Wieso Sie den «Anker-Effekt» kennen sollten

written by Christian Hafner | 5 April, 2024

Wieso Sie den «Anker-Effekt» kennen sollten

Wenn wir Zahlen beurteilen, kann ein entscheidungsverzerrender sog. Ankereffekt in Erscheinung treten. Dieser Effekt führt dazu, dass in Verhandlungen unsere Erfolgsbeurteilung stark von der ersten Preisnennung abhängt. Wer die erste Preisindikation aussprechen kann, hat deshalb oft einen verhandlungstechnischen Vorteil.

Wieso das so ist? Die Kognitionspsychologie lehrt uns, dass wir erste Begegnungen und Erfahrungen als zu wichtig für den weiteren Verlauf des Geschehens nehmen.

Bei Preisverhandlungen bedeutet das, dass der erste Betrag, welcher genannt wird, (zu) dominant in den weiteren Verhandlungen wird.

Wir können uns kaum dagegen wehren und verhandeln nur noch relativ zu diesem «Anker»-Preis.

Wer sich dem «Anker-Effekt» bewusst ist, kann Verhandlungsvorteile erzielen.

Praxis-Tipp:

Als Käufer sollten Sie einschätzen, wie stark sich der Verkäufer vom Preis in Ihrem unverbindlichen Angebot beeinflussen lässt.

Als Verkäufer sollten Sie einschätzen, wie stark sich die Kaufinteressenten von der eigenen (Preis-)Beurteilung beeinflussen lassen.

Bei Exklusivverhandlungen macht es als Verkäufer Sinn, die Angebotserwartung zu nennen.

Bei mehreren Bietern ist Zurückhaltung beim Verkäufer bezüglich Preiserwartung sinnvoll. Analysieren Sie zuerst die Bewertungen der Käufer.

Durch die Analyse der Bewertungsdifferenzen lernt die Verkäuferin die «Anker»

der Käufer kennen und kann ihre Verhandlungsstrategie danach ausrichten, resp. wenn sich unüberbrückbare Bewertungsdifferenzen abzeichnen, gar nicht erst verhandeln oder den Prozess vollständig neu ausrichten.