



Wie tickt der Handel? Erfolgreich verhandeln mit B2B-Kunden

05.03.2026

Sämtliche im Rahmen dieser Unterlage verwandten Firmennamen, Logos, Marken, Markenzeichen, eingetragenen Markenzeichen sowie Produkte, Produktbilder und Warenzeichen sind alleiniges Eigentum der entsprechenden Firmen und dienen rein zu illustrativen Zwecken.

Das Projekt wird im Auftrag des Sächsischen Landesamtes für Umwelt, Landwirtschaft und Geologie realisiert und finanziert mit Mitteln des Bundes aus dem STARK-Programm sowie durch Steuermittel auf Grundlage des vom Sächsischen Landtag beschlossenen Haushaltes.

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



**ZUKUNFTSMARKT
REGIONAL**

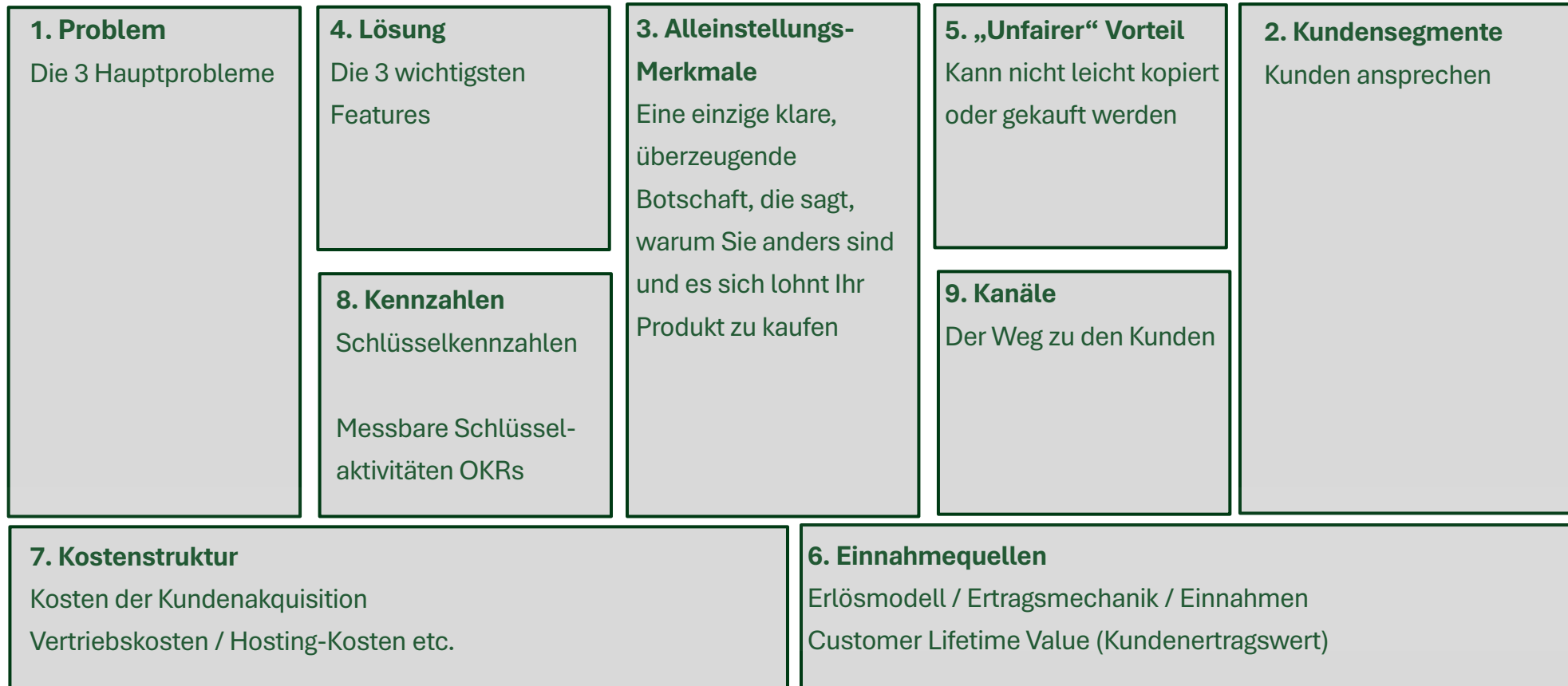
LEBENSMITTEL ERFOLGREICH
IN DER REGION LEIPZIG VERMARKTEN

Inhalt

- Analyse des Geschäftsmodells des Kunden
- Business Model Canvas
- Nutzung von KI

Analyse des Geschäftsmodells des B2B-Kunden

Ziel: Ihr wollt ihm später ein zielgerichtetes Angebot aus eurem Produktportfolio machen und dafür einen höheren Preis erzielen.



Kompetenzen als Verhandler...

Ein weites Feld...

	bestimmt	mäßig flexibel	flexibel
in hohem Maße persönlich	DOMINANZ Sie überzeugen, erzwingen Zustimmung oder leisten Widerstand	FEILSCHEN Sie suchen Möglichkeiten, um sich auf halbem Weg zu einigen, schließen Kompromisse oder schrittweise Einigungen	ZUSAMMENARBEIT Sie suchen nach Problemlösungen, um verschiedene Sichtweisen miteinander zu kombinieren
mäßig persönlich	BESCHWICHTIGEN Sie akzeptieren einseitig Ähnlichkeiten und spielen Differenzen herunter	KOEXISTENZ Sie finden gemeinsam eine Basis auf der beide Seiten ihre unterschiedlichen Positionen beibehalten können	FREISTELLEN Sie grenzen einen Konflikt-Punkt ab, der eine schnelle Einigung notwendig macht und kommen darauf später zurück
unpersönlich	AUFRECHTERHALTEN Sie vermeiden einseitig die Auseinandersetzung über Differenzen und zögern eine Fortsetzung der Verhandlung hinaus	SPIELREGELN Sie legen gemeinsam objektive Regeln fest, die bestimmen, wie Differenzen gehandhabt werden sollen	NACHGEBEN Sie setzen, den Sichtweisen der anderen Partei keinen Widerstand entgegen

Zeilen: Intensität der Interaktion | Spalten: Flexibilität des Standpunktes

Kompetenzen als Verhandler...

Ein weites Feld...

Grundlagen komplexer Verhandlungen

- Komplexität in Verhandlungssituationen
- Die Bedeutung der Einstellung zu Meinungsverschiedenheiten und Konflikten

Kommunikation im Verhandlungsprozess

- Worauf es beim Verhandeln ankommt
- Verhandeln nach «innen» und «außen»
- Kommunikationspsychologische Grundlagen
- Nutzung der wirkungsvollen Klassiker

Verhandlungsstrategie

- Die Merkmale erfolgreicher Strategien des Verhandeln
- Verhandlungsstrategien flexibilisieren

Überzeugend verhandeln

- Verhandeln in Teams
- Erkennen von Persönlichkeiten und Rollen der Verhandlungspartner

Typologien erfolgreicher Verhandler

- Gegensätze in Wahrnehmung und Entscheidung bei Verhandlern erkennen
- Um die eigenen Präferenzen wissen und nutzen

Wirkungsvolle Rollen in Verhandlungen

- Simple Good Guy – Bad Guy – Spiele durchbrechen
- Flexibilität und Intensität als Stellfaktoren in Verhandlungen

Psychologische Einflussmöglichkeiten erkennen und nutzen

- Aufbau und Entwicklung wirkungsvoller Performanz von Verhandlungsteams
- Die Psychologie des Verhandeln

Die Gesprächsführung

- Fragetechniken und Gesprächstechnik – argumentieren im Dialog
- Zuhören – fragen – argumentieren

Prozess-Schritte in Verhandlungssituationen

- Wege und Mittel, um via Verständlichkeit zu überzeugen
- Prozessschritte und Strukturen

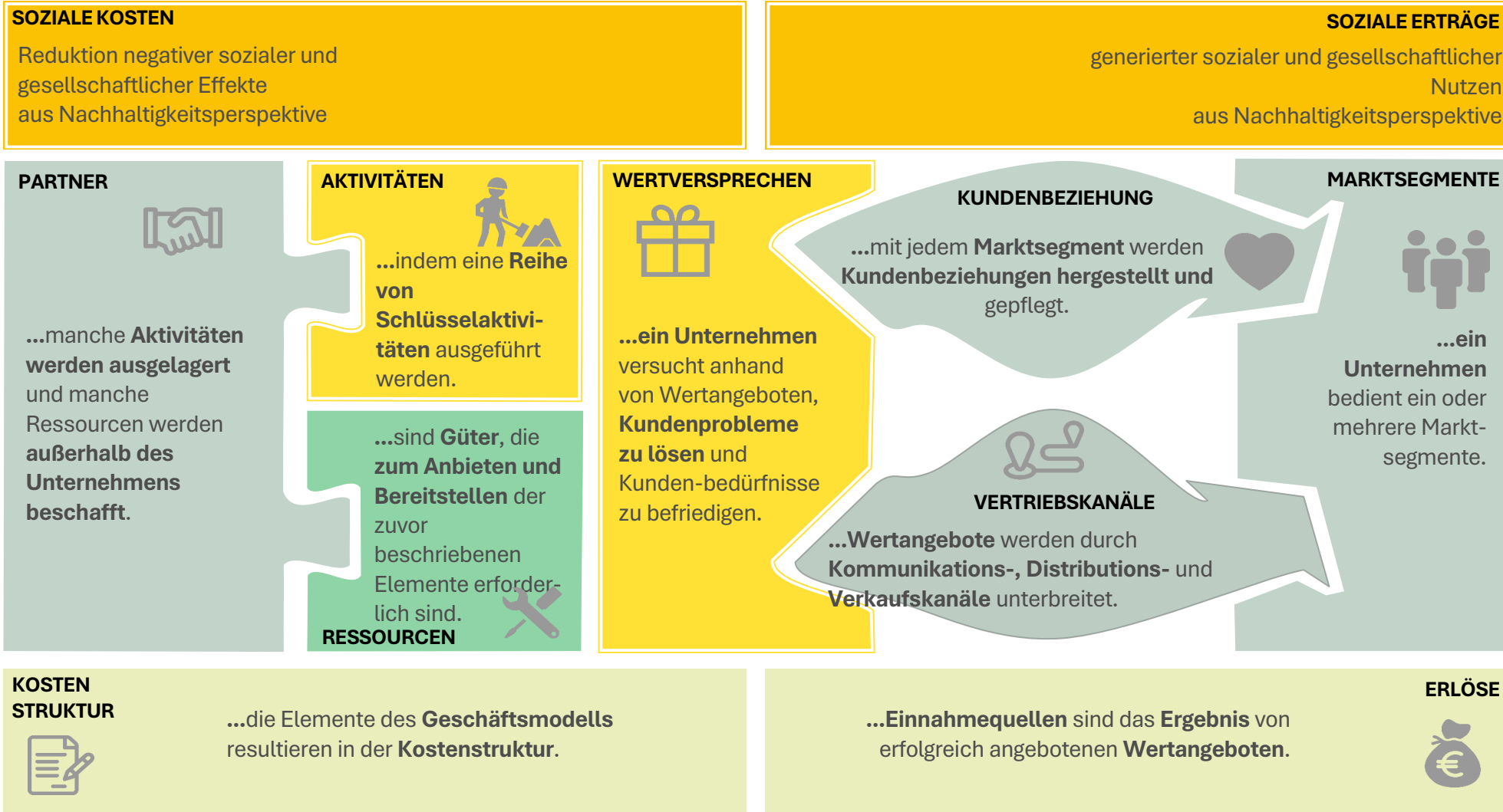
Argumentieren und kooperatives Verhandeln

- Entscheidungsmotive, Nutzenbegründungen, Interessenorientierung versus Positionsorientierung

Abschlüsse erzielen

- Zum Ende kommen, gemeinsame Lösungen verankern
- Massnahmen vereinbaren

Business Model Canvas



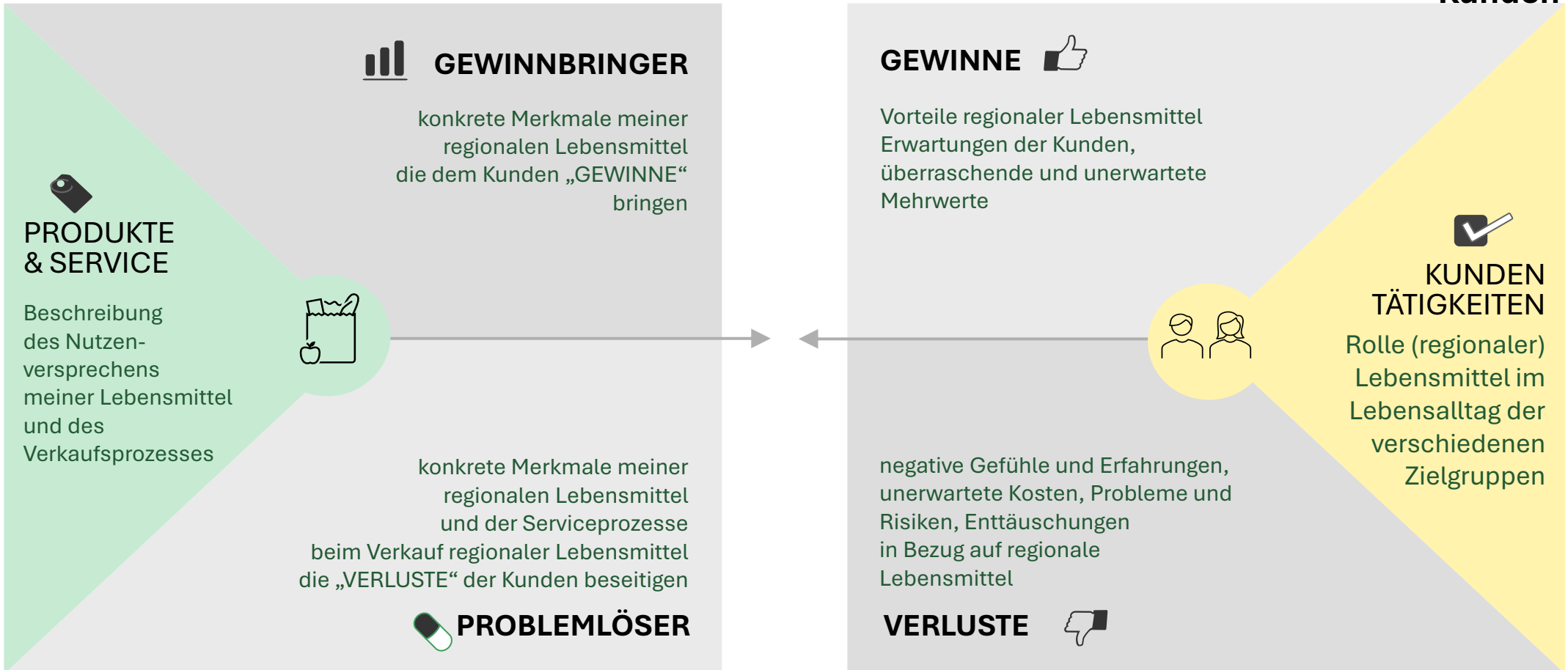
Quelle: <https://alexosterwalder.com/>

Den Kunden verstehen – Nutzenversprechen entwickeln

Ein **Nutzenversprechen (Value Proposition)** ist eine klare Aussage über den Nutzen bzw. Mehrwert, den ein Kunde durch die Nutzung der Produkte oder Services erlangt.

Produkt

Kunden



Künstliche Intelligenz

Wie kann ich KI-Modelle für meine Markenentwicklung nutzen?

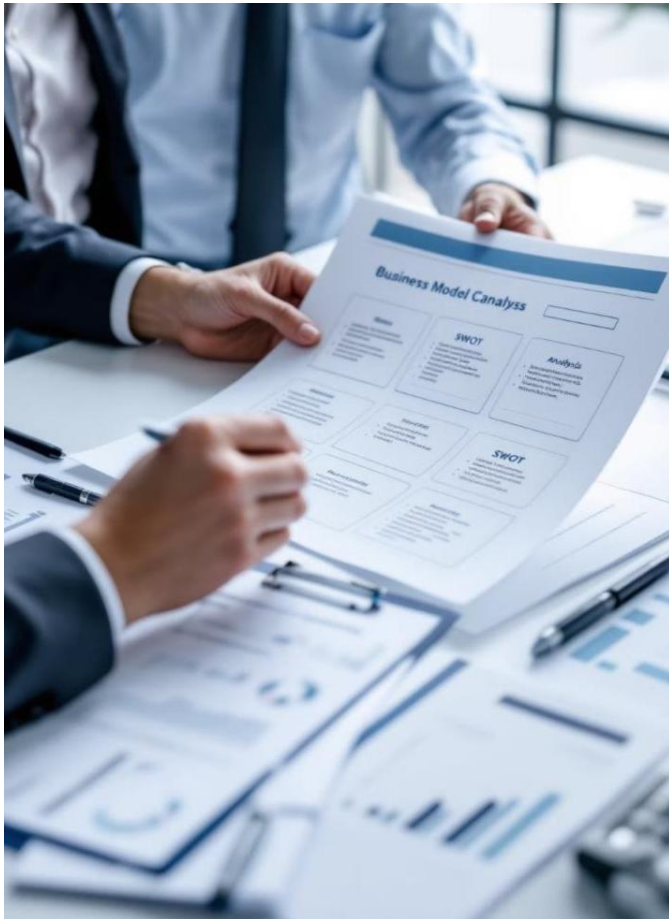
Wie nutze ich KI-Modelle für Agentur Briefing? Beispiel Kundenfokus Zielgruppen!



Künstliche Intelligenz

Wie kann ich KI-Modelle für meine Markenentwicklung nutzen?

Wie nutze ich KI-Modelle für Agentur Briefing? Beispiel Kundenfokus Zielgruppen!



Geschäftsmodell validieren Prompt

Du bist ein erfahrener Business-Analyst für Food-Startups. Analysiere folgendes Geschäftsmodell auf Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken (SWOT). Beurteile dabei:

1. den Kundennutzen,
2. die Umsatzstruktur,
3. das Wachstumspotenzial,
4. mögliche Eintrittsbarrieren.

Gib am Ende konkrete Empfehlungen zur Weiterentwicklung oder Validierung des Modells.

Geschäftsmodellbeschreibung:

Anwendungsbereich

Dieser Prompt hilft dir, dein Geschäftsmodell durch eine strukturierte SWOT-Analyse zu validieren und konkrete Handlungsempfehlungen zu erhalten.

Wettbewerbsanalyse mit KI

Marktforschung

Du bist ein Marktforscher mit Fokus auf Frühphasen-Startups. Führe eine Wettbewerbsanalyse für folgenden Markt durch: [z. B. pflanzenbasierte Brotaufstriche].

Wettbewerberanalyse

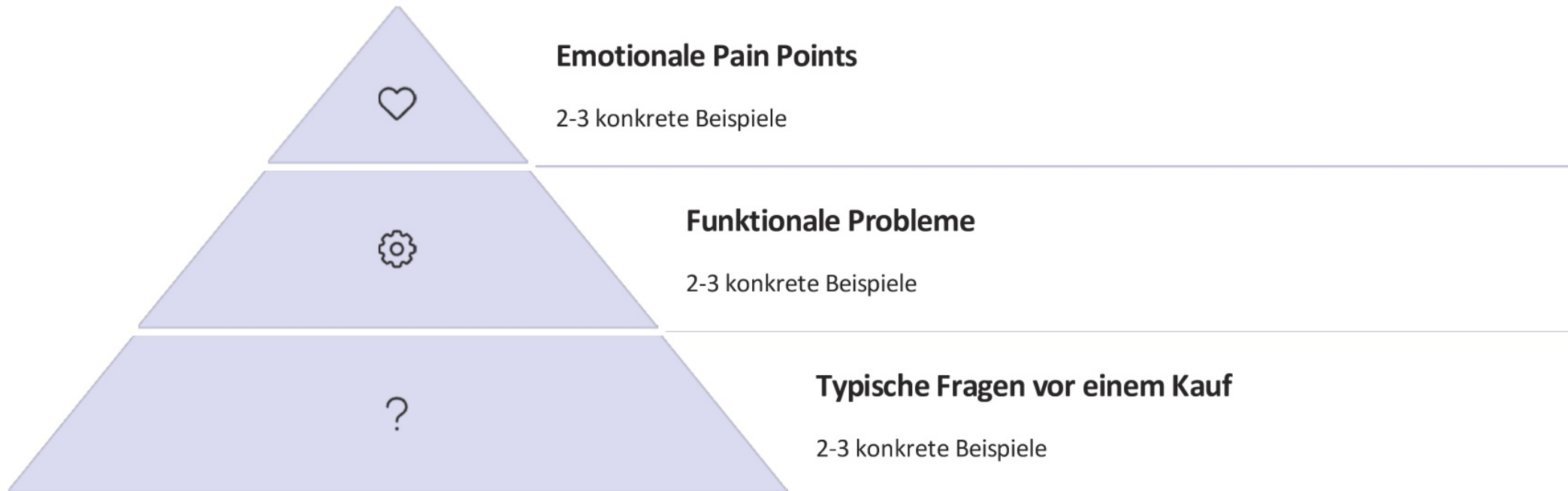
Gliedere deine Antwort in

1. direkte Wettbewerber,
2. indirekte Wettbewerber,
3. deren Preis- und Leistungsmodelle,
4. USPs pro Anbieter.

Strategieentwicklung

Zeige anhand dieser Analyse mögliche Differenzierungsstrategien und Markteintrittschancen auf.

Zielgruppenbedürfnisse verstehen



Analysiere die folgenden Zielgruppendaten, um Kernbedürfnisse, Pain Points und Motivationen zu identifizieren. Ziel ist es, ein klares Verständnis dafür zu bekommen, welche Probleme mein Produkt löst und wie ich es am besten positionieren kann.

Geschäftsmodell-Innovation



Analyse des aktuellen Modells

Prompt: „Du bist ein Experte für Business Model Innovation. Ich betreibe aktuell folgendes Geschäftsmodell: [Beschreibung]. Analysiere das Modell auf Innovationspotenzial.“

Alternative Geschäftsmodellansätze

Entwickle 3 alternative Geschäftsmodellansätze (z. B. Freemium, Plattformmodell, Abonnement, nutzungsbasierte Abrechnung).

Detaillierte Bewertung

Für jede Variante: Beschreibe das Modell, nenne Vor- und Nachteile, Zielgruppenfit und Skalierungsmöglichkeiten.

Neue Ideen auf Marktchancen prüfen

Aktuelle Marktentwicklung

Bewerte das Marktpotenzial folgender Geschäftsidee in Deutschland und im regionalen Markt Ostdeutschland.

Trends und regulatorische Hürden

Relevante Trends und regulatorische Hürden, die das Geschäftsmodell beeinflussen könnten.

Nachfrage und Zahlungsbereitschaft

Analyse der Nachfrage und Zahlungsbereitschaft der Zielgruppe.

Markteintrittsbarrieren

Identifikation möglicher Hindernisse beim Markteintritt.

Realistische Umsatzchancen

Einschätzung der realistischen Umsatzchancen im ersten Jahr.

Go-to-Market-Strategie entwickeln



Pre-Launch

Zielgruppenaufbau mit 2-3 konkreten Maßnahmen und Begründung.

Launch

Produkt- und Channel-Strategie mit 2-3 konkreten Maßnahmen und Begründung.

Post-Launch

Retention & Referrals mit 2-3 konkreten Maßnahmen und Begründung.

Prompt: „Du bist ein Growth-Experte für Food-Startups in der frühen Phase. Entwickle eine Go-to-Market-Strategie für folgendes Produkt: [Produktbeschreibung]. Zielgruppe: [Zielgruppe]. Ziel: Erste zahlende Nutzer:innen gewinnen.“

Marketingstrategie für die nächsten 90 Tage

Awareness

2-3 Taktiken mit Begründung für die Awareness-Phase.

Consideration

2-3 Taktiken mit Begründung für die Consideration-Phase.

Conversion

2-3 Taktiken mit Begründung für die Conversion-Phase.

Prompt: „Ich bin Gründer: in eines Startups im Bereich [die Food-Branche] und möchte in den nächsten 90 Tagen gezielt wachsen. Mein Produkt ist [kurze Beschreibung in 1–2 Sätzen], meine Zielgruppe sind [z. B. Zielgruppen im städtischen Umfeld, junge Familien].“

Leadmagnet-Ideen generieren

E-Books

Beschreibung des
Inhalts, Formats,
Nutzens und
Bewerbungsmöglichkeite
n.

Vorlagen

Beschreibung des
Inhalts, Formats,
Nutzens und
Bewerbungsmöglichkeite
n.

Checklisten

Beschreibung des
Inhalts, Formats,
Nutzens und
Bewerbungsmöglichkeite
n.

Tools

Beschreibung des
Inhalts, Formats,
Nutzens und
Bewerbungsmöglichkeite
n.

Prompt: „Ich bin auf der Suche nach einem Leadmagneten, um gezielt E-Mail-Adressen von potenziellen Kundinnen und Kunden zu sammeln. Mein Startup bietet [dein Produkt oder deine Dienstleistung] für [deine Zielgruppe] an. Entwickle 5 konkrete Ideen für Leadmagneten, die gut zu meinem Angebot passen und einen klaren Mehrwert bieten.“

Zielgruppenansprache auf den Punkt bringen

Value Proposition

„Ich möchte meine Value Proposition und mein Messaging für [b2c oder b2b Produkt oder Dienstleistung] verbessern. Zielgruppe sind [zu definieren]. Das Besondere an meinem Angebot ist: [USP oder Vorteil].“

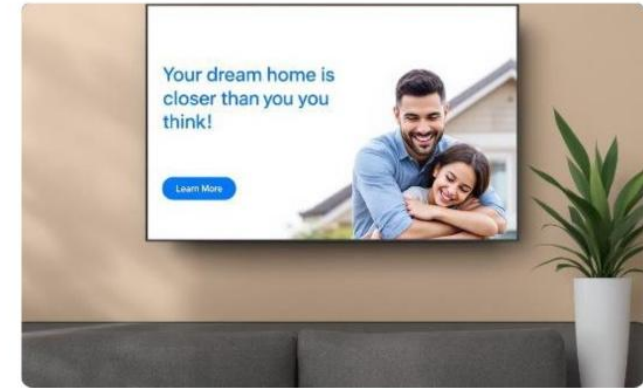
Überzeugende Beschreibung

Bitte hilf mir, daraus eine kurze, überzeugende Beschreibung zu formulieren, die emotional anspricht und verständlich ist – ideal für eine Landingpage oder einen Pitch.

Tonalitäts-Varianten

Bonus: Gib mir drei unterschiedliche Varianten für verschiedene Tonalitäten (z. B. seriös, locker, inspirierend).

Werbeanzeigen formulieren lassen



Anzeigenvarianten

Starke Headline

Kurzer Anzeigentext

Call-to-Action

Prompt: „Ich möchte Werbeanzeigen für mein Startup auf [Plattform z.B. LinkedIn, Meta oder Google Ads] erstellen. Mein Produkt ist [kurze Beschreibung], die Zielgruppe sind [z.B. Food-Enthusiasten, nachhaltigkeits-orientierte Millennials].“

Content-Serie mit KI entwickeln



Woche	Thema	Hook	Format	Ziel	Call-to-Action
Woche 1	Post 1	Hook-Beispiel	Karussell	Reichweite	Optional
Woche 1	Post 2	Hook-Beispiel	Text	Vertrauen	Optional
Woche 2-4	Weitere Posts	Hook-Beispiele	Verschiedene Formate	Verschiedene Ziele	Optional

SEO-Strategie aufbauen



Growth Hacks für kleine Teams



Growth Hacks

Umsetzbare Ideen mit großem Hebel

Budget

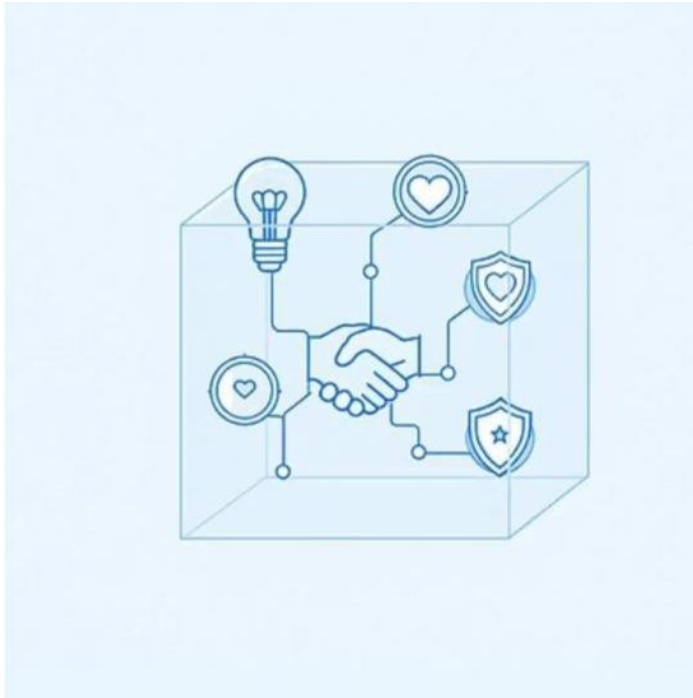
Kosteneffiziente Strategien

Ziele

Reichweite, Leads, Nutzeraktivierung

Prompt: „Ich leite ein kleines Food-Startup mit [Anzahl] Personen. Unser Budget für Marketing ist sehr begrenzt, aber wir möchten möglichst schnell mehr Sichtbarkeit und Traffic gewinnen. Branche: [dein Bereich]. Gib mir 5 umsetzbare Growth Hacks, die wenig kosten, aber einen großen Hebel haben. Für jeden Hack: Beschreibe die Idee, die Umsetzung in einfachen Schritten, die Kanäle, die du empfehlen würdest, und den voraussichtlichen Impact.“

Markenwerte in klare Leitlinien übersetzen



Markenidentität auf Basis bestehender Texte extrahieren



- 1. Stil und Tonalität**
Analyse des sprachlichen Stils und der Tonalität in den vorhandenen Texten.
- 2. Vermittelte Werte**
Identifikation der implizit kommunizierten Werte.
- 3. Zielgruppenansprache**
Analyse der Art und Weise, wie die Zielgruppe angesprochen wird.
- 4. Emotionalität und Authentizität**
Bewertung der emotionalen Komponenten und der Authentizität der Kommunikation.

Nutzung von KI

(Beyond LLM´s)

Marken-
interviews

- Interviews mit GF/MA
- Interviews mit Kunden

Markenkern

- Was macht uns aus?
- Was an uns ist besonders?

Marken-
botschaft

- Zentrale Botschaften
- Wirkung auf Zielkunden-Segment

Unser Angebot für Sie

→ **Seminare & Veranstaltungen**
für Wissen, Austausch und praktische Impulse

→ **Beratungsangebot**
zur konkreten Umsetzung Ihrer Ideen

→ **Kampagne**
das echte Bild der Landwirtschaft zeigen



Das Projekt wird im Auftrag des Sächsischen Landesamtes für Umwelt, Landwirtschaft und Geologie realisiert und finanziert mit Mitteln des Bundes aus dem STARK-Programm sowie durch Steuermittel auf Grundlage des vom Sächsischen Landtag beschlossenen Haushaltes.

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



**ZUKUNFTSMARKT
REGIONAL**

LEBENSMITTEL ERFOLGREICH
IN DER REGION LEIPZIG VERMARKTEN