

Unprofessioneller Angebotsprozess kostet deutsche Wirtschaft Milliarden!

11.11.2025, 18:37 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: KSC



Umsatz geht verloren, durch unprofessionellen Angebotsprozess

Warum nur 10 % der Unternehmen ihr volles Potenzial im Angebotsprozess nutzen – und wie Sie zu diesen 10 % gehören

Der Jahresendspurt entscheidet oft maßgeblich über das Ergebnis des Geschäftsjahres. Doch viele Unternehmen vergeben wertvolle Chancen, weil sie ihre Angebote nur schreiben – statt sie strategisch zu nutzen. Verkaufsexperte Michael Kienzle erklärt, wie Sie durch klare Prozesse, zielgerichtete Kommunikation und etwas Mut zum Nachfassen 2025 noch zu einem positiven Umsatzjahr machen können.

Maximal 10 Prozent der Unternehmen nutzen alle Chancen im Angebotsprozess – zu diesem Schluss kommt Verkaufstrainer und Keynote Speaker **Michael Kienzle**, der bei den *Bayerischen Vertriebstagen* mit seinem Vortrag „So wird aus Angeboten Umsatz“ für Aufsehen sorgte.

„Viele schreiben ihre Angebote – und hoffen dann einfach, dass etwas passiert. Doch Hoffnung ist keine Strategie“, sagt Kienzle.

Früher reichte es, eine Anfrage zu beantworten und auf den Rückruf des Kunden zu warten. Heute ist der Wettbewerb härter, der Preisdruck höher – und der Kunde kritischer. Wer hier bestehen will, braucht Struktur, eine gute Rhetorik und Persönlichkeit.

1. Professioneller Umgang mit Anfragen

Der erste Eindruck zählt – und entscheidet oft über den Auftrag.

„Schnelligkeit ist heute ein Wettbewerbsvorteil“, betont Kienzle. Wer eine Anfrage innerhalb von 24 Stunden beantwortet und dabei den persönlichen Kontakt sucht, hat einen entscheidenden Vorsprung.

Statt Standardmails empfiehlt er: aktiv anrufen, Rückfragen stellen, Interesse zeigen. So entsteht Vertrauen und der Kunde spürt: *Hier kümmert sich jemand wirklich um mein Anliegen.*

Tipp: Schon eine bewusst eingesetzte positive Sprache kann den Unterschied machen. Worte wie *müssen*, *Problem* oder *aber* erzeugen unbewusst Distanz, weil Menschen das gesprochene Wort vor dem Sinn des Satzes verarbeiten, weiß Kienzle. Nutzen Sie stattdessen Formulierungen mit Nutzenbezug – etwa: „Wenn Sie uns noch die Leistungsdaten übermitteln, können wir Ihnen bis morgen ein individuelles Angebot erstellen.“

2. Unwiderstehliche Angebote gestalten

Viele Angebote sehen gleich aus – und sind damit austauschbar.

„Wenn das Angebot nicht individuell wirkt, bleibt am Ende nur der Preis als Entscheidungskriterium“, warnt Kienzle.

Er empfiehlt eine einfache, aber wirkungsvolle Struktur mit drei klaren Überschriften:

Ihre Situation: Zeigt, dass Sie den Kunden verstanden haben.

Ihre Lösung: Beschreibt den Nutzen, nicht nur das Produkt.

Deshalb sind wir die richtige Entscheidung: Zeigt Selbstbewusstsein und macht Ihre Besonderheiten sichtbar.

Diese Struktur sorgt dafür, dass der Kunde sich abgeholt fühlt und den Mehrwert erkennt. Kienzle:

„Kunden wollen nicht nur Zahlen, Daten und Fakten – sie wollen das Angebot verstehen und das gute Gefühl, bei einem Profi zu kaufen.“

3. Angebote aktiv und empathisch nachfassen

Viele Verkäufer scheuen den Griff zum Telefon. Doch wer zu lange wartet, signalisiert Desinteresse.

„Das Nachfassen sollte kein Störfaktor sein, sondern ein geplanter Teil des Prozesses“, sagt Kienzle. Sein Tipp: Schon beim Versenden des Angebots den nächsten Kontaktzeitpunkt abstimmen.

Beispiel: „Ich bin gespannt, was Sie zu unserem Angebot sagen. Wann kann ich Sie dazu am besten telefonisch erreichen?“

Damit wird aus dem unangenehmen Nachfassen ein verbindlicher Austausch auf Augenhöhe.

Ein CRM - System ist dabei ein wichtiger Assistent, damit Absprachen auch eingehalten werden.

Außerdem empfiehlt Kienzle, beim Nachfassen **vom Projekt des Kunden** oder seiner neuen Maschine zu sprechen – nicht vom „eigenen Angebot“. Das wirkt professioneller und kundenzentrierter.

4. Souverän mit Einwänden umgehen

Einwände sind kein Nein, sondern ein Zeichen von Interesse.

Wer sich vorbereitet, kann souverän reagieren.

Kienzle nutzt dazu seinen **Überzeugungskreislauf**, bestehend aus drei Schritten:

Gefühlsebene: Verständnis zeigen mit der **DU+®** Methodik

(„Ich verstehe Sie, das ist eine wichtige Entscheidung.“)

Verstandesebene: Nachfragen und/ oder argumentieren

(„Wo genau sind Sie noch unsicher?“)

Aktionsebene: Vom Einwand zum Abschluss

(„D.h. wenn ich Ihnen Referenzen nenne, erhalten wir den Auftrag?“)

So bleibt der Verkäufer in der Kontrolle – empathisch, aber zielorientiert.

5. Nach dem Auftrag ist vor dem Auftrag

Empfehlungsmarketing ist der oft unterschätzte Umsatzmotor.

„Jeder zufriedene Kunde hat im Schnitt fünf Menschen in seinem Umfeld, die potentielle Neukunden sind. Durch die bereits vorhandene Vertrauensebene sind hier auch schnelle Abschlüsse möglich“, sagt Kienzle.

Die einfachste Regel lautet: **Tun!**

Nach einer erfolgreichen Zusammenarbeit sollte man sich diese bestätigen lassen und anschließend den Kunden, gut formuliert, um Referenzen bitten:

„Herr Kunde, für wen in Ihrem Umfeld könnte es auch interessant sein, von unserer Lösung zu profitieren?“

Wer sich traut, wird überrascht sein, wie viele Türen sich dadurch öffnen.

Fazit: Verkaufen mit Haltung statt mit Rabatt

„Wenn du 100 Prozent deiner Angebote als Auftrag bekommst, bist du zu billig“, sagt Kienzle mit einem Schmunzeln. Erfolg im Verkauf hat nichts mit Druck oder Sonderpreisen zu tun, sondern mit transparenter Leistung, Struktur und guter Kommunikation.

Kienzles Methode der **zielathischen® Rhetorik** – eine Kombination aus **ZIEL**orientierung und Emp**ATHIE** – zeigt, dass professionelles Verkaufen heute mehr Zuhören als Reden bedeutet.

Für alle Unternehmen die ihren Angebotsprozess optimieren wollen, um im Jahresendspurt ihre Erfolgsquote zu erhöhen, bietet Kienzle sein Umsatzbooster-Paket an.

Darin enthalten sind sein Vortrag zum Thema, ein Workbook mit Strategien und konkreten Formulierungsbeispielen, sowie ein Videokurs welcher sich dem Thema der professionellen digitalen Kommunikation im Kundenkontakt widmet. [www.umsatz.kienzle.eu]

„Jede Investition spart dem Kunden steuern, und wer den Kunden wirklich versteht, braucht keine hohen Rabatte – er überzeugt durch Leistung und Vertrauen.“

Michael Kienzle

Über den Autor:

Michael Kienzle ist Keynote Speaker, Trainer und Coach sowie Autor mit über 25 Jahren Erfahrung. Mit seiner Marke **zielathische® Rhetorik** macht er aus Fach-Experten überzeugende Verkäufer. Über 50.000 Teilnehmer haben bereits von seinen Seminaren, Coachings und Videokursen profitiert.

Weitere Informationen: www.kienzle.eu

Kienzle Success Cooperation

Am Risisee 4
77855 Achern
Deutschland

MichaelKienzle (Inhaber)

01732725058

info@kienzle.eu

Kienzle.eu

Portrait

Kienzle Success Cooperation (KSC) ist ein Team von 5 Trainern, die in Ihren jeweiligen Kernkompetenzen trainieren. Das Unternehmen wurde am 01.01.2000 gegründet. Schwerpunkt war und ist das Kommunikations-, Verhandlungs-, und Vertriebstraining im Umfeld beratungsintensiver Produkte und Dienstleistungen.

Zum Portfolio gehören heute neben diesen Trainings auch Führung, Rhetorik incl. Vorträge, Kommunikation am Telefon, sowie Zeitmanagement und Typologie.

Die Seminare werden außer in Deutsch auch in Englisch, Französisch, Holländisch, Italienisch und Spanisch angeboten. Zu den Kunden gehören neben vielen Mittelständern, auch renommierte Weltmarktführer.

News-ID: 1296110 • Views: 642 (Stand: 20.10.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/1296110/Unprofessioneller-Angebotsprozess-kostet-deutsche-Wirtschaft-Milliarden.html>