

DIE GRÜNDER-ELITE founders MAGAZIN

Deutschland, Österreich, Schweiz

Ausgabe 78

**CHRISTIAN
MAASS**

Was Führungs-
kräfte von **Lincoln**
und **Churchill**
lernen können

MARTIN LIMBECK
Investieren

statt sparen: So läuft
dein **Vertrieb**
auch in wirtschaftlich
angespannten Zeiten!

**PROF.
HERMANN SIMON**

im Interview über
essenzielle Skills
von Führungskräften

FRANK HEISTER

Vom LKW in den Wüstenpalast

Wie der Schulabrecher eine Metropole erobert





Investieren statt sparen:

So läuft dein Vertrieb auch in wirtschaftlich angespannten Zeiten!

EIN GASTBEITRAG VON MARTIN LIMBECK

Wir erleben herausfordernde Zeiten. Inflation, steigende Zinsen, geopolitische Unsicherheiten, Fachkräftemangel, Kaufzurückhaltung in sämtlichen Branchen – die Liste der Schlagworte ist lang und klingt fast wie ein Abgesang auf Wachstum. Kein Wunder also, dass viele Unternehmerinnen und Unternehmer nervös auf den Markt schauen. Was die meisten von ihnen in dieser Situation tun: Sie drehen den Geldhahn zu. Das Marketing bekommt eine Budgetkürzung, Weiterbildung wird komplett gestrichen, der Vertrieb heruntergefahren. Frei nach dem Motto: »Lieber mal vorsichtig sein und sparen.« Warum das in meinen Augen ein schwerwiegender Denkfehler ist und was stattdessen jetzt ein sinnvoller Move wäre? Mehr dazu in diesem Beitrag.

Umsatz entsteht nicht durch Sparen, sondern durch Handeln

Auf den ersten Blick ist die Entscheidung logisch: Wenn ich weniger Geld einnehme und gleichzeitig die Kosten steigen, muss ich mich anpassen und den Gürtel enger schnallen. Doch was für Privatpersonen in Krisenzeiten sinnvoll ist, gilt nicht in gleichem Maße für Unternehmen. Denn wer jetzt auf die Bremse tritt, wird nicht nur langsamer, sondern bleibt irgendwann komplett stehen – und wird von seinen Marktbegleitern überholt, während er jeden Euro zweimal umdreht. Gerade jetzt entscheidet sich, wer auch nach der Krise vorne mitspielen – und wem nur ein Platz am Spielfeldrand bleiben wird.

Um es direkt auf den Punkt zu bringen: Vertrieb ist der Motor eines jeden Unternehmens. Ohne Umsatz keine Liquidität; ohne Liquidität kein Unternehmen. Klingt banal, doch es ist erschreckend, wie viele Gründer und Unternehmer in angespannten Zeiten genau an dieser Stelle sparen. Dabei bringt euch Stillstand nicht weiter. Die Hoffnung, dass irgendwann wieder »bessere Zeiten« kommen, ist keine Strategie.

Gerade, wenn es nicht so gut läuft, brauchst du was? Umsatz! Und den bekommst du sicher nicht, wenn du deinen Vertrieb beschränkst, um Kosten zu senken. Was stattdessen sinnvoll ist: Jetzt die Energie und Ressourcen des gesamten Unternehmens auf den Vertrieb zu fokussieren. Denn wer jetzt im Sales Gas gibt, hat die Möglichkeit, sich einen massiven Vorteil zu verschaffen. Es passiert gerade allenthalben: Auch deine Zielgruppe orientiert sich neu. Budgets werden umgeschichtet, Anbieter und Partner auf den Prüfstand gestellt.

Wenn du jetzt präsent bist, deine Leistung klar positionierst und Lösungen

lieferst, die den Nerv der Zeit treffen, sicherst du dir Marktanteile, die dir so schnell keiner streitig machen kann. Eigentlich logisch, oder? Trotzdem haben viele Unternehmer scheinbar Scheuklappen vor den Augen, wenn es um dieses Thema geht. In den letzten Monaten habe ich in meinen Mentorings und bei Veranstaltungen wie den Sales Days viel mit Unternehmern genau daran gearbeitet und sie dabei unterstützt, Vertrieb zur Chefsache in ihrer Company zu machen.

Qualität schlägt Quantität – besonders in der Krise!

Viele Unternehmer betrachten ihren Vertrieb als Kostenfaktor. Reisebudgets, Gehälter, Provisionen – alles teuer. Doch Vertrieb ist keine Kostenstelle. Vertrieb ist eine Investition in Wachstum. Jeder Euro, den du hier klug einsetzt, kann sich mehrfach auszahlen. Natürlich meine ich mit »investieren« und alles auf den Vertrieb fokussieren nicht, dass du blind Geld raushauen sollst. Es geht nicht darum, möglichst viel Budget in Werbekampagnen zu

Der Autor



Martin Limbeck ist Inhaber der Gipfelstürmer Mentoring GmbH, Mehrfachunternehmer, Experte für Sales und Sales Leadership sowie fünffacher Bestsellerautor.

pumpen, sondern darum, das Richtige zu tun. Mehr Leads sind nicht automatisch mehr Umsatz. Entscheidend ist, die richtigen potenziellen Kunden anzusprechen, die wirklich Bedarf haben und bereit sind, für Qualität zu zahlen. ▶

»Vertrieb ist eine Investition in Wachstum. Jeder Euro, den du hier klug einsetzt, kann sich mehrfach auszahlen.«

– Martin Limbeck





Das bedeutet für dich als Unternehmer:

- Schärfe deine Zielgruppe: Wen willst du erreichen – und wen nicht?
- Investiere in dein Team, damit deine Verkäufer Top-Leistung bringen!
- Prüfe alle Prozesse: Wie schnell, klar und professionell wirkt dein Unternehmen auf Kunden?

Eine Krise filtert gnadenlos: Die austauschbaren Anbieter verschwinden. Die, die echten Nutzen liefern, bleiben und wachsen. Daher solltest du dich jetzt ehrlich fragen: Was kostet es mich, nicht zu investieren?

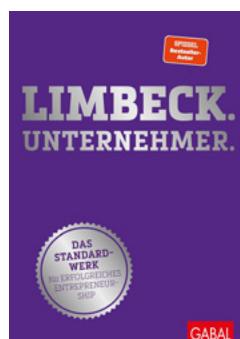
Wie viel Umsatz entgeht mir, wenn ich meine Verkäufer nicht für die veränderten Bedingungen fit mache und sie unvorbereitet in Gespräche schicke? Wenn ich nicht in Trainings investiere? Wenn meine Systeme veraltet sind und potenzielle Kunden deswegen am Ende nicht kaufen? Die Antwort ist simpel: Das, was du jetzt vermeintlich spart, verlierst du in vielfacher Höhe auf der Umsatzseite.

Investieren, aber richtig!

Damit das Ganze nicht nur theoretisch bleibt, hier fünf klare Punkte, in welche Bereiche Unternehmer auch in wirtschaftlich herausfordernden Zeiten investieren sollten:

**»Daher solltest du dich jetzt ehrlich fragen:
Was kostet es mich, nicht zu investieren?«
– Martin Limbeck**

»Limbeck. Unternehmer.«
von Martin Limbeck
352 Seiten
Erschienen: November 2023
GABAL Verlag
ISBN: 978-3-96739-153-4



1. Weiterbildung der Verkäufer

Ein starkes Team entscheidet über Sieg oder Niederlage. Investiere in Rhetorik, Abschlusstechniken, Einwandbehandlung. Gerade, wenn Budgets auf Kundenseite enger werden, müssen Verkäufer noch präziser argumentieren und noch besser überzeugen.

2. Digitalisierung im Vertrieb

Sorge dafür, dass CRM-Systeme, Automatisierungstools und Online-Kanäle konsequent im Vertrieb genutzt werden. Nicht als Ersatz für persönliche Gespräche, sondern als Ergänzung. Wer digital sichtbar ist und gleichzeitig persönlich überzeugt, hat die Nase vorn.

3. Kundenbindung vor Neukunden-gewinnung

Es ist fünf- bis siebenmal teurer, einen neuen Kunden zu gewinnen, als einen Bestehenden zu halten. Investiere in den Ausbau von Kundenbeziehungen, sorge dafür, dass der Vertrieb Präsenz zeigt und Mehrwert liefert. Das sichert auf Dauer stabile Umsätze.

4. Klares Profil statt Bauchladen

Spezialisierung schlägt »one size fits all«: Je klarer du die Positionierung deines Unternehmens herausarbeitest, desto leichter verstehen Kunden, warum du der richtige Partner bist.

5. Fokus auf Entscheider

Investiere Zeit dort, wo Entscheidungen getroffen werden. Kein Verkäufer sollte Stunden mit Menschen verbringen, die am Ende gar keine Kaufentscheidung treffen dürfen. Das betrifft auch das Marketing: Lieber weniger, dafür jedoch qualitativ höherwertige Leads anpeilen, auch wenn damit die Lead-Kosten der Kampagnen steigen.

Unternehmer-Mindset: Angst oder Angriff – du entscheidest!

Am Ende entscheidet nicht die Konjunktur über Erfolg oder Misserfolg, sondern deine Haltung. Lass dich nicht von Angst dominieren, sondern sieh die Chancen, die in der aktuellen Situation liegen und ergreife sie! Natürlich musst du deine Zahlen im Griff haben, Liquidität sichern und potenzielle Risiken im Auge behalten. Doch wer dauerhaft nur auf Einsparungen setzt, spielt nur noch in der Verteidigung. Damit kann es dir zwar gelingen, den Kasten sauber zu halten und über die Spielzeit zu kommen. Ein Tor schießt du so allerdings nicht. Unternehmer sein heißt für mich: Entscheidungen zu treffen und Mut zeigen, während andere noch zögern. Und zu investieren, wenn andere sparen. Nutze die Chance, neue Marktanteile zu gewinnen und deine Umsätze zu stabilisieren. Investiere dort, wo Umsatz entsteht – im Vertrieb. ♦