

Wo steht Ihr Vertrieb wirklich auf der AI-Reise?

DIGITAL ADVENTURES · NEWSLETTER 36/2026

Von Mario Pufahl · 11.09.2026

Warum die meisten Unternehmen ihren Reifegrad überschätzen - und wie ein realistischer Einstieg gelingt

Fast jedes Unternehmen beschäftigt sich heute mit künstlicher Intelligenz.

Copilot-Lizenzen wurden gekauft, erste Chatbots getestet und einzelne Prozesse automatisiert. Häufig entsteht dadurch der Eindruck, man sei bereits auf einem guten Weg. Doch genau hier beginnt das Problem.

Der Einsatz einzelner AI-Tools bedeutet noch keine AI-Transformation.

Zwischen einer KI-gestützten E-Mail und einer intelligenten Vertriebsorganisation liegen mehrere Entwicklungsschritte. Deshalb lohnt sich eine ehrliche Frage: Wie reif ist Ihr Vertrieb im Umgang mit AI wirklich?

AI-Reife entsteht nicht durch Technologie

Viele Unternehmen bewerten ihren Reifegrad danach, welche Software eingeführt wurde. Das greift zu kurz. Entscheidend ist nicht, welche Tools vorhanden sind. Entscheidend ist, wie konsequent AI in Prozesse, Entscheidungen, Führung und Zusammenarbeit integriert wurde.

Ein hoher AI-Reifegrad zeigt sich nicht an der Anzahl der Copilot-Lizenzen. Er zeigt sich an besseren Vertriebsergebnissen.

Stufe 1: AI als Assistent

Auf der ersten Stufe unterstützt AI einzelne Mitarbeiter bei klar definierten Aufgaben.

Typische Anwendungsfälle sind:

- Meeting-Zusammenfassungen
- E-Mail-Entwürfe
- Gesprächsvorbereitungen
- CRM-Dokumentation
- Lead-Recherche
- Übersetzungen
- Angebotsbausteine

Die Verantwortung liegt vollständig beim Menschen. AI spart Zeit, verbessert die Qualität und reduziert administrative Tätigkeiten. Für viele Unternehmen ist dies der ideale Einstieg, weil sich Nutzen schnell messen lässt.

Stufe 2: AI als Berater

Jetzt entwickelt sich AI vom Assistenten zum Sparringspartner. Sie liefert nicht nur Inhalte, sondern bewertet Situationen und gibt konkrete Empfehlungen.

Beispiele:

- Analyse von Opportunities
- Erkennen fehlender Stakeholder
- Next-Best-Action-Empfehlungen
- Priorisierung von Accounts
- Cross- und Upselling-Potenziale
- Risikoanalysen
- Forecast-Unterstützung

Der Verkäufer entscheidet weiterhin selbst. Doch seine Entscheidungen basieren auf deutlich besseren Informationen. Hier steigt der geschäftliche Mehrwert bereits deutlich an.

Stufe 3: AI als Prozesspartner

Auf dieser Stufe übernimmt AI definierte Prozessschritte eigenständig.

Zum Beispiel:

- automatische CRM-Aktualisierung
- Standard-Follow-ups
- interne Informationsbeschaffung
- Erstellung von Angebotsentwürfen
- Terminvorbereitung
- Dokumentenerstellung
- Workflow-Steuerung

Die AI arbeitet innerhalb klar definierter Regeln. Menschen greifen nur noch ein, wenn Entscheidungen oder Freigaben erforderlich sind. Der Fokus verschiebt sich von Produktivität auf Skalierbarkeit.

Stufe 4: AI als Agenten-Team

Jetzt arbeiten mehrere spezialisierte AI Agents zusammen.

- Ein Agent analysiert Accounts.
- Ein anderer bewertet Opportunities.
- Ein dritter erstellt Angebote.
- Ein vierter überwacht Renewals.
- Ein fünfter unterstützt Forecasts.

Die einzelnen Agents tauschen Informationen aus und koordinieren definierte Aufgaben. Der Verkäufer wird zum Orchestrator eines digitalen Teams. Er entscheidet nicht mehr über jede einzelne Aufgabe. Er steuert das Gesamtsystem.

Stufe 5: Die intelligente Vertriebsorganisation

Die höchste Reifestufe ist nicht vollständig autonom. Sie ist intelligent vernetzt. AI unterstützt den gesamten Vertriebsprozess – von der Lead-Generierung bis zur langfristigen Kundenentwicklung.

Vertrieb, Marketing, Service und Customer Success greifen auf dieselbe Wissensbasis zu. AI erkennt Chancen, Risiken und Handlungsbedarfe in Echtzeit. Führungskräfte steuern auf Basis aktueller Daten und belastbarer Prognosen.

Menschen konzentrieren sich auf das, was sie am besten können:

- Beziehungen aufbauen
- Vertrauen schaffen
- komplexe Entscheidungen moderieren
- Verantwortung übernehmen

AI übernimmt alles, was schneller, datenintensiver oder standardisierbar ist.

Warum viele Unternehmen ihren Reifegrad überschätzen

In Workshops stelle ich häufig dieselbe Frage: "Auf welcher Stufe sehen Sie Ihr Unternehmen?"

Die Antwort lautet oft: "Stufe 3 oder 4."

Schaut man genauer hin, zeigt sich jedoch:

- Es gibt zwar Copilot-Lizenzen.
- Es gibt erste Pilotprojekte.
- Vielleicht sogar einen Chatbot.
- Doch Prozesse wurden nicht verändert.

- Daten sind unvollständig.
- Governance fehlt.
- AI wird nur von wenigen Mitarbeitern regelmäßig genutzt.

In Wirklichkeit befinden sich viele Unternehmen noch auf Stufe 1. Das ist kein Problem. Problematisch wird es erst, wenn der eigene Reifegrad falsch eingeschätzt wird. Denn dann entstehen unrealistische Erwartungen und falsche Prioritäten.

Wie Unternehmen sinnvoll starten

Der größte Fehler besteht darin, sofort eine vollständig autonome Vertriebsorganisation aufbauen zu wollen. Erfolgreicher ist ein schrittweises Vorgehen. Zunächst sollten Unternehmen die administrativ aufwendigsten Aufgaben identifizieren. Danach folgen Prozesse mit hohem Standardisierungsgrad.

Erst wenn Datenqualität, Governance und Akzeptanz stimmen, lohnt sich der Aufbau spezialisierter AI Agents.

So entsteht Reife Schritt für Schritt – und nicht durch einen einzigen Technologiewechsel.

Drei Fragen für Deinen Selbsttest

Zum Abschluss drei einfache Fragen.

- Wie viel Zeit verbringt Ihr Vertrieb heute noch mit Administration statt mit Kunden?
- Unterstützt AI bereits Entscheidungen – oder erzeugt sie nur Inhalte?
- Würde Ihr Vertrieb morgen genauso funktionieren, wenn Copilot abgeschaltet wäre?

Je ehrlicher die Antworten ausfallen, desto klarer wird Ihr tatsächlicher Reifegrad.

Erstveröffentlicht am 11.09.2026 in Digital Adventures. Original auf LinkedIn ↗

Weitere Fachartikel als PDF herunterladen ↗

Artikel online: <https://www.sales-decoded.com/ai-reifegrad-vertrieb.html>