



# 11 Fallstudien, die beweisen, dass Erfolg im Technischen Vertrieb planbar ist

Gerade in anspruchsvollen Zeiten –  
Vertriebsergebnisse, die so zuverlässig  
werden, wie Produktionsergebnisse sind.

# Persönliches Vorwort

Liebe Leserin, lieber Leser,

technischer Vertrieb ist heute anspruchsvoller denn je. Kunden sind informierter, Entscheidungsprozesse komplexer und Märkte dynamischer. Gleichzeitig steigen die Erwartungen an Geschwindigkeit, Verbindlichkeit und Professionalität im Verkaufsprozess. Wer sich in diesem Umfeld behaupten will, braucht mehr als gute Produkte – er braucht **systematische Vertriebsprozesse, exzellente Kommunikation und eine hohe Umsetzungsqualität im Team.**

In diesem Whitepaper haben wir für Sie elf ausgewählte Fallstudien aus unserer Beratungspraxis zusammengestellt. Sie zeigen, wie Unternehmen aus unterschiedlichsten Branchen – vom Maschinen- und Anlagenbau über die Verpackungstechnik bis hin zu technischen Fachhändlern – **ihren Vertrieb mit der TQS®-Methode messbar erfolgreicher gemacht haben.**

Jede Fallstudie beschreibt konkret:

- die Ausgangssituation und Herausforderungen,
- die gemeinsam entwickelten Maßnahmen,
- und die erreichten Ergebnisse – von gesteigerter Abschlussquote bis hin zu klarer Differenzierung im Wettbewerb.

Dabei wird deutlich: **Erfolgreicher Vertrieb ist kein Zufall.** Es geht um Strukturen, Prozesse, Klarheit in der Kundenkommunikation – und ein Team, das genau weiß, wie aus Anfragen Aufträge werden.

Ich wünsche Ihnen viele wertvolle Einblicke beim Lesen – und vielleicht entdecken Sie auch Parallelen zur eigenen Situation.

Herzliche Grüße,



**Ulrich Dietze**

Deutsche Vertriebsberatung GmbH

## Fallstudie 1



Alfa Laval Mid Europe GmbH

# Effizienter und profitabler Vertrieb mit TQS® – Alfa Laval etabliert neue Standards in der Vertriebsperformance

## Unternehmensprofil & Ausgangslage

Die Alfa Laval Gruppe gehört zu den weltweit führenden Anbietern von Schlüsseltechnologien in den Bereichen Wärmeübertragung, Separation und Fluid Handling. Nachhaltigkeit, Ressourceneffizienz und emissionsreduzierende Technologien stehen im Zentrum des Geschäftsmodells. Weltweit beschäftigt das Unternehmen über 20.000 Mitarbeitende, in der Vertriebsregion Mid Europe (DACH) rund 250 Vertriebs- und Servicemitarbeitende.

Im Zuge der sich wandelnden B2B-Kaufprozesse sah sich Alfa Laval mit mehreren Herausforderungen konfrontiert: Kunden treten immer später in Kontakt mit dem Vertrieb – oftmals erst, wenn bereits ein Großteil des Entscheidungsprozesses abgeschlossen ist. Zudem fehlte ein klares Rollenverständnis zwischen Außendienst und Innendienst. Ziel war es, die Angebotsprozesse effizienter zu gestalten, die Qualität zu steigern und eine systematische Nachverfolgung sicherzustellen.

## Vorgehensweise

**Maßnahme 1:** Detaillierte Vertriebsanalyse zur Identifikation kritischer Schwachstellen und Definition zentraler Handlungsfelder.

**Maßnahme 2:** Durchführung zielgerichteter Schulungen und Workshops nach der TQS®-Methode mit Fokus auf:

- Professionelle Vorangebotsklärung mithilfe gezielter Fragetechniken zur Bedarfsermittlung.
- Klare Rollendefinition und Aufgabenverteilung zwischen Innen- und Außendienst.
- Systematische Angebotsnachverfolgung entlang des Entscheidungsprozesses beim Kunden.
- Strukturierte Einwandbehandlung und strategische Verhandlungsführung.

**Maßnahme 3:** Erstellung und Implementierung von praxisorientierten Leitfäden zur nachhaltigen Integration der TQS®-Methodik in den Vertriebsalltag.

## Ergebnisse

- **Effizienzsteigerung:** Deutlich verbesserte Zusammenarbeit zwischen Innen- und Außendienst durch klare Rollenverteilung.
- **Qualitätsverbesserung:** Höhere Angebotsqualität bei signifikant reduzierter Anzahl an Angebotsrevisionen.
- **Prozessoptimierung:** Systematische Nachverfolgung und klare Identifikation relevanter Entscheidungsträger auf Kundenseite.
- **Wettbewerbspositionierung:** Spürbare Steigerung des Vertriebsserfolgs durch stärkere Kundenorientierung, strukturierte Prozesse und fundierte Verhandlungskompetenz.
- **Mitarbeitermotivation:** Höhere Zufriedenheit durch gesteigerte Kompetenz und häufigere Erfolgserlebnisse.

### **Kundenstimme:**



*„Die Ausarbeitung der Leitfäden und Strukturen in den Schulungen nach der TQS-Methode führt nachhaltig zu einem effizienteren und profitableren Vertriebsserfolg. Die gelebte Kundenorientierung erhöht die Kompetenz der Mitarbeiter, der Vertriebsserfolg wiederum die Zufriedenheit der Mitarbeiter – und der verbesserte Dialog führt zu mehr Zufriedenheit und Loyalität unserer Kunden. Vielen Dank an Ulrich Dietze und sein Team für die Unterstützung und die stets wertschätzende Kommunikation auf Augenhöhe.“*

**– Christian Garbers, Division Manager Food & Water, Alfa Laval Mid Europe GmbH**

econ solutions (MVV Gruppe)

# TQS® als Gamechanger – Wie econ solutions seinen Vertrieb auf ein neues Niveau hob

## Unternehmensprofil & Ausgangslage

econ solutions – ein Unternehmen der MVV Gruppe – entwickelt intelligente Hard- und Softwarelösungen für die Energiedatenerfassung und -analyse. Die Produkte helfen Industrie- und Gewerbekunden, Energiekosten transparent zu machen und zu optimieren. Der Praxisbezug, die Benutzerfreundlichkeit sowie die breite Einsetzbarkeit machen econ solutions zu einem anerkannten Partner für Energieeffizienz über Branchengrenzen hinweg.

Trotz dieser technologischen Stärke stand das Unternehmen im technischen Vertrieb vor signifikanten Herausforderungen: Das Akquisitionsmanagement war stark von analogen Einzelmaßnahmen wie Messen abhängig und folgte keinem klaren Prozess. Kundenanfragen wurden unzureichend vorqualifiziert, was zu überdurchschnittlich vielen Angebotsrevisionen führte. In den Angeboten selbst fehlte eine durchgängige Nutzen- und Wirtschaftlichkeitsargumentation, und die Nachverfolgung offener Angebote verlief unsystematisch. Auch die interne Vertriebsorganisation – insbesondere die Nutzung des CRM – zeigte Optimierungspotenziale. Die Geschäftsführung war überzeugt: Die exzellente Produktqualität verdiente einen ebenso leistungsfähigen Vertriebsprozess.

## Vorgehensweise

**Maßnahme 1:** Durchführung einer umfassenden TQS®-Vertriebsanalyse zur Bewertung der bestehenden Prozesse in Akquise, Anfragebearbeitung, Angebotsgestaltung und Angebotsverfolgung.

**Maßnahme 2:** Aufbau eines systematischen Akquisitionsmanagements mit digitalen Werkzeugen, strukturierten Prozessen und dem Einsatz von Case Studies zur Leadgenerierung.

**Maßnahme 3:** Einführung strukturierter Vorklärungsgespräche zur Qualifizierung eingehender Anfragen; Entwicklung unterstützender Checklisten und Tools.

**Maßnahme 4:** Neugestaltung des Angebotsprozesses mit Integration von Amortisationsrechnungen, Nutzenargumentation und Entscheidungsbeschleunigern.

**Maßnahme 5:** Professionalisierung der Angebotsverfolgung durch klare Rollenverteilung, strukturierte Nachfassprozesse und Training im Umgang mit Einwänden.

**Maßnahme 6:** Durchführung von Trainings, Coachings und Praxistagen mit den Vertriebsteams sowie Aufbau eines strukturierten Projektfahrplans über drei Jahre.

## Ergebnisse

- **Effizientere Leadgenerierung:** Aufbau eines skalierbaren digitalen Akquisekanals mit signifikant mehr qualifizierten Anfragen.
- **Steigerung der Angebotsqualität:** Schnellere Durchlaufzeiten, weniger Korrekturrunden, höhere Abschlussquoten.
- **Reduktion von Auftragsverlusten:** Klar definierte Prozesse in der Angebotsverfolgung reduzierten verlorene Potenziale deutlich.
- **Erhebliches Umsatzpotenzial:** Die Potenzialanalyse identifizierte ein zusätzliches Marktvolumen im sechsstelligen Eurobereich – bei gleichzeitiger Kosteneinsparung.
- **Motivierteres Vertriebsteam:** Höhere Akzeptanz und Anwendung der neuen Methoden im Tagesgeschäft führten zu spürbarer Entlastung und mehr Struktur im Vertrieb.

### **Kundenstimme:**



*„Trotz gesunder Skepsis am Anfang des Projektes kann ich am Ende des Projektes sagen: Ich bin begeistert von der Qualität und Tiefe der Umsetzung. Die Mitarbeiter sind ebenfalls begeistert. Wir haben einen neuen Vertriebsprozess, wir haben neue Vertriebswerkzeuge, wir sind schlanker, schneller und effizienter unterwegs. Ich würde TQS®, die Deutsche Vertriebsberatung und das Team von Ulrich Dietze jederzeit weiterempfehlen.“*

**– Mike Mannherz, CEO, econ solutions, Mannheim**

## Fallstudie 3



EWM GmbH

# Zwei Jahrzehnte Vertrieboptimierung mit TQS® – Wie EWM technologische Exzellenz mit systematischer Vertriebskompetenz vereinte

## Unternehmensprofil & Ausgangslage

Die EWM GmbH mit Sitz in Mündersbach ist Deutschlands größter Hersteller und weltweit einer der führenden Anbieter für Schweißtechnik. Das Unternehmen bietet Komplettlösungen rund um das Thema Schweißen – von Hochleistungsgeräten über Zusatzwerkstoffe bis hin zu Schutzausrüstung. Innovationskraft, Nachhaltigkeit und Qualität sind tief in der Unternehmensphilosophie verankert. EWM bedient Kunden aus Industrie und Handwerk in mehr als 50 Ländern.

Bereits vor über 20 Jahren erkannte EWM den Bedarf, technische Exzellenz durch strukturierte Vertriebsprozesse zu ergänzen. Viele Mitarbeitende verfügten über tiefgehendes technisches Know-how, jedoch fehlte häufig die vertriebliche Methodik, um komplexe Produkte auch kaufmännisch überzeugend zu platzieren. Die Anforderungen verschärften sich im Laufe der Jahre weiter – etwa durch globale Transformationen, die Corona-Pandemie, Lieferengpässe und steigende Rohstoffpreise. Gesucht war ein skalierbarer, langfristig wirksamer Ansatz zur Professionalisierung des Vertriebs.

## Vorgehensweise

**Maßnahme 1:** Einstieg mit einem Grundlagenseminar zur TQS®-Methode, um eine gemeinsame Vertriebsphilosophie zu etablieren.

**Maßnahme 2:** Entwicklung eines maßgeschneiderten Trainings- und Coachingprogramms für unterschiedliche Rollen innerhalb des Vertriebs.

**Maßnahme 3:** Kontinuierliche Begleitung durch analoge und digitale Formate über zwei Jahrzehnte hinweg – angepasst an Marktentwicklungen und interne Ziele.

**Maßnahme 4:** Vermittlung praxisorientierter Tools und Methoden mit unmittelbarem Transfer in die Vertriebsrealität.

**Maßnahme 5:** Unterstützung bei strategischen Veränderungsprozessen – etwa durch Anpassung an neue Technologien, Kundenanforderungen und volatile Märkte.

## Ergebnisse

- **Nachhaltige Performance:** Kontinuierliche Steigerung der Vertriebsleistung über einen Zeitraum von 20 Jahren.
- **Schneller Praxiserfolg:** Auch skeptische Mitarbeitende erzielten bereits nach kurzer Zeit messbare Fortschritte.
- **Technik & Vertrieb vereint:** Bessere Marktpositionierung technisch anspruchsvoller Lösungen durch geschärfte Nutzenargumentation.
- **Kompetenzaufbau im Team:** Durch gezielte Weiterbildungsmaßnahmen wurde die Vertriebsmannschaft deutlich gestärkt.
- **Vertrauensaufbau:** Stärkere Kundenbindung und intern mehr Klarheit durch strukturierte Prozesse und verbindliche Kommunikation.

### **Kundenstimme:**



*„Die EWM-Gruppe arbeitet mit Ulrich Dietze und seinem Team bereits seit über 20 Jahren zusammen. Zwei Jahrzehnte, in denen zahlreiche Projekte erfolgreich und mit viel Spaß durchgeführt wurden. Durch die individuelle Vermittlung tiefgreifenden Fachwissens, das sofort umgesetzt werden kann, konnten auch zunächst skeptische Teilnehmer überzeugt werden – weil sich erste Erfolge schnell einstellten.*

*[...] Besonders wertvoll sind die gut strukturierten Weiterbildungsmaßnahmen, mit denen die komplexen Aufgaben des Technischen Vertriebs in effiziente Strategien gebündelt werden. So wurde unser Vertrieb langfristig erfolgreicher – auch in herausfordernden Zeiten.“*

**– Susanne Szczesny-Oßing, CEO, EWM GmbH**

## Fallstudie 4

**SCHULTE**  
Wir regalen das.

Gebrüder Schulte GmbH & Co. KG

# Vertriebsstruktur, die trägt – Wie Schulte Lagertechnik mit TQS® die Auftragsquote um 20 % steigerte

## Unternehmensprofil & Ausgangslage

Die Gebrüder Schulte GmbH & Co. KG mit Sitz in Sundern ist einer der führenden Hersteller von Regalsystemen in Deutschland. Seit der Unternehmensgründung im Jahr 1921 hat sich Schulte Lagertechnik stetig weiterentwickelt – von der Gardinenstange bis hin zum marktführenden MULTIPlus-Fachbodenregal. Heute beschäftigt das Unternehmen über 400 Mitarbeitende, betreibt eine eigene SCHULTE Akademie und unterstützt mit digitalen Tools wie dem 3D-Configurator sowohl Handel als auch Industrie bei der optimalen Lagerplanung.

Im Jahr 2019 sah sich Schulte Lagertechnik mit mehreren Herausforderungen konfrontiert: Die Nachfrage nach komplexeren Kundenlösungen wuchs, gleichzeitig setzte zunehmender Margendruck – unter anderem durch stark steigende Stahlpreise – den Vertrieb unter Druck. Ziel war es, eine höhere Abschlussquote zu erzielen, Prozesse zu systematisieren und so die Wettbewerbsfähigkeit langfristig abzusichern. Die TQS®-Methode der Deutschen Vertriebsberatung wurde als vielversprechender Hebel identifiziert.

## Vorgehensweise

**Maßnahme 1:** Strategischer Projektstart im Jahr 2019 mit der Entscheidung für eine enge, kontinuierliche Zusammenarbeit mit der Deutschen Vertriebsberatung.

**Maßnahme 2:** Schulungen zur Vermittlung der theoretischen Grundlagen der TQS®-Methode kombiniert mit intensiven Praxistagen.

**Maßnahme 3:** Entwicklung individueller Vertriebswerkzeuge – wie Checklisten und Gesprächsleitfäden – durch die Mitarbeitenden in moderierten Gruppenprozessen.

**Maßnahme 4:** Laufendes Coaching entlang der gesamten Vertriebskette – von der Erstansprache bis zum aktiven Nachfassen.

**Maßnahme 5:** Einführung regelmäßiger Umsetzungstage zur Verankerung der Methodik und schnellen Integration neuer Mitarbeitender.

## Ergebnisse

- **+20% höhere Auftragsquote:** Trotz mehrfacher Preisanpassungen infolge gestiegener Stahlpreise.
- **Bessere Projektsteuerung:** Durch strukturierte Tools können Auftragswahrscheinlichkeiten realistisch eingeschätzt und gesteuert werden.
- **Effizienzgewinn im Vertrieb:** Klarere Kommunikation und standardisierte Prozesse reduzieren Reibungsverluste und steigern die Effektivität.
- **Krisensicher aufgestellt:** Die systematische Vorgehensweise bewährte sich auch in der Corona-Pandemie – kontaktlos und hybrid funktionierte der Vertrieb weiterhin zuverlässig.

### **Kundenstimme:**



*„Mit der TQS-Methode haben wir einen strukturierten Leitfaden für den gesamten Vertriebsprozess. Die Werkzeuge helfen uns, Auftragschancen realistisch einzuschätzen und unsere Ressourcen gezielt einzusetzen. Das hat unsere Auftragsquote um über 20 % gesteigert – und das trotz steigender Stahlpreise.“*

*Für unsere erfahrenen und insbesondere auch für neue Mitarbeiter ist die TQS-Methode eine wertvolle Hilfe für fundierte Verkaufsgespräche und zügige Verkaufserfolge.“*

**– Andrea Schulte, Vorsitzende der Geschäftsführung, Gebrüder Schulte GmbH & Co. KG**

## Fallstudie 5

Härtha Gruppe



# Vertriebliche Exzellenz bei Härtha mit TQS®

## Unternehmensprofil & Ausgangslage

Die Härtha Gruppe ist ein führender Spezialist für Wärmebehandlung, Plasmatechnologie und industrielle Beschichtungen mit Standorten in Deutschland, Italien und den Niederlanden. Das Unternehmen betreut anspruchsvolle Kunden aus der E-Mobilität, dem Maschinenbau sowie der Luft- und Raumfahrtindustrie – mit dem Anspruch, technologische Exzellenz und Kundennähe intelligent zu verbinden.

Durch starkes Wachstum und die Einführung moderner Tools wie HubSpot hatte Härtha bereits eine solide digitale Vertriebsbasis geschaffen. Gleichzeitig führten unterschiedliche Vorgehensweisen in Vertrieb und Kundenbetreuung an den Standorten zu Reibungsverlusten. Das Management entschied sich daher für ein unternehmensweites, einheitliches Vertriebskonzept, um Potenziale in Neukundengewinnung, Angebotsmanagement, Preiskompetenz und Abschlussquote gezielt zu heben.

## Vorgehensweise

**Maßnahme 1:** Vertriebsanalyse als Vorprojekt zur Identifikation von Potenzialen und Risiken.

**Maßnahme 2:** Kick-off-Veranstaltungen mit Führungskräften und Vertriebsteams zur Schaffung eines gemeinsamen Commitments.

**Maßnahme 3:** Aufbau der Härtha Vertriebsakademie als langfristiges Trainings- und Entwicklungskonzept.

**Maßnahme 4:** Einführung eines unternehmensweiten Vertriebsleitfadens mit klaren Standards für alle Standorte.

**Maßnahme 5:** Durchführung modularer TQS® Performance Pro-Trainings mit Fokus auf Angebot, Preisverhandlung, Neukundengewinnung und Kundenbindung.

**Maßnahme 6:** Integration KI-gestützter und digitaler Tools zur weiteren Effizienzsteigerung im Tagesgeschäft.

## Ergebnisse

- **Einheitlicher Vertriebsprozess:** Von der Anfrage bis zur Bestellung standardisiert und standortübergreifend eingeführt.
- **Höhere Abschlussquoten:** Durch klarere Angebote und souveränere Preisverhandlungen.
- **Effizienzgewinn:** Schnellere Abläufe und bessere Angebotsnachverfolgung.
- **Professionalisierung:** Mehr Umsatz und Ertrag durch bessere Werkzeuge, Prozesse und Methoden.
- **Hohe Akzeptanz:** Der neue Vertriebsprozess wird unternehmensweit aktiv gelebt.

### **Kundenstimme:**



*„Besonders beeindruckt hat mich, wie es dem Team von Ulrich Dietze gelungen ist, die durchaus unterschiedlichen Charaktere, Vorgehensweisen und Prozesse an den Standorten zu harmonisieren.“*

*Die Möglichkeit vertriebliche Abläufe und Tagesaufgaben gemeinsam zu optimieren, in Kombination mit persönlicher Weiterentwicklung, wurde von den Teilnehmern durchweg positiv bewertet.*

*Mit dem neuen einheitlichen Vertriebsprozess haben wir eine Leitplanke geschaffen, die nicht nur akzeptiert ist, sondern nachhaltig erfolgreich umgesetzt wird – mit besten Ergebnissen im Vertrieb.“*

– **Sven Killmer, Geschäftsführung, Härtha Gruppe**

## Fallstudie 6



Hees + Peters GmbH

# Von der Angebotsannahme zum aktiven Vertrieb – Wie Hees + Peters mit TQS® Umsatz und Ertrag deutlich steigerte

## Unternehmensprofil & Ausgangslage

Die Hees + Peters GmbH mit Sitz in Trier ist ein traditionsreicher Technischer Fachhändler mit über 75 Jahren Markterfahrung. Auf mehr als 4.000 m<sup>2</sup> Ausstellungsfläche bietet das Unternehmen ein umfassendes Sortiment aus über 40.000 Artikeln – schnell verfügbar für Abholung oder Lieferung. Ob im stationären Fachgeschäft oder über den modernen Onlineshop: Kunden aus Handwerk, öffentlicher Verwaltung und Industrie schätzen die Kombination aus Fachkompetenz, Qualität und Innovationsfreude.

Vertriebsseitig bestand Optimierungspotenzial. Angebote wurden zwar inhaltlich einwandfrei erstellt, jedoch ohne strukturierte Vor- oder Nachgespräche. In Zeiten des Baubooms, niedriger Zinsen und coronabedingter Materialengpässe setzte sich zunehmend eine passive Vertriebsmentalität durch – mit Fokus auf Verteilung statt aktiver Marktbearbeitung. Ziel war es, ein neues Mindset zu etablieren, das auf aktiven Vertrieb, messbare Ergebnisse und professionelle Gesprächsführung setzt.

## Vorgehensweise

**Maßnahme 1:** Durchführung einer groß angelegten Kick-off-Veranstaltung mit rund 70 Mitarbeitenden zur Sensibilisierung für das TQS®-Projekt.

**Maßnahme 2:** Start einer unternehmensweiten Schulungsreihe nach der TQS®-Methode mit dem Ziel, Fach- und Vertriebskompetenz systematisch miteinander zu verknüpfen.

**Maßnahme 3:** Integration der TQS®-Inhalte in die Ausbildung – neue Mitarbeitende und Auszubildende werden frühzeitig geschult.

**Maßnahme 4:** Kontinuierlicher Trainingsansatz mit Fokus auf aktives Verkaufen, Nutzenargumentation und strukturierte Gesprächsführung.

**Maßnahme 5:** Einführung der Wandlungsquote als zentrale Erfolgskennzahl zur Messung und Steuerung der Vertriebsleistung.

## Ergebnisse

- **Signifikante Umsatz- und Ertragssteigerung seit Einführung** der TQS®-Methodik.
- **Einheitliches Trainings- und Vertriebskonzept** erstmals unternehmensweit etabliert.
- **Stärkerer Fokus auf vertriebliche Themen** statt rein fachlicher Beratung.
- **Nachhaltiger Kulturwandel im Vertrieb:** Vom reaktiven Angebotswesen hin zur aktiven Kundenentwicklung.

### **Kundenstimme:**



*„Unsere Umsätze und Erträge sind seit Einführung von TQS stark gestiegen. Zum ersten Mal haben wir ein einheitliches Trainings- und Vertriebskonzept für unsere Mitarbeiter eingeführt und den Fokus auf vertriebliche, statt rein fachliche Themen gelegt. Das Mindset komplett zu ändern, ist ein permanenter Prozess – aber wir sind auf dem richtigen Weg.“*

**– Michael Lehnen, Geschäftsführender Gesellschafter, Hees + Peters GmbH**

## Fallstudie 7

LoeschPack  
PIEPENBROCK GROUP

Loesch Verpackungstechnik GmbH + Co. KG

# Mehr Effizienz, weniger Rückfragen – Wie LoeschPack mit TQS® die Anfragequalität und Kundennähe optimierte

## Unternehmensprofil & Ausgangslage

Die Loesch Verpackungstechnik GmbH + Co. KG mit Sitz im oberfränkischen Altendorf ist seit über 100 Jahren ein führender Anbieter von Verpackungsmaschinen und -anlagen. Das Unternehmen ist spezialisiert auf Lösungen für die Süßwaren-, Lebensmittel- und Pharmaindustrie – unter anderem mit Falteinschlagmaschinen, Schlauchbeutel- und Kartoniermaschinen. Innovation, Automatisierung und smarte Steuerungstechnologien stehen im Zentrum der Unternehmensstrategie. International geschätzt wird LoeschPack für höchste Präzision, Effizienz und Flexibilität.

Im Zuge wachsender Marktanforderungen verfolgte das Unternehmen das Ziel, nicht nur den bestehenden Kundenstamm zu betreuen, sondern auch gezielt auszubauen. Die zentrale Herausforderung lag in der Qualität und Struktur von Vertriebsanfragen: Projektanforderungen wurden häufig unvollständig oder unspezifisch übermittelt, was interne Rückfragen und Zeitverluste verursachte. Gleichzeitig bot die Digitalisierung – insbesondere während der Corona-Zeit – Chancen zur Prozessoptimierung. Gesucht wurde ein methodischer Ansatz zur Steigerung von Effizienz und Kundenorientierung.

## Vorgehensweise

**Maßnahme 1:** Durchführung einer Prozess- und Fehleranalyse zur systematischen Identifikation von Schwachstellen in der Anfrage- und Angebotsphase.

**Maßnahme 2:** Optimierung der Vorangebotsphase durch strukturierte Erfassung und Qualifizierung von Vertriebsanfragen bereits beim Erstkontakt.

**Maßnahme 3:** Entwicklung und Einführung moderner Tools für Projektaufnahme, Vorabgespräche und standardisierte Messelead-Erfassung.

**Maßnahme 4:** Training der Vertriebssteams in Vorteilsargumentation zur zielgerichteten Übertragung technischer Anforderungen in Kundennutzen.

**Maßnahme 5:** Einsatz präziser TCO-Analysen (Total Cost of Ownership) zur fundierten Argumentation in Preisverhandlungen.

## Ergebnisse

- **Qualitätssteigerung bei Anfragen:** Reduzierte Rückfragen aus Technik und Projektierung beschleunigten die internen Abläufe.
- **Effizientere Projektaufnahme:** Dank verbindlicher Tools und strukturierter Erfassung konnten Leads zügiger und gezielter weiterverarbeitet werden.
- **Bessere Nutzenargumentation:** Vom Erstgespräch bis zum Abschluss lag der Fokus klar auf dem Mehrwert für den Kunden.
- **Digitale Kompetenz gestärkt:** Vertriebsmitarbeitende agieren heute schneller, präziser und kundenorientierter – auch unter digitalen Rahmenbedingungen.
- **Klarer Wettbewerbsvorteil:** Durch erhöhte Prozessgeschwindigkeit und Vertriebsqualität konnte sich LoeschPack differenzieren.

### **Kundenstimme:**



*„Die sorgfältige Prozessanalyse und die Einführung moderner Tools haben unseren Vertrieb deutlich effizienter gemacht. Die Qualität der Anfragen ist spürbar gestiegen, Rückfragen aus den Fachabteilungen sind seltener geworden und wir können vom ersten Kundenkontakt an gezielt argumentieren. Besonders in der Corona-Zeit war der digitale Schub entscheidend. Heute haben wir einen klaren Wettbewerbsvorteil im technischen Vertrieb.“*

– **Thomas Czioska, Director Sales & Marketing, Loesch Verpackungstechnik GmbH + Co. KG**

## Fallstudie 8

**MEBA**  
sawing solutions.

MEBA Metall-Bandsägemaschinen GmbH

**Strukturiert. Erfolgreich. Zukunftsfähig.**  
– Wie MEBA mit TQS® höhere  
Abschlussquoten und bessere Margen  
realisiert

### Unternehmensprofil & Ausgangslage

Die MEBA Metall-Bandsägemaschinen GmbH ist ein inhabergeführtes Familienunternehmen mit über 65 Jahren Erfahrung. Als Pionier im Bereich Bandsägetechnologie hat sich MEBA früh spezialisiert und die Branche technologisch mitgeprägt. Zum Kundenstamm zählen sowohl kleinere Schlossereien als auch global agierende Stahlhändler und Stahlbauunternehmen.

Trotz eines erfahrenen Vertriebsteams mit starkem technischen Know-how sah sich MEBA mit grundlegenden Veränderungen konfrontiert: Digitalisierung veränderte das Informationsverhalten der Kunden, und steigender Wettbewerbsdruck erforderte eine deutlichere Differenzierung im Markt. Die Herausforderung bestand darin, den Vertrieb methodisch weiterzuentwickeln – mit dem Ziel, Prozesse zu strukturieren, die Abschlussquote zu steigern und die Preisverhandlung auf ein neues Niveau zu heben.

## Vorgehensweise

**Maßnahme 1:** Einführung der TQS®-Methode zur durchgängigen Optimierung sämtlicher Vertriebsprozesse.

**Maßnahme 2:** Umsetzung praxisnaher Trainings- und Coachingeinheiten mit direktem Bezug zum Tagesgeschäft.

**Maßnahme 3:** Kontinuierliche Begleitung durch Trainer Peter Mörmann, der mit hoher Praxisorientierung, Klarheit und Ergebniskompetenz überzeugte.

**Maßnahme 4:** Etablierung regelmäßiger Auffrischungseinheiten zur Verankerung, Weiterentwicklung und nachhaltigen Anwendung des Gelernten.

## Ergebnisse

- **Signifikant höhere Abschlussquoten:** Angebote führten häufiger zum Auftrag – auch gegenüber günstigeren Wettbewerbern.
- **Stärkere Preisverhandlungskompetenz:** Preise wurden mit Nachdruck und Selbstsicherheit durchgesetzt.
- **Mehr Struktur im Vertrieb:** Prozesse sind heute klarer, nachvollziehbarer und strategisch ausgerichtet.
- **Nachhaltiger Kompetenzaufbau:** Die TQS®-Methode wurde nicht nur akzeptiert, sondern aktiv ins Tagesgeschäft integriert – mit messbarem Erfolg.

### **Kundenstimme:**



*„Mittels TQS ist der Vertrieb strukturierter, besser nachvollziehbar und vor allem erfolgreicher geworden. Wir gewinnen mehr Aufträge, auch wenn Wettbewerber günstiger angeboten haben, und setzen höhere Preise durch. Entscheidend ist, dass unsere Kollegen selbst Erfolge in der Anwendung sehen – das motiviert und hält die Trainings lebendig.“*

**– Carsten Oberwelland, Geschäftsführer Vertrieb & Service, MEBA Metall-Bandsägemaschinen GmbH**

## Fallstudie 9



MULTIVAC Deutschland GmbH & Co. KG

# 2.000 Angebote, ein System – Wie MULTIVAC mit TQS® seinen Vertriebsprozess nachhaltig professionalisierte

## Unternehmensprofil & Ausgangslage

MULTIVAC ist ein weltweit führender Anbieter für ganzheitliche Verpackungs- und Verarbeitungslösungen. Das 1961 im Allgäu gegründete Unternehmen beschäftigt heute rund 7.000 Mitarbeitende in über 80 Tochtergesellschaften weltweit. Kunden aus der Lebensmittel-, Medizin- und Pharmaindustrie profitieren von umfassender Technologiekompetenz und Beratung – von der ersten Idee bis hin zum After-Sales-Service.

Mit rund 2.000 Angeboten jährlich stand MULTIVAC vor der Herausforderung, seinen Vertriebsprozess im Maschinen- und Anlagenbau effizienter, skalierbarer und systematischer zu gestalten. Der Angebotsprozess war zuvor stark intuitiv und von individueller Tagesform geprägt – mit Folgen wie überflüssigen Angebotsrevisionen, Ressourcenbindung und mangelnder Nachverfolgbarkeit. Pandemiebedingte Digitalisierungsschübe und steigende Marktanforderungen erhöhten zusätzlich den Handlungsdruck.

## Vorgehensweise

**Maßnahme 1:** Einführung der TQS®-Methode über praxisnahe Seminare und Workshops mit direktem Bezug zu realen Kundenanfragen.

**Maßnahme 2:** Schulung zur strukturierten Bedarfsklärung vor Angebotserstellung zur Bewertung und Priorisierung eingehender Anfragen.

**Maßnahme 3:** Etablierung hybrider Arbeitsweisen im Angebotsprozess – Kombination aus digitalen und persönlichen Kundenkontakten.

**Maßnahme 4:** Regelmäßige Qualifizierungsmaßnahmen für das Vertriebsteam in vertrieblichen, technischen und kommerziellen Themen.

## Ergebnisse

- **Deutlich weniger Angebotsrevisionen:** Ressourcen wurden gezielter eingesetzt.
- **Effizienterer Angebotsprozess:** Klar definierte Vorgehensweisen steigerten die Geschwindigkeit und Reaktionsfähigkeit.
- **Höhere Abschlussquoten:** Dank strukturierter Vorklärung und gezielter Nutzenargumentation.
- **Reaktivierte Aufträge:** Verloren geglaubte Potenziale wurden durch systematisches Nachfassen zurückgewonnen.
- **Stärkere Führung und Planbarkeit:** Vertriebsprozesse sind heute unabhängig von Tagesform und deutlich besser steuerbar.

### **Kundenstimme:**



*„Durch TQS haben wir ein einheitliches, tagesformunabhängiges Vertriebskonzept etabliert. Die strukturierte Vorklärung von Anfragen spart Ressourcen und erhöht die Abschlussquote spürbar. Die Zusammenarbeit mit Ulrich Dietze war praxisnah, inspirierend und absolut zielführend.“*

– **Matthias Riedel, Vertriebsleiter Deutschland, Food, Life Science & Health Care, MULTIVAC Deutschland GmbH & Co. KG**

## Fallstudie 10



VDE Prüf- und Zertifizierungsinstitut GmbH

# **Klare Gespräche, bessere Angebote – Wie das VDE Institut mit TQS® seine Angebotsprozesse transformierte**

## **Unternehmensprofil & Ausgangslage**

Das VDE Prüf- und Zertifizierungsinstitut GmbH ist eine Tochtergesellschaft der renommierten VDE Gruppe. Seit über 100 Jahren steht das Institut für geprüfte Sicherheit, technologische Exzellenz und Verbraucherorientierung in der Elektrotechnik, Elektronik und Informationstechnik. Ob Industrie, Handel, Behörden oder Handwerk – das VDE-Zeichen genießt weltweit Vertrauen und Anerkennung.

Trotz hoher technischer Kompetenz zeigte sich im Angebotsprozess Optimierungsbedarf: Unterschiedliche Vorgehensweisen führten zu ineffizienten Abläufen, unstrukturierten Vorabgesprächen und zeitintensiven Angebotsrevisionen. Besonders bei komplexen Dienstleistungen ging oft viel Zeit verloren, ohne dass ein Auftrag daraus resultierte. Ziel war es, die Prozesse durch strukturierte Gesprächsführung, gezielte Angebotsvorbereitung und ein konsistentes Auftreten nach außen deutlich zu verbessern.

## Vorgehensweise

**Maßnahme 1:** Analyse bestehender Kommunikations- und Angebotsprozesse durch die Deutsche Vertriebsberatung.

**Maßnahme 2:** Einführung der TQS®-Methode mit Fokus auf strukturierte Vorangebotsgespräche und effiziente Angebotsgestaltung.

**Maßnahme 3:** Schulung von über 100 technischen Expert\*innen in vertrieblichen Grundkompetenzen zur Stärkung des Kundenkontakts.

**Maßnahme 4:** Vertriebsseitige Vertiefung durch ein 20-köpfiges Sales-Team mit Trainings zu Argumentation, Verhandlungsführung und Kundendialog.

**Maßnahme 5:** Entwicklung eines unternehmensweiten Kommunikationskonzepts für einen konsistenten Außenauftritt – unabhängig von Funktion oder Fachbereich.

## Ergebnisse

- **Strukturiertere Erstgespräche:** Klarere Bedarfsklärung erhöht die Qualität und Relevanz der Angebote.
- **Weniger Angebotsrevisionen:** Zeit- und Ressourcengewinne durch präzisere Vorbereitung und interne Abstimmung.
- **Effizienteres internes Projektmanagement:** Schnellere Abläufe, bessere Nachverfolgung, höherer Output.
- **Gezielte Kundenansprache:** Entscheidungsträger werden effektiver angesprochen, was die Abschlusswahrscheinlichkeit erhöht.
- **Einheitlicher Marktauftritt:** Geschulte Teams agieren mit einer konsistenten „Stimme“ – professionell, kompetent, wirksam.

### **Kundenstimme:**



*„Durch die hervorragende Zusammenarbeit und die präzise Abstimmung mit Ulrich Dietze ist es uns gelungen, unsere Angebotsprozesse spürbar zu optimieren. Über 100 technische Expert\*innen wurden in Vertriebskompetenzen geschult, unser Vertriebsteam erhielt wertvolle Updates. Heute treten wir mit einer konsistenteren Stimme auf, gestalten Erstgespräche klarer und erhöhen die Abschlussrate. Herzlichen Dank an das Team von Ulrich Dietze!“*

**– Sven Öhrke, Mitglied der Geschäftsführung, VDE Prüf- und Zertifizierungsinstitut GmbH**

## Fallstudie 11

**WÖHLER**

Wöhler Technik GmbH

# Mehr Aufträge, souveränere Verhandlungen – Wie Wöhler mit TQS® Vertriebsprozesse international optimierte

## Unternehmensprofil & Ausgangslage

Die Wöhler Technik GmbH mit Sitz in Bad Wünnenberg begann vor fast 100 Jahren als Bürstenmacherei und hat sich zu einem international tätigen Hersteller von Mess-, Inspektions- und Reinigungsgeräten entwickelt. Trotz globaler Präsenz bleiben Entwicklung und Fertigung fest am Hauptsitz in Deutschland – ein Garant für Qualität und Innovationsgeschwindigkeit. Die Kunden, überwiegend aus dem gebäudetechnischen Handwerk, stehen vor technologischen Veränderungen, auf die Wöhler mit zuverlässigen, praxisnahen Lösungen reagiert.

Um künftig noch erfolgreicher zu agieren, wollte Wöhler seine technische Vertriebskompetenz um systematische Prozesse und eine stärkere Erfolgsorientierung ergänzen. Ziel war es, die Angebotsqualität und Abschlussquote zu steigern, neue Mitarbeitende schneller einzuarbeiten und die Verhandlungssicherheit spürbar zu erhöhen – unabhängig vom individuellen Talent einzelner.

## Vorgehensweise

**Maßnahme 1:** Einführung der TQS®-Methode über praxisorientierte Workshops mit Ulrich Dietze und seinem Team.

**Maßnahme 2:** Aufbau eines systematischen Anfragemanagements zur frühzeitigen Erfassung und Qualifizierung von Kundenbedürfnissen.

**Maßnahme 3:** Entwicklung und Implementierung verbindlicher Leitfäden und Checklisten für effektive Verkaufsgespräche.

**Maßnahme 4:** Erstellung eines unternehmensinternen Kommunikationshandbuchs zur Standardisierung und Skalierung der TQS®-Prozesse.

**Maßnahme 5:** Internationaler Roll-out der TQS®-Methodik in Deutschland, Österreich und den Niederlanden.

## Ergebnisse

- **Mehr Aufträge aus bestehenden Angeboten:** Strukturierte Vorangebotsgespräche führten zu klaren Kaufentscheidungen.
- **Stärkere Verhandlungskompetenz:** Der Vertrieb agiert selbstbewusst, Rabatte werden gezielt und nur gegen Gegenleistung gewährt.
- **Bessere Differenzierung:** Wettbewerbsangebote werden systematisch gemeinsam mit dem Kunden verglichen.
- **Höhere Motivation im Team:** Erfolgserlebnisse steigern das Engagement und die Eigenverantwortung.
- **Schnellere Einarbeitung:** Neue Mitarbeitende profitieren von klaren Prozessen und strukturierten Leitlinien.
- **Kennzahlenbasierte Steuerung:** Realisierungsquote und Rabattniveau sorgen für Transparenz im Vertriebscontrolling.

### **Kundenstimme:**



*„Mit der TQS-Methode führen wir heute verbindlichere und erfolgreichere Verkaufsgespräche. Wir generieren deutlich mehr Aufträge aus bestehenden Angeboten und treten in Preisverhandlungen selbstbewusster auf. Besonders wertvoll sind die klar definierten Prozesse und Checklisten, die auch neue Mitarbeiter schnell ins Boot holen. Mittlerweile haben wir TQS in Deutschland, Österreich und den Niederlanden erfolgreich implementiert – und entwickeln es gemeinsam mit Ulrich Dietze kontinuierlich weiter.“*

**– Christian Beyerstedt, Geschäftsführer, Wöhler Technik GmbH**

IHR PROFESSIONELLER ANSPRECHPARTNER FÜR SYSTEMATISCHE VERTRIEBSPROZESSE  
IM TECHNISCHEN UMFELD

## Über die Deutsche Vertriebsberatung

Die in diesem Dokument vorgestellten Fallstudien geben Einblicke in verschiedene Branchen, Unternehmensgrößen und Ausgangssituationen – doch sie alle haben eines gemeinsam: die erfolgreiche Zusammenarbeit mit der **Deutschen Vertriebsberatung**. Ob Familienbetrieb, internationaler Maschinenbauer oder technischer Fachhandel – überall dort, wo komplexe Vertriebsprozesse beherrschbar und Ergebnisse planbar gemacht werden sollen, sind wir der richtige Partner.

Seit über 30 Jahren begleitet die Deutsche Vertriebsberatung Unternehmen dabei, ihren Vertrieb strategisch zu entwickeln, operativ zu optimieren und langfristig erfolgreicher zu machen. Unser besonderer Fokus liegt auf technischen Branchen wie dem Maschinen- und Anlagenbau, der Elektrotechnik oder der industriellen Dienstleistung.

Im Zentrum unserer Arbeit steht das **TQS®-Modell (Total Quality Selling)** – eine Methode, die darauf abzielt, Verkaufsprozesse zu systematisieren, Vertriebsressourcen gezielt einzusetzen und die Abschlussquote nachhaltig zu steigern. Praxisnähe, Umsetzbarkeit und messbare Ergebnisse bilden die Grundpfeiler unserer Arbeit.

Mehr als **3.000 Unternehmen** und über **30.000 Vertriebsmitarbeiterinnen und -mitarbeiter** haben unsere Programme durchlaufen – viele davon zählen heute zu den marktführenden Anbietern ihrer Branche.



### Der Gründer

Ulrich Dietze ist seit über drei Jahrzehnten als Vertriebsberater und Trainer tätig. Seine Wurzeln im Außendienst und seine Erfahrung als Verkaufsleiter prägen seinen pragmatischen, ergebnisfokussierten Beratungsansatz. Heute gilt er als einer der führenden Experten für Vertrieboptimierung im deutschsprachigen Raum – mit einem klaren Ziel: Umsatzsteigerung durch exzellente Prozesse und wirksam ausgebildete Vertriebsteams.

## Unser Team

Zwölf echte Praktiker mit hoher Fachexpertise stehen für die Lösung Ihrer vertrieblichen Herausforderungen zur Verfügung. Fundierte und dauerhafte Lösungen mit hochrentablen Ergebnissen sind das Ziel unserer gemeinsamen Arbeit.

Liebe Leserin, lieber Leser,

die vorliegenden Fallstudien zeigen: Vertrieboptimierung ist kein Zufallsprodukt, sondern das Ergebnis klarer Prozesse, durchdachter Methoden und konsequenter Umsetzung. Unabhängig von Branche oder Unternehmensgröße lassen sich Vertriebsfolge gezielt gestalten – wenn man die richtigen Hebel kennt und betätigt.

Wenn Sie eines aus diesem Whitepaper mitnehmen sollten, dann dies: **Vertriebserfolg ist planbar** – mit der richtigen Struktur, den passenden Werkzeugen und einem Team, das weiß, worauf es ankommt.

**Wollen auch Sie Ihren Vertrieb ganzheitlich erneuern und damit die Basis für deutlich höhere Abschlussquoten schaffen?** Dann laden wir Sie herzlich zu einem unverbindlichen Gespräch ein:

**Buchen Sie jetzt Ihren kostenlosen Potenzialcheck unter:**  
[deutschevertriebsberatung.de](https://www.deutschevertriebsberatung.de)

In diesem Gespräch analysieren wir gemeinsam Ihre individuelle Ausgangssituation, zeigen Ihnen konkrete Handlungsfelder auf und geben Ihnen erste praktische Tipps für die Umsetzung. Sie erhalten eine klare Einschätzung, wie groß das ungenutzte Potenzial in Ihrem Vertrieb wirklich ist – und was Sie tun können, um es zu heben.

Wir freuen uns darauf, Sie kennenzulernen – und gemeinsam die nächsten Schritte in Richtung Vertriebsexzellenz zu gehen.

Mit besten Grüßen

**Ulrich Dietze**  
Deutsche Vertriebsberatung