disney-Methode

Beruh auf der Hüte-Idee von de Bono.

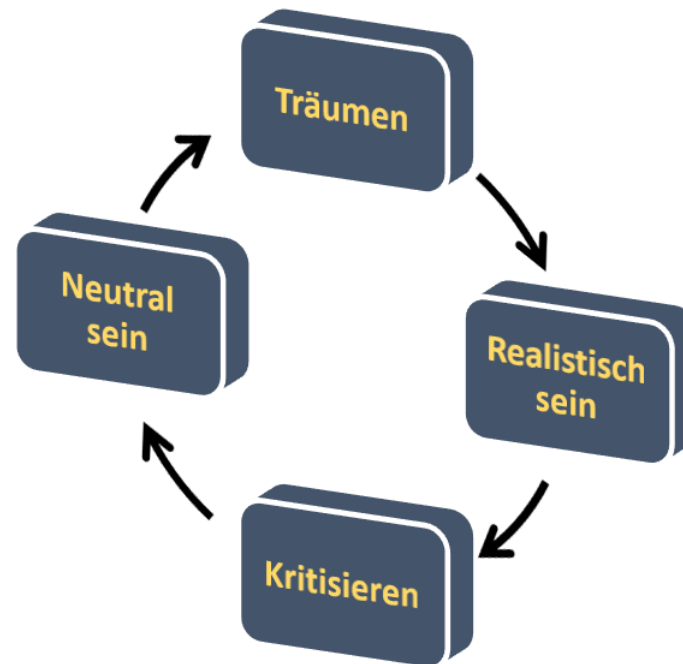
Die Teilnehmer:innen sitzen hier auf verschiedenen „Stühlen“ für unterschiedliche Aspekte. Danach setzen sie sich auf andere Stühle.

Ursprüngliche Rollen:

- **die träumende Person**
- **die realistische Person**
- **die kritische Person**

Zusätzlich wird gerne auch noch die Rolle

- **die neutrale Person** verwendet.



Technischer Vertrieb

vollständig offen und
Dienstleistungen zu

auf vorzugsweise
bedürftige –
Anfragen ihres

Arbeitszeiten

Geschäftsprozesse
analysieren
Anwendungspotenzialen
Präsentationen Ihrer
Anlagen
Lösungsansätze oder Ideen

Umsetzung der neuen Ansätze
Ergebnisse

Bereiche

Consulting

Marketing
Consulting
Consulting
Consulting

Nachbetrachtung vorige Vorlesung

Consulting vs Technischer Vertrieb

- Ein **Consultant** ist prinzipiell ergebnisoffen und konfiguriert Produkte und Dienstleistungen zu Lösungen
- Eine **Vertriebsperson** verkauft vorzugsweise – in der Regel erklärungsbedürftige – Produkte und Dienstleistungen ihres Unternehmens.

Nachbetrachtung vorige Vorlesung

Aufgaben und Tätigkeiten

- Analysieren bestehender Geschäftsprozesse
- Durchführen von Marktanalysen
- Identifizieren von Optimierungspotenzialen
- Erstellen von Berichten und Präsentationen Ihrer Beobachtungen und Vorschläge
- Entwickeln individueller Lösungsansätze oder Ideen für das Unternehmen
- Unterstützen bei der Umsetzung der neuen Ansätze
- Bewerten der Geschäftsergebnisse



g vs Technischer Vertrieb

ant ist prinzipiell ergebnisoffen und
Produkte und Dienstleistungen zu

bsperson verkauft vorzugsweise
gel erklärungsbedürftige –
nd Dienstleistungen ihres
ens.

und Tätigkeiten

bestehender Geschäftsprozesse
n von Marktanalysen
n von Optimierungspotenzialen
n Berichten und Präsentationen Ihrer
gen und Vorschläge
individueller Lösungsansätze oder Ideen
ernehmen
n bei der Umsetzung der neuen Ansätze
er Geschäftsergebnisse

ulting-Bereiche

ndungs-Consulting
onsulting
er-Consulting
tegie-Consulting
onal-Consulting
erungs-Consulting

Nachbetrachtung vorige Vorlesung

Consulting-Bereiche

1. Gründungs-Consulting
2. IT-Consulting
3. Steuer-Consulting
4. Strategie-Consulting
5. Personal-Consulting
6. Sanierungs-Consulting

Methoden

Ende

den

al interpretieren,
tupiert jeder Wert aus einer Zeile mit
allen anderen Zeilen kombiniert werden.

Person	Alter	Sex	Haar
Person 1	25	weiblich	blond
Person 2	30	männlich	schwarz
Person 3	28	weiblich	brun
Person 4	35	männlich	schwarz
Person 5	22	weiblich	blond
Person 6	32	männlich	schwarz
Person 7	27	weiblich	brun
Person 8	38	männlich	schwarz
Person 9	24	weiblich	blond
Person 10	33	männlich	schwarz

Methoden

Methoden

Methoden

Consulting vs Technischer Vertrieb

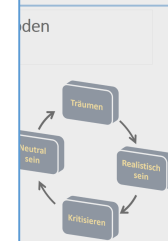
- Ein **Consultant** ist prinzipiell ergebnisoffen und konfiguriert Produkte und Dienstleistungen zu Lösungen
- Eine **Vertriebsperson** verkauft vorzugsweise – in der Regel erklärungsbedürftige – Produkte und Dienstleistungen ihres Unternehmens.

Aufgaben und Tätigkeiten

- Analysieren bestehender Geschäftsprozesse
- Durchführen von Marktanalysen
- Identifizieren von Optimierungspotenzialen
- Erstellen von Berichten und Präsentationen Ihrer Beobachtungen und Vorschläge
- Entwickeln individueller Lösungsansätze oder Ideen für das Unternehmen
- Unterstützen bei der Umsetzung der neuen Ansätze
- Bewerten der Geschäftsergebnisse

Consulting-Bereiche

1. Gründungs-Consulting
2. IT-Consulting
3. Steuer-Consulting
4. Strategie-Consulting
5. Personal-Consulting
6. Sanierungs-Consulting



Nachbetrachtung vorige Vorlesung

Kreativität – Intuitive Methoden

- Brainstorming
- Methode 635
- Mindmap
- Metaplan-Methode

Kreativität – Intuitive Methoden Methode 635

- 6 Teilnehmer:innen
- jeweils 3 initiale Ideen
- 5 Versuche, die initialen Ideen weiterzuentwickeln

6 (Teilnehmer:innen)
x
3 (Spalten) x
5 (Runden)
= 6 x 3 x 5 = 108



Kreativität – Intuitive Methoden Metaplan-Methode

1. Frage stellen
2. Kartenauffrage
3. Ggf. Auswahl und Sortierung nach Wichtigkeit
4. Einsammeln und aufhängen
5. Clustern
6. Ergänzung und Kritik
7. Ggf. Bewertung



Kreativität – Intuitive Methoden Metaplan-Methode

1. Frage stellen
2. Kartenauffrage
3. Ggf. Auswahl und Sortierung nach Wichtigkeit
4. Einsammeln und aufhängen
5. Clustern
6. Ergänzung und Kritik
7. Ggf. Bewertung

Auf Packpapier notieren (oder vorbereitete Tafel einsetzen)
Auf Karten schreiben
Falls es zu viele Karten gibt
Unsortiert aufhängen, dabei Karteninhalt laut vorlesen
Gruppierung der Karten, Überschriften zu den Clustern finden, Mehrfachnennungen übereinander hängen, offene nicht clusterbare Punkte separat hängen
„Was fehlt?“ Vorlesen durch Gruppe und evtl. Konkretisierung von Karteninhalten, Ergänzungen, Unwichtiges ggf. weghängen
Punkte kleben

Kreativität – Diskursive Methoden

- Osborn-Checkliste
- Morphologischer Kasten

Kreativität – Diskursive Methoden Morphologischer Kasten am Beispiel Bonbon-Gebinde

3. Parameter-Ausprägungen finden

Bitte die Tabelle nicht vertikal interpretieren.
Im nächsten Schritt darf prinzipiell jeder Wert aus einer Zeile mit jedem beliebigen Wert aus allen anderen Zeilen kombiniert werden.

Parameter	Material	Form	Farbe	Größe	Verpackung	Preis	Verpackung	Verpackung
Material	Alufolie	Alufolie	Alufolie	Alufolie	Alufolie	Alufolie	Alufolie	Alufolie
Form	Kugelform	Kugelform	Kugelform	Kugelform	Kugelform	Kugelform	Kugelform	Kugelform
Farbe	Blau	Blau	Blau	Blau	Blau	Blau	Blau	Blau
Größe	klein	klein	klein	klein	klein	klein	klein	klein
Verpackung	Alufolie	Alufolie	Alufolie	Alufolie	Alufolie	Alufolie	Alufolie	Alufolie
Preis	10 g	10 g	10 g	10 g	10 g	10 g	10 g	10 g

Kreativität – Diskursive Methoden Morphologischer Kasten am Beispiel Bonbon-Gebinde

3. Parameter-Ausprägungen finden

Bitte die Tabelle nicht vertikal interpretieren.
Im nächsten Schritt darf prinzipiell jeder Wert aus einer Zeile mit jedem beliebigen Wert aus allen anderen Zeilen kombiniert werden.

Parameter	Material	Form	Farbe	Größe	Verpackung	Preis	Verpackung	Verpackung
Material	Alufolie	Alufolie	Alufolie	Alufolie	Alufolie	Alufolie	Alufolie	Alufolie
Form	Kugelform	Kugelform	Kugelform	Kugelform	Kugelform	Kugelform	Kugelform	Kugelform
Farbe	Blau	Blau	Blau	Blau	Blau	Blau	Blau	Blau
Größe	klein	klein	klein	klein	klein	klein	klein	klein
Verpackung	Alufolie	Alufolie	Alufolie	Alufolie	Alufolie	Alufolie	Alufolie	Alufolie
Preis	10 g	10 g	10 g	10 g	10 g	10 g	10 g	10 g

Kreativität – Diskursive Methoden Morphologischer Kasten am Beispiel Bonbon-Gebinde

3. Parameter-Ausprägungen finden

Bitte die Tabelle nicht vertikal interpretieren.
Im nächsten Schritt darf prinzipiell jeder Wert aus einer Zeile mit jedem beliebigen Wert aus allen anderen Zeilen kombiniert werden.

Parameter	Material	Form	Farbe	Größe	Verpackung	Preis	Verpackung	Verpackung
Material	Alufolie	Alufolie	Alufolie	Alufolie	Alufolie	Alufolie	Alufolie	Alufolie
Form	Kugelform	Kugelform	Kugelform	Kugelform	Kugelform	Kugelform	Kugelform	Kugelform
Farbe	Blau	Blau	Blau	Blau	Blau	Blau	Blau	Blau
Größe	klein	klein	klein	klein	klein	klein	klein	klein
Verpackung	Alufolie	Alufolie	Alufolie	Alufolie	Alufolie	Alufolie	Alufolie	Alufolie
Preis	10 g	10 g	10 g	10 g	10 g	10 g	10 g	10 g

Kreativität – Kombimethoden

- Die 6 Denkhüte von de Bono
- Walt-Disney-Methode

Kreativität – Kombimethoden Die 6 Denkhüte von de Bono

Die 6 „Hüte“ stehen für sechs verschiedene Sichtweisen, aus denen heraus ein Thema betrachtet werden kann.

Die Reihenfolge der Hüte wird vorher festgelegt, der blaue Hut wird oft als letzter verwendet.

Alle Teilnehmer:innen betrachten ein Thema abwechselnd mit der gleichen Perspektive.



Kreativität – Kombimethoden Walt-Disney-Methode

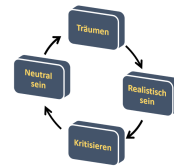
Beruhet auf der Hüte-Idee von de Bono.

Die Teilnehmer:innen sitzen hier für verschiedenen „Sichtweisen“ für unterschiedliche Aspekte. Danach setzen sie sich auf andere Stühle.

- Ursprüngliche Rollen:
- die träumende Person
 - die realistische Person
 - die kritische Person

Zusätzlich wird gerne auch noch die Rolle

- die neutrale Person verwendet.



Consulting vs Technischer Vertrieb

- Ein **Consultant** ist prinzipiell ergebnisoffen und konfiguriert Produkte und Dienstleistungen zu Lösungen
- Eine **Vertriebsperson** verkauft vorzugsweise – in der Regel erklärungsbedürftige – Produkte und Dienstleistungen ihres Unternehmens.

Aufgaben und Tätigkeiten

- Analysieren bestehender Geschäftsprozesse
- Durchführen von Marktanalysen
- Identifizieren von Optimierungspotenzialen
- Erstellen von Berichten und Präsentationen Ihrer Beobachtungen und Vorschläge
- Entwickeln individueller Lösungsansätze oder Ideen für das Unternehmen
- Unterstützen bei der Umsetzung der neuen Ansätze
- Bewerten der Geschäftsergebnisse

Consulting-Bereiche

1. Gründungs-Consulting
2. IT-Consulting
3. Steuer-Consulting
4. Strategie-Consulting
5. Personal-Consulting
6. Sanierungs-Consulting

Agenda

Agenda

Nachbetrachtung vorige Vorlesung

Verhandlungsführung *MHB10*

- Spiel 1

Semesterbegleitende Team-Arbeit

Verhandlungsführung – Spiel 1

Spielidee:

Zwei Verhandlungsführer:innen verhandeln einen Verhandlungsgegenstand.

Vorgehensweise:

Zeit	Vorgehen	Raum 1	Raum 2
	1. Es werden zwei Verhandlungsführer:innen (VF_A, VF_B) bestimmt.	Alle im Plenum	
0:00	2. VF_A und VF_B begeben sich in zwei verschiedene Gruppenräume (VF_A Raum 1, VF_B Raum 2). Der Kurs teilt sich möglichst hälftig auf und folgt VF_A bzw. VF_B in deren Räume.	VF_A TN_A	VF_B TN_B
0:02	3. Ich statte beiden Räumen (nacheinander) einen kurzen Besuch ab und erkläre den Verhandlungsgegenstand und die jeweilige Verhandlungsposition.	VF_A TN_A	VF_B TN_B
0:02	3.A Besuch bei VF_A in Raum 1.	VF_A TN_A <i>ich</i>	VF_B TN_B
0:04	3.B Besuch bei VF_B in Raum 2.	VF_A TN_A	VF_B TN_B <i>ich</i>
0:06	4. In den folgenden ca. 10 Minuten haben die VFs gemeinsam mit den folgenden Kurs-TN Gelegenheit, Argumente für ihre Verhandlungsposition zu sammeln.	VF_A TN_A	VF_B TN_B
0:16	5. Alle begeben sich in den Hauptraum. Die VFs verhandeln. Alle anderen TN sind Spielbeobachter:innen und verhalten sich bitte leise (ebenso wie ich).	Alle im Plenum	
0:30	6. Die Verhandlung wird nach 14 Minuten beendet.	Alle im Plenum	
0:40	7. Am Ende des Spieles gibt es Gelegenheit für Feedback.		

Zeit	Vorgehen	Raum 1	Raum 2
	1. Es werden zwei Verhandlungsführer:innen (VF_A, VF_B) bestimmt.	Alle im Plenum	
0:00	2. VF_A und VF_B begeben sich in zwei verschiedene Gruppenräume (VF_A Raum 1, VF_B Raum 2). Der Kurs teilt sich möglichst hälftig auf und folgt VF_A bzw. VF_B in deren Räume.	VF_A TN_A	VF_B TN_B
0:02	3. Ich statte beiden Räumen (nacheinander) einen kurzen Besuch ab und erkläre den Verhandlungsgegenstand und die jeweilige Verhandlungsposition.	VF_A TN_A	VF_B TN_B
0:02	3.A Besuch bei VF_A in Raum 1.	VF_A TN_A <i>ich</i>	VF_B TN_B
0:04	3.B Besuch bei VF_B in Raum 2.	VF_A TN_A	VF_B TN_B <i>ich</i>
0:06	4. In den folgenden ca. 10 Minuten haben die VFs gemeinsam mit den folgenden Kurs-TN Gelegenheit, Argumente für ihre Verhandlungsposition zu sammeln.	VF_A TN_A	VF_B TN_B
0:16	5. Alle begeben sich in den Hauptraum. Die VFs verhandeln. Alle anderen TN sind Spielbeobachter:innen und verhalten sich bitte leise (ebenso wie ich).	Alle im Plenum	
0:30	6. Die Verhandlung wird nach 14 Minuten beendet.	Alle im Plenum	
0:40	7. Am Ende des Spieles gibt es Gelegenheit für Feedback.		

Agenda

Agenda

Nachbetrachtung vorige Vorlesung

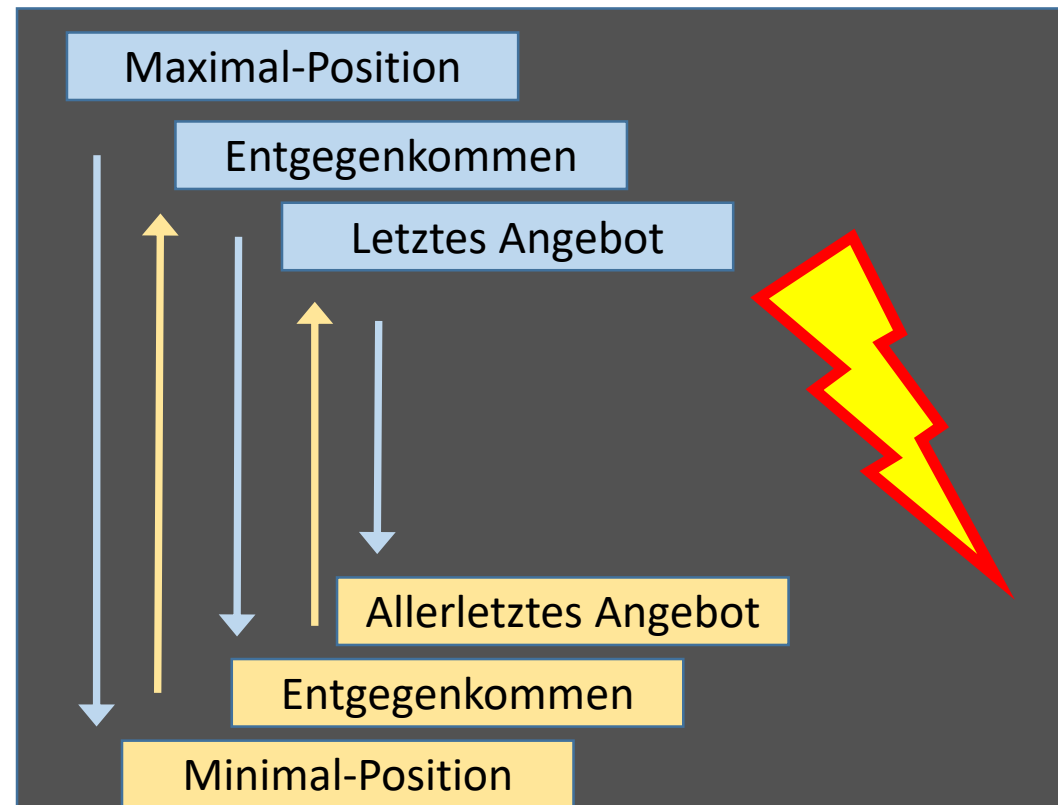
Verhandlungsführung *MHB10*

- Spiel 1
- ➔ • Das Harvard-Prinzip

Semesterbegleitende Team-Arbeit

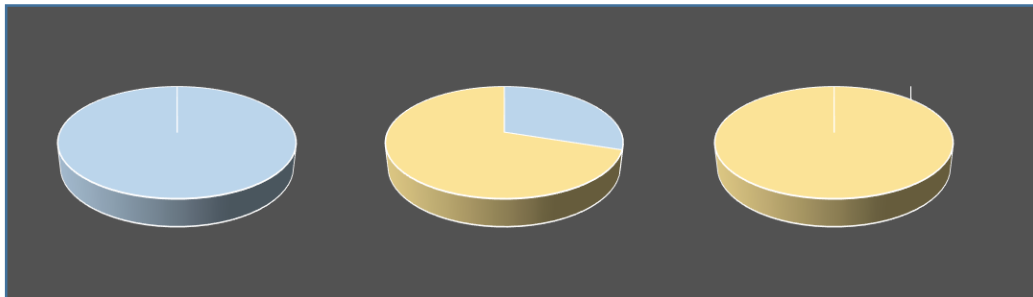
Das Harvard-Prinzip

Bei Verhandlungen besteht das Risiko, dass diese nicht erfolgreich abgeschlossen werden.



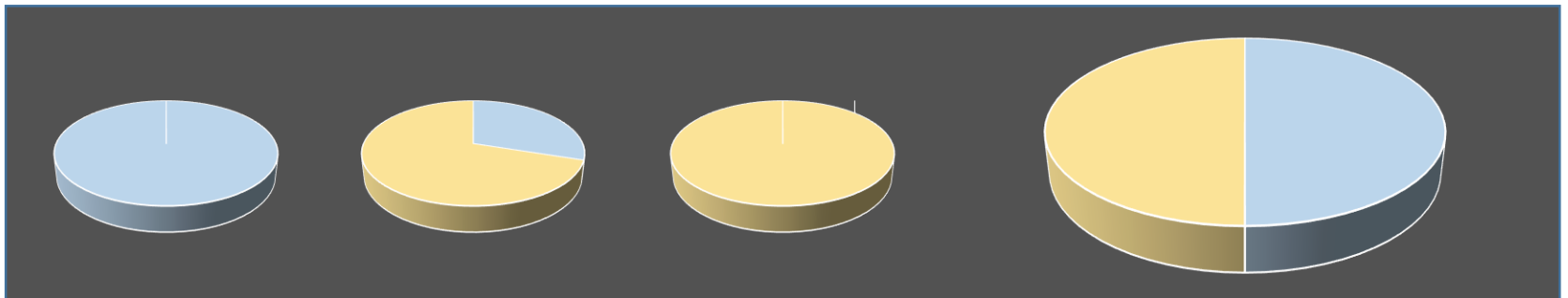
Das Harvard-Prinzip

Bei vielen Formen der Verhandlungsführung kann der Eindruck entstehen, dass es darum geht, einen möglichst großen Anteil vom Kuchen zu bekommen.



Das Harvard-Prinzip

Beim Harvard-Prinzip wird versucht, statt einer schwierigen, evtl. unfairen Verteilung eine Win-Win-Situation zu erzeugen.



Das Harvard-Prinzip – 5 Prinzipien

1. Trennung von Mensch und Problem
2. Fokus auf Interessen und Bedürfnissen statt auf Positionen
3. Entwickeln von Optionen
4. Festlegen objektiver Kriterien
5. Erarbeiten von BATNA

1. Trennung von Mensch und Problem
2. Fokus auf Interessen und Bedürfnissen statt auf Positionen
3. Entwickeln von Optionen
4. Festlegen objektiver Kriterien
5. Erarbeiten von BATNA

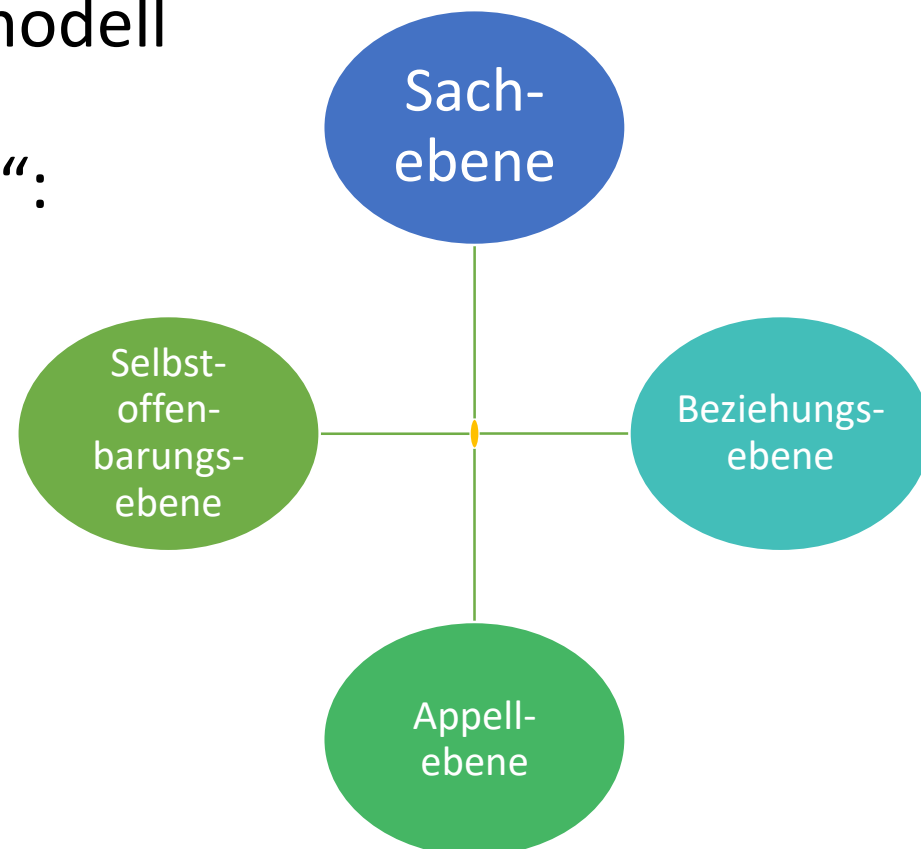
Das Harvard-Prinzip – 5 Prinzipien

1. Trennung von Mensch und Problem

Reduktion der Verhandlung auf die **Sachebene**

vgl. auch Kommunikationsmodell
von Schulz von Thun,
„Vier Seiten einer Botschaft“:

- **Sachebene**
- Beziehungsebene
- Appellebene
- Selbstoffenbarungsebene



1. Trennung von Mensch und Problem
2. Fokus auf Interessen und Bedürfnissen statt auf Positionen
3. Entwickeln von Optionen
4. Festlegen objektiver Kriterien
5. Erarbeiten von BATNA

Das Harvard-Prinzip – 5 Prinzipien

1. Trennung von Mensch und Problem

Mehr zu den „Vier Seiten einer Botschaft“ weiß am besten das Original:

<https://www.schulz-von-thun.de/die-modelle/das-kommunikationsquadrat>

Empfehlenswerte Bücher zu dem Thema

Miteinander reden 1 - Störungen und Klärungen: Allgemeine Psychologie der Kommunikation

Miteinander reden 2 - Stile, Werte und Persönlichkeitsentwicklung: Differentielle Psychologie der Kommunikation

und noch weitere:

<https://www.schulz-von-thun.de/veroeffentlichungen/miteinander-reden>

- Selbstoffenbarungsebene

Appell-
ebene

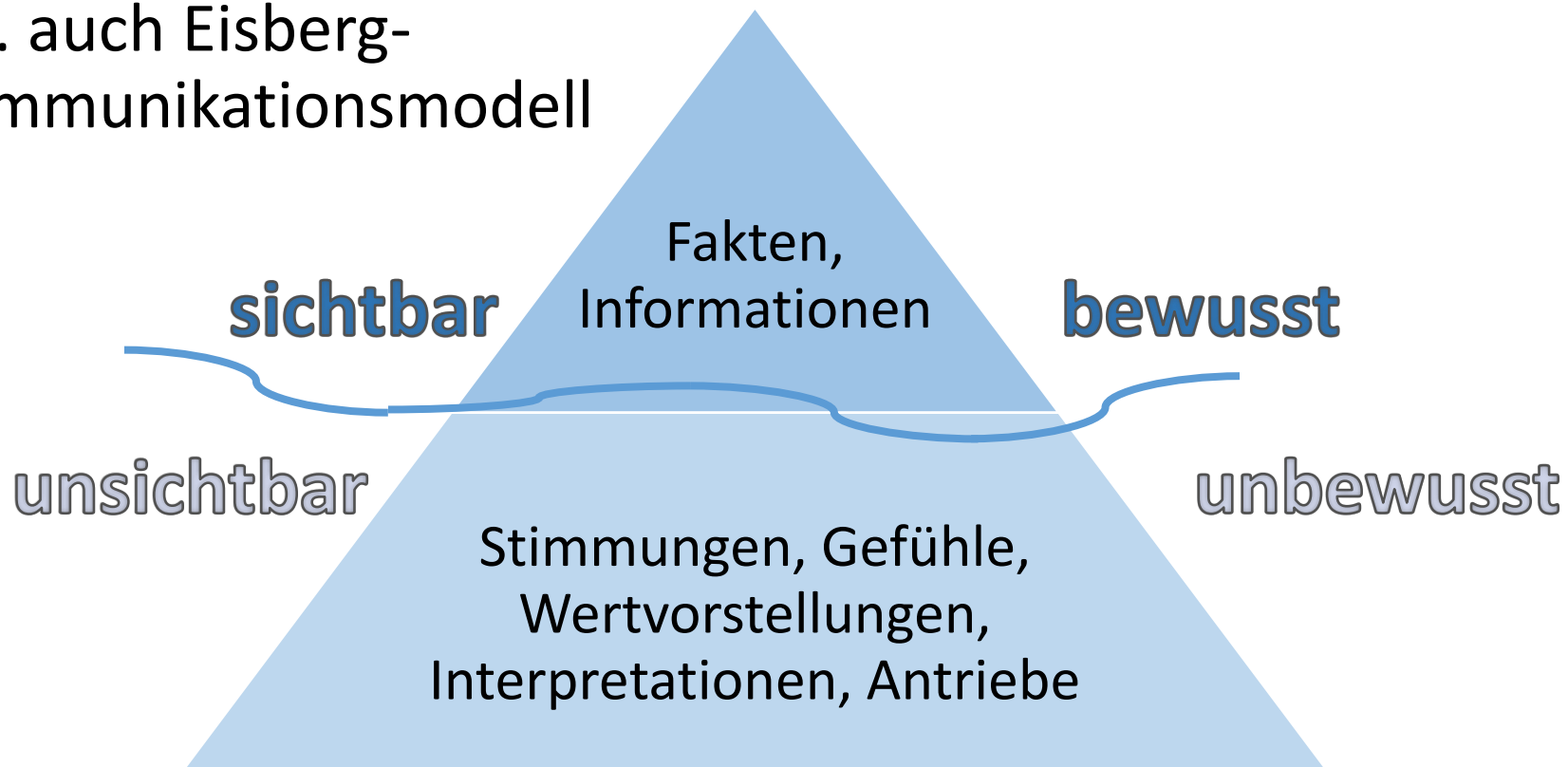
1. Trennung von Mensch und Problem
2. Fokus auf Interessen und Bedürfnissen statt auf Positionen
3. Entwickeln von Optionen
4. Festlegen objektiver Kriterien
5. Erarbeiten von BATNA

Das Harvard-Prinzip – 5 Prinzipien

1. Trennung von Mensch und Problem

Reduktion der Verhandlung auf die **Sachebene**

vgl. auch Eisberg-Kommunikationsmodell



1. Trennung von Mensch und Sache
2. Fokus auf Interessen und Bedürfnissen statt auf Positionen
3. Entwickeln von Optionen
4. Festlegen objektiver Kriterien
5. Erarbeiten von BATNA

Das Harvard-Prinzip – 5 Prinzipien

2. Interessen und Bedürfnisse

Es wird nach dem „Warum?“ hinter den Positionen gefragt, also nach den zugrunde liegenden Interessen und Bedürfnissen.

=> Orangen-Beispiel

Das Beispiel ist beschrieben in der unten angegebenen Quelle.

1. Trennung von Mensch und Problem
2. Fokus auf Interessen und Bedürfnissen statt auf Positionen
3. Entwickeln von Optionen
4. Festlegen objektiver Kriterien
5. Erarbeiten von BATNA

Das Harvard-Prinzip – 5 Prinzipien

3. Entwickeln von Optionen

Aufgrund der erkannten Interessen wird versucht, Lösungen zu finden, die **im Interesse beider Verhandlungsparteien** sind.

Wenn dies gelingt, selbst wenn beiden Seiten nicht ihr Maximal-Ziel erreichen, wird hier von

Win-Win-Situationen

gesprochen, weil der Lösungsraum Vorschläge enthält, die die Interessen beider Seiten berücksichtigen.

1. Trennung von Mensch und Problem
2. Fokus auf Interessen und Bedürfnissen statt auf Positionen
3. Entwickeln von Optionen
4. Festlegen objektiver Kriterien
5. Erarbeiten von BATNA

Das Harvard-Prinzip – 5 Prinzipien

4. Objektive Kriterien

Festlegen von Kriterien, die eine **Beurteilung / Bewertung** des Verhandlungsergebnisses erlauben:

- Einhalten von Gesetzen oder Vorschriften
- Präzedenzfälle
- Branchenüblichkeit
- Qualitätsstandards

1. Trennung von Mensch und Problem
2. Fokus auf Interessen und Bedürfnissen statt auf Positionen
3. Entwickeln von Optionen
4. Festlegen objektiver Kriterien
5. Erarbeiten von BATNA

Das Harvard-Prinzip – 5 Prinzipien

5. Erarbeitung von BATNA

BATNA

best alternative to a negotiated agreement

Was ist die beste Alternative, wenn die Verhandlung **scheitert** oder **nicht stattfindet**?

Anders ausgedrückt: Wie sieht der **Plan B** aus?

1. Trennung von Mensch und Problem
2. Fokus auf Interessen und Bedürfnissen statt auf Positionen
3. Entwickeln von Optionen
4. Festlegen objektiver Kriterien
5. Erarbeiten von BATNA

Das Harvard-Prinzip – 5 Prinzipien

5. Erarbeitung von BATNA

Es ist wichtig, seine eigene BATNA zu kennen.

Es ist wichtig, sich über die BATNA der anderen Verhandlungspartei Gedanken zu machen.

Es ist selten ratsam, die eigene BATNA preiszugeben.

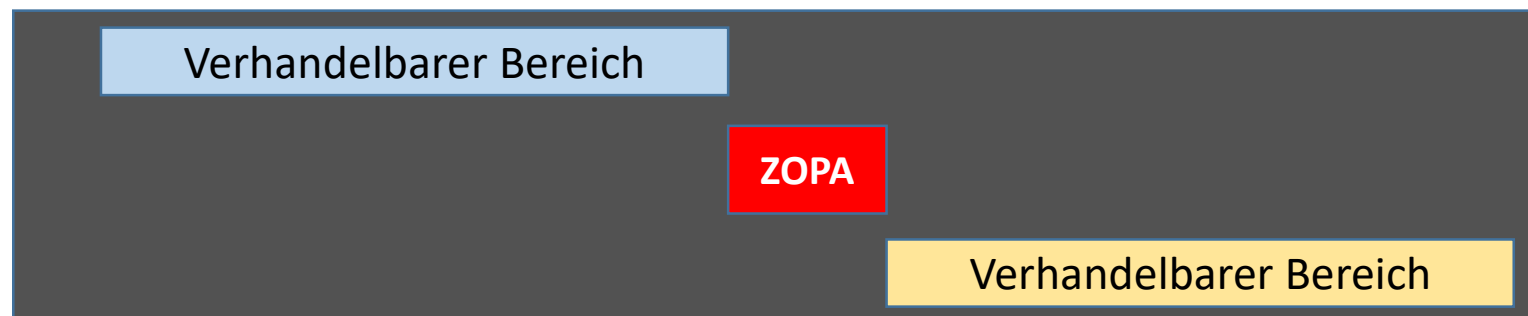
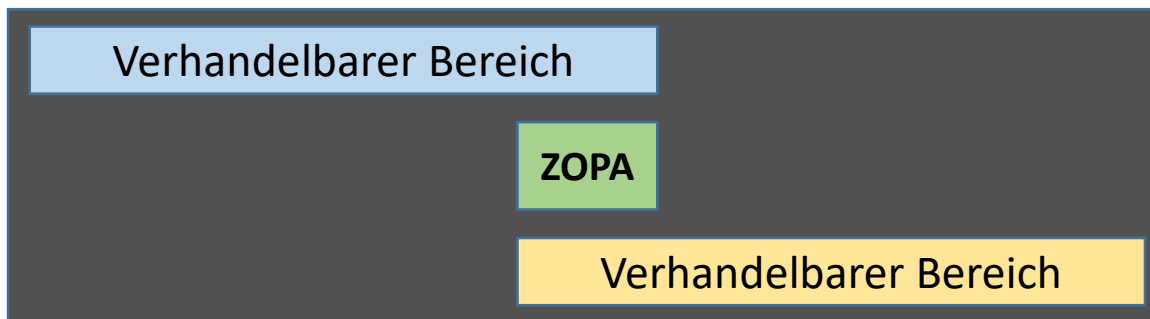
1. Trennung von Mensch und Problem
2. Fokus auf Interessen und Bedürfnissen statt auf Positionen
3. Entwickeln von Optionen
4. Festlegen objektiver Kriterien
5. Erarbeiten von BATNA

Das Harvard-Prinzip – 5 Prinzipien

5. Erarbeitung von BATNA

ZOPA

zone of potential agreement



Das Harvard-Prinzip – 5 Prinzipien

1. Trennung von Mensch und Problem
2. Fokus auf Interessen und Bedürfnissen statt auf Positionen
3. Entwickeln von Optionen
4. Festlegen objektiver Kriterien
5. Erarbeiten von BATNA

Agenda

Agenda

Nachbetrachtung vorige Vorlesung

Verhandlungsführung *MHB10*

- Spiel 1
- Das Harvard-Prinzip
- ➔ • Spiel 2

Semesterbegleitende Team-Arbeit

Verhandlungsführung – Spiel 2

Spielidee:

Zwei Verhandlungsführer:innen verhandeln einen Verhandlungsgegenstand.

Vorgehensweise:

Zeit	Vorgehen	Raum 1	Raum 2
	1. Es werden zwei Verhandlungsführer:innen (VF_C, VF_D) bestimmt.	Alle im Plenum	
0:00	2. VF_C und VF_D begeben sich in zwei verschiedene Gruppenräume (VF_C Raum 1, VF_D Raum 2). Der Kurs teilt sich möglichst häufig auf und folgt VF_C bzw. VF_D in deren Räume.	VF_C TN_C	VF_D TN_D
0:02	3. Ich statte beiden Räumen (nacheinander) einen kurzen Besuch ab und erkläre den Verhandlungsgegenstand und die jeweilige Verhandlungsposition.	VF_C TN_C	VF_D TN_D
0:02	3.A Besuch bei VF_C in Raum 1.	VF_C TN_C <i>ich</i>	VF_D TN_D
0:04	3.B Besuch bei VF_D in Raum 2.	VF_C TN_C	VF_D TN_D <i>ich</i>
0:06	4. In den folgenden ca. 15 Minuten haben die VFs gemeinsam mit den folgenden Kurs-TN Gelegenheit, Argumente für ihre Verhandlungsposition zu sammeln. Hierbei wird versucht, die eigenen Interessen und die vermuteten Interessen der anderen Partei zu identifizieren. Außerdem wird die eigene BATNA als auch gegenüber vermutete BATNA herausgearbeitet.	VF_C TN_C	VF_D TN_D
0:21	5. Alle begeben sich in den Hauptraum. Die VFs verhandeln. Dabei hinterfragen und offenbaren sie ihre Interessen. Es wird versucht, Win-Win-Optionen zu identifizieren. Außerdem wird versucht, objektive Kriterien für die Beurteilung einer Verhandlungslösung zu definieren. Alle anderen TN sind Spielbeobachter:innen und verhalten sich bitte leise (ebenso wie ich).	Alle im Plenum	
0:40	6. Die Verhandlung wird nach 19 Minuten beendet.	Alle im Plenum	
0:55	7. Am Ende des Spieles gibt es Gelegenheit für Feedback.		

Zeit	Vorgehen	Raum 1	Raum 2
	1. Es werden zwei Verhandlungsführer:innen (VF_C, VF_D) bestimmt.	Alle im Plenum	
0:00	2. VF_C und VF_D begeben sich in zwei verschiedene Gruppenräume (VF_C Raum 1, VF_D Raum 2). Der Kurs teilt sich möglichst hälftig auf und folgt VF_C bzw. VF_D in deren Räume.	VF_C TN_C	VF_D TN_D
0:02	3. Ich statte beiden Räumen (nacheinander) einen kurzen Besuch ab und erkläre den Verhandlungsgegenstand und die jeweilige Verhandlungsposition.	VF_C TN_C	VF_D TN_D
0:02	3.A Besuch bei VF_C in Raum 1.	VF_C TN_C <i>ich</i>	VF_D TN_D
0:04	3.B Besuch bei VF_D in Raum 2.	VF_C TN_C	VF_D TN_D <i>ich</i>
0:06	4. In den folgenden ca. 15 Minuten haben die VFs gemeinsam mit den folgenden Kurs-TN Gelegenheit, Argumente für ihre Verhandlungsposition zu sammeln. Hierbei wird versucht, die eigenen Interessen und die vermuteten Interessen der anderen Partei zu identifizieren. Außerdem wird die eigene BATNA als auch gegenüber vermutete BATNA herausgearbeitet.	VF_C TN_C	VF_D TN_D
0:21	5. Alle begeben sich in den Hauptraum. Die VFs verhandeln. Dabei hinterfragen und offenbaren sie ihre Interessen. Es wird versucht, Win-Win-Optionen zu identifizieren. Außerdem wird versucht, objektive Kriterien für die Beurteilung einer Verhandlungslösung zu definieren. Alle anderen TN sind Spielbeobachter:innen und verhalten sich bitte leise (ebenso wie ich).	Alle im Plenum	
0:40	6. Die Verhandlung wird nach 19 Minuten beendet.	Alle im Plenum	
0:55	7. Am Ende des Spieles gibt es Gelegenheit für Feedback.		

Zeit	Vorgehen	Raum 1	Raum 2
	1. Es werden zwei Verhandlungsführer:innen (VF_C, VF_D) bestimmt.	Alle im Plenum	
0:00	2. VF_C und VF_D begeben sich in zwei verschiedene Gruppenräume (VF_C Raum 1, VF_D Raum 2). Der Kurs teilt sich möglichst hälftig auf und folgt VF_C bzw. VF_D in deren Räume.	VF_C TN_C	VF_D TN_D
0:02	3. Ich statte beiden Räumen (nacheinander) einen kurzen Besuch ab und erkläre den Verhandlungsgegenstand und die jeweilige Verhandlungsposition.	VF_C TN_C	VF_D TN_D
0:02	3.A Besuch bei VF_C in Raum 1.	VF_C	VF_D
0:04	3.B Besuch bei VF_D in Raum 2.		
0:06	4. In den folgenden ca. 15 Minuten haben die VFs gemeinsam mit den folgenden Kurs-TN Gelegenheit, Argumente für ihre Verhandlungsposition zu sammeln . Hierbei wird versucht, die eigenen Interessen und die vermuteten Interessen der anderen Partei zu identifizieren. Außerdem wird die eigene BATNA als auch gegenüber vermutete BATNA herausgearbeitet.	<p>4. In den folgenden ca. 15 Minuten haben die VFs gemeinsam mit den folgenden Kurs-TN Gelegenheit, Argumente für ihre Verhandlungsposition zu sammeln. Hierbei wird versucht, die eigenen Interessen und die vermuteten Interessen der anderen Partei zu identifizieren. Außerdem wird die eigene BATNA als auch gegenüber vermutete BATNA herausgearbeitet.</p>	
0:21	5. Alle begeben sich in den Hauptraum. Die VFs verhandeln . Dabei hinterfragen und offenbaren sie ihre Interessen. Es wird versucht, Win-Win-Optionen zu identifizieren. Außerdem wird versucht, objektive Kriterien für die Beurteilung einer Verhandlungslösung zu definieren. Alle anderen TN sind Spielbeobachter:innen und verhalten sich bitte leise (ebenso wie ich).	<p>5. Alle begeben sich in den Hauptraum. Die VFs verhandeln. Dabei hinterfragen und offenbaren sie ihre Interessen. Es wird versucht, Win-Win-Optionen zu identifizieren. Außerdem wird versucht, objektive Kriterien für die Beurteilung einer Verhandlungslösung zu definieren. Alle anderen TN sind Spielbeobachter:innen und verhalten sich bitte leise (ebenso wie ich).</p>	
0:40	6. Die Verhandlung wird nach 19 Minuten beendet .	Alle im Plenum	
0:55	7. Am Ende des Spieles gibt es Gelegenheit für Feedback .		

Agenda

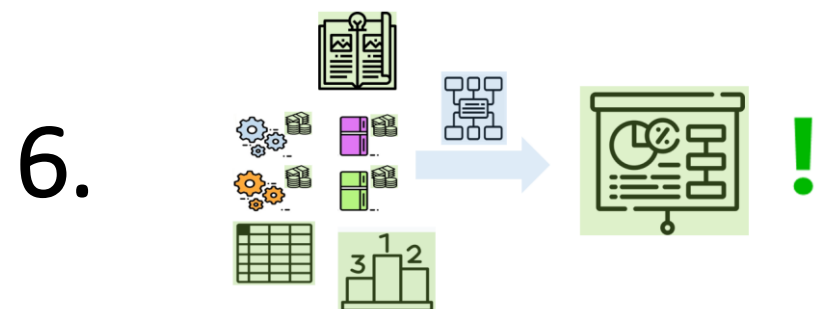
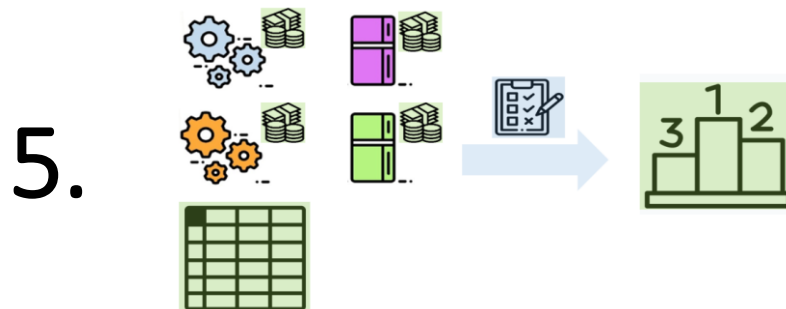
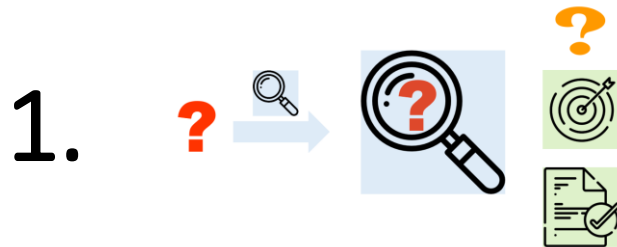
Agenda

Nachbetrachtung vorige Vorlesung

Verhandlungsführung *MHB10*

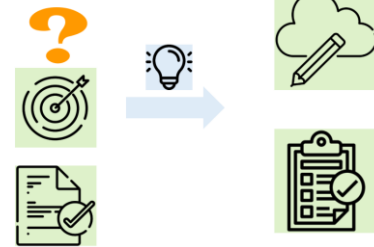
Semesterbegleitende Team-Arbeit

Gesamt-Übersicht Praxis-Arbeit



Semesterbegleitende Team-Arbeit

Zweite Hauptaufgabe „Kreativität“



1. **Wendet** bitte **mindestens zwei** Kreativitätsmethoden auf Euer Thema bei der Lösungssuche **an**.
2. **Beschreibt** bitte die **drei** Euch am **wichtigsten** erscheinenden **Ideen**, die Ihr dabei gefunden habt. Mit welcher Methode habt Ihr sie gefunden?
3. **Benennt** bitte für die von Euch verwendeten Methoden jeweils mindestens **einen Nutzen** und **einen Nachteil**.

Semesterbegleitende Team-Arbeit

Zweite Hauptaufgabe „Kreativität“



4. Beschreibt Euer Lösungskonzept für das Szenario so knapp wie möglich. Benennt bitte möglichst viele der nachfolgenden Aspekte:

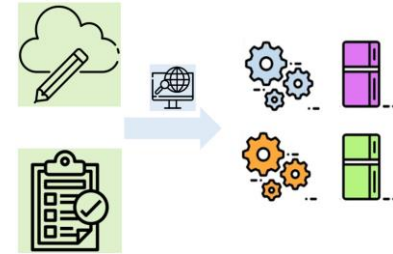
Welche Produkte und Dienstleistungen haltet Ihr für sinnvoll?

Betrachtet hierzu bitte die Aspekte

- Vorbereitung der Einführung (z.B. durch ein Projekt)
- Betrieb der Lösung

Semesterbegleitende Team-Arbeit

Dritte Hauptaufgabe „Recherche“



1. Recherchiert bitte nach Produkten und Dienstleistungen, die zu Eurem Lösungskonzept passen.
2. Versucht bei den **Produkten *jeweils mindestens drei Ausprägungen*** zu finden.
3. Falls die Recherche nach **Dienstleistungen** zu schwierig ist, etwa weil Angebote eingeholt werden müssten, dürft Ihr **Annahmen** über Aufwände (Kosten, Personalbedarf) und Zeitbedarf (etwa Lieferfristen, Ausführungsdauer) treffen.

Agenda

Agenda

Nachbetrachtung vorige Vorlesung

Verhandlungsführung *MHB10*

Semesterbegleitende Team-Arbeit

Terminübersicht

1	02.10.2023	09:00-12:15	Einführung
2	09.10.2023	09:00-12:15	Probleme, Ziele, Anforderungen
3	16.10.2023	09:00-12:15	Anforderungsmanagement
4	23.10.2023	09:00-12:15	Kreativität
5	30.10.2023	09:00-12:15	Kreativität, Consulting
6	06.11.2023	09:00-12:15	Verhandlungsführung
7	13.11.2023	09:00-12:15	Kosten, Nutzwertanalyse
8	20.11.2023	09:00-12:15	Präsentieren, Akquise
9	27.11.2023	09:00-12:15	Consulting vs Technischer Vertrieb, Führung
10	04.12.2023	09:00-12:15	Konflikte, Distribution, Strateg. Planung, Industr. Kaufprozess
11	11.12.2023	09:00-12:15	Präsentationen, Lessons learned
Klausur	18.12.2023	09:00-11:00	Aber: Klausur Recht 40minütig

Bildernachweis



https://www.flaticon.com/de/kostenloses-icon/strategie_6633540

Strategie Icons erstellt von Freepik – Flaticon: <https://www.flaticon.com/de/kostenlose-icons/strategie>



https://www.flaticon.com/de/kostenloses-icon/shopping-store_9280891

Handel und einkaufen Icons erstellt von chehuna – Flaticon:

<https://www.flaticon.com/de/kostenlose-icons/handel-und-einkaufen>