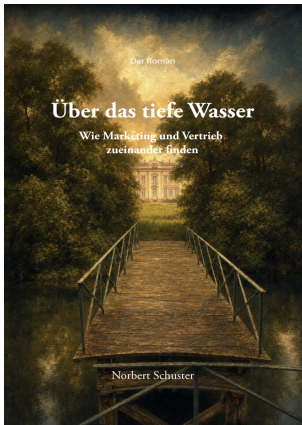




DOWNLOAD ASSET · DER ROMAN

Über das tiefe Wasser

Wie Marketing und Vertrieb zueinander finden

Norbert Schuster · strike2 GmbH · 2026 · ISBN 978-3-912027-51-8

Worum geht es in diesem Buch?

Lena Hoffmann, neue Marketingleiterin bei Hellmann Industriesysteme, fährt an ihrem ersten Arbeitstag über den Main – und ahnt, dass sie in eine andere Welt eintaucht. Marc Brandt, Vertriebsleiter seit zweiundzwanzig Jahren, hat in dieser Zeit gelernt, wie man Maschinen verkauft. Nicht, wie man mit Marketing zusammenarbeitet. Sarah Vollmer, Geschäftsführerin in dritter Generation, sieht, dass beides stimmt – und dass das Unternehmen trotzdem einen 6,5-Millionen-Deal verlieren wird, wenn sich nichts ändert.

Norbert Schusters zweiter Roman ist eine Geschichte über das Misalignment zwischen Marketing und Vertrieb – erzählt als menschliches Drama in einem mittelständischen Industrieunternehmen in Aschaffenburg. Mit dem Marketing-Vertrieb-Alignment Canvas im Anhang, vier konkreten Montag-Maßnahmen und dem vollständigen Werkzeugkasten als kostenfreier Download.

Was erwartet Sie im Buch?

Zwei Welten unter einem Dach

CRM und Excel-Tabelle. Kein gemeinsames System, keine gemeinsame Sprache. Lena findet in Woche eins heraus, was das Unternehmen kostet – und wie es sich anfühlt.

INSIGHTS MDI® im Einsatz

Marc braucht 47 Minuten für den Test. Lena 28. Was sie dabei über sich und übereinander lernen, verändert die Art, wie sie miteinander reden – und streiten.

Der Pitch auf Reinhart Pharma

6,5 Millionen Euro, dreizehn Monate Pipeline. Diesmal sehen sie den Kaufprozess in Echtzeit – Whitepaper-Downloads, LinkedIn-Signale, Webseiten-Besuche. Eine andere Welt.

Sarahs Versuch

Die Geschäftsführerin setzt Marc und Lena in ihr Büro. Drei Kekse, ein Krug Wasser, keine Tagesordnung. Was dann passiert, ist das ehrlichste Gespräch, das die beiden je geführt haben.

Die Hütte

Ein Offsite in der Natur. Vier Menschen, ein Canvas, ein Moderator. Was in der Hütte passiert, ist das Gegenteil eines klassischen Workshops – und der Beginn von etwas Neuem.

Was bleibt

Birgit, die Reinigungsfrau und der Geruch, der sich verändert hat. Was Lena in der Kantine hört, ist das schönste Feedback, das eine Veränderung bekommen kann.

Inhaltsverzeichnis

Warum dieser Roman

Norbert Schuster über das Misalignment-Problem – und warum dreißig Jahre Beratungspraxis denselben Satz immer wieder hören: „Der Vertrieb sagt, das Marketing liefere keine Leads. Marketing sagt, der Vertrieb arbeite sie nicht ab.“

Der verlorene Auftrag

Lena Hoffmanns erster Tag. Der Nebel über dem Main, das Bild ohne Foto, Petra an der Empfangstheke. Eine Frau, die weiß, dass sie vorsichtig sein muss.

Zwei Welten unter einem Dach

CRM links, Excel rechts. Sieben Tage Suche nach einer Verbindung. Lena nennt es beim Namen: Es gibt zwei Welten, weil zwei Systeme nicht miteinander reden.

Sarahs Versuch

Die Geschäftsführerin setzt Marc und Lena zusammen. Drei Kekse, ein Krug Wasser, keine Tagesordnung. Das ehrlichste Gespräch, das die beiden je geführt haben.

Der Auftrag

Sarah Vollmer gibt Lena und Marc einen gemeinsamen Auftrag: Finden Sie heraus, warum wir den Bauer-Deal verloren haben. Nicht getrennt. Zusammen.

Sonja

Die Beraterin, die mit einem Notizbuch kommt. Keine Folien, kein Laptop. Sonja stellt Fragen, die Marc noch nie gehört hat – und Lena noch nie laut gestellt hat.

INSIGHTS

Marc: 47 Minuten. Lena: 28 Minuten. Was der INSIGHTS MDI®-Test über zwei Menschen sagt, die dasselbe wollen und trotzdem aneinander vorbeireden.

Die Hütte

Vier Menschen, ein Canvas, eine Nacht. Jana fährt mit Marc, Tim fährt mit Lena. Was in der Hütte passiert, ist das Gegenteil eines klassischen Workshops.

Der Widerstand

Zurück im Büro. Was in der Hütte klar war, ist im Alltag wieder kompliziert. Marc kämpft mit sich. Lena kämpft mit dem System. Sarah wartet.

Sarah entscheidet

Die Geschäftsführerin trifft eine Entscheidung, die niemand von ihr erwartet hat. Nicht über das Budget. Über die Struktur.

Der Pitch

Reinhart Pharma. 6,5 Millionen Euro. Diesmal sehen sie den Kaufprozess in Echtzeit. Marc öffnet das CRM jeden Morgen – und kann es immer noch nicht fassen.

Was bleibt

Birgit und die Reinigungsfrau. Der Geruch, der sich verändert hat. Was in der Kantine gesagt wird, ist das schönste Feedback, das eine Veränderung bekommen kann.

Nachwort & Anhang

Was Sie ab Montag tun können (4 konkrete Empfehlungen) · Marketing-Vertrieb-Alignment Canvas (12 Bausteine)
· Glossar · Über den Autor

Leseprobe

Die folgenden Auszüge geben einen Einblick in den Erzählstil und die Atmosphäre des Romans.

Aus Kapitel 1: Der verlorene Auftrag

An ihrem ersten Tag bei Hellmann Industriesysteme stand Lena Hoffmann fünfzehn Minuten zu früh auf dem Werksparkplatz und überlegte, ob sie noch einmal um den Block fahren sollte.

Es war Montag, der dreiundzwanzigste September, kurz vor neun. Sie war zu früh losgefahren — über die Mainbrücke schon um halb neun, der Main darunter glatt und grau, das andere Ufer kaum zu erkennen. Acht Kilometer hatte sie gebraucht, von ihrer Wohnung in Aschaffenburg bis zum Werkstor: über das Wasser, an der Bahnlinie entlang, in eine andere Welt.

Im Foyer hing ein Bild von Albert Hellmann, dem Großvater von Sarah Vollmer. Schwarzweiß, Anzug, Krawatte, einer dieser Männerblicke aus den Sechzigern, die wussten, was sie sagten. Daneben in derselben Reihe Heinrich Hellmann, Sarahs Vater. Und unter beiden ein freier Platz mit einer kleinen Plakette. Sarah Vollmer-Hellmann. Geschäftsführerin seit 2022. Ohne Bild. Lena sah das eine Sekunde lang und ging weiter.

Aus Kapitel 2: Zwei Welten unter einem Dach

Auf dem Bildschirm waren zwei Fenster nebeneinander geöffnet. Links das CRM von Hellmann — eine Microsoft-Lösung, Stand etwa 2019, vom Marketing nie geöffnet. Rechts die Marketing-Tabelle, die Birgit Möller über die letzten Jahre geführt hatte: eine Excel-Datei mit dreizehn Tabs, jede Tab für ein Quartal. Ergebnisse: leere Spalten. Verlinkungen ins CRM: keine. Übergaben an den Vertrieb: per E-Mail, an wen sich Birgit gerade erinnerte.

Lena hatte beide Systeme jeden Tag der letzten Woche geöffnet. Sie hatte gehofft, irgendwann eine Verbindung zu finden. Sie hatte nichts gefunden. Jetzt nannte sie es beim Namen: *Es gibt nicht zwei Welten, weil Marketing und Vertrieb zwei Welten sind. Es gibt zwei Welten, weil zwei Systeme nicht miteinander reden.*

Aus Kapitel 10: Der Pitch auf Reinhart Pharma

Marc saß vor dem Bildschirm, sah sich die Liste an, schüttelte einmal kurz den Kopf. Auf dem großen Bildschirm an der Stirnwand das CRM von Hellmann, das jetzt anders aussah als vor drei Monaten. Reinhart Pharma war angeklickt — eine Übersicht über alle Touchpoints der letzten sechs Monate. Whitepaper-Downloads, LinkedIn-Interaktionen, Webseiten-Besuche, E-Mail-Öffnungen, Kontakte aus dem Buying Center. Alles auf einer Seite, alles in einem System, alles für jeden im Team einsehbar.

„Lena, ich habe das in den letzten zwei Wochen jeden Morgen geöffnet. Ich kann es immer noch nicht fassen.“

„Wenn ich seit über dreißig Jahren in Beratungssitzungen, Workshops und Vorständen sitze, höre ich denselben Satz in immer neuen Variationen. Der Vertrieb sagt, das Marketing liefere keine vertriebsreifen Leads. Marketing sagt, der Vertrieb arbeite die Leads nicht ernsthaft. Beide arbeiten hart. Beide haben recht. Und beide reden aneinander vorbei.“

— Norbert Schuster, aus dem Vorwort

Marketing-Vertrieb-Alignment Canvas (12 Bausteine)

Im Anhang des Romans findet sich das vollständige Marketing-Vertrieb-Alignment Canvas mit allen 12 Bausteinen: Gemeinsame Zieldefinition · MQL-/SQL-Definition · Lead-Routing-Prozess · SLA zwischen Marketing und Vertrieb · Feedback-Loop · Gemeinsames Reporting · Buyer Persona (gemeinsam erarbeitet) · Customer Journey (gemeinsam kartiert) · Content-Übergabe-Prozess · CRM-Nutzungsregeln · Alignment-Meeting-Rhythmus · Eskalationspfad. Kostenfreier Download: strike2.de/werkzeuge

Methodik im Roman: Alignment als gelebte Praxis

Dieser Roman ist die lebendigste Darstellung des Marketing-Vertrieb-Alignments, die Norbert Schuster je geschrieben hat. Jede Szene ist methodisch fundiert; das Canvas im Anhang stammt aus über dreißig Jahren Beratungspraxis.

Marketing-Vertrieb-Alignment Canvas (12 Bausteine)	Das vollständige Framework für die Zusammenarbeit von Marketing und Vertrieb: von der gemeinsamen Zieldefinition bis zum Eskalationspfad. Im Roman: Was Lena, Marc und Sonja in der Hütte erarbeiten.
Schuster-Modell® – From cold to close®	Das übergeordnete Framework: Attract · Convert · Nurture · Close · Expand. Im Roman erlebt als Reise von Hellmann Industriesysteme – vom verlorenen Bauer-Deal bis zum Reinhart-Pharma-Pitch.
INSIGHTS MDI® – Persönlichkeitsprofile	Marc: 47 Minuten. Lena: 28 Minuten. Wie zwei Menschen mit unterschiedlichen Kommunikationsstilen lernen, miteinander zu arbeiten – statt aneinander vorbeizureden.
Empathischer Funnel (15 Stufen)	Die Kaufreise aus Käuferperspektive. Im Roman: Wie Dr. Klaus Heinrich von Reinhart Pharma wirklich recherchiert hat – und wann Hellmann das erste Mal auf seinem Radar war.
Buyer Persona Canvas	Vom demografischen Profil zum psychografischen Entscheidungsmodell. Im Roman: Was Lena und Marc gemeinsam über den typischen Hellmann-Käufer herausfinden – und was Marc in zwanzig Jahren nie gefragt hat.
Lost-Deal-Analyse mit Journey-Rekonstruktion	Der Bauer-Deal als gemeinsame Lernaufgabe. Lena und Marc rekonstruieren die Kaufreise – und verstehen, warum der Wettbewerb nicht besser war, sondern früher sichtbar.
Wasserloch-Strategie®	Anziehung statt Jagd. Im Roman: Wie Hellmann aufhört, Kunden zu jagen, und anfängt, ein digitales Wasserloch aufzubauen – das Dr. Heinrich von Reinhart Pharma anzieht.
Alignment-Meeting-Rhythmus	Wöchentliches Pipeline-Meeting, monatliches Alignment-Meeting, quartalsweises Strategy-Review. Im Roman: Was Marc und Lena nach der Hütte einführen – und was Sarah dazu sagt.

Für wen ist dieses Buch?

Geschäftsführer und CEOs im B2B-Mittelstand

Die das leise Unbehagen kennen, dass Marketing und Vertrieb zwar beide arbeiten – aber nicht zusammen. Und die wissen, was das kostet.

Vertriebsleiter mit langer Betriebszugehörigkeit

Die wie Marc Brandt wissen, wie man Maschinen verkauft – und die spüren, dass sich etwas verändert hat, ohne genau benennen zu können, was.

Marketing-Verantwortliche in Industrieunternehmen

Die wie Lena Hoffmann in ein Unternehmen kommen, das gut ist – und trotzdem zwei Welten unter einem Dach hat.

Berater, Trainer und Coaches

Die den Roman als Einstieg in das Alignment-Thema für Kunden und Seminarteilnehmer nutzen möchten.

HR- und Organisations-Verantwortliche

Die das Alignment-Problem nicht als Prozess-, sondern als Menschenproblem verstehen – und die wissen wollen, wie Veränderung wirklich passiert.

Leser des ersten Romans

Die „From Cold to Close® – Der Roman“ kennen und die Geschichte von Norbert Schuster in einem anderen Unternehmen, mit anderen Menschen, weiterleben wollen.

Häufig gestellte Fragen (FAQ)

F: Ist das ein Roman oder ein Fachbuch?

Beides. Die Geschichte von Lena Hoffmann und Marc Brandt ist fiktiv – aber jede Szene stammt aus realen Begegnungen mit realen Menschen. Im Nachwort gibt Norbert Schuster vier konkrete Montag-Maßnahmen. Im Anhang findet sich das vollständige Marketing-Vertrieb-Alignment Canvas mit 12 Bausteinen. Der Roman ist gleichzeitig die zugänglichste Einführung in das Alignment-Thema, die es gibt.

F: Muss ich den ersten Roman kennen, um diesen zu verstehen?

Nein. Beide Romane spielen in unterschiedlichen Unternehmen mit unterschiedlichen Figuren. Wer den ersten Roman kennt, wird das Schuster-Modell® und den Empathischen Funnel wiedererkennen – aber dieser Roman steht vollständig für sich.

F: Was sind die vier Montag-Maßnahmen im Nachwort?

1. Setzen Sie Marketing und Vertrieb ohne Tagesordnung zusammen – und hören Sie zu, was sie nicht sagen. 2. Rekonstruieren Sie einen verlorenen Großauftrag als gemeinsame Reise. 3. Verbinden Sie Ihre Systeme – CRM und Marketing-Automation auf einer Plattform. 4. Definieren Sie gemeinsam, was ein MQL ist – und was nicht.

F: Was ist das Marketing-Vertrieb-Alignment Canvas?

Ein 12-Bausteine-Framework für die strukturierte Zusammenarbeit von Marketing und Vertrieb: von der gemeinsamen Zieldefinition bis zum Eskalationspfad. Das Canvas ist im Anhang des Romans abgedruckt und als kostenfreier Download verfügbar unter strike2.de/werkzeuge.

F: Gibt es ein Methodenbuch zum Roman?

Ja. Das Buch „Lead Management im B2B – Vom Funnel zum Flywheel“ (ISBN 978-3-912027-28-0) ist das methodische Pendant und vertieft alle im Roman behandelten Konzepte. Außerdem empfiehlt sich „From Cold to Close – Die Psychologie im B2B“ (ISBN 978-3-912027-32-7) für das Verständnis der INSIGHTS MDI®-Szenen.

Über den Autor

Norbert Schuster ist Strategieberater, Keynote-Speaker und einer der führenden Experten für die Digitalisierung von Marketing und Vertrieb im B2B-Mittelstand. Er ist Geschäftsführer der strike2 GmbH in Kleinostheim und arbeitet seit über dreißig Jahren mit Unternehmen aller Branchen an der integrierten Vermarktung – vom Spezialmaschinenbau über IT-Dienstleister, Medizintechnik-Hersteller und Industriekomponenten-Anbieter bis hin zu mittelständischen Service- und Beratungshäusern.

Qualifikationen: INSIGHTS MDI® Master · NLP-Master · Mental Coach · wingwave® Coach · Meditationslehrer für den Business-Kontext · Change Management · Corporate Strategy · Design Thinking · Innovationsmanager · Digital Transformation Manager.

Kontakt: n.schuster@strike2.de · www.strike2.de · Vorlagen: strike2.de/werkzeuge

Buchdaten

Titel	Über das tiefe Wasser
Untertitel	Wie Marketing und Vertrieb zueinander finden
Genre	Business-Roman
Autor	Norbert Schuster
Verlag	strike2 Verlag
ISBN	978-3-912027-51-8
Erscheinungsjahr	2026
Format	Taschenbuch · Deutsch · 11 Kapitel + Nachwort + Alignment Canvas (12 Bausteine) + Glossar
Vorlagen	Kostenfreier Download: strike2.de/werkzeuge
Verfügbarkeit	Amazon · Direktbestellung: n.schuster@strike2.de

Jetzt bestellen

Erhältlich bei Amazon oder direkt bei strike2.

Amazon: www.amazon.de · **Kontakt:** n.schuster@strike2.de · www.strike2.de