



Thiemo Schloßer ist Inhaber der Fa. Schloßer Industrieberatung und berät Kunden aus dem produzierenden Gewerbe..

Mit nahezu 20-jähriger Erfahrung in der strategischen Führung von Unternehmen, konzentriert er sich auf die Spezialgebiete wie Vertrieb, Interimsmanagement sowie die Betrachtung der Kostenseite im Unternehmen.



## Vertriebsarbeit richtig vergüten

Zur Zeit wird in vielen Betrieben, dem harten Wettbewerb geschuldet, der Vertrieb massiv ausgebaut. Stellt sich nicht kurzfristig Erfolg ein, trennt man sich auch schnell mal wieder von Personal und sucht nach neuen Mitarbeitern. Oft herrscht hier blinder Aktionismus in der Hoffnung, der neue Mann wird's schon richten.

In etlichen Unternehmen lastet im Vertrieb ein enormer Druck auf den Mitarbeitern und es herrscht teilweise eine hohe Fluktuation. Wenn nur 5 % der abgegebenen Angebote zu Aufträgen werden, stellt keiner die Kalkulationsabteilung in Frage, trotz 95 % vergeblicher Arbeit.

Im Vertrieb ist dies anders, hier zählen oft nur die nackten Zahlen. Ein veraltetes Vergütungssystem mit geringem Fixum und Provisionszahlungen verhindert zudem oft eine erfolgreiche Vertriebsarbeit.

„

**Eine variable Vergütung mit Zielprämien erscheint sinnvoller als die übliche Provisionierung im Vertrieb.**

„

Da zumeist ab dem ersten Euro Umsatz, Provision gezahlt wird, werden oft nur nicht 'verhinderbare Umsätze', z.B. bei langjährigen Großkunden, generiert. Die Neukundenakquise kommt hierbei zu kurz. Arbeitnehmer, die auf Provisionsbasis arbeiten, sind zudem oft ausschließlich auf ihre Umsätze bedacht und entwickeln sich zunehmend zu Einzelkämpfern.

Der Aufbau langfristiger Kundenbeziehungen und der Service am Kunden kommen hier häufig zu kurz.

Zudem führen klassische Vergütungen oft zu erheblichen Ungerechtigkeiten.

So haben teilweise schwache Mitarbeiter in umsatzstarken Gebieten mit etlichen Großkunden mehr Erfolg als starke Mitarbeiter in potentialschwachen Gebieten.

Moderne Vergütung orientiert sich nicht an den bisher üblichen Leistungskriterien wie Umsatz oder Deckungsbeitrag, sondern bindet den Mitarbeiter in die Sicherstellung unterschiedlichster Ziele ein. Gebiete müssen hierzu nach Potential untersucht werden, Vorgaben bezüglich der gewünschten Kundenstruktur müssen gemacht werden. *Wieviel Neukunden sollen gewonnen werden? Wer soll angesprochen werden?*

Die Vorgabe kann je nach Gebiet unterschiedlich ausfallen.

Bei Erreichung qualitativer Ziele soll der Mitarbeiter dann mit Prämien entlohnt werden.

Auch Mitarbeiter aus anderen Unternehmensbereichen (Kalkulation, Sachbearbeitung, Service etc.) sollen in das Vergütungssystem mit einbezogen werden. Abteilungsübergreifend wird so gemeinschaftlich an einem Ziel gearbeitet. Einzelkämpfertum hat somit keine Chance mehr und die Unternehmensinteressen stehen im Vordergrund.

Die Verantwortung wird somit auf mehrere Schultern verteilt und kein hemmender Erfolgsdruck lastet auf den Mitarbeitern.

Eine variable Vergütung mit Zielprämien erscheint sinnvoller als die übliche Provisionierung im Vertrieb.

So wird die Mitarbeiterführung und das Vergütungssystem viel differenzierter.

In jedem Unternehmen gibt es kurzfristige, mittelfristige und langfristige, strategische Ziele. Diese können mit einem modernen Vergütungssystem besser erreicht werden.

Vertriebsmitarbeiter die über die Vergütung zielorientiert geführt werden, sind nachweislich erfolgreicher.