





**Souverän argumentieren statt
rechtfertigen**

**Einwandbehandlung im
Fahrradhandel**

VSF Tagung Leipzig, 2025

 Zeit gewinnen

 Sicher auftreten

 Kunden begeistern

Wer wir sind...

Die Auto-, Motorrad-, Fahrrad- und Caravan-Spezialisten im Aftersales

Seit über 20 Jahren Experte in:

- ✓ Beratung & Coaching
- ✓ Training & Akademie
- ✓ Konzepte & Entwicklung
- ✓ Service- & Verkaufs-Analysen
- ✓ Mystery Shopping



Standort Bad Camberg

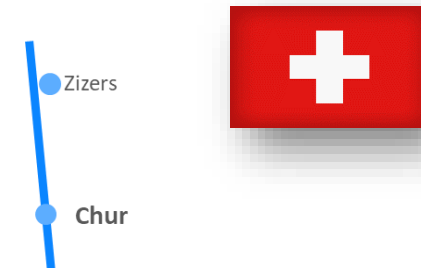


Das zeichnet uns aus:

- 🏆 Höchster Qualitätsanspruch
- 🔧 Praxisnah
- 👍 Hohe Akzeptanz im Handel
- ⊕ Maximal flexibel
- 🤝 Hochqualifizierte Experten
- 🔍 Tiefe Markt- und Markenkenntnisse



Standort Zizers



Was ist das Ziel?



- ✓ Was ist ein Einwand?
- ✓ Einwände in 5 Schritten lösen
- ✓ Übung
- ✓ Spezialfall Preiseinwand
- ✓ Schluss-Impuls und Zusammenfassung

In 5 Schritten Kunden überzeugen

Was ist ein Einwand?



Ein **Einwand** ist eine **kritische Bemerkung** oder ein **Einwurf**, mit dem jemand **Bedenken, Zweifel** oder **Widerspruch** gegen etwas äußert – zum Beispiel gegen eine Meinung, einen Vorschlag oder ein Angebot.

Einfach gesagt:

Ein Einwand ist, wenn jemand sagt: „*Ich bin nicht ganz einverstanden, weil ...*“

Charakter: Zukunftsorientiert, noch kein Schaden oder negatives Erlebnis eingetreten.

Umsetzung in der Praxis:



Potenzial für eine hohe Kundenzufriedenheit:



In 5 Schritten Kunden überzeugen

Aktives zuhören und Verständnis zeigen

1

WORAUF ES ANKOMMT:

- ✓ Genau zuhören
- ✓ Den Einwand ernst nehmen
- ✓ Einwände nicht übergehen!
- ✓ **Ziel:** Kunde fühlt sich gehört, nicht abgefertigt
- ✓ **Verständnissatz:** langsam und deutlich!
- ✓ Verständnis muss authentisch sein

- ✓ Passende Formulierungen:
 - „Das ist ein wichtiger Punkt!“
 - „Danke für Ihren Hinweis!“
 - „Ich verstehe Sie!“
 - „Gut, dass Sie das ansprechen!“
 - „Danke für Ihre Offenheit!“



„Der Kostenvoranschlag für die E-Bike-Inspektion erscheint mir ehrlich gesagt sehr hoch...“

„Danke, dass Sie das ansprechen, Herr Müller! Offene Fragen zum Preis bzw. zu den Kosten kläre ich gerne mit Ihnen.“



In 5 Schritten Kunden überzeugen

Einwand konkretisieren und klären

2

WORAUF ES ANKOMMT:

- ✓ Dieser Schritt ist nicht immer relevant
- ✓ Was genau stört den Kunden?
- ✓ Ist es ein Missverständnis, eine emotionale Reaktion oder ein Sachproblem?
- ✓ **Ziel:** Den Einwand greifbar machen, bevor man reagiert
 - „Was genau meinen Sie?“
 - „Im Verhältnis wozu...?“
 - „Habe ich Sie richtig verstanden, dass...!“
(Paraphrasieren)

„Darf ich fragen, was genau Ihnen zu teuer erscheint, Herr Müller?“



„Mir erscheint der Gesamtpreis einfach zu hoch.“




In 5 Schritten Kunden überzeugen

Hintergründe erklären


3

WORAUF ES ANKOMMT:

- ✓ Klare, ehrliche Informationen liefern
- ✓ Nicht defensiv wirken
- ✓ Keine Schuldzuweisungen! Immer lösungsorientiert bleiben
- ✓ **Ziel:** Transparenz schafft Vertrauen.



„Bei der Inspektion prüfen und justieren wir über 40 sicherheitsrelevante Punkte am Rad – Bremsanlage, Antrieb, Schaltung, Lager, Akku- und Motorprüfung beim E-Bike etc.“



„Ach so, das war mir ehrlich gesagt nicht bewusst!“


In 5 Schritten Kunden überzeugen

Lösung und Nutzen erläutern

4

WORAUF ES ANKOMMT:

- ✓ Nutzen und Mehrwert herausstellen
- ✓ Immer eine Option anbieten – auch wenn es keine perfekte ist
- ✓ Bereitschaft zeigen, sich zu kümmern
- ✓ Kein finanzieller Nachlass!
- ✓ **Ziel:** Kunde merkt: *„Ich werde nicht allein gelassen.“*



„Damit stellen wir sicher, dass Ihr Rad zuverlässig läuft, Sie Pannen vermeiden und die Lebensdauer der Komponenten deutlich höher ist. Und Sie haben wieder ein perfekt eingestelltes Fahrgefühl.“



„Das klingt plausibel und nachvollziehbar“

In 5 Schritten Kunden überzeugen

Kontrollfrage stellen

5

WORAUF ES ANKOMMT:

- ✓ Kunde muss mit Erklärung einverstanden sein
- ✓ **Ziel:** alles ist ausreichend beantwortet
- ✓ Zeichen der Wertschätzung
- ✓ Eher eine geschlossene Frage nutzen (Ja/Nein)

- ✓ Ggf. noch einen Satz in Richtung Vertrauensaufbau platzieren:
 - „Ich bleibe für Sie dran...“
 - „Wir tun alles, was in unseren Möglichkeiten liegt...“



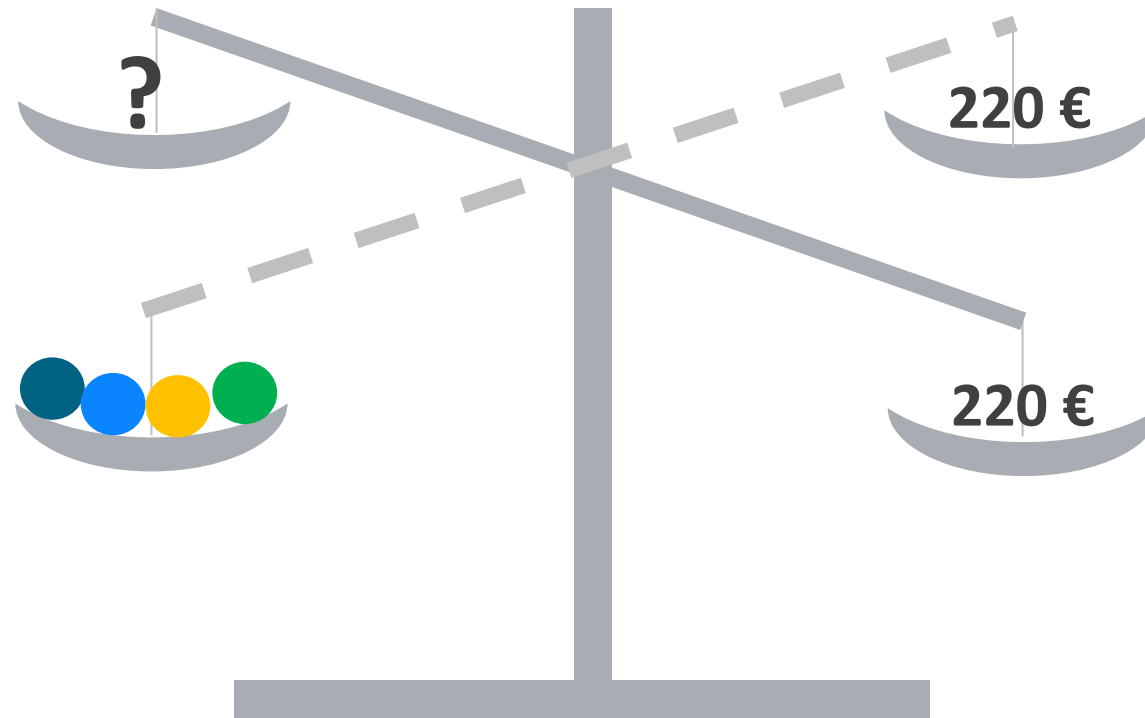
„Habe ich Ihre Fragen zu den Leistungen vollständig beantworten können?“

„Ja! Danke, dass Sie mir das noch einmal genau erklärt haben! Ich lasse alles machen.“



Spezialfall Preiseinwände

Die Preis-Nutzen-Waage – bitte keine Sättel mehr verkaufen!



**Nur durch eine aktive Nutzen-Argumentation wird die
Preiswahrnehmung abgefedert!**

In 5 Schritten Kunden überzeugen

Tipps zur nachhaltigen Umsetzung



- ✔ Die **Zahl** möglicher Einwände ist überschaubar!
- ✔ Sich auf die wenigen, wiederholenden Einwände einstellen
- ✔ Einwandgespräche im **Team** üben
- ✔ **Feedback** nach tatsächlichen Kundengesprächen geben
- ✔ Die **Einstellung** bestimmt unser Verhalten! Je sicherer ihr auftrittet, desto weniger Einwände sind zu erwarten!
- ✔ Durch **Prozessanpassungen** Einwände zukünftig reduzieren

In 5 Schritten Kunden überzeugen

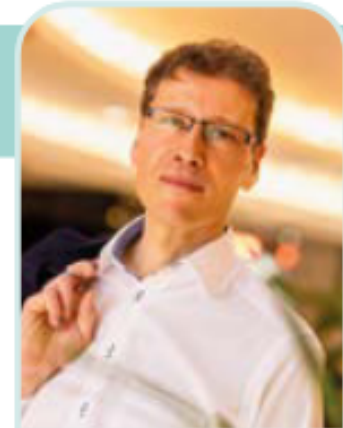
Vertiefung

Kommunikationstraining Aufbau – Professionell reagieren in schwierigen Gesprächssituationen

Termine:

Es stehen 2 Termine zur Wahl (identischer Inhalt).

Datum & Uhrzeit	Wo	Preis
Donnerstag, 26. Februar 2026, 08:30 – 16:30 Uhr Schulung im Rahmen der Academy-Days (siehe auch Seite 7)	BICO Zweirad Marketing GmbH Strothweg 5 33415 Verl	210 € pro Person (inkl. Verpflegung
Donnerstag, 19. März 2026, 08:30 – 14:00 Uhr	Online	120 €



Referent:
Christoph Wagner

Zielgruppe:

- Mitarbeitende aus Service und Verkauf, die im Kundenkontakt stehen.

Abschluss

*Vielen Dank
und viel Erfolg
in der Praxis!*

Wagner Beratungsgesellschaft mbH
Max-Planck-Straße 21
D-65520 Bad Camberg
Fon +49-(0) 64 34 – 94 27 0
Fax +49-(0) 64 34 – 94 27 27
www.wagner-beratung.de
info@wagner-beratung.de

Ich freue mich über eure Nachricht:
k.wagner@wagner-beratung.de

Schreibt mich gerne an:
c.wagner@wagner-beratung.de



Klaus Wagner · 1.

Profitiere auch Du von der Expertise für After Sales Prozesse und Kommunikation in Motorradhäusern und Reisemobil-Unternehmen!
Themen: #autohaus, #aftersales, #motorradhaus, #mysteryshopping und #prozessberatung
Bad Camberg, Hessen, Deutschland · [Kontaktinformationen](#)



Christoph Wagner

Profitieren Sie von praxisnahen Lösungen für den Automotive- und Motorradbereich! Kunden begeistern - Mitarbeiter motivieren.
Bad Camberg, Hessen, Deutschland · [Kontaktinformationen](#)