

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

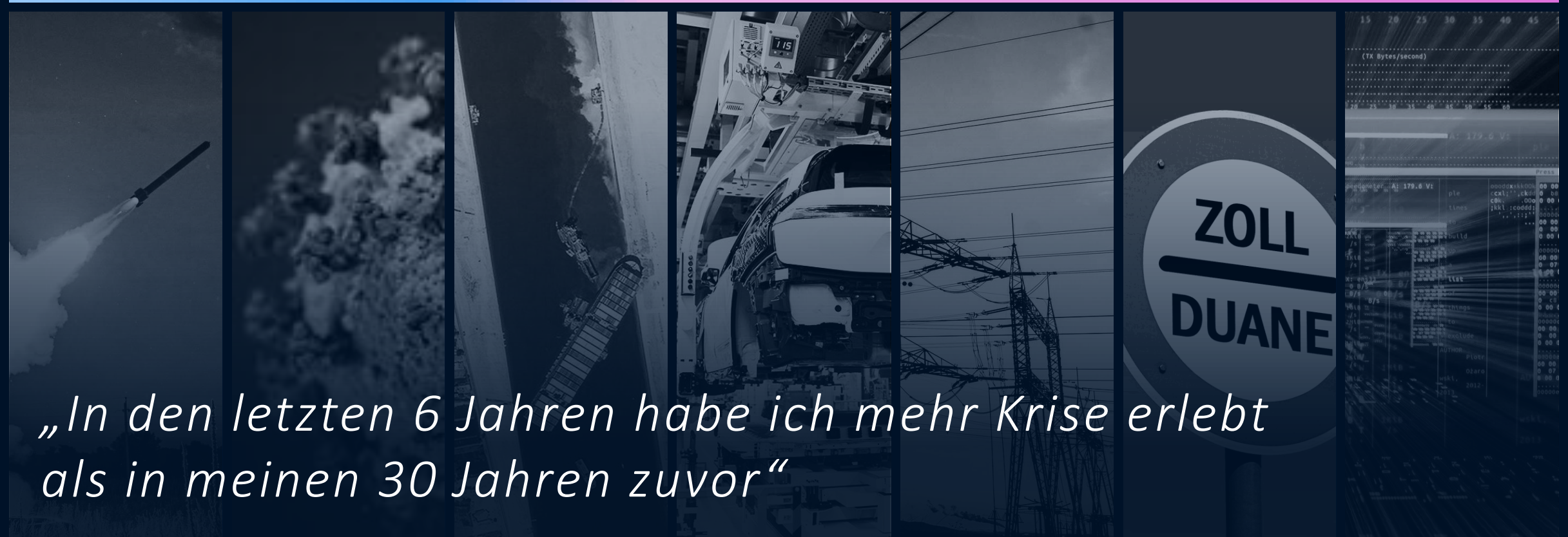


Julian Reuther

Hamburg, 19. November 2025



# Die Krisen unserer Zeit



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.“*

# 1. Resilienz entsteht vor der Krise

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.“*

# 1. Resilienz entsteht vor der Krise

Prozessoptimierung &  
Automatisierung



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

Praxisbeispiel

## „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



## 2. Einfach Machen! Umsetzungsstärke entscheidet in der Krise

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.“*

## 2. Einfach Machen! Umsetzungsstärke entscheidet in der Krise

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](mailto:julian.reuther@fticonsulting.com)



**Jan Gansen**  
*Senior Director*

+49 69 272 299 528

+49 151 580 502 46

[jan.gansen@fticonsulting.com](mailto:jan.gansen@fticonsulting.com)

