

Büro oder Homeoffice – wie Vertriebler künftig arbeiten

Ein großer Teil der Vertriebsmitarbeitenden möchte auch in Zukunft sowohl im Homeoffice als auch im Büro arbeiten. Und mit KI-Unterstützung, die sich rasant weiterentwickelt.



Büros sollen Orte sein, die so einladend sind wie ein kleines Marktplatz-Café oder ein gediegener Salon in einem exquisiten Hotel. Dort kann jeder in Ruhe arbeiten oder sich mit Kolleginnen zusammensetzen und im Kollektiv Ideen entwickeln.
© Aukid/stock.adobe.com

VIEW: 0 KOMMENTIEREN: 0



Michael Sudahl
Wirtschaftsjournalist und Business
Coach
Der Medienberater



Inhaltsverzeichnis +

Homeoffice und Büro ... und wie Künstliche Intelligenz dabei hilft

Viele Vertriebsleute kommen derzeit im Schnitt 3,2 Tage in der Woche ins Büro. Das zeigt eine Umfrage der Immobilienfirma Jones Lang LaSalle. Das soll auch so bleiben – geht es nach den Befragten. 65 Prozent der Beschäftigten in Deutschland wollen auch künftig im Office und zuhause arbeiten – wo möglich. Gleichzeitig entwickeln sich die Technik für Kommunikation und KI rasant weiter.



KI im Vertrieb: So arbeiten Sales Teams intelligenter und nicht härter

Die Einführung von ChatGPT hat die Businesswelt aufgerüttelt und das revolutionäre Potenzial von KI in den Fokus gerückt. Wahrscheinlich nutzen auch Sie bereits irgendwo in Ihrem ...

[mehr lesen](#)

Büros sollen wohnlich wirken

Wie also sieht sie aus, die neue Bürowelt? Arbeiten Vertriebler künftig alle remote, also von zuhause oder einem Urlaubsort aus, ausgestattet mit einem KI-Co-Piloten, wie Microsoft-Chef Satya Nadella es nennt?

Werden die Arbeitsplätze künftig eher Marktplätzen gleichen, die mal zum Einzelbüro, mal zur Vortragsbühne oder zum Konferenzraum umgebaut werden?

„Auffällig ist, dass Büros multifunktional und chillig werden, ausgestattet mit Sitzgruppen, Schaukeln und Teeküchen wollen sie wohnlich wirken“, wie Felix Pflüger von Peoplefone Deutschland beobachtet. Der Geschäftsführer des Telefonieproviders hat mehr als 1000 Vertriebskunden und damit einen guten Marktüberblick.

Variable Räume

Hinzu kommt der Aspekt der Nachhaltigkeit. Bürofahrten kosten Sprit und verursachen CO2. Vertriebsleute, die den Weg auf sich nehmen, wollen im Büro etwas finden, das es zuhause nicht gibt. Ruhe etwa. So finden sich immer mehr Ruhezone zum Telefonieren oder für den Videocall.

Oder Abseitsbüros, die dazu genutzt werden, ungestört und damit konzentriert an einem Text, einer Kalkulation oder einem Vortrag zu feilen. Dazu gesellen sich Meeting-Räume, in denen Workshops stattfinden, idealerweise mit beschreibbaren Wänden und Kameras ausgestattet, damit Kollegen per Teams, Zoom oder Peoplefone-Meet dazugeschaltet werden können.

Coffee Badging

Doch das allein reicht noch nicht. Zumal immer mehr Chefs Mitarbeitende ins Büro zurückholen wollen. Laut der Beratungsfirma KPMG wollen unter 1300 befragten Geschäftsführern knapp zwei Drittel eine vollständige Rückkehr ins Büro – und zwar innerhalb der nächsten 36 Monate.

Um das zu umgehen, schwappt aus den USA ein Trend nach Europa, der sich „Coffee Badging“ nennt. Dabei erscheinen die Leute wie vorgeschrieben im Büro, um da einen Kaffee zu trinken – verlassen es aber nach kurzer Zeit wieder. „Es geht darum, dem Chef die gewünschte Präsenz zu zeigen bzw. für den beorderten Arbeitstag einzustempeln“, verdeutlicht Peoplefone-Chef Pflüger.

Salon-Atmosphäre

Andererseits wird argumentiert, dass genau das Kaffeetrinken mit Kollegen der Grund sei, um ins Büro zu kommen. Denn Kontakt brauchen Mitarbeitende, um sich auszutauschen. Kurz: um kreativ zu sein. Und das verlangt geradezu nach einer Wohlfühlatmosphäre.

Büros sollen Orte sein, die so einladend sind wie ein kleines Marktplatz-Café oder ein gediegener Salon in einem exquisiten Hotel. Dort kann jeder in Ruhe arbeiten oder sich mit Kolleginnen zusammensetzen und im Kollektiv Ideen entwickeln.

Um die Büroetage gruppieren sich in der Quartiersnachbarschaft arbeitsferne Angebote, wie eine Gemeinschaftsküche, Musikzimmer oder Yoga- und Fitnessangebote.

B2B Sales ON AIR

#8 KI und persönlicher Vertrieb: Gegensatz oder smarte Kombi?

Wie die KI in verschiedenen Sales-Phasen unterstützen kann



Patrick Müller

Patryk Zapolski

[mehr lesen](#)

Vertrieb 2030 – Ein Zukunftsbild

Beispiel: Das Software-Unternehmen Planradar liefert auf Basis von Forschungsergebnissen eine Skizze der neuen Bürowelt – die hier ein wenig erweitert ist.

Julius (45) arbeitet im Jahr 2030 in einer deutschen Firma. Dienstagmorgen fährt er zum ersten Mal in dieser Woche mit dem Fahrrad zur Arbeit, Montag und Donnerstag sind seine Heimtage. Als er ankommt, freut er sich am verwilderten Wäldchen neben dem Haupteingang. Die Firma fördert Artenvielfalt. In der Tiefgarage hängt er sein E-Bike an einen gesicherten Fahrradbügel. Früher standen hier Autos. Während der Arbeitszeit lädt der Akku auf Firmenkosten. Manche Unternehmen bieten einen Reparaturservice an – oder gleich eine Fahrrad-Waschstraße.

Share-Desk Konzept

Per App findet Julius einen Schreibtisch. Weil viele Beschäftigte hybrid arbeiten, ist das Vertriebsbüro kleiner als vor der Pandemie. Julius dockt seinen Laptop an eine Ladestation mit Monitor an. Auf dem Notebook ist der Client der Telefonanlage installiert. „Einen Telefonapparat gibt es nicht mehr“, sagt Pflüger.

Stattdessen hat Julius im Spind eine Transportbox. Darin liegen: Headset mit Noise-Cancelling, kabellose Tastatur und Maus sowie das obligatorische Familienfoto. Der Schreibtisch steht im Multifunktionsbüro, das mit Pflanzen bestückt ist – sie dienen als Schallschutz.

KI schreibt Protokoll

Nach dem Mittagessen, das mit Bio-Gemüse von der Dachterrasse zubereitet ist, steht ein Meeting an. Auf einem digitalen Whiteboard skizzieren Vertriebskollegen eine neue Strategie, die sie mit einer KI diskutieren. Das Protokoll zeichnet die **künstliche Intelligenz+** ebenfalls auf. Anschließend trifft sich das Team in der loungeartigen Cafeteria.

Ein Teil der Kollegen arbeitet ungestört in Einzelbüros, die sie ebenfalls per App gebucht haben. Hier können sie in Ruhe telefonieren und per Video konferieren. Sie alle schätzen das natürliche Licht, das in die Büros fällt. Schaut Julius hinaus, sieht er Solarzellen auf Dächern des Büroparks. Sie versorgen die Gebäude mit erneuerbarer Energie.