09
2026

VERKAUF COACHING-BRIEF

Norbert Flossmanns Praxis-Tipps
für Führungskräfte im Verkauf

Der wahre Engpass im Herbst

Im letzten Quartal hört man in vielen Unternehmen immer wieder den Satz: „Dafür haben wir im Moment keine Zeit."

Oft stimmt das gar nicht.

Zeit ist selten der eigentliche Engpass. Viel knapper ist die Fähigkeit, Entscheidungen zu treffen. Führungskräfte, Projektleiter und Geschäftsführer müssen im Herbst unzählige Investitionen bewerten, Budgets freigeben, Prioritäten festlegen und gleichzeitig bereits das kommende Jahr vorbereiten. Irgendwann wird jede zusätzliche Entscheidung zur Belastung – selbst dann, wenn sie eigentlich sinnvoll wäre.

Das erklärt, warum manche Projekte wochenlang liegen bleiben, obwohl alle Beteiligten ihren Nutzen erkennen. Es fehlt häufig nicht an Überzeugung. Es fehlt an Kapazität für eine weitere Entscheidung.

Für Verkäufer steckt darin eine wichtige Erkenntnis.

Wer im Jahresendspurt erfolgreich sein möchte, sollte nicht nur über Produkte, Preise oder Leistungen sprechen. Ebenso wichtig ist die Frage, wie sich Entscheidungen für den Kunden einfacher machen lassen. Oft entscheidet weniger das bessere Angebot als der Verkäufer, der den Entscheidungsprozess am besten versteht.

Im letzten Quartal verkaufen Sie nicht nur Lösungen – Sie helfen Ihren Kunden, Entscheidungen zu treffen.

Auf den folgenden Seiten finden Sie Tipps zu diesem Thema. Sie sehen sieben Hebel, mit denen Sie im letzten Quartal mehr Bewegung in laufende Projekte bringen und Ihre Chancen auf einen erfolgreichen Jahresabschluss erhöhen können.

Ihr

Norbert Flossmann

Den Titelbeitrag können Sie auch als Podcast zum Hören herunterladen:

https://flossmann.intem.ch/coaching-brief/leser-service.php

Inhalt

- 7 Hebel für mehr Umsatz bis Jahresende: Weniger bringt mehr
- Die drei entscheidenden Minuten nach dem Kundentermin
- Wenn das Team am Limit arbeitet: So meistern Sie den Jahresendstress

Kontakt:

Norbert Flossmann
Erlachstrasse 7 • 3234 Vinelz
Mobil +41763614170
https://flossmann.intem.ch
n.flossmann@intem.de

Die letzten Monate des Jahres entscheiden über Erfolg oder Zielverfehlung. Jetzt trennen sich Aktivitäten, die nur Zeit kosten, von Maßnahmen, die tatsächlich Umsatz bringen. Die folgenden sieben Hebel lassen sich sofort umsetzen – und wirken häufig schneller als zusätzliche Akquise oder noch mehr Kundentermine.

7 Hebel für mehr Umsatz bis Jahresende: Weniger bringt mehr

Der September markiert im Vertrieb einen Wendepunkt. Viele Kunden bringen Projekte voran, bevor Budgets verfallen oder das nächste Geschäftsjahr geplant wird. Gleichzeitig wird Zeit zur knappsten Ressource. Wer jetzt jede Verkaufschance ohne starke Prioritäten mit der gleichen Intensität und dem gleichen Zeitaufwand verfolgt, verzettelt sich leicht.

Erfolgreiche Verkäufer konzentrieren sich deshalb auf wenige Aktivitäten mit großer Wirkung und trennen sich konsequent von Aktivitäten, die zwar beschäftigen, aber keinen Umsatz bringen.

Hebel 1: Verkleinern Sie Ihre Pipeline

Der erste Impuls lautet häufig: mehr Kunden ansprechen, mehr Angebote schreiben, mehr Möglichkeiten schaffen.

Für den Jahresendspurt ist das oft der falsche Weg. Nehmen Sie Ihre Pipeline zur Hand und stellen Sie sich bei jedem Projekt nur eine Frage:

„Wie wahrscheinlich ist es, dass hier bis zum 31. Dezember tatsächlich eine Entscheidung fällt?“

Alles, was keine realistische Chance auf einen Abschluss in diesem Jahr hat, gehört auf eine zweite Liste. Diese Projekte sind nicht verloren, sie konkurrieren lediglich mit Aufträgen, die jetzt deutlich größere Erfolgschancen bieten.

Wer seine Pipeline entschlackt, gewinnt in der Regel mehrere Stunden pro Woche. Diese Zeit fließt in Projekte, die tatsächlich Umsatz bringen.

Hebel 2: Verkaufen Sie Entscheidungen statt Termine

Viele Verkaufsgespräche enden mit einem neuen Termin. Das klingt nach Fortschritt. Tatsächlich wird dabei häufig nur die nächste Besprechung vereinbart. Hilfreicher ist deshalb jetzt eine andere Frage:

„Welche konkrete Entscheidung soll bis zu unserem nächsten Gespräch getroffen sein?“

Dadurch verändert sich der Charakter des Termins. Beide Seiten denken über Ergebnisse nach statt über Kalender. Gleichzeitig erkennen Sie frühzeitig, ob der Kunde tatsächlich vorankommen möchte oder lediglich Zeit gewinnen will.

Hebel 3: Unterbrechen Sie Projekte ohne Entscheidungstermin

Manche Verkaufschancen bleiben monatelang in der Pipeline, obwohl niemand sagen kann, wann überhaupt entschieden wird. Das bindet Aufmerksamkeit und erzeugt einen trügerischen Optimismus.

Extra-Tipp

Viele Verkäufer beenden die Woche mit einer To-do-Liste für den Montag. Eine gute Idee ist jetzt auch eine zweite Frage: „Mit welchem Projekt werde ich mich nächste Woche bewusst nicht mehr beschäftigen?“ Streichen Sie konsequent alle Verkaufschancen, bei denen bis Jahresende keine realistische Entscheidung zu erwarten ist. Sie geben diese Projekte nicht auf – Sie verschieben lediglich Ihre Aufmerksamkeit auf Aufträge mit deutlich besseren Abschlusschancen.

➜

Fehlt ein konkreter Entscheidungstermin oder zumindest ein klar definierter Meilenstein, sollte das Projekt vorerst nicht im Mittelpunkt Ihrer Aktivitäten stehen.

Investieren Sie Ihre Energie lieber dort, wo Kunden bereits einen verbindlichen Entscheidungsprozess begonnen haben.

Hebel 4: Verkürzen Sie den Entscheidungsprozess

In vielen Projekten entstehen Verzögerungen, die niemand bewusst geplant hat. Ein zusätzlicher Abstimmungstermin, eine Rückfrage, die mehrere Tage liegen bleibt, oder ein Entscheider, der erst sehr spät eingebunden wird, können den Abschluss bis ins nächste Jahr verschieben.

Gehen Sie deshalb jeden größeren Auftrag Schritt für Schritt durch und fragen Sie sich:

„An welcher Stelle verliert dieses Projekt derzeit am meisten Zeit?"

Vielleicht genügt ein gemeinsames Gespräch mit einem weiteren Entscheider. Vielleicht lässt sich eine offene Frage in einem kurzen Telefonat klären, statt dafür einen neuen Termin zu vereinbaren. Manchmal hilft es auch, Vertragsdetails parallel zu besprechen, während die endgültige Freigabe vorbereitet wird.

Hebel 5: Stellen Sie die September-Frage

Zum Ende eines Verkaufsgesprächs fragen viele Verkäufer: *„Wie geht es jetzt weiter?"* Probieren Sie stattdessen einmal diese Frage: *„Was müsste passieren, damit dieses Projekt noch in diesem Jahr startet?"*

Die Antwort ist oft überraschend konkret. Vielleicht fehlt nur eine interne Freigabe. Vielleicht wartet der Kunde auf eine Budgetentscheidung oder auf die Zustimmung eines weiteren Entscheiders. Sie erfahren, woran das Projekt tatsächlich hängt, und können gezielt dort unterstützen.

Ihr Service:
Mit der neuen Checkliste „Warum kauft der Kunde noch nicht?" prüfen Sie anhand von Diagnosefragen, warum wichtige Verkaufschancen noch keinen Erfolg hatten. So erkennen Sie schnell, welcher Engpass einer Entscheidung im Weg steht – und worauf Sie sich bis zum Jahresende konzentrieren sollten. Auf Seite 6 können Sie Ihr kostenloses Exemplar anfordern.

Hebel 6: Fragen Sie nach verfallenden Budgets

Budgetgespräche drehen sich meist um die Frage, ob überhaupt Geld vorhanden ist. Mindestens genauso interessant ist eine andere Frage: *„Gibt es Mittel, die in diesem Jahr eingeplant wurden und verfallen würden, wenn das Projekt nicht mehr startet?"* Viele Unternehmen arbeiten mit Jahresbudgets. Nicht ausgeschöpfte Mittel lassen sich häufig nur eingeschränkt ins nächste Jahr übertragen. Daraus kann zusätzlicher Entscheidungsdruck entstehen – vorausgesetzt, Sie kennen die Rahmenbedingungen Ihres Kunden.

Hebel 7: Fragen Sie nach dem Preis des Wartens

Im letzten Quartal lohnt es sich deshalb, den Blick bewusst auf die Folgen einer Verschiebung zu lenken. Dabei geht es nicht darum, künstlichen Zeitdruck aufzubauen. Viel wirkungsvoller ist es, den Kunden selbst über die Konsequenzen nachdenken zu lassen. Fragen Sie zum Beispiel:

„Welche Auswirkungen hätte es auf Ihr Unternehmen, wenn dieses Projekt erst im März statt noch in diesem Jahr startet?" Oder: *„Welche Ziele würden sich dadurch verschieben?"*

Oft entstehen erst durch diese Fragen neue Erkenntnisse. Verzögerte Einsparungen, entgangene Umsätze, längere Projektlaufzeiten oder zusätzliche Belastungen für die Mitarbeiter werden plötzlich greifbar. Der Kunde erkennt selbst, dass Nichtstun ebenfalls eine Entscheidung ist – und häufig die teuerste.

09
2026

Das Kundengespräch ist beendet: schnell ins Auto, E-Mails checken und eilig zum nächsten Termin. Dabei entscheiden oft die ersten drei Minuten nach dem Gespräch darüber, wie erfolgreich das nächste Treffen mit diesem Kunden verläuft.

Die drei entscheidenden Minuten nach dem Kundentermin

Ein Verkaufsgespräch endet nicht mit dem Verlassen des Besprechungsraums. Direkt nach dem Termin sind Eindrücke, Formulierungen und Stimmungen noch präsent. Bereits eine Stunde später sind viele dieser Details verblasst. Nach einigen Tagen erinnern wir uns meist nur noch an den groben Verlauf des Gesprächs und ergänzen unbewusst Lücken mit dem, was wir für wahrscheinlich halten.

Nutzen Sie deshalb die ersten Minuten nach jedem Kundentermin ganz bewusst. Dazu müssen Sie keinen ausführlichen Gesprächsbericht schreiben. Sie beantworten sich drei einfache Fragen.

1. Was hat mich überrascht?

Diese Frage zwingt dazu, eingefahrene Denkmuster zu verlassen. Vielleicht hat der Kunde plötzlich ein anderes Ziel genannt. Vielleicht war ein Einwand wichtiger als erwartet oder ein neuer Entscheider spielte eine größere Rolle.

Gerade diese Überraschungen liefern oft die wertvollsten Hinweise für das nächste Gespräch. Wer sie sofort festhält, erkennt Entwicklungen früher und vermeidet, den Kunden vorschnell in bekannte Kategorien einzuordnen.

2. Welche Frage hätte ich noch stellen sollen?

Viele Verkaufsgespräche enden mit dem Gedanken: Das hätte ich eigentlich noch fragen müssen.

Notieren Sie vergessene Fragen sofort. Sie bilden den perfekten Einstieg für das nächste Gespräch und helfen, Schritt für Schritt bessere Verkaufsgespräche zu führen.

3. Was kann ich beim nächsten Termin noch besser machen?

Nach jedem Kundengespräch gibt es einen Moment, an dem man denkt: Beim nächsten Mal würde ich das anders angehen.

Vielleicht hätten Sie früher nach dem Budget fragen sollen. Vielleicht kam der eigentliche Entscheider zu spät ins Gespräch oder ein Einwand blieb unbeantwortet. Solche Erkenntnisse gehen im Alltag schnell verloren, wenn sie nicht sofort festgehalten werden.

Notieren Sie deshalb direkt nach dem Termin zumindest eine einzige Verbesserung, die Sie beim nächsten Gespräch mit diesem Kunden umsetzen wollen. Mehr braucht es nicht. Aus vielen kleinen Anpassungen entsteht mit der Zeit eine deutlich höhere Gesprächsqualität.

Wer sich nach jedem Kundentermin nur drei Minuten Zeit nimmt, führt sein nächstes Gespräch selten genauso wie das vorherige. Dadurch entwickelt sich die Verkaufserfahrung kontinuierlich weiter.

Extra-Tipp

Notieren Sie immer den letzten inhaltlichen Satz, den Ihr Kunde vor der Verabschiedung gesagt hat.
Gerade in den letzten Minuten fallen oft Bemerkungen wie: „Darüber muss ich noch einmal mit meinem Geschäftsführer sprechen.“ Oder: „Eigentlich ist das Budget gar nicht unser größtes Problem.“
Diese scheinbar beiläufigen Aussagen verraten häufig, womit sich Ihr Kunde nach dem Gespräch tatsächlich beschäftigen wird. Sie liefern deshalb oft den besten Ansatzpunkt für den nächsten Kontakt.

09
2026

Das letzte Quartal gehört in vielen Unternehmen zu den arbeitsintensivsten Wochen des Jahres. Projekte sollen abgeschlossen, Umsatzziele erreicht und neue Aufgaben vorbereitet werden. Wer jetzt nur versucht, das Arbeitstempo zu erhöhen, riskiert genau das Gegenteil: sinkende Motivation und mehr Fehler.

Wenn das Team am Limit arbeitet: So meistern Sie den Jahresendstress

Immer neue Aufgaben kommen hinzu, während kaum etwas von der Aufgabenliste verschwindet. Jeder arbeitet viel, dennoch entsteht das Gefühl, den Dingen ständig hinterherzulaufen. Das sind die typischen Muster im letzten Quartal des Jahres.

Führungskräfte können hier mit einer einfachen Maßnahme viel bewirken. Fragen Sie Ihr Team nicht nur: „Woran arbeiten Sie gerade?“ Stellen Sie zusätzlich die Frage:

„Welche Aufgabe können wir bis Jahresende bewusst streichen oder verschieben?“

Diese Frage verändert den Blickwinkel. Plötzlich geht es nicht mehr nur darum, immer mehr zu schaffen, sondern die vorhandene Energie gezielt einzusetzen.

Ebenso wichtig ist es, Überlastung früh zu erkennen. Viele Mitarbeiter sprechen sie nicht von sich aus an. Sie möchten zuverlässig wirken und ihre Kollegen nicht zusätzlich belasten. Deshalb sollten Führungskräfte regelmäßig nach Hindernissen fragen – nicht erst dann, wenn Termine platzen.

Eine Formulierung hat sich dabei besonders bewährt:

„Welche Aufgabe kostet Sie im Moment unverhältnismäßig viel Zeit?“

Die Antwort zeigt oft schneller als jede Arbeitsstatistik, wo Abläufe vereinfacht, Entscheidungen beschleunigt oder Unterstützung organisiert werden kann.

Erfolge sichtbar machen

Gerade im Endspurt sollten Führungskräfte außerdem kleine Erfolge sichtbar machen. Häufig richtet sich die Aufmerksamkeit ausschließlich auf offene Aufgaben. Erledigte Projekte verschwinden dagegen sofort aus dem Blick. Das vermittelt den Eindruck, dass die Arbeit nie weniger wird. Nehmen Sie sich deshalb am Ende jeder Woche fünf Minuten Zeit und fragen Sie im Team:

„Was haben wir in dieser Woche geschafft, das uns unserem Jahresziel näher bringt?“

Diese kurze Rückschau verändert die Wahrnehmung. Fortschritte werden sichtbar, Erfolge bewusst wahrgenommen und das Team startet mit mehr Zuversicht in die nächste Woche.

Stress im letzten Quartal lässt sich nicht vollständig vermeiden. Führungskräfte können jedoch viel dafür tun, dass aus hoher Auslastung keine dauerhafte Überforderung wird. Oft reichen wenige gezielte Fragen, um Prioritäten zu schärfen, Belastungen früh zu erkennen und die Energie des Teams auf die Aufgaben zu lenken, die bis Jahresende wirklich den Unterschied machen.

Extra-Tipp

In stressigen Phasen werden viele kleine Entscheidungen vertagt. Jede einzelne davon scheint unbedeutend. Zusammen erzeugen sie jedoch eine ständig wachsende Liste offener Punkte, die das Team zusätzlich belastet. Treffen Sie deshalb in jeder Teambesprechung eine einfache Regel: Jeder Tagesordnungspunkt endet mit einer Entscheidung.
Sie muss nicht groß sein. Manchmal reicht die Festlegung, wer bis wann den nächsten Schritt übernimmt. Das sorgt für Klarheit und verhindert, dass sich immer mehr offene Baustellen ansammeln.

Nutzen Sie jetzt den Premium-Service

Als Leser des INtem® Coaching-Briefs haben Sie jeden Monat exklusiv die Möglichkeit, kostenlos die aktuelle Leser-Service-Datei anzufordern. Sie erhalten zusätzliche Checklisten, Arbeitshilfen oder weiterführende Informationen, mit denen Sie die Tipps und Strategien aus dem Coaching-Brief umsetzen können. In diesem Monat:

Checkliste für Ihre Jahresendrally: Warum kauft der Kunde noch nicht?

Mit dieser Checkliste analysieren Sie systematisch, warum wichtige Verkaufschancen noch auf eine Entscheidung warten. Anhand von 30 Diagnosefragen erkennen Sie den entscheidenden Engpass und erfahren, an welcher Stelle Sie ansetzen sollten, um Projekte kurzfristig wieder in Bewegung zu bringen. Sie erhalten die Checkliste umgehend kostenlos als PDF-Datei und können sie sowohl für Ihre eigenen Verkaufschancen als auch gemeinsam mit Ihrem Team zur Analyse wichtiger Kundenprojekte einsetzen.

https://flossmann.intem.ch/coaching-brief/leser-service.php

Sie erhalten die Checkliste kostenlos als PDF-Datei.

Rückruf-Service: Sie haben eine Frage zum Coaching-Brief? Oder benötigen Sie eine Kurzberatung? Dann senden Sie uns einfach eine E-Mail mit dem Wunschtermin, zu dem wir Sie am besten erreichen können. Die E-Mail-Adresse lautet:

n.flossmann@intem.de