

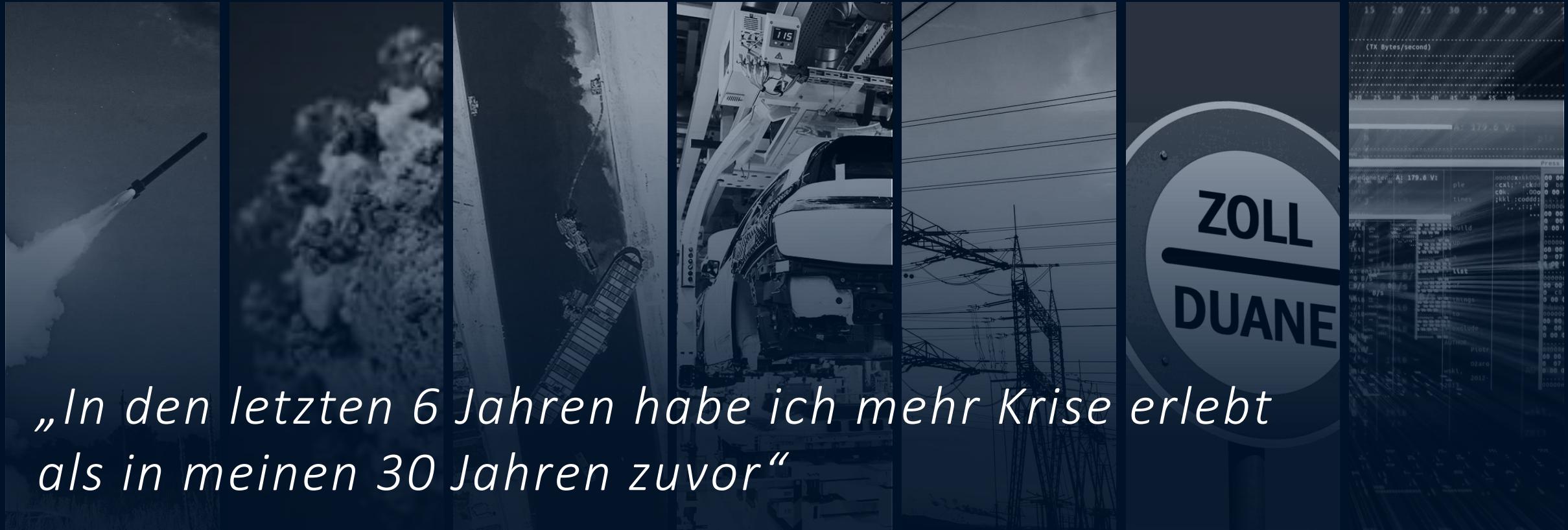
Warum KI nicht alles lösen kann – mit Wachstum aus der Krise



Julian Reuther

Hamburg, 19. November 2025

Die Krisen unserer Zeit



„In den letzten 6 Jahren habe ich mehr Krise erlebt als in meinen 30 Jahren zuvor“

Head of Sales Automotive OEM

01

Fehlende Perspektive

Deutsche Unternehmen verlieren Glauben an die Zukunft

Die Bundesregierung will mit ihrem „Herbst der Reformen“ die Wirtschaft stärken. Doch die scheint sich selbst aufzugeben.

Quelle: Handelsblatt 17. Oktober 2025

02

Sinkende Verkaufszahlen

September 2025: Keine Erholung für KMU

Der DATEV Mittelstandsindex September 2025 zeigt: Umsätze sinken, Löhne steigen, Beschäftigung stagniert.

Quelle: Markt & Mittelstand, 23. September 2025

03

Zurückhaltende Investitionen

90 % der Unternehmen mit erschwertem Zugang zu Fremdkapital haben geplante Investitionen zurückgestellt.

Quelle: German Economic Pulse, Oktober 2025



DIE ESSENZ DES PULSE CHECKS

1.

Vor der
Krise

„Es ist selten die Krise selbst, die ein Unternehmen trifft – meist ist es die fehlende Vorbereitung darauf.“

2.

Während
der Krise

„Früher kam eine Krise, man hat sich kurz geschüttelt, abgewartet, Kurzarbeit gemacht, und dann ging's wieder weiter. Heute musst du sofort reagieren, dich anpassen, neue Ideen umsetzen – und das mit voller Geschwindigkeit. Wer zu langsam ist, ist raus.“

Prozessoptimierung & Automatisierung



„Wir haben das ganze Angebotswesen verschlankt, die Kalkulation zentralisiert und automatisiert. Heute reagieren wir doppelt so schnell wie davor.“

Frühzeitige Marktdiversifikation



„Wir liefern in über 130 Länder. Wenn ein Markt schwächer läuft, fängt ein anderer das auf. Diese geografische Balance ist Teil unserer Vertriebsresilienz.“

Kundenbeziehung



„Wir haben die Krise überstanden, weil unsere Kunden uns vertraut haben. Aus diesem Grund haben sie uns in dieser Zeit sogar höhere Preise bezahlt.“

Verzahnung mit Geschäftsmodell



„Je stärker ich mich in die Prozesse meiner Kunden verknüpfe, desto weniger bin ich austauschbar.“

Prozessoptimierung & Automatisierung



Praxisbeispiel

„Wir haben das ganze Angebotswesen verschlankt, die Kalkulation zentralisiert und automatisiert. Heute reagieren wir doppelt so schnell wie davor.“

„Process Excellence“ – der FTI Consulting Ansatz



AUSGANGSSITUATION

- Geringer Digitalisierungsgrad in Angebots- und Preisprozessen
- Hoher manueller Aufwand bei Kalkulation und Freigabe
- Fehlende Transparenz über Status und Erfolgsquoten



VORGEHEN

- Einführung & Integration eines Angebotsprozesses
- Einsatz datengetriebener Tools zur Preis- & Margenoptimierung
- End-to-End Verknüpfung von CRM und ERP-System



ERGEBNIS

- Profitabilität um 3 % gesteigert durch präzisere Preissteuerung
- Angebotsdurchlaufzeiten um über 40 % verkürzt
- Entlastung des Vertriebs durch automatisierte Workflows

Potenzial & Priorität



„Sell more to less – Wir müssen so viel wie möglich aus unserem Portfolio an weniger Kunden verkaufen.“

Pricing & Transparenz



„Wir haben einfach ein simples Pricing-Tool gebaut und etwas Transparenz geschaffen. Damit haben wir das EBIT von 1,5 % auf 15 % gesteigert.“

Kosten & Kalkulation



„Wir haben mit den Kunden ein Modell entwickelt, das jeden Kostentreiber transparent macht. So konnten wir Preiserhöhungen erklären und fair verhandeln, ohne Vertrauen zu verlieren.“

Keine unüberlegten Schnellschüsse



„Einige Wettbewerber senkten ihre Preise und verloren ihre Glaubwürdigkeit. Wir blieben Standhaft und wurden langfristig belohnt.“

Potenzial &
Priorität

„Sell more to less – Wir müssen so viel wie möglich aus unserem Portfolio an weniger Kunden verkaufen.“

Praxisbeispiel

„Account Growth“ – der FTI Consulting Ansatz

AUSGANGSSITUATION

- Breites Kundenportfolio ohne Wert- & Potenzialpriorisierung
- Fehlende Transparenz über Kundenprofitabilität & Margen
- Unklare Verantwortlichkeiten und Ressourcenallokation



VORGEHEN

- Analyse von Kundenpotenzialen nach Umsatz und Marge
- Segmentierung & Priorisierung von Fokus-Accounts
- Klare Rollen- und Betreuungsstrukturen etabliert



ERGEBNIS

- Umsatzsteigerung um 5 % durch Fokus auf Prio-Accounts
- Transparente und messbare Kundenwertpotenziale
- Höhere Vertriebseffizienz durch Priorisierung und klare Rollen

Key Takeaways





Julian Reuther
Senior Consultant

+49 211 876 360 74

+49 151 580 502 45

julian.reuther@fticonsulting.com



Jan Gansen
Senior Director

+49 69 272 299 528

+49 151 580 502 46

jan.gansen@fticonsulting.com

