

*Die **Angebots-** Vorlage.*

A/B/C-Staffelung, Einwand-Antworten, Preis-Logik.
Für kleine Agenturen, die nicht mehr 3 Stunden pro
Angebot brauchen.

Die drei-Optionen-Regel.

Ein Angebot mit einer Option = Entscheidung „Ja oder Nein“. Ein Angebot mit drei Optionen = Entscheidung „Welche?“. Die Schwelle ist drastisch niedriger.

Das Geheimnis: Die **mittlere Option** ist immer die, die du wirklich verkaufen willst. Die günstige macht sie attraktiv, die teure macht sie vernünftig.

PSYCHOLOGIE DAHINTER

- **A (minimal):** „So wenig wie möglich.“ – Meist abgelehnt.
- **B (empfohlen):** „Genau richtig.“ – 60–70 % nehmen das.
- **C (premium):** „Wenn Budget da ist.“ – 10–20 % nehmen das, steigert deinen Durchschnittspreis.

→ **Wichtig:** B muss objektiv ein besseres Angebot als A sein – nicht nur teurer. Sonst fühlt es sich nach Verkaufstrick an. Der Kunde soll denken „stimmt, das will ich eigentlich“, nicht „ich werde manipuliert“.

Die Struktur.

ABSCHNITT 1 – AUFSCHLAG

- Briefkopf (Sebastian Sperber, Röthenbach a.d. Pegnitz, Kleinunternehmer §19 UStG)
- Angebotsnummer + Datum + Gültigkeit (30 Tage)
- Kunden-Anschrift

ABSCHNITT 2 – PROJEKT-ZUSAMMENFASSUNG

„Sie haben uns gebeten, [X] zu unterstützen. Das Ziel ist [Y]. Damit wir das erreichen, schlage ich drei Ansätze vor.“

Maximal 3 Sätze. Der Satz „das Ziel ist Y“ ist oft der wichtigste – er zeigt, dass du verstanden hast, was der Kunde wirklich will (nicht was er gesagt hat).

ABSCHNITT 3 – DIE DREI VARIANTEN

A – Minimal

Für wen: Budget-getrieben, „wir wollen erstmal testen“

Leistungen: 3–4 Bullets

Aufwand: X Tage

B – Empfohlen

Für wen: Die meisten Fälle (markier das)

Leistungen: 5–6 Bullets

Aufwand: X+1 Tage

C – Premium

Für wen: Wenn Budget da ist, lang-fristige Partnerschaft gesucht

Leistungen: 7–8 Bullets + Extras (z.B. 3 Monate Betreuung, Kick-off-Workshop)

Aufwand: X+3 Tage

ABSCHNITT 4 – KONDITIONEN

- Zahlungsziel: 14 Tage netto
- Zahlungsstaffelung: 50/50 oder 30/40/30 bei größeren Projekten
- Hinweis „Gemäß § 19 UStG wird keine Umsatzsteuer berechnet.“

ABSCHNITT 5 – EINWÄNDE VORWEGNEHMEN

3 klassische Einwände bereits im Angebot beantworten (siehe nächste Seite). Erhöht die Zusage-Rate messbar.

Die drei Standard-Einwände.

Diese drei kommen in **95 % aller Angebotsgespräche**. Schreib sie ins Angebot, bevor der Kunde fragt – dann ist das Gespräch danach entspannter.

EINWAND 1: „DAS IST TEURER ALS GEDACHT.“

„Der Preis setzt sich aus [Dauer] × [Tagessatz] zusammen. Die Leistungen der Variante B lösen konkret [Y]. Günstiger wird es, wenn wir [spezifischen Aufgabe] selbst übernehmen – das dokumentiert Variante A.“

Was du tust: Du zeigst Logik, gibst eine günstigere Option, drückst nicht.

EINWAND 2: „WARUM NICHT IN 2 WOCHEN STATT 4?“

„Vier Wochen ergeben sich aus [Abhängigkeit: Review-Runden, Feedback-Zyklen, Setup]. Zwei Wochen sind möglich, wenn [Bedingung: z.B. Feedback innerhalb 24h, paralleles Arbeiten möglich]. Das markiere ich als Fast-Track-Option.“

EINWAND 3: „WER GARANTIERT DAS ERGEBNIS?“

„Ich garantiere den Prozess und die Deliverables, nicht das Ergebnis – weil das Ergebnis von Faktoren abhängt, die außerhalb meiner Kontrolle liegen [Budget, Marktreaktion, ...]. Was ich zusichere: [konkrete Meilensteine], [Review-Möglichkeit nach Phase 1], [konkrete Nachbesserung bei Mangel].“

→ **Goldregel:** Nie „garantieren“ schreiben, was du nicht kontrollierst. Lieber Prozesse zusichern + Zwischenmeilensteine einbauen, an denen der Kunde Stop sagen kann. Das macht dich verlässlicher – nicht schwächer.

DEIN NÄCHSTER SCHRITT

Im Kurs zeige ich dir, wie KI das in 30 Min baut.

Aus Notizen vom Erstgespräch → fertiges Angebot mit allen drei
Varianten.

sebastian-sperber.de/tauchgang

© 2026 Sebastian Sperber

Mediengestalter · Art Director
Röthenbach a.d. Pegnitz · Bayern

Kleinunternehmer nach §19 UStG
Keine Mehrwertsteuer ausgewiesen

sebastian-sperber.de/tauchgang