



Fünf Megatrends in der Industrie, die den Vertrieb bis 2030 prägen

**Was sich bis dahin wandelt – und wie
du dich darauf vorbereiten kannst**



Die nächsten FÜNF Jahre werden anders als die letzten FÜNF

Wenn du den Vertrieb in einem mittelständischen Produktionsbetrieb leitest, merkst du: Die Rahmenbedingungen ändern sich.

Der Einkauf stellt andere Fragen, neue Wettbewerber tauchen auf. Und der Wert eines Angebots bemisst sich längst nicht mehr nur am Preis – Service, Verfügbarkeit, Lieferfähigkeit und Risiko spielen mit.

Einige dieser Veränderungen schaffen es in die Schlagzeilen. Andere laufen leise im Hintergrund und gewinnen an Dynamik. Zusammen prägen sie, wie der Vertrieb in der Fertigungsindustrie bis 2030 aussehen wird.

Auf den nächsten Seiten findest du fünf der wichtigsten Trends, die du im Blick behalten solltest – und warum sie für Anfragen, Angebote und Abschlüsse wichtiger werden könnten, als es heute scheint.



TREND 1

Das Zeitalter des algorithmischen Vertriebs

Wenn dein CRM dir den nächsten Schritt vorgibt – und recht behält

SZENARIO

Montagmorgen. Dein CRM empfiehlt dir, einen mittelgroßen Bestandskunden anzurufen, den du seit Monaten nicht kontaktiert hast. Die Analyse zeigt: 78 % Wahrscheinlichkeit für einen Abschluss in den nächsten 30 Tagen.

Du rufst an. Der Kunde hat gerade einen Großauftrag erhalten und braucht dringend zusätzliche Kapazitäten. Eine Woche später ist der Deal unterschrieben.

Du hast diesen Hinweis nicht selbst gefunden – die Maschine hat es getan.

WAS PASSIERT

Künstliche Intelligenz ist längst über die Testphase und den Hype hinaus. Vertriebs-Algorithmen bewerten Kunden, schlagen Preise vor, markieren gefährdete Aufträge und empfehlen nächste Schritte – mit erstaunlicher Treffsicherheit, vorausgesetzt die Daten sind verlässlich und aktuell.

Gerade in der Fertigungsindustrie verschiebt sich die Vertriebsstrategie dadurch weg vom Bauchgefühl hin zu datenbasierten Prognosen.

FAZIT

Die Nutzung von KI nimmt rasant zu – aber sie ist nur so gut wie die Daten, auf denen sie basiert. Vertriebsleiter, die heute ihre Teams und ihre Daten vorbereiten, sind 2030 in der Lage, die entscheidenden Spielzüge zu gewinnen, wenn Algorithmen den Takt vorgeben.

71% der Unternehmen setzen generative KI bereits in mindestens einem Geschäftsbereich ein.

McKinsey & Company 2025
State of AI

WARUM DAS FÜR DICH WICHTIG IST

Der Vorteil liegt nicht mehr beim Team mit den meisten Mitarbeitern, sondern bei dem, das weiß, wann man dem Algorithmus vertrauen kann – und wann man ihn überstimmt. Das setzt voraus: saubere und aktuelle Daten im CRM, Verkäufer, die mit KI-gestützten Erkenntnissen umgehen können, und die Bereitschaft, maschinengestützten Empfehlungen zu folgen.



TREND 2

Die große Neuausrichtung der Lieferketten

Warum regionale Netzwerke ganz nach oben auf der Agenda rücken

SZENARIO

Oktober 2028. Du verlierst einen Auftrag, den du 12 Jahre lang gehalten hast. Der Preis war nicht das Problem. Auch die Lieferzeit nicht. Der Einkäufer hat sich schlicht für einen Lieferanten entschieden, dessen Werk in der Region steht. Und das Überraschende: Er hat sogar mehr dafür bezahlt.

WAS PASSIERT

Globale Lieferketten verschwinden nicht, aber das Gleichgewicht verschiebt sich. Immer mehr Einkäufer bauen regionale Beschaffungsoptionen ein, um Risiken durch Pandemien, Handelskonflikte, Klimakatastrophen oder Cyberangriffe zu reduzieren. Regierungen locken mit Steuervorteilen für lokale Produktion. In Ausschreibungen tauchen Vorgaben wie „innerhalb von 500 km“ auf. Und KI-gestützte Logistik sorgt dafür, dass regionale Beschaffung schneller und verlässlicher funktioniert als je zuvor.

FAZIT

Der Trend hin zu regionaler Produktion ist real, aber er setzt sich nicht überall gleich schnell durch. Genau darin liegt die Chance: Wer früh zeigt, dass er mit regionaler Zuverlässigkeit liefern kann, gewinnt Verträge, bevor die Konkurrenz nachzieht.

66% der Hersteller in den USA und Europa setzen laut Capgemini 2025 aktiv auf Rückverlagerung oder regionale Beschaffung – ein deutlicher Schritt hin zu regionalen Lieferketten.

Capgemini

Reindustrialisierungsbericht
2025

WARUM DAS FÜR DICH WICHTIG IST

Wenn du weiterhin Lieferzeiten aus einem einzigen Werk auf der anderen Seite der Welt anbietest, hast du nicht nur einen Kostennachteil – du tauchst bei Kunden, die auf Lieferfähigkeit und Zuverlässigkeit setzen, gar nicht erst auf der Shortlist auf. Vertriebsteams, die mit regionalen Beständen, lokalen Servicepartnern und alternativen Bezugsquellen punkten können, sichern sich Aufträge, bevor der Preis überhaupt Thema wird.



TREND 3

Das Jahrzehnt, in dem kein Auftrag mehr endet

Warum immer mehr Verkäufe zu langfristigen Partnerschaften werden

SZENARIO

Du schließt einen Auftrag über 4 Millionen Euro für eine Anlage ab. Doch eigentlich ist es kein klassischer Verkauf – sondern eine fünfjährige Verfügbarkeitsgarantie mit vierteljährlichen Leistungsreviews, Umsatzbeteiligungen und Vertragsstrafen, falls die Produktion unter ein bestimmtes Niveau fällt.

Der „Verkauf“ wird damit zu einer mehrjährigen Partnerschaft, die du aktiv managen musst – fast wie eine gemeinsame Unternehmung.

WAS PASSIERT

Immer mehr Hersteller bewegen sich weg vom einmaligen Produktverkauf hin zu wiederkehrenden Erlösmodellen. Das Prinzip „Everything-as-a-Service“ wandert aus der Softwarewelt in die Werkshallen. Einkäufer wollen zunehmend für Ergebnisse zahlen – nicht nur für Maschinen.

Das bedeutet: Garantien für Laufzeiten, Durchsatz und Effizienz gehören bei manchen Verträgen inzwischen selbstverständlich zum Paket.

FAZIT

Ergebnisbasierte Verträge bringen planbare Umsätze – und zusätzliche Komplexität im Betrieb. Vertriebsteam, die schon heute auf den langfristigen Kundenwert und klare Verlängerungsstrategien setzen, sichern sich stabile und margenstarke Kundenbeziehungen, bevor dieses Modell zum Standard wird.

Mit Service- und Ersatzteilgeschäft lassen sich Margen erzielen, die bis zu viermal höher sind als beim Verkauf neuer Maschinen.

McKinsey
& Company

WARUM DAS FÜR DICH WICHTIG IST

Nicht jeder Auftrag wird sich sofort in ein Service-Modell verwandeln – aber es passiert inzwischen so häufig, dass du vorbereitet sein musst. Umsatz hängt heute auch davon ab, wie gesund Verträge sind, wie oft sie verlängert werden und ob Erweiterungsklauseln greifen – lange nach der eigentlichen Unterschrift.

Prognosen erfordern deshalb, Service-Leistung genauso detailliert zu verfolgen wie neue Aufträge in der Pipeline. Auch Vergütungsmodelle, Vertriebstrainings und Kundenbetreuung müssen sich stärker an langfristigen Kundenbeziehungen orientieren.



TREND 4

Die CO₂-Wirtschaft

Warum Nachhaltigkeit auf der Prioritätenliste der Einkäufer steigt

SZENARIO

Du gibst ein Angebot über 95.000 Euro ab. Dein Wettbewerber liegt bei 98.000 Euro. Trotzdem verlierst du – nicht wegen Preis oder Lieferzeit, sondern weil sein CO₂-Fußabdruck 22 % niedriger war. Der Kunde hat Nachhaltigkeit in seiner Entscheidung stärker gewichtet.

WAS PASSIERT

CO₂ ist nicht in jedem Auftrag das Zünglein an der Waage, aber es wird immer öfter Teil der Bewertung. Grenzausgleichsabgaben, Bewertungssysteme für Nachhaltigkeit und verpflichtende ESG-Berichte zwingen Hersteller dazu, ihre Umweltwirkung bis auf Produktebene nachzuweisen. Angebote mit geringem CO₂-Ausstoß erzielen inzwischen Preisaufschläge – und sind in manchen Ausschreibungen überhaupt die einzige zugelassene Option.

FAZIT

Kunden zahlen durchaus mehr für nachhaltige Produkte – aber Kostendruck bleibt bestehen. Mit der Ausweitung der Berichtspflichten sind die Vertriebsteams im Vorteil, die Nachhaltigkeit schon heute fest in ihre Argumentation einbauen.

Käufer sind im Durchschnitt bereit, 9,7% mehr für nachhaltige Produkte zu zahlen.



2024
Voice of the
Consumer

WARUM DAS FÜR DICH WICHTIG IST

Immer mehr Kunden fordern CO₂-Daten zusammen mit dem Preisangebot an. Vertriebsteams, die glaubwürdige Nachhaltigkeitsinformationen auf Produktebene liefern können, haben einen klaren Vorteil – gerade, wenn Umweltaspekte offiziell in die Bewertung einfließen. Und diese Fälle nehmen zu.



TREND 5

Die menschenleere Fabrikhalle

Von Pilotprojekten zum echten Wettbewerbsvorteil

SZENARIO

Im Jahr 2025 können nur wenige Hersteller ihre Produktion über Nacht von einem Produkt auf ein anderes umstellen. Bis 2030 könnte genau diese Flexibilität ein entscheidender Vorteil sein – weil du damit Lieferzeiten auf einen Bruchteil reduzierst und Aufträge über Geschwindigkeit und Anpassungsfähigkeit gewinnst, nicht nur über den Preis.

WAS PASSIERT

Roboter, KI-gestützte Planung und modulare Mikro-Fabriken machen es möglich, Produktionslinien deutlich schneller umzurüsten. Momentan steckt dieses Maß an Flexibilität noch in Pilotprojekten und Nischenanwendungen – aber die Verbreitung nimmt zu. Erste Vorreiter nutzen es bereits, um Kunden zu gewinnen, die Wert auf schnelle Anpassungen, flexible Stückzahlen und eine schnelle Reaktion auf Marktveränderungen legen.

FAZIT

Vollautonome Fabriken sind noch selten, aber der Trend zu mehr Flexibilität ist in vollem Gange. Vertriebsteams, die Agilität heute schon in den Mittelpunkt stellen, sind bereit, hochmarginale Aufträge zu gewinnen, sobald diese Fähigkeiten zum Standard werden.

Die Roboterichte in Fabriken hat sich in nur sieben Jahren mehr als verdoppelt – von **74 auf 162 Einheiten je 10.000 Beschäftigte**.



WARUM DAS FÜR DICH WICHTIG IST

Auch wenn deine Fabrik noch längst nicht vollautomatisch läuft – jeder Schritt hin zu mehr Agilität kann Teil deiner Vertriebsargumentation sein. Die Aussicht auf kürzere Lieferzeiten, flexible Bestellmengen oder schnelle Änderungen an den Spezifikationen eröffnet Chancen, die der Wettbewerb nicht bieten kann.



Nicht nur mithalten – einen Schritt voraus sein

**So hilft SugarCRM Herstellern, sich anzupassen –
und zu gewinnen.**

DEMO BUCHEN

Über SugarCRM

SugarCRM unterstützt Vertriebsteams dabei, ihr volles Potenzial zu entfalten. Unternehmen entscheiden sich für SugarCRM, um Komplexität zu reduzieren, Chancen gezielt zu priorisieren und Cross- sowie Upselling mit den vorhandenen Ressourcen zu steigern.

SugarCRM ist ideal für komplexe, beziehungsgetriebene Branchen – wie Fertigungsindustrie, Großhandel und Distribution – die Wachstum beschleunigen und smartere Entscheidungen treffen wollen.

Mehr erfahren unter www.sugarcrm.com/de

