

# Vom Auftragsabwickler zum aktiven Vertrieb

Wie Systemintegratoren und Sondermaschinenbauer ihren Vertrieb 2026/27 fokussierter, margenstärker und ressourcenschonender aufstellen.



## AUSGANGSLAGE

Systemintegratoren und Sondermaschinenbauer haben in den vergangenen Jahren bewiesen, was technische Kompetenz bedeutet: Selbst die schwierigsten Projekte wurden umgesetzt, Engpässe überbrückt, Verantwortung übernommen.

Viele dieser Unternehmen sind vor allem über eingehende Anfragen gewachsen. Solange der Markt wuchs, reichte das. Heute fühlt sich der Markt jedoch härter und zäher an — und das, obwohl der Bedarf an Automatisierung und Robotik unverändert hoch ist. Fachkräfte fehlen, die Qualitätsanforderungen steigen, Effizienz ist keine Kür mehr, sondern Voraussetzung. Gleichzeitig rechnen Kunden genauer, vergleichen intensiver und entscheiden zögerlicher als je zuvor.

### 14,1 Mrd. €

VDMA-Umsatzprognose Robotik & Automation 2026 — zweites Minusjahr in Folge (-5%)

QUELLE: VDMA, 2026

### 449

Roboter je 10.000 Beschäftigte in Deutschland — Platz 3 weltweit

QUELLE: IFR, WORLD ROBOTICS 2025

### 27 %

der Mittelständler ziehen Kreditfinanzierung in Betracht — 10-Jahres-Tief

QUELLE: KfW, APR 2026

## Die neue Aufgabe: Investition begründen, nicht Technik erklären

Daraus leitet sich für Geschäftsführer und Vertriebsverantwortliche eine neue Aufgabe ab: technische Lösungskompetenz in wirtschaftliche Entscheidungssicherheit für den Kunden zu übersetzen. Wer bisher Aufträge abgewickelt hat, muss jetzt aktiv verkaufen.

GESTERN · REAKTIV

### Auftragsabwickler

Wartet auf Anfragen, verkauft über Technik, verschenkt Pre-Engineering.



HEUTE · AKTIV

### Wertgetriebener Vertrieb

Qualifiziert früh, rechnet den Business Case, gewinnt mit Entscheidungssicherheit.

Technik öffnet die Tür. Entscheidungssicherheit gewinnt den Auftrag.

## Der Bedarf ist da — und trotzdem kommst du nicht zum Zug

Viele Integratoren verkaufen weiterhin über ihre technische Stärke: Traglast, Reichweite, Taktzeit, Anlagen-Layout. Das ist fachlich korrekt, aber kaufmännisch unvollständig. Die eigentliche Hürde liegt nicht in der technischen Machbarkeit, sondern in der kundeninternen Freigabe. Am Ende bewerten Geschäftsführung, Controlling und Einkauf eine Investition nach Risiko, Amortisation und Liquidität — nicht nach der technischen Spezifikation. Die KfW bestätigte im April 2026, was viele im Vertrieb längst spüren: Nur noch 27 Prozent der deutschen Mittelständler ziehen eine Kreditfinanzierung für Investitionen in Betracht — der niedrigste Wert seit zehn Jahren.

## Branche schlägt Allgemeinplatz

Wer den Nutzen seiner Anlage in die Sprache der Geschäftsführung übersetzt — reduzierte Stillstandszeiten, weniger Ausschuss, höhere Maschinenlaufzeit — gewinnt Vertrauen. Das gilt besonders außerhalb des Automoti-

### 26.982

neu installierte Industrieroboter 2024 in Deutschland (-5%) — größter Markt Europas

QUELLE: IFR, WORLD ROBOTICS 2025

ve-Bereichs, in Branchen, in denen die Beschaffung von Automatisierungsanlagen nicht zum Alltag gehört.

Schon 2024 überholte der Roboterabsatz in der Elektronikindustrie mit 128.899 Einheiten den Automotive-Bereich mit 126.088 Einheiten — und 2026 hat sich dieser Shift weiter verfestigt. Ein metallverarbeitender Betrieb braucht andere Nutzenargumente als ein Lebensmittelproduzent, ein Pharma-Zulieferer oder ein Logistiker. Passende Zielkundenansprache schlägt das allgemeine Automatisierungsversprechen.

## **Pre-Engineering ist Wertschöpfung — behandle es auch so**

Das größte Margenleck entsteht nicht im Projekt, sondern davor: in der Qualifizierungsphase. Klingt eine Anfrage interessant, startet sofort die Technik mit Layout, kalkuliert Taktzeiten und bindet Lieferanten ein. Am Ende erhält der Kunde ein belastbares Vorkonzept — die perfekte Vergleichsgrundlage, auf der der Wettbewerber kalkuliert. Die Lösung ist ein professioneller Anfragen-Gate-Prozess: technische Tiefe nur gegen ein klares Commitment — Prozessdaten, Zugang zu Entscheidern oder ein nachgewiesenes Budget. Wo das nicht möglich ist, gibt es Machbarkeits-Workshops und 3D-Simulationen nur als bezahlte Vorleistung. Das ist keine Frage des Vertrauens, sondern der Ressourcenverantwortung.

## **Wer seinen Wert nicht zeigt, verkauft unter Preis**

Viele Integratoren verlieren nicht wegen des Preises, sondern weil ihr Wert im Angebot unsichtbar bleibt. Sieht ein Angebot aus wie ein Lieferschein, behandelt der Einkauf es auch so — dann entscheidet nur der niedrigste Preis. Ein professionelles Angebot ist keine Stückliste, sondern eine kaufmännische Projektarchitektur mit Annahmen, Risikohinweisen und Nutzenrechnung — idealerweise mit einer Kurzfassung für die Geschäftsführung. Wird das Richtpreisangebot um einen Business Case ergänzt, wird aus der technischen Funktion „Roboter beschickt Maschine“ ein kaufmännisches Nutzenversprechen: weniger Personaleinsatz, planbare Maschinenlaufzeiten. Aus einer Technikbeschreibung wird eine echte Investitionsentscheidung.

## **Die installierte Basis ist eine Umsatzquelle — nutze sie**

Für viele endet das Geschäft mit der Abnahme. Für den Kunden beginnt mit der Inbetriebnahme aber erst die Stunde der Wahrheit — und über den Lebenszyklus entstehen Anpassungen, Erweiterungen und Retrofit-Bedarf. Wer seine installierte Basis pflegt, hält schon beim Vertragsabschluss eine Pipeline für Folgeaufträge in der Hand.

**269.427**

Industrieroboter im Bestand in Deutschland — jede Anlage braucht Service, Updates und Retrofit

QUELLE: IFR, WORLD ROBOTICS 2025

Hinzu kommt regulatorischer Druck: Maschinenverordnung und Cyber Resilience Act fordern ab 2027 Update-Prozesse, Remote-Service und Lifecycle-Dokumentation. Für Systemintegratoren ist das nicht nur Pflicht, sondern die Chance, Softwarepflege, Backup-Service und Update-Checks zu monetarisieren. Die Anlage ist die einmalige Investition — der Servicevertrag sichert, dass sie dauerhaft Wert entfaltet.

## **Fazit**

Der Markt für Automatisierung und Robotik bleibt relevant, wird aber selektiver. Kunden meiden Investitionsrisiken, die Finanzierungsbedingungen werden anspruchsvoller, neue Branchen verlangen präzisere Nutzenargumente, und Software und Service werden zum festen Bestandteil des Geschäftsmodells. Die Gewinner sind weder die größten noch die günstigsten Anbieter — es sind die Systemintegratoren und

Sondermaschinenbauer, die ihren Kunden am klarsten zeigen, welches Problem sie lösen und warum sich die Investition lohnt.

IMPADY EDUCATION · DAS PRAXISPROGRAMM

## Vom Auftragsabwickler zum aktiven Vertrieb — in sechs Modulen

Genau diesen Weg macht das Praxisprogramm konkret: sechs Module im Online-Selbststudium mit direkt anwendbaren Werkzeugen und Vorlagen — vom Marktbild über Zielkundenwahl, Anfragen-Gate und Business Case bis zu Verhandlung und Folgegeschäft. Aus technischer Lösungskompetenz wird ein planbarer, wertgetriebener Vertrieb.

MODUL 01 Markt & Situation 2026	MODUL 02 Position & Zielkunden	MODUL 03 Akquise & Pre-Engineering	MODUL 04 Wirtschaftlichkeit & Business Case	MODUL 05 Preis & Verhandlung	MODUL 06 Service & Folgegeschäft
► Kernvideo	► Kernvideo	► Kernvideo	► Kernvideo	► Kernvideo	► Kernvideo
Markt · Daten · Trends	Angebot & Kompetenzen	Vertriebsprozess: aktiv & passiv	Werthebel je Branche	Einwandbehandlung	Installierte Basis
	Branchen	Kundenqualifizierung	ROI · Payback · TCO	„Zu teuer“ entschlüsseln	Servicepakete
	Ideales Kundenprofil & Zielmärkte	Pre-Engineering-Stufen	Cost of Doing Nothing	Verhandeln: geben & nehmen	Retrofit & Regulatorik
		Buying Center	Executive Summary	Wettbewerb & TCO	Wertnachverfolgung
				Aktionsplan	Proaktive Kundenstrategie
					Referenzstories & Sichtbarkeit

Plus pro Modul: Werkzeuge · Vorlagen · Flipchart-Sessions · KI-Prompt-Vorlagen mit Erklärvideos

DIE SECHS MODULE VON MARKT BIS FOLGEGESCHÄFT – JE MIT VERTIEFUNGEN, VORLAGEN UND KI-PROMPT-VORLAGEN.

## So ist jedes Modul aufgebaut

Ein Modul ist mehr als ein Video. Du startest mit dem Überblick, gehst so tief, wie du willst, und setzt das Gelernte sofort mit Vorlagen, moderierten Flipchart-Sessions und KI-Prompt-Vorlagen in deinem eigenen Unternehmen um.

<p>SCHRITT 1</p> <p><b>Kernvideo</b></p> <p>Überblick &amp; Kernbotschaft je Modul (~45 Min.)</p>	<p>SCHRITT 2</p> <p><b>Vertiefungen</b></p> <p>In die Tiefe je Thema — so weit du willst</p>	<p>SCHRITT 3</p> <p><b>Vorlagen &amp; Tools</b></p> <p>Sofort einsetzbare Templates für die Praxis</p>	<p>SCHRITT 4</p> <p><b>Flipchart-Session</b></p> <p>Moderation am Flipchart — Schritt für Schritt</p>	<p>SCHRITT 5</p> <p><b>KI-Boost</b></p> <p>KI-Prompt-Vorlagen mit Erklärvideo</p>
---	--	--	---	---

**VORLAGE** **Anfragen-Gate · Qualifizierung**

- Prozessdaten erhalten
- Zugang zum Entscheider
- Budget bestätigt
- Realistischer Zeithorizont

**→ Erst jetzt: technische Tiefe & 3D-Simulation freigeben**

**Flipchart-Session 04 · Business Case**

Technik → Nutzen → € Wert

- Übersetze jede Funktion in eine Nutzengröße (Stillstand, Ausschuss, Personal).
- Reche Payback & ROI gemeinsam mit dem Kunden — live am Flipchart.
- Schließe mit einer Kurzfassung für die Geschäftsführung.

VORSCHAU · BAUSTEIN AUS DEM VERTRIEBSPROZESS

VORSCHAU · SO MODERIERST DU EINE SESSION

## DEINE REFERENTEN



### Michael Bozek

PROGRAMMLEITER

Produktmanagement und Vertrieb mit Wurzeln in Industrie, Maschinenbau und Produktion. Aktiv im Deutschen Robotik Verband. Übersetzt technische Lösungen in vertriebliche Wirkung.

VERTRIEBSERFAHRUNG

PRODUKTMANAGEMENT

INDUSTRIE-PROJEKTE



### Dr. Marco Link

GESCHÄFTSFÜHRER & INITIATOR

Vertrieb, Wertorientierung und der Aufbau von Vertriebsstrukturen — gewachsen in Industrie, Maschinenbau und Produktion. Macht den Wert von Lösungen messbar und verkaufbar.

VERTRIEBSAUFBAU

WERTORIENTIERUNG

INDUSTRIE-PROJEKTE

STATIONEN & PROJEKTE AUS UNSERER VERGANGENHEIT (AUSWAHL)

**ADAMOS · DMG MORI · ZEISS · u. v. m.**

JETZT VORMERKEN

## Sei als Erstes dabei — kostenlos auf die Warteliste

Das Praxisprogramm startet im September 2026. Wer sich jetzt unverbindlich vormerkt, sichert sich den Vorteil der Frühentschlossenen und erhält die Inhalte zuerst.

→ [impady.com/aktiver-vertrieb](https://impady.com/aktiver-vertrieb)

WER IST IMPADY?

## Eine SaaS-Lösung — drei Bereiche, ein Prinzip: Wert sichtbar machen.

### IMPADY · Plattform

Die Wertanalyse-Plattform für den B2B-Vertrieb. Anbieter von Software, Robotik und Automatisierung quantifizieren gemeinsam mit dem Kunden den Wert ihrer Lösung — für mehr Leads, kürzere Vertriebszyklen und mehr Renewals.

### IMPADY · Consulting

Wir begleiten Unternehmen beim wertgetriebenen Vertriebsaufbau und erstellen in Projekten belastbare Business Cases — auch für Endkunden, die fundierte Investitionsentscheidungen treffen wollen.

### IMPADY · Education

Praxisnahe Programme, die Vertriebskompetenz vermitteln. Den Auftakt macht das Praxisprogramm „Vom Auftragsabwickler zum aktiven Vertrieb“.

## QUELLEN

- 1 · VDMA Robotik + Automation, Umsatzprognose 2026 — [vdma.eu](https://vdma.eu)
- 2 · IFR, World Robotics 2025 (Roboterichte, Installationen & Bestand) — [ifr.org](https://ifr.org)
- 3 · KfW Research, Fokus Volkswirtschaft Nr. 543, April 2026 — [kfw.de](https://kfw.de)