

Vergütung im Vertrieb

Vergütungssysteme im Vertrieb sind oft durch folgende Merkmale geprägt:

- (1) Das Grundgehalt wird nicht als leistungsäquivalent angesehen
- (2) Es wird ab dem ersten Euro Umsatz/DB... vergütet
- (3) Teile der Provision/Bonus werden abgesichert und bilden damit nur einen zweiten Besitzstand
- (4) Die Zielbeobachtung verläuft monatlich und damit viel zu kurz
- (5) Boni werden vor dem Hintergrund der Entwicklung im Jahresverlauf nicht einbehalten (Bonusbank) sondern alle Mittel unterjährig sofort ausgeschüttet
- (6) Mitarbeiter mit starken Leistungsschwankungen optimieren das System für sich. Das Unternehmen bezahlt obwohl es keine Leistung erhält

Alle diese Aspekte sind reine Gestaltungsprobleme, die sich abstellen lassen. Hier einige Beispiele:

- (1) Zum einen muss geklärt werden welche Basis-Leistung für das gezahlte Grundgehalt erwartet wird. Dazu ist es wichtig den Mitarbeitern auch eine Unterdeckung zu kommunizieren, wenn die Leistungen so schwach sind, das das Grundgehalt noch nicht einmal „verdient“ wurde. Dies als Kommunikation ist extrem wichtig, selbst wenn Sie die Absicherung weiter leisten.
- (2) Verzichten Sie auf Absicherungsbeträge die keine sind. Die Hoffnung diese Zahlung irgendwann zu revidieren ist nach der Rücksprache mit dem Arbeitsrechtler sowieso hinfällig. Deswegen: Schmätern Sie nicht die Attraktivität des Grundgehalt, indem Sie es dann noch splitten.
- (3) Verzichten Sie darauf, monatliche Provisions-/Bonus-Zahlungen zu leisten. Dies verursacht oft enorme Abrechnungskosten (und oft Korrekturkosten). Natürlich können Sie den Mitarbeiter über die monatliche Performance steuern. Nur die variable Zahlung sollte unterjährig unterbleiben. Denn umso mehr „Teilzahlungen/Abschlagszahlungen“ Sie vornehmen, umso mehr schmätern Sie die potentielle Zahlung am Jahresende. Ausnahmen zu dieser Regelung bestehen nur, wenn die Mitarbeiter die monatlichen Zahlungen zur Sicherung der Existenzgrundlage benötigen (Niedriglohnbereich)
- (4) Lassen Sie keine Manipulation zu sondern steuern Sie aktiv dagegen. Vertriebsmitarbeiter können Ihr Handeln bekanntlich gut verkaufen. Das sollte aber nicht dazu führen, dass Sie für Leistungen doppelt und dreifach bezahlen.
- (5) Richten Sie das Bonussystem besser mittelfristig aus. Alle Unternehmen wünschen sich Mitarbeiter die konstant gute Leistung erbringen. Doch werden diese Mitarbeiter besonders honoriert? In den meisten Fällen leider nicht. Also zahlen Sie Ihren Leistungsträgern besser eine Zielprämie, wenn diese zwei oder drei Jahre lang Ihre Ziele erfüllt/übertroffen haben. Das ist gut angelegtes Geld. Denn Gutleister haben Ihr Geld immer verdient“