



MEDDIC REFRESHER SESSION - 08.09.2026

Deal Freeze & Ghosting

Warum Kunden plötzlich nicht mehr entscheiden - und wie Sie festgefahrene Deals wieder in Bewegung bringen.

Dr. Kai Krickel

TEDIC GmbH - MEDDIC/MEDDPICC Training, Deal Coaching und B2B Sales Enablement.

Viele Deals gehen gar nicht verloren. Sie werden verschoben, vertagt, revalidiert und neu priorisiert - bis sie irgendwann tot sind. Genau darum ging es in der MEDDIC Refresher Session vom 8. September 2026: Deal Freeze, Ghosting im Vertrieb und die Frage, warum Kunden trotz Interesse, Meetings und scheinbar guter Position plötzlich nicht mehr entscheiden.

"Viele Deals gehen gar nicht verloren. Sie werden verschoben, bis sie tot sind."

Für Führungskräfte im B2B Vertrieb ist das mehr als ein ärgerliches Sales-Phänomen. Deal Freeze gefährdet Sales Forecasting, verzerrt die Pipeline, bindet Ressourcen und erzeugt falsche Sicherheit. Besonders im Enterprise Sales kann ein einziger festgefahrener Großdeal das Quartal, die Kapazitätsplanung und den Forecast massiv beeinflussen.

Die entscheidende Frage lautet deshalb nicht: "Wie bekommen wir den Kunden endlich zum Abschluss?" Sondern zunächst: "Warum entscheidet der Kunde nicht?"

Wenn "Wir müssen intern noch einmal abstimmen" zum Warnsignal wird

Typische Aussagen im Deal Freeze

- "Wir priorisieren das gerade nicht."
- "Wir sind wieder da, aber X und Y sind jetzt im Urlaub."
- "Das Timing passt aktuell nicht."
- "Wir müssen das intern noch einmal abstimmen."

Das klingt zunächst nach Decision Process. Nach einem weiteren internen Schritt. Nach Verzögerung. Nach Kalender. Sehr häufig steckt jedoch etwas anderes dahinter: Unsicherheit.

Deal Freeze ist oft kein Timing-Problem.
Er ist ein Vertrauens-, Prioritäts-, Risiko- oder Business-Case-Problem, das sich als Timing-Problem tarnt.

Genau hier muss professionelle Deal Qualifizierung ansetzen. MEDDIC beziehungsweise MEDDPICC hilft nicht nur dabei, gute Opportunities zu erkennen. Das Framework hilft auch zu verstehen, warum ein Deal seine Dynamik verliert.

Zurück zu den Three Why's

Wenn ein Deal feststeckt, hilft häufig kein weiterer Demo-Termin. Kein zusätzlicher Follow-up-Call. Kein "Just checking in". Hilfreicher ist der Rückweg zu drei einfachen Fragen:

WHY #1 Warum überhaupt? Welches Problem ist relevant genug, um Management Attention, Budget und Risiko zu rechtfertigen?	WHY #2 Warum mit uns? Warum ist unsere Lösung glaubwürdig die bessere Wahl - und welche Differenzierung ist wirklich relevant?
WHY #3 Warum jetzt? Was passiert, wenn der Kunde wartet? Welche Konsequenzen entstehen durch Nichtstun oder Verschieben?	REALITY CHECK Wie sicher ist das? Welche Antworten sind durch den Kunden bestätigt - und welche existieren nur im CRM oder in unserem Kopf?

Gerade das dritte Why wird im Opportunity Management oft unterschätzt. Wenn es keinen belastbaren Grund für jetzt gibt, ist Verschieben rational. Der Kunde verliert wenig. Der Verkäufer dagegen verliert Zeit, Forecast-Verlässlichkeit und Ressourcen.

Interesse ist keine Entscheidungsbereitschaft

"Interesse = Entscheidungsbereitschaft. Viele Meetings = Momentum."

Nein. Ein Kunde kann sehr interessiert sein und trotzdem nicht entscheiden. Er kann zehn Meetings durchführen, fünf Stakeholder einbinden und drei Workshops ansetzen - und der Deal bewegt sich keinen Millimeter Richtung Auftrag.

Beschäftigung wird oft mit Fortschritt verwechselt. Das ist besonders kritisch für Pipeline Management und Forecast Genauigkeit. Aktivität erzeugt im CRM ein gutes Bild. Aber ein voller Kalender ist kein Beweis für Momentum. Entscheidend ist, ob sich die Qualität der Opportunity verändert: mehr Klarheit, mehr Commitment, mehr Zugang, mehr Verbindlichkeit.

Die fünf Hauptursachen: Warum Kunden wirklich nicht entscheiden

01 - RISK Angst vor Risiko Je größer das Projekt, desto größer die persönliche und organisatorische Fallhöhe. Wenn der Kunde mehr Risiko als Sicherheit sieht, gewinnt No Decision.	02 - URGENCY Fehlende Dringlichkeit Ein Problem kann real sein - und trotzdem nicht dringend. Fehlt der Grund für "jetzt", wird aus einem guten Projekt schnell ein Projekt für später.
03 - POLITICS Politische Unsicherheit Neue Stakeholder, veränderte Prioritäten, interne Machtfragen oder konkurrierende Initiativen können eine zuvor klare Entscheidung wieder öffnen.	04 - VALUE Unklarer Business Case Wenn der wirtschaftliche Nutzen nicht belastbar ist, verliert das Projekt intern gegen andere Investitionen. Ein schwacher Business Case erzeugt keine Entscheidungskraft.
05 - METRICS Metrics fehlen Ohne belastbare Metrics im Vertrieb bleibt Value abstrakt. Der Kunde kann die Konsequenz des Problems und den wirtschaftlichen Effekt der Lösung nicht ausreichend verteidigen.	

"Nichts entscheiden ist oft die sicherste Entscheidung."

Woran Sie erkennen, dass ein Deal einfriert

Fünftypische Freeze-Indikatoren

1. Mehr Meetings - aber keine neue Verbindlichkeit.
2. Mehr Stakeholder - aber keine klare Rollen- und Machtstruktur.
3. Neue Anforderungen - obwohl die Lösung bereits grundsätzlich bewertet wurde.
4. Schleifen und Revalidierung - bereits geklärte Punkte werden erneut geöffnet.
5. Kollektive Risikoabsicherung - niemand möchte die Entscheidung allein tragen.

Das ist der Punkt für ein ehrliches Deal Review. Nicht noch mehr Aktivität. Nicht noch mehr Hoffnung. Sondern Diagnose.

Wie Sie den Deal wieder auf Kurs bringen

01 - UNCERTAINTY

Unsicherheiten konsequent adressieren
Was hält die Organisation heute noch von einer Entscheidung ab? Wo fehlt Vertrauen?
Unsicherheit verschwindet nicht durch Druck.
Sie verschwindet durch Klarheit.

02 - COST OF NOTHING

Das Nichtstun sichtbar machen
Erarbeiten Sie mit Ihrem Champion im Vertrieb den Cost of Doing Nothing. Was kostet ein weiteres Quartal? Welche Risiken bleiben bestehen?

03 - EB

Früher zum Economic Buyer
Wenn ein Deal an Priorität verliert, reicht der Fachkontakt häufig nicht. Der Economic Buyer kann Priorität, Business Impact und Entscheidungsbereitschaft besser einordnen.

04 - POLITICS

Politische Dynamiken sichtbar machen
Wer unterstützt? Wer blockiert? Wer gewinnt, wer verliert? Welche Initiative konkurriert intern? Gute MEDDPIC-Arbeit macht die unsichtbare Organisation sichtbar.

05 - LEADERSHIP

Kleine Entscheidungen erzeugen - und mehr Führung zeigen
Zerlegen Sie den Decision Process in konkrete nächste Commitments. Nicht: "Wir sprechen in vier Wochen wieder." Sondern: Wer klärt was bis wann? Professionelles Sales Coaching sollte genau diese Verbindlichkeit prüfen.

Wenn der Kunde trotzdem nicht entscheidet

Hören Sie auf, zu drücken. Gehen Sie einen Schritt zurück. Finden Sie den letzten echten Konsenspunkt. Bauen Sie das Verkaufsgespräch von dort neu auf. Prüfen Sie die Three Why's erneut. Prüfen Sie Pain, Metrics, Champion, Economic Buyer und Decision Process.

Fake Momentum ist gefährlicher als ein ehrlicher Reset.
Ein Deal, der nur durch Termine am Leben gehalten wird, kann monatelang Ressourcen verbrennen und gleichzeitig den Forecast verfälschen.

"Vielleicht ist jetzt nicht der richtige Zeitpunkt."

Das ist kein Aufgeben. Das ist Mut zur Disqualifikation. Gute Vertriebsorganisationen wollen nicht jeden Deal um jeden Preis im Forecast halten. Sie wollen wissen, welche Opportunities Substanz haben - und welche nicht.

Mehr MEDDIC. Mehr Wahrheit.

Wenn ein Deal feststeckt, braucht es oft nicht mehr Druck. Es braucht mehr MEDDIC. Mehr Qualifizierung. Mehr Klarheit. Mehr Wahrheit.

Der Verkäufer muss herausfinden, was sich verändert hat. Warum die Dringlichkeit fehlt. Wo der Business Case nicht trägt. Welche politische Unsicherheit entstanden ist. Ob der Champion noch Champion ist. Ob der Economic Buyer noch dieselbe Priorität setzt. Und ob der Decision Process wirklich noch der ist, den wir im CRM dokumentiert haben.

Die entscheidende Managementfrage lautet deshalb nicht: "Wie viele Aktivitäten gab es in diesem Deal?"

Sie lautet: "Was ist seit dem letzten Review entscheidungsreifer geworden?"

Stecken wichtige Deals fest?

Dann sprechen wir miteinander. In MEDDIC/MEDDPICC Trainings, Deal Reviews und Management Sessions analysieren wir nicht nur, was im CRM steht. Wir suchen die Stelle, an der Momentum verloren ging - und klären, ob und wie der Deal wieder auf Kurs gebracht werden kann.

Weniger Fake Momentum. Mehr Klarheit. Mehr Entscheidungen.