



Vertrieb 2026: „Daten sind Hinweise, keine Wahrheiten“

Warum immer mehr Informationen nicht automatisch zu besseren Entscheidungen führen, sondern neue Kompetenzen erfordern, erläutert Devin Vandreuke, Unternehmensberater für Vertrieb und Vertriebsstrategie, im Gast-Kommentar.

Mehr Zahlen, weniger Klarheit

Je mehr Kennzahlen verfügbar sind, desto größer die Versuchung, sich hinter ihnen zu verstecken. Wenn der Forecast nicht aufgeht, liegt es dann an der Marktlage, an der Conversion Rate oder am Lead-Scoring-Modell? Zahlen liefern Erklärungen, manchmal sogar Entschuldigungen. Was sie allerdings selten liefern, ist Verantwortung. Genau hier beginnt das Problem vieler datengetriebener Vertriebsorganisationen: Sie messen alles, aber sie interpretieren wenig. Ein CRM weiß, wie oft ein Kunde kontaktiert wurde – es weiß nicht, ob das Gespräch Vertrauen geschaffen hat. Ein Analyse-Tool erkennt, wann ein Angebot geöffnet wurde – es erkennt nicht, ob der Entscheider dabei innerlich schon abgeschaltet hat. Wer Zahlen mit Wahrheit verwechselt, verpasst das Wesentliche, denn Vertrieb lässt sich nicht auf einen Rechenfehler herunterbrechen, sondern viel mehr auf ein Beziehungsgeschehen mit statistischer Begleitmusik.

Zwischen Bauchgefühl und Algorithmus

Das viel zitierte Bauchgefühl hat im modernen Vertrieb keinen guten Ruf mehr: Zu ungenau, zu subjektiv, zu schwer skalierbar. Und doch wäre es fahrlässig, diese archaisch

anmutende Komponente komplett über Bord zu werfen. Denn beim Bauchgefühl handelt es sich nicht um eine mystische Zauberkraft, sondern schlichtweg kondensierte Erfahrung. Es speist sich aus hunderten Gesprächen, aus gescheiterten Abschlüssen und aus leisen Signalen des menschlichen Gegenübers, die in keinem Dashboard auftauchen. Potenzielle Fehler stammen hier nicht aus dem Bauchgefühl, sondern daraus, es gegen die Fähigkeiten von Daten auszuspielen. Erfolgreicher Vertrieb 2026 entsteht dort, wo beides zusammenkommt. Zahlen liefern Muster, Erfahrung liefert Bedeutung. Daten zeigen, was passiert. Menschen verstehen, warum es passiert. Wer nur auf Algorithmen hört, verkauft statistisch korrekt und praktisch vorbei. Wer nur auf Intuition setzt, bleibt anfällig für Selbsttäuschung.

Kein Ersatz fürs selbst Denken

Kennzahlen sollen und können Orientierung geben und doch werden sie oft wie Naturgesetze behandelt. Sinkt die Abschlussquote, dreht der Vertriebler einfach an den Stellschrauben. Mehr Calls, kürzere Zyklen, schärfere Targets. Selten kommt überhaupt die Frage auf, ob die Gespräche noch Relevanz besitzen oder ob Kunden längst andere Probleme haben als die, die im Pitch adressiert

werden. Ein datengetriebener Vertrieb ohne Kontext gleicht einem Navi ohne Verkehrsinformationen: Die Route sieht gut aus, bis man im Stau steht. Genau hier kann auch Coaching helfen. Nicht als Motivationsshow, sondern als Übersetzungsarbeit zwischen Zahl und Realität. Ein guter Vertriebscoach hilft nicht, bessere Zahlen zu produzieren, sondern bessere Fragen zu stellen.

Die Kunst der richtigen Interpretation

Daten sind Hinweise, keine Wahrheiten. Sie zeigen dann ihren Wert, wenn sie zu Entscheidungen führen, die auch ohne Excel Bestand hätten. Dazu braucht es Urteilsvermögen und die Fähigkeit, Zahlen zu hinterfragen, ohne sie zu ignorieren. Zu erkennen, wann eine Abweichung ein Warnsignal ist und wann sie schlicht aus dem menschlichen Faktor entspringt. Vertriebler, die diese Fähigkeit beherrschen, nutzen Daten nicht als Krücke, sondern als Kompass. Der datengetriebene Vertrieb der Zukunft ist deshalb kein kalter, technokratischer Apparat, sondern reflektiert, lernfähig und erstaunlich menschlich. Zahlen liefern die Bühne, gespielt wird das Stück aber immer noch von Menschen. Wer das vergisst, sieht auf dem Dashboard zwar alles – aber versteht so gar nichts.

Über den Autor: [Devin Vandreuke](#) ist Unternehmensberater für den Vertrieb und sieht sich als Profi für den Vertriebsaufbau für den Mittelstand. Seine Kernbotschaft für Unternehmer ist klar: Mithilfe eines funktionierenden Vertriebs können sie aus dem Tagesgeschäft rauskommen. Dabei spielt digitale Arbeit eine übergeordnete Rolle.

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport



<https://www.experten.de/id/4947819/Vertrieb-2026-Daten-sind-Hinweise-keine-Wahrheiten/>