

# 6 Fehler die deinen Vertrieb bremsen.

Aus 10+ Jahren B2B-Praxis – direkt, ungeschönt,  
sofort anwendbar.

---

**Daniel Toth**

B2B-Vertriebsprofi · Gründer Vertriebswerk · Mainz

## IN DIESEM GUIDE:

- 01 Die aufgeblähte Pipeline – wenn Interesse keine Kaufabsicht ist
- 02 Cold Outreach der hinkt – Versprechen die man nicht halten kann
- 03 Zusagen ohne Rückdeckung – intern wie extern
- 04 Das Puzzlestück-Problem – Lösungen ohne Kontext verkaufen
- 05 Ausschreibungen als Kostenfalle – wann du Nein sagen musst
- 06 Die Kalkulations-Falle – Aufträge die dich Geld kosten

Dieser Guide ist kein Lehrbuch. Er ist eine Sammlung echter Fehler – beobachtet, selbst gemacht, und schmerzhaft gelernt in über 10 Jahren B2B-Vertrieb in LogTech, IoT-Infrastruktur und Automotive.

Kein Trainer-Blabla, keine generischen Tipps. Was du hier liest, ist das was in echten Vertriebsteams passiert – und was es kostet wenn man es nicht rechtzeitig erkennt.

**Sechs Muster. Direkt erklärt. Mit dem was wirklich dagegen hilft.**

## 01 Die aufgeblähte Pipeline

*Wenn Interesse keine Kaufabsicht ist*

Es sieht gut aus im CRM. Opportunities sauber erfasst, Stages gepflegt, Forecasts grün. Nur eines fehlt: echte Kaufabsicht.

Das Muster kennt jeder Vertriebler: Der Kunde zeigt Interesse, nickt in Meetings, stellt Fragen. Also wird die Opp angelegt – und wächst mit jedem Gespräch im Volumen. Intern entsteht Erwartungsdruck. 'Wann holen wir das rein?'

Irgendwann kommt die Ernüchterung. Kein Budget. Man will etwas Günstigeres. Oder Generischeres. Die Opp schrumpft auf einen Bruchteil – wenn überhaupt. Was blieb: verlorene Zeit, falsche Forecasts, und ein Vertriebler der sich erklären muss.

### SO MACHST DU ES BESSER

Qualifiziere Kaufbereitschaft aktiv – nicht nur Interesse. Frag direkt: 'Gibt es ein Budget, eine Entscheidung, einen Termin?' Kein Budget = kein Forecast-Eintrag. Das Pipeline Cleanup Kit von Vertriebswerk gibt dir einen strukturierten Qualifizierungsprozess.

# 02

## Cold Outreach der hinkt

*Versprechen die du nicht halten kannst – und Websites die das verraten*

Im Erstgespräch klingt alles nach Hightech. Schnelle Umsetzung, flexible Integration, alles kein Problem. Erst beim dritten Termin stellt sich raus: das dauert Monate, kostet mehr, oder funktioniert so gar nicht.

Noch teurer: Der Interessent schaut parallel auf die Website. Veraltetes Design, generische Texte, kein klares Value Statement. Was du gerade versprochen hast deckt sich nicht mit dem was er sieht. Vertrauen weg – und das bekommst du nicht zurück.

Die Visitenkarte muss stimmen bevor du klingelst. Kein noch so gutes Gespräch kompensiert eine schwache digitale Präsenz im B2B.

### SO MACHST DU ES BESSER

Erstelle eine klare Übersicht was du in welchem Zeitrahmen lieferst – intern abgestimmt, realistisch formuliert. Und prüf deine digitale Präsenz mit den Augen eines Fremden bevor du Outreach machst. Der Kaltakquise Blueprint gibt dir ein strukturiertes Skript für ehrliche, überzeugende Erstkontakte.

# 03

## Zusagen ohne Rückdeckung

*Intern wie extern – und warum das Vertrauen kostet*

Im Gespräch läuft es gut. Der Kunde fragt, ob Feature X möglich ist, ob Lieferung bis Datum Y klappt, ob ihr das auch für Segment Z abdeckt. Du nickst. Du weißt es nicht genau – aber du willst nicht bremsen.

Was danach kommt: Du fragst intern nach. Die Fachabteilung sagt Nein, oder Ja-aber-anders. Der Kunde erinnert sich an deine Aussage. Du musst zurückrudern. Das passiert einmal – danach bist du derjenige der 'nicht verlässlich' ist.

Parallel: Themen die Management-Entscheidung brauchen werden nicht eskaliert weil es unangenehm ist. Sie schlummern – bis der Kunde ungeduldig wird oder abspringt.

### SO MACHST DU ES BESSER

Regel: Keine Zusagen ohne interne Abstimmung. Im Gespräch: 'Ich kläre das bis Freitag und melde mich.' Das klingt professioneller als eine falsche Sofortzusage. Das KAM Jahresgespräch Template enthält eine Maßnahmentabelle mit Owner und Deadline – genau dafür.

## 04 Das Puzzlestück-Problem

*Einzellösungen ohne Kontext – und verpasstes Upselling*

Du verkaufst was der Kunde fragt. Modul A. Lizenz B. Produkt C. Was du nicht sagst: dass das ohne D und E nur halb funktioniert. Dass es Integration F braucht. Dass das Gesamtsystem eigentlich so aussieht.

Der Kunde kauft. Implementiert. Merkt nach drei Monaten dass etwas fehlt. Kauft es woanders – oder ist frustriert. Du hättest es von Anfang an einordnen können.

Das ist kein Verkaufen. Das ist Auftrag-Abarbeiten. Der Unterschied zwischen einem Transaktionsvertrieb und einem Lösungsvertrieb liegt genau hier: das Gesamtbild kommunizieren, Abhängigkeiten nennen, und den Kunden dorthin führen wo er wirklich hin will.

### SO MACHST DU ES BESSER

Mapped jede Lösung die du verkaufst in ein Gesamtbild ein. Was braucht der Kunde noch? Was kommt in Phase 2? Wer muss noch entscheiden? Das First Sales Playbook gibt dir ein Framework für lösungsorientiertes Verkaufsgespräch.

## 05 Ausschreibungen als Kostenfalle

*Wann du Ja sagen musst – und wann Nein die bessere Antwort ist*

Eine Ausschreibung landet auf dem Tisch. Großes Volumen, bekannter Name. Der Reflex: mitmachen. Also werden Ressourcen mobilisiert, Konzepte erstellt, Preise kalkuliert. Wochen Arbeit.

Was niemand laut sagt: Ihr habt weder die Kapazität noch die Kernkompetenz für genau dieses Projekt zum jetzigen Zeitpunkt. Oder der Ausschreiber hat in der Vergangenheit kostenlose Vorarbeit eingefordert – Proof of Concepts, Konzepte, Demos – und danach ähnliche Lösungen intern implementiert ohne jemals zu kaufen.

Nicht jede Ausschreibung ist ein Opportunity. Manche sind Ressourcenfallen. Die Fähigkeit Nein zu sagen ist eine der wertvollsten im B2B-Vertrieb.

### SO MACHST DU ES BESSER

Bewerte jede Ausschreibung systematisch bevor du Ressourcen einsetzt. GO/NO-GO ist kein Bauchgefühl – es ist ein Prozess. Der Ausschreibungs-Check von Vertriebswerk gibt dir 16 Prüfpunkte für genau diese Entscheidung.

## 06

## Die Kalkulations-Falle

*Wenn der Auftrag gewonnen ist – aber die Marge verloren*

Du gewinnst den Zuschlag. Laufzeit 3 Jahre, Volumen gut. Intern Jubel. Dann beginnt die Realität: Kosten die nicht vollständig kalkuliert wurden. Risiken in der Lieferkette die eingekauft wurden – aber nicht an den Kunden weitergegeben. Aus Angst den Deal zu verlieren. Oder weil man es schlicht nicht bedacht hat.

Nach 18 Monaten: Die Marge ist weg. Bei steigenden Inputkosten oder Währungsschwankungen wird es schlimmer. Für kleinere Unternehmen kann so ein Auftrag existenzbedrohend werden wenn der Wind dreht.

Gewinn ist nicht Umsatz. Ein Auftrag der auf dem Papier gut aussieht kann operativ eine Katastrophe sein. Vollständige Kostentransparenz vor dem Angebot – nicht danach – ist nicht optional.

### SO MACHST DU ES BESSER

Kalkulation muss alle Risiken einschließen: Lieferkette, Währung, Servicelevel, Volumenschwankungen. Das Vertriebscontrolling Dashboard gibt dir eine strukturierte DB-Rechnung pro Kunde – damit du weißt was ein Auftrag wirklich einbringt.

## Du erkennst diese Fehler in deinem Vertriebsalltag?

Vertriebswerk bietet praxiserprobte Tools die genau diese Probleme adressieren – vom Pipeline Cleanup bis zum Ausschreibungs-Check. Sofort einsetzbar, auf Deutsch, ohne Abonnement.

**Alle Tools findest du unter: [vertriebswerk.shop](https://vertriebswerk.shop)**

© 2026 Vertriebswerk · Daniel Toth · [vertriebswerk.shop](https://vertriebswerk.shop) · [danielt.toth.85@gmail.com](mailto:danielt.toth.85@gmail.com)