

DVS-Vertriebsmonitor 2013/2014

Ergebnisbericht der Online-Umfrage der *DVS* – Deutsche Verkaufsleiter-Schule zum Thema „Motivation im Vertrieb“



In Zusammenarbeit mit:

Inhalt

	Seite
Editorial	3
Management Summary	4
Motivationsanreize: Das bieten Unternehmen	5
Das wünschen sich Fach- und Führungskräfte im Vertrieb	6
Was muss man dem Nachwuchs bieten	7
Schlechtes Image in der Gesellschaft...	8
...aber hohe Zufriedenheit im Beruf	9
Wertschätzung als neues Statussymbol	11
In der Weiterbildung gilt: Realität vor Virtualität	13
Digitalisierung ist die Herausforderung für die Zukunft	14
Anhang: Alle Ergebnisse der Online-Umfrage im Überblick	15 – 29
Impressum	30

DVS-Vertriebsmonitor 2013/2014

Editorial

Was motiviert Menschen, die im Vertrieb arbeiten, wirklich?

Warum entscheiden sich Menschen dafür, im Vertrieb zu arbeiten? Was motiviert sie, die Herausforderungen täglich aufs Neue zu bewältigen? Welche Anreize sind nach eigener Einschätzung wirksame Motivationshebel und: Welche Anreize erhalten sie tatsächlich von ihrem Unternehmen? Wo liegen die Herausforderungen in puncto Nachwuchsgewinnung und welche Auswirkungen hat das angeblich schlechte Image des Berufsstandes?

Diese Fragen treiben uns von der *DVS-Deutsche Verkaufsleiter-Schule* um, denn die Antworten zählen auf die Performance von Vertrieblern und damit auf die Performance des gesamten Unternehmens ein. Die *DVS* unterstützt seit über 35 Jahren Fach- und Führungskräfte darin, die fachlichen und überfachlichen Kompetenzen weiterzuentwickeln. In diesen drei Jahrzehnten haben Themen im Vertrieb an Bedeutung gewonnen, andere an Bedeutung verloren. Was sich nicht ändert, ist unser Anliegen: Menschen und Unternehmen darin zu unterstützen, sich erfolgreich weiterzuentwickeln und die gesteckten Ziele zu erreichen. Unsere Umfrage ist dabei ein weiterer Schritt auf diesem Weg, denn sie liefert Entscheidern im Vertrieb wichtige Informationen zum Umgang mit Leistungsanreizen. Und sie zeigt, an welchen Stellen Handlungsbedarf besteht.



Ich wünsche Ihnen eine interessante Lektüre!



Rainer M. Grethel
Produktmanager Vertrieb-*DVS*

Management Summary

Drei Viertel aller Vertriebsmitarbeiter würden sich wieder für ihren Beruf entscheiden. Motivation ist also vorhanden, aber: Mit den üblichen Bonus- und Prämienzahlungen steigern Unternehmen diese Motivation nicht.

Prämien motivieren nicht

Nicht einmal jeder Dritte Befragte lässt sich durch erfolgsabhängige Prämien und Bonuszahlungen motivieren (31 %). Umdenken tut Not, denn: Bei 63 Prozent der Befragten setzen die Unternehmen genau auf dieses Mittel, um die Leistung der Vertriebsmitarbeiter zu erhöhen.

Weiterentwicklung und Karrierechance sind wirksame Hebel

Geld ist nicht alles – auch im Vertrieb. Persönliche Weiterentwicklung und Karrierechancen sind wirksame Incentives. Bei den Mitarbeitern folgen nach der Aussicht auf Führungsverantwortung bereits an dritter Stelle der Wunsch nach Weiterbildungsangeboten (knapp 48 %).

Das fordert die Generation Y

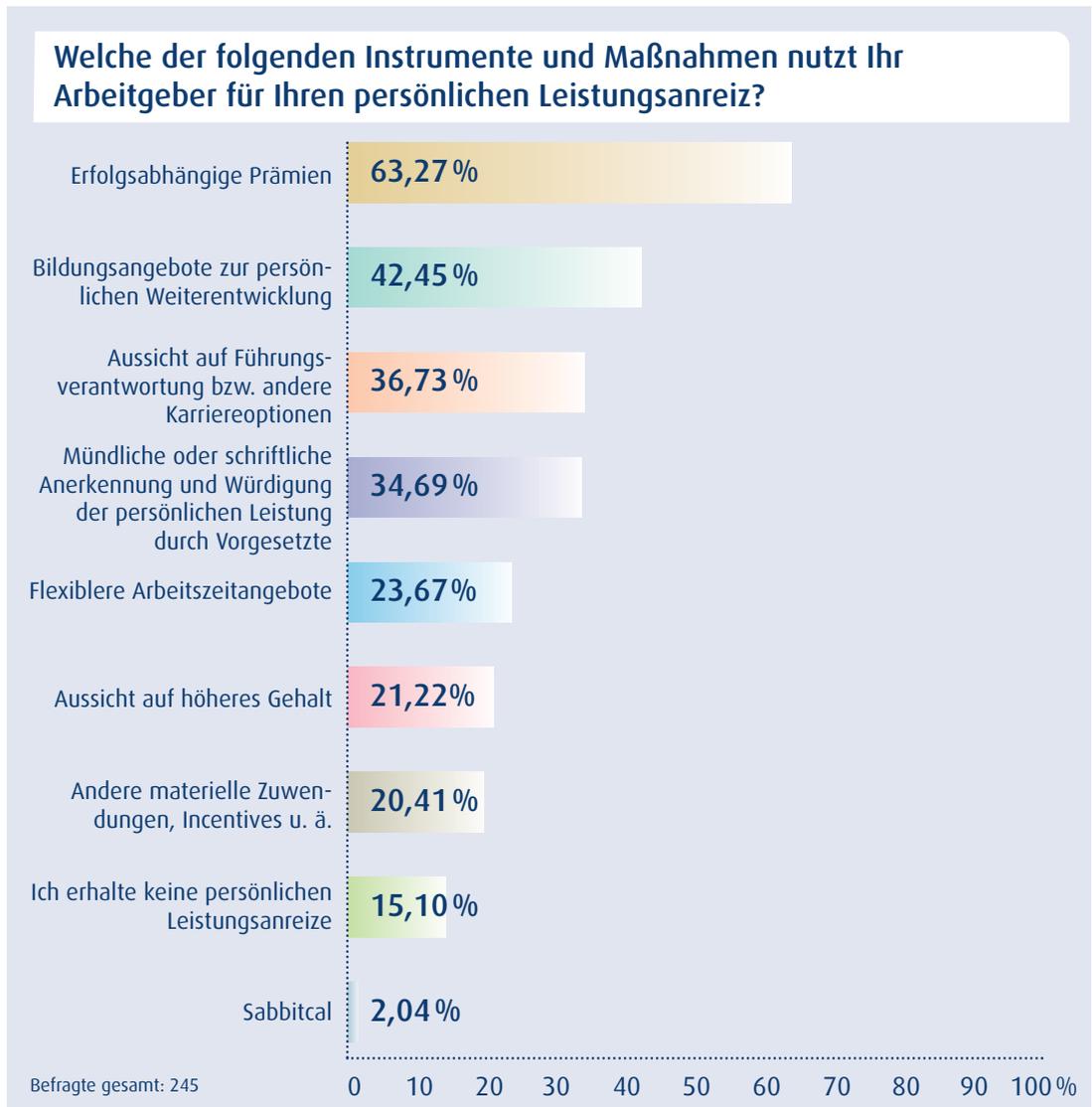
Die vielbeschworene Generation Y wird Vertriebsorganisationen vor neue Aufgaben stellen. Nach Einschätzung der Befragten dominieren beim Nachwuchs eher weiche Faktoren wie eine bessere Work-Life-Balance (knapp 67 %) und die Vereinbarkeit von Familie und Beruf (gut 64 %). Und die Jungen, so glauben die Befragten, wollen nicht mehr einfach Vorgaben ausführen, sondern sich auch unternehmerisch beteiligen. Ebenfalls wichtig: Sie wollen überzeugende, nachhaltige Produkte verkaufen, und das bei flexibleren Arbeitszeiten. Erst dann, schätzen die Befragten, folgt der Wunsch nach einem höheren Fixgehalt. Erfolgsabhängige Prämien sind nach Einschätzung der Befragten nichts, womit Unternehmen junge Vertriebsmitarbeiter locken können.

Studiensteckbrief

Vom 26. September bis 7. Oktober 2013 lud die DVS Deutsche Verkaufsleiter-Schule ihre Kunden sowie Besucher der Webseiten www.acquisa.de und www.personalmagazin.de in einer Online-Umfrage ein, zum Thema „Motivation im Vertrieb“ Stellung zu beziehen. Die Auswertung des „DVS-Vertriebsmonitors 2013/2014“ basiert auf insgesamt 253 ausgewerteten Antworten von Vertriebsmitarbeitern jeden Alters und jeder Hierarchiestufe.

Motivationsanreize: Das bieten Unternehmen

Noch immer locken Arbeitgeber im Vertrieb hauptsächlich mit variablen Leistungsanreizen. Das zeigen die Ergebnisse deutlich. Nur gut 15 Prozent der Befragten erhalten keinerlei Leistungsanreize. Beim Rest (63,3 %) dominieren erfolgsabhängige Prämien. Bereits auf Platz zwei der Leistungsanreize: Angebote zur persönlichen Weiterentwicklung (42,5 %). Annähernd gleichauf dahinter: Die Aussicht auf Führungsverantwortung (37 %) sowie die Anerkennung der persönlichen Leistung durch Vorgesetzte (34,7 %). Insgesamt dominieren derzeit in der Realität die materiellen Leistungsanreize und die Aussicht auf Karriere deutlich.



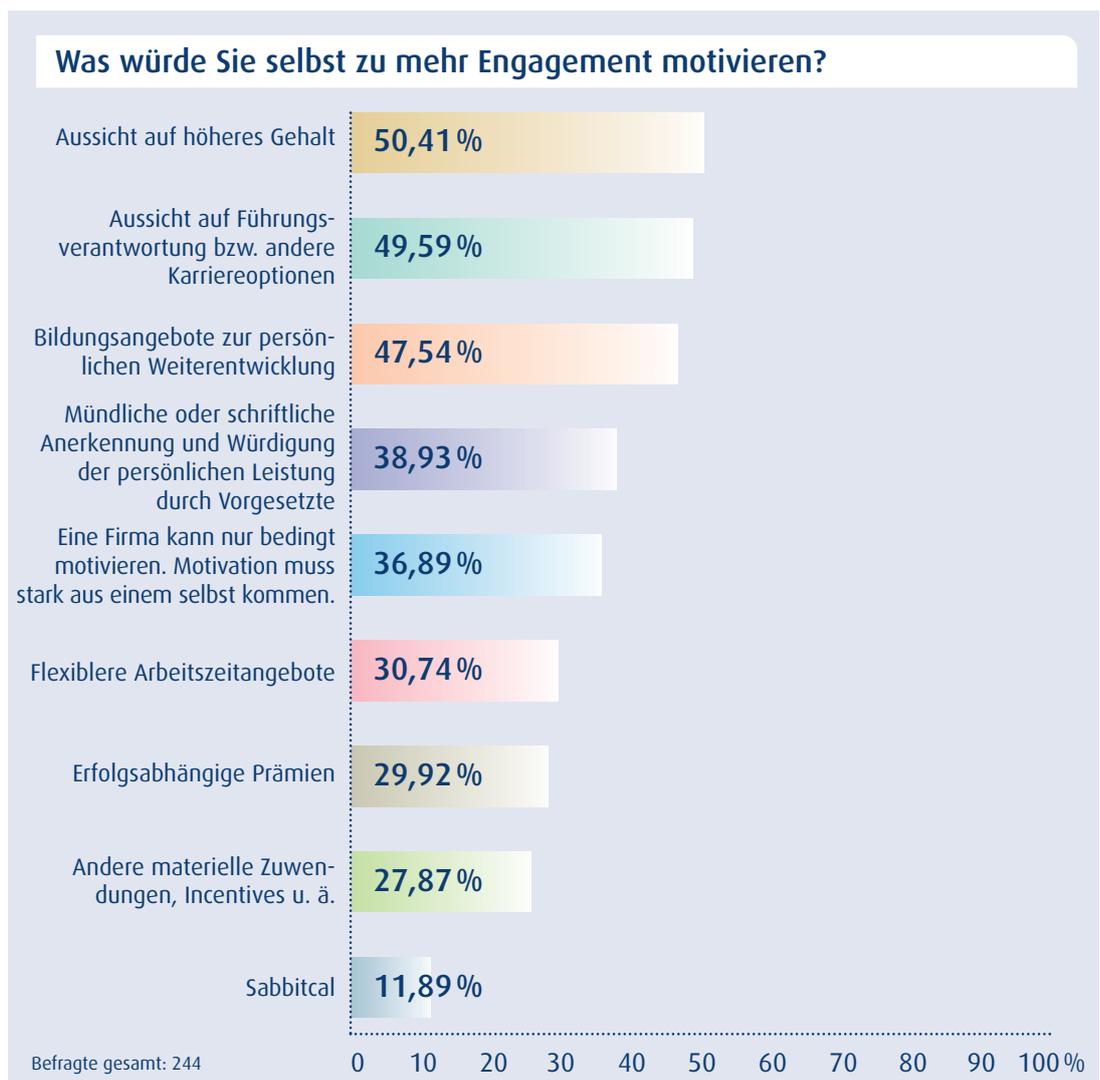
Q2 | Der DVS-Vertriebsmonitor – was motiviert Sie wirklich?

Das wünschen sich Fach- und Führungskräfte im Vertrieb

Fragt man Vertriebler, wie die Unternehmen sie zu mehr Engagement motivieren könnten, unterscheidet sich Wunsch und Wirklichkeit prägnant an einer Stelle: Statt erfolgsabhängiger Prämien wünschen sich viele der Befragten ein höheres Gehalt. Von erfolgsabhängigen Prämien lassen sich – nach eigener Aussage – nur 30 Prozent motivieren (63,3 Prozent erhalten sie aber!). Die Aussicht auf ein höheres Gehalt hingegen würde 50,4 Prozent motivieren. Nach der Aussicht auf Führungsverantwortung folgen bei den Wünschen bereits an dritter Stelle die Weiterbildungsangebote (knapp 50 %).

„Ein deutliches Zeichen an die Unternehmen, ihre Taktik zu überdenken. DVS-Referent Dr. Reinhard Sprenger geht sogar so weit zu fordern, dass erfolgsabhängige Prämien grundsätzlich abgeschafft werden sollten. In jedem Fall sind Führungskräfte gut beraten, die möglichen Hebel – wie den Wunsch nach fachlicher und überfachlicher Weiterentwicklung – strategisch wirksamer abzumischen um eine Win-Win-Situation herzustellen. Auch die weichen Faktoren müssen mehr Beachtung bekommen.“

Rainer M. Grethel



Q3 | Der DVS-Vertriebsmonitor – was motiviert Sie wirklich?

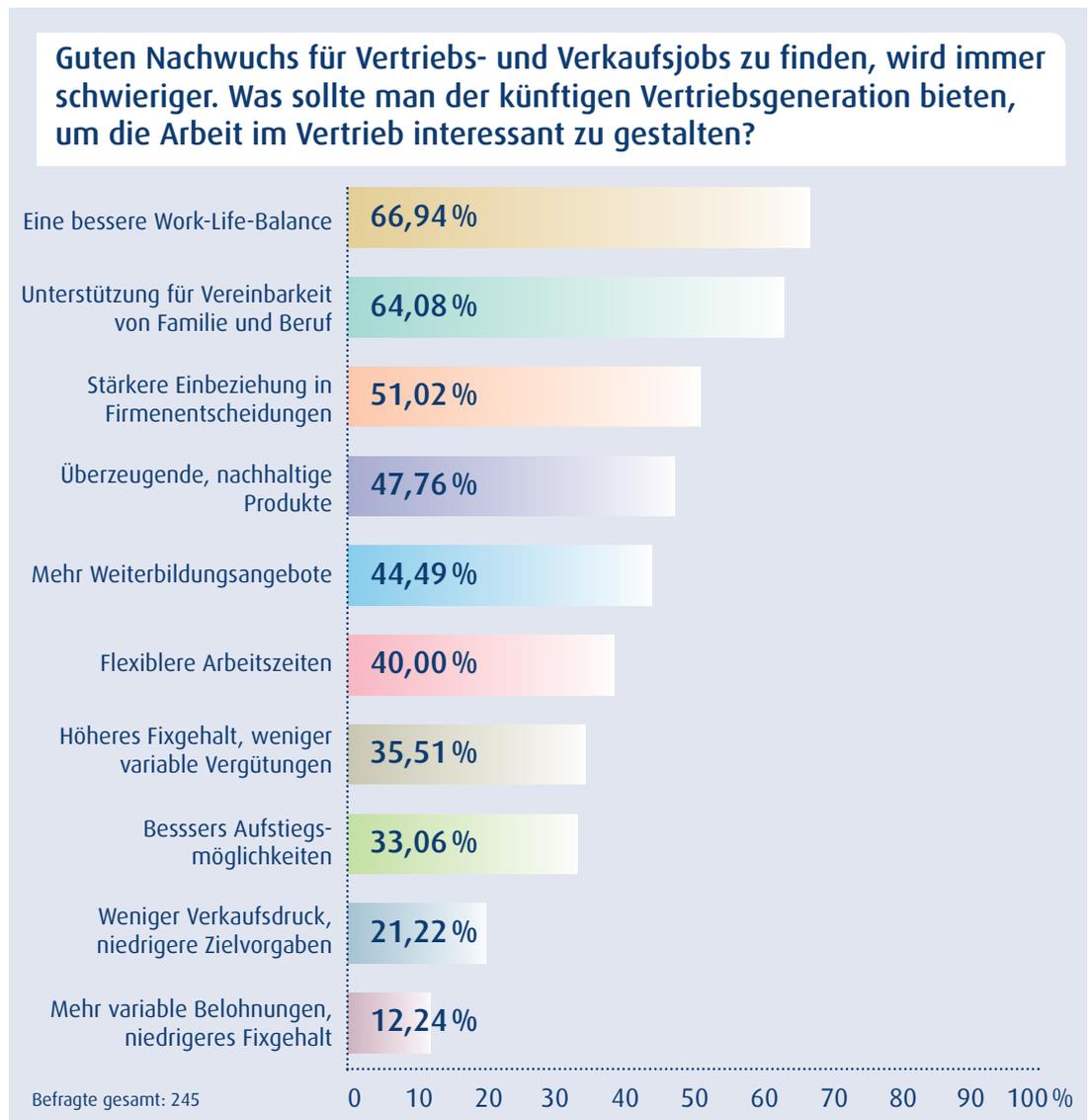
Teilen: google+ facebook xing twitter

Was muss man dem Nachwuchs bieten?

Bei der Frage, was man der künftigen Vertriebsgeneration bieten müsse, um guten Nachwuchs zu gewinnen, dominieren nach Einschätzung der Befragten die nicht-materiellen Faktoren noch deutlicher: Ganz vorne sehen die Befragten eine bessere Work-Life-Balance (67 %) und die Vereinbarkeit von Familie und Beruf (64 %). Auch ein stärkeres Einbeziehen in Firmenentscheidungen, überzeugende, nachhaltige Produkte und flexiblere Arbeitszeiten locken stärker als ein hohes Fixgehalt (mit weniger variablen Vergütungen), so glauben die Befragten.

„Natürlich ist dieser Wandel im Anspruch an einen Arbeitsplatz nicht neu. Doch, dass diese Wünsche auch im Vertrieb nun so deutlich in den Vordergrund treten, ist ein Trend, der stark im Kommen ist. Es müssen neue Wege für die Generation Y beschrritten werden, um guten Nachwuchs zu locken. Das ist ein klares Ergebnis aus Sicht von Fachleuten aus dem Vertrieb.“

Rainer M. Grethel



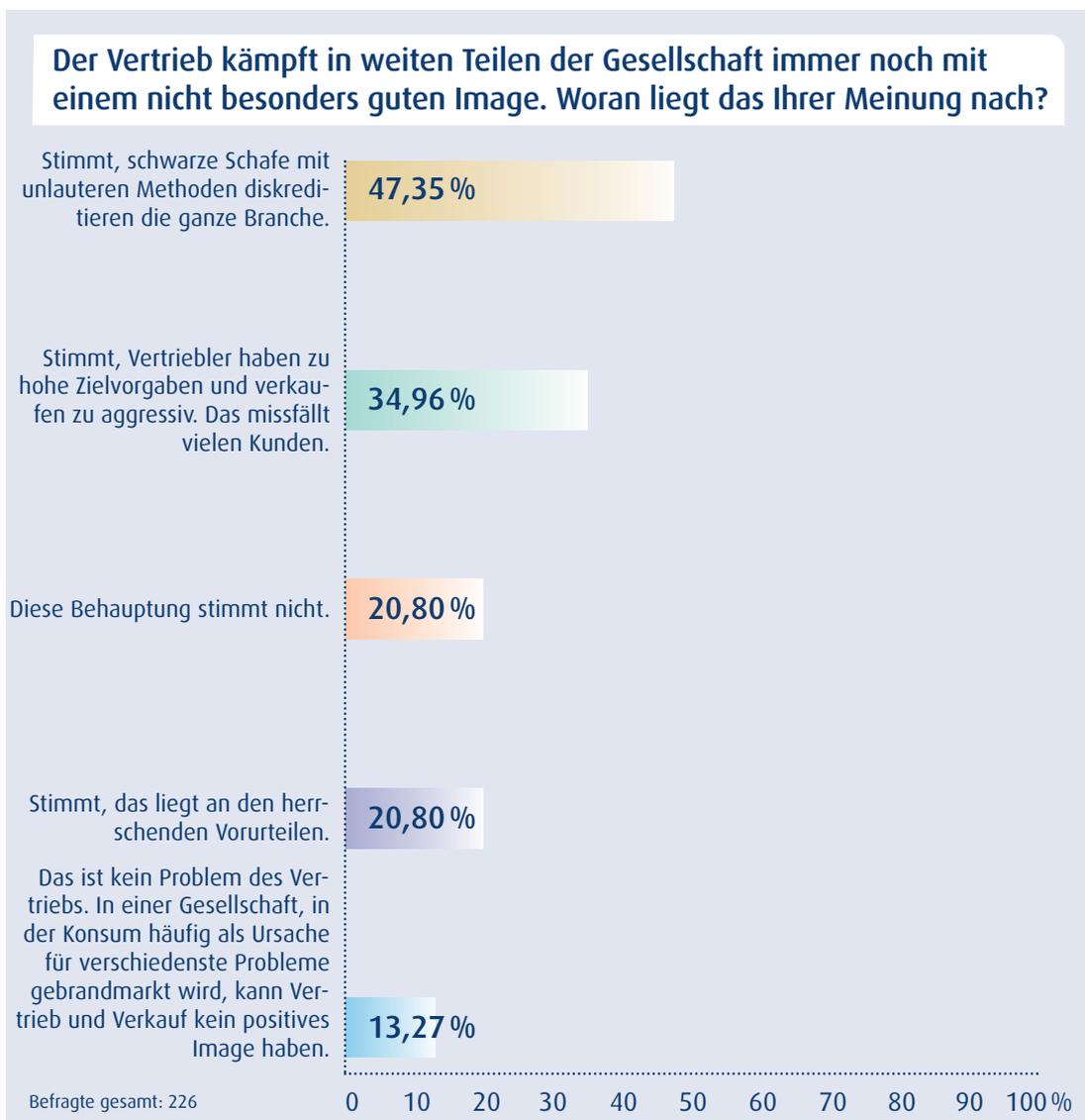
Q4 | Der DVS-Vertriebsmonitor – was motiviert Sie wirklich?

Teilen: [google+](#) [facebook](#) [xing](#) [twitter](#)

Schlechtes Image in der Gesellschaft...

Die meisten Vertriebler stimmen der These zu, dass ihr Beruf kein sonderlich gutes Image in der Gesellschaft besitzt. Nur ein gutes Fünftel (21 %) der Befragten widerspricht dieser These. Für 47 Prozent sind es die schwarzen Schafe in der eigenen Branche, die mit unlauteren Methoden den Berufszweig diskreditieren. Knapp 35 Prozent bemängeln zu hohe Zielvorgaben und damit auch zu aggressive Verkaufsmethoden, die den Kunden missfallen. Dabei wird der Verkaufsdruck zwischen den Geschlechtern unterschiedlich stark wahrgenommen. Deutlich mehr Frauen bemängeln die hohen Zielvorgaben der Arbeitgeber: 46 Prozent geben diesem Umstand die Schuld am schlechten Image der Branche, aber nur 30 Prozent der Männer.

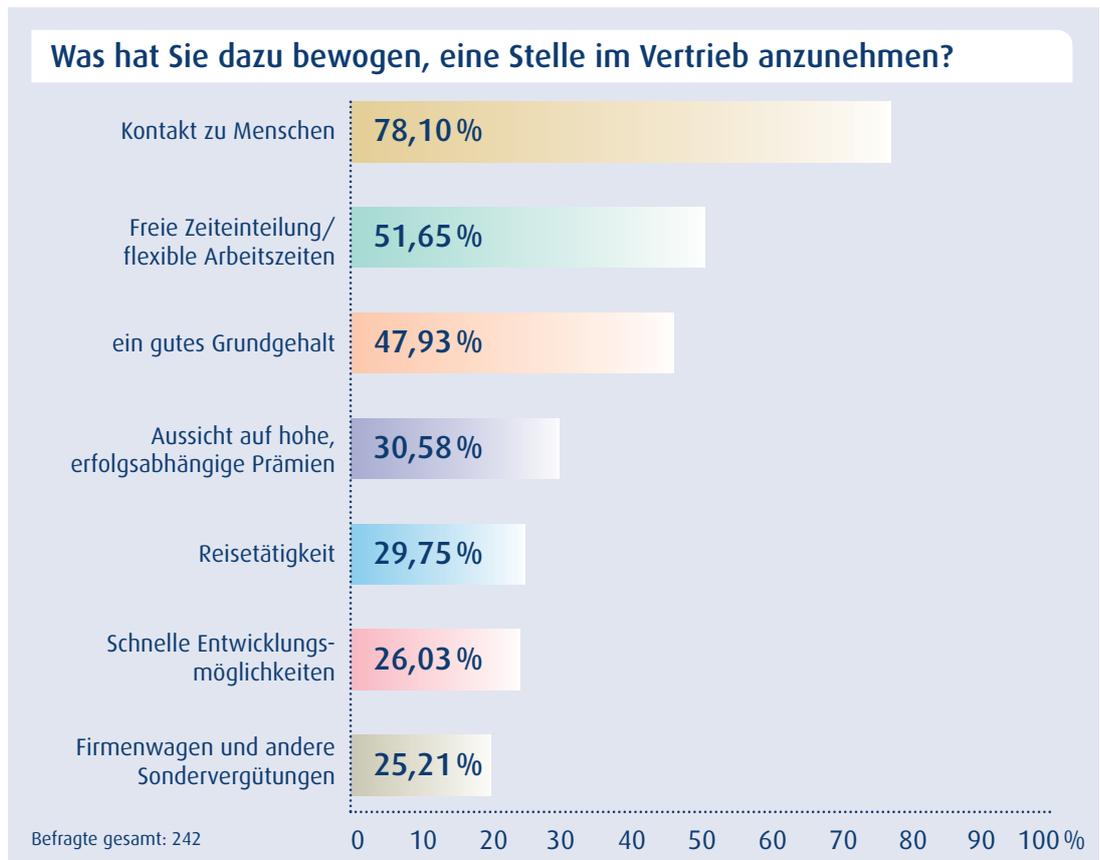
Eine andere Erklärung zum Imageproblem lieferte ein Teilnehmer der Umfrage: „Ich denke, dass Vertriebler häufig eine gewisse Hartnäckigkeit und unbedingter Erfolgswille begleitet, die bei vielen Menschen zu Unbehagen führen.“



Q8 | Der DVS-Vertriebsmonitor – was motiviert Sie wirklich?

...aber hohe Zufriedenheit mit dem Beruf

Auf die Frage, was sie bewogen habe, eine Stelle im Vertrieb anzunehmen, antwortet eine deutliche Mehrheit (78,1 %) der Teilnehmer am DVS-Vertriebsmonitor: Wegen des Kontaktes zu Menschen. Noch deutlicher ist dies bei Frauen, die im Vertrieb arbeiten. Hier sagen 82 Prozent, dass sie wegen der zwischenmenschlichen Beziehungen gerne in den Vertrieb wollten. Für Selbständige spielte außerdem ein weiterer Faktor eine entscheidende Rolle: 69 Prozent der selbständigen Verkäufer haben sich wegen der flexiblen Arbeitszeiten für eine Stelle im Verkauf entschieden. Insgesamt gaben das nur 52 Prozent als Grund an.



Q1 | Der DVS-Vertriebsmonitor – was motiviert Sie wirklich?

„Im Vertrieb arbeiten viele Menschen, die für ihren Beruf brennen und kaum Abwanderungsgedanken hegen. Das ist ein unheimlich großes Potenzial für Arbeitgeber, das sie nutzen sollten.“

Rainer M. Grethel

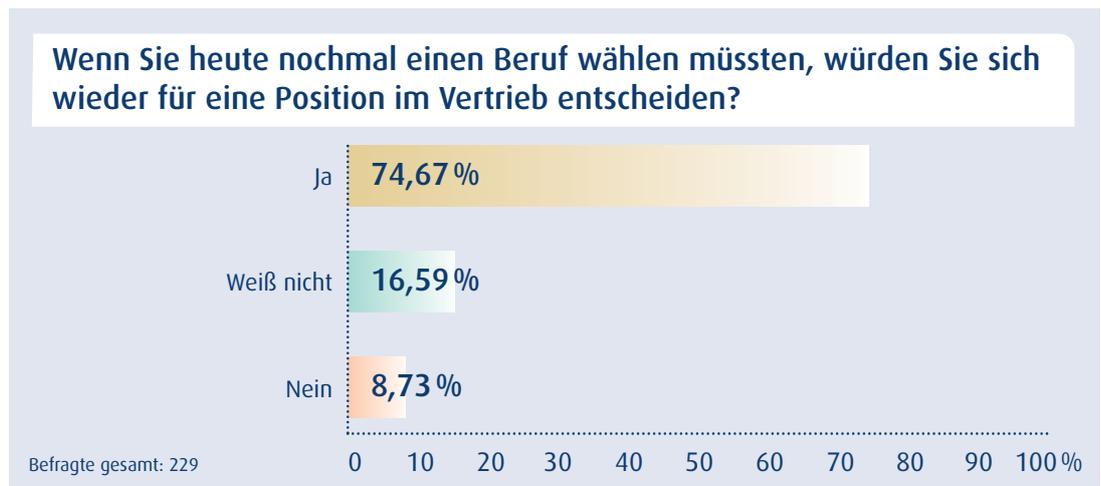
Hier einige Statements der Teilnehmer des DVS-Vertriebsmonitors, die die Ergebnisse eindrucksvoll unterstreichen:

„Es vermittelt eine unglaubliche Befriedigung, andere Menschen zu begeistern und mitreißen zu können/zu dürfen.“

„Ich liebe meine(n) Beruf(ung) und den Umgang mit Menschen.“

„Die Kombination aus Freiheit, Einkommensmöglichkeiten und Umgang mit Menschen ist einfach immer wieder reizvoll.“

Obwohl der Druck im Vertrieb als hoch empfunden wird und es mit dem Image der eigenen Profession nicht unbedingt zum Besten steht, würden sich bei einer erneuten Berufswahl drei von vier Vertrieblern wieder für eine Position im Vertrieb entscheiden. Nur knapp neun Prozent würden dem Vertrieb den Rücken kehren. Dieses positive Ergebnis zieht sich dabei quer durch alle Alters- und Hierarchiestufen: Die ab 40-Jährigen würden den Beruf zu über 77 Prozent wieder wählen, Männer würden es wieder tun (76 %), Frauen auch (71 %). Selbständige (69 %) sowie Angestellte (72 %).

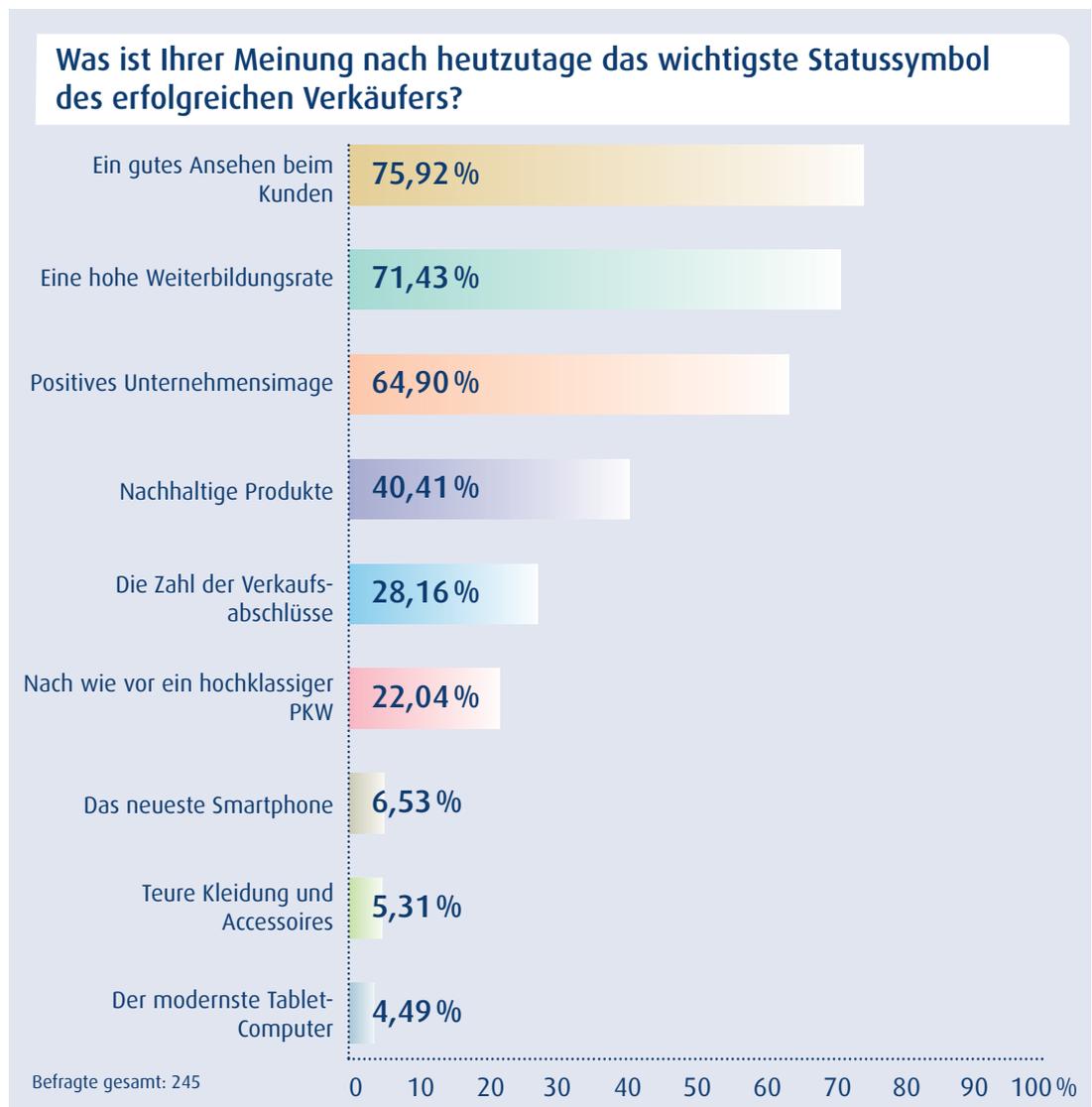


Q14 | Der DVS-Vertriebsmonitor – was motiviert Sie wirklich?

Wertschätzung als neues Statussymbol

Jeder, der Einstellungsgespräche mit Vertriebsmitarbeitern führt, weiß um die hohe Bedeutung materieller Statussymbole – insbesondere beim Feilschen um die Ausstattung des Firmenwagens. Ist das ein Klischee oder noch Realität?

Geht es nach den Befragten des DVS-Vertriebsmonitors, dann gibt es ein neues Statussymbol im Vertrieb: die Wertschätzung durch den Kunden (knapp 76%), dicht gefolgt von einer hohen Weiterempfehlungsrate (71,4%). Diese ist besonders Frauen wichtig (80%). Denn, ein „gutes Ansehen beim Kunden“ ist für Verkäufer nicht nur finanziell, sondern auch emotional wichtig. Die deutliche Mehrheit wertet dies auch als das wichtigste Statussymbol im Vertrieb – nicht den Firmenwagen oder die pure Zahl der Verkaufsabschlüsse. Deshalb will auch mehr als die Hälfte der Befragten die persönlichen Kompetenzen vor allen Dingen in Bereichen wie Techniken der Verhandlungsführung (54%, Männer sogar zu 56%) sowie Persönlichkeit und Auftreten (54%) verbessern.

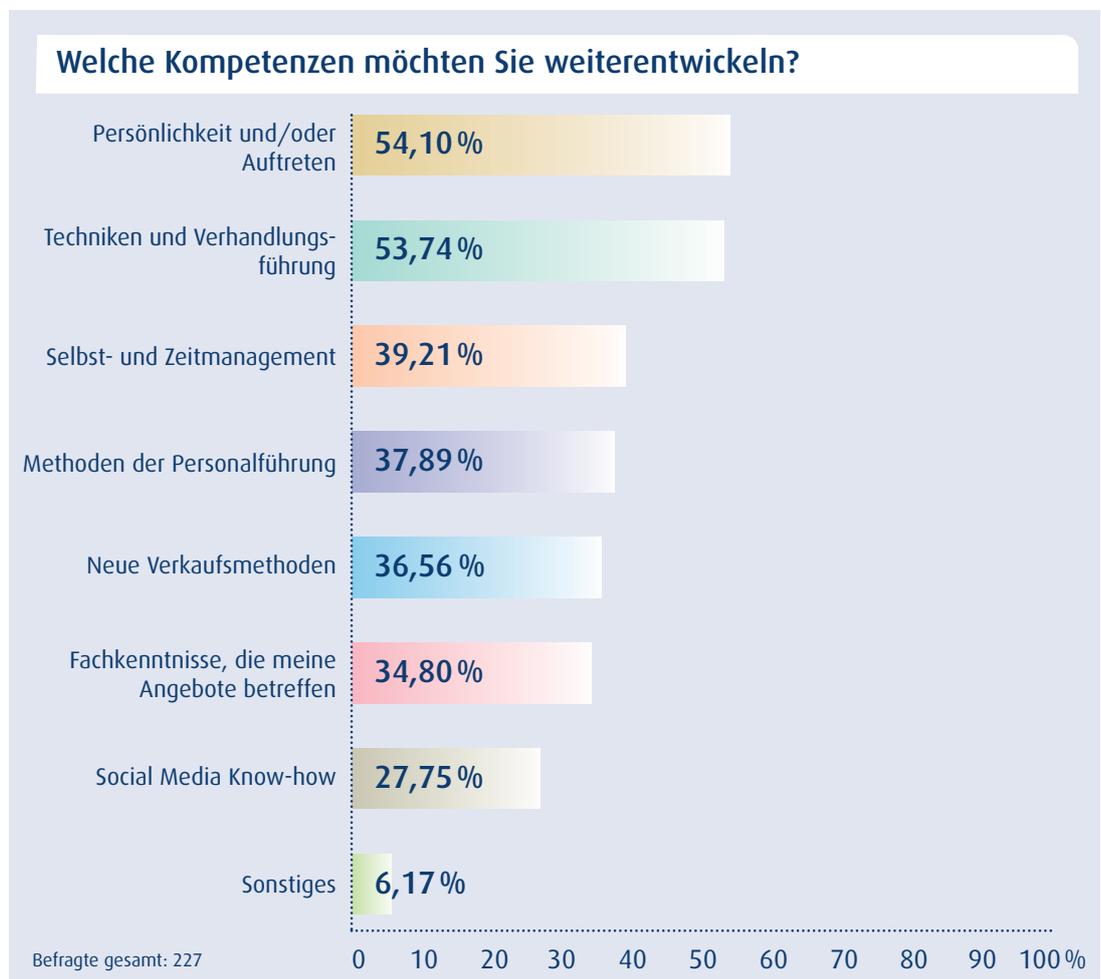


Q5 | Der DVS-Vertriebsmonitor – was motiviert Sie wirklich?

„Persönlichkeit, Offenheit, Ehrlichkeit“ – diese Eigenschaften sind das wahre Statussymbol im Vertrieb – meint ein Teilnehmer des Vertriebsmonitors.

„Es ist eine alte Weisheit, die durch die Recherche- und Kommunikationsmöglichkeiten von Web 2.0 an Aktualität gewonnen hat: Es gibt keine zweite Chance für den ersten Eindruck. Erfolg im Vertrieb stellt sich dann ein, wenn Produkte, Services und die sicht- und spürbare Haltung gegenüber den Kunden stimmig sind und der Vertriebler als authentischer, überzeugter Markenbotschafter auftreten kann.“

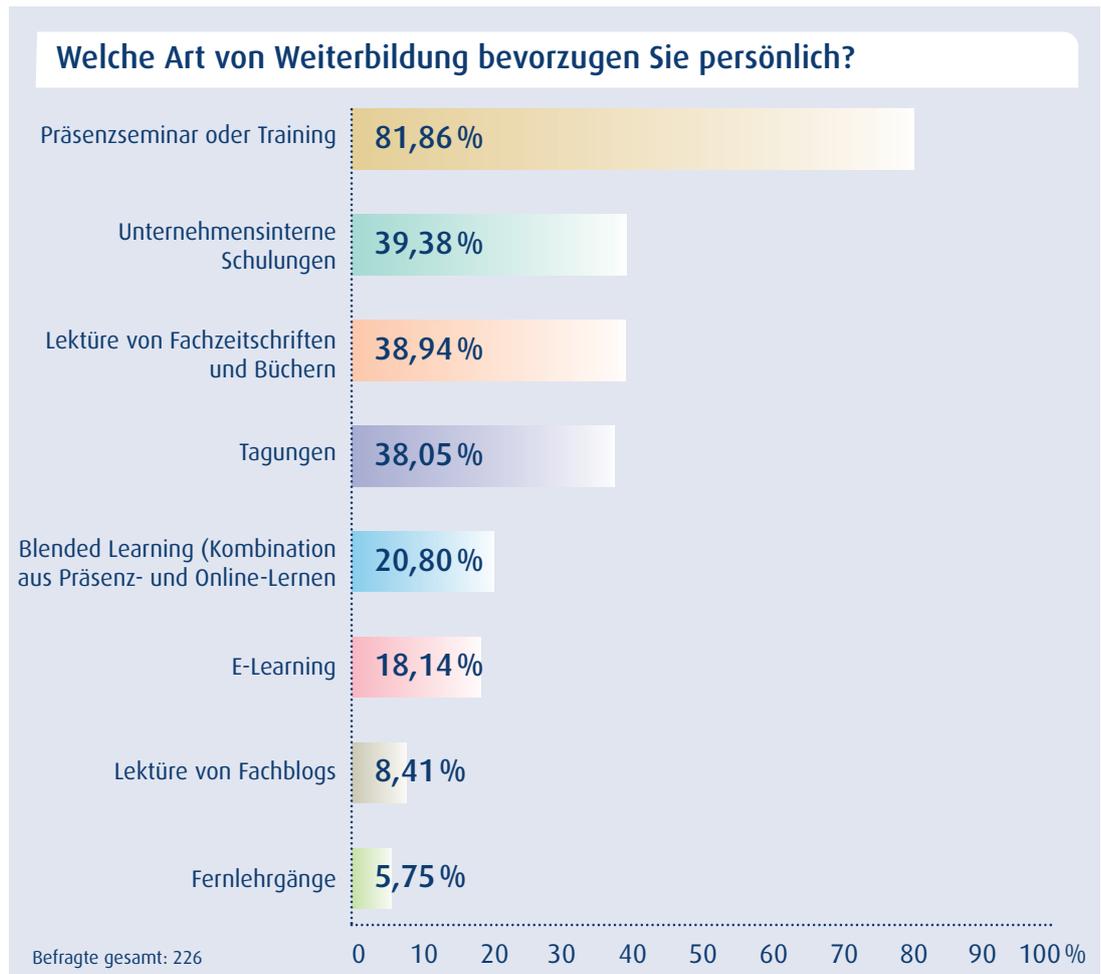
Rainer M. Grethel



Q10 | Der DVS-Vertriebsmonitor – was motiviert Sie wirklich?

In der Weiterbildung gilt: Realität vor Virtualität

Trotz der Digitalisierung unseres Lebens: Face-to-Face bleibt wichtig. So gaben die Befragten nicht nur an, dass sie gerne im Vertrieb arbeiten, weil sie gerne mit Menschen arbeiten. Auch was die Weiterbildung betrifft, bevorzugen die meisten Befragten – trotz neuer Angebote wie E-Learning oder Blended Learning – weiterhin Schulungsformate, die einen direkten persönlichen Austausch bieten (82%).



Q11 | Der DVS-Vertriebsmonitor – was motiviert Sie wirklich?

twitter

xing

facebook

google+

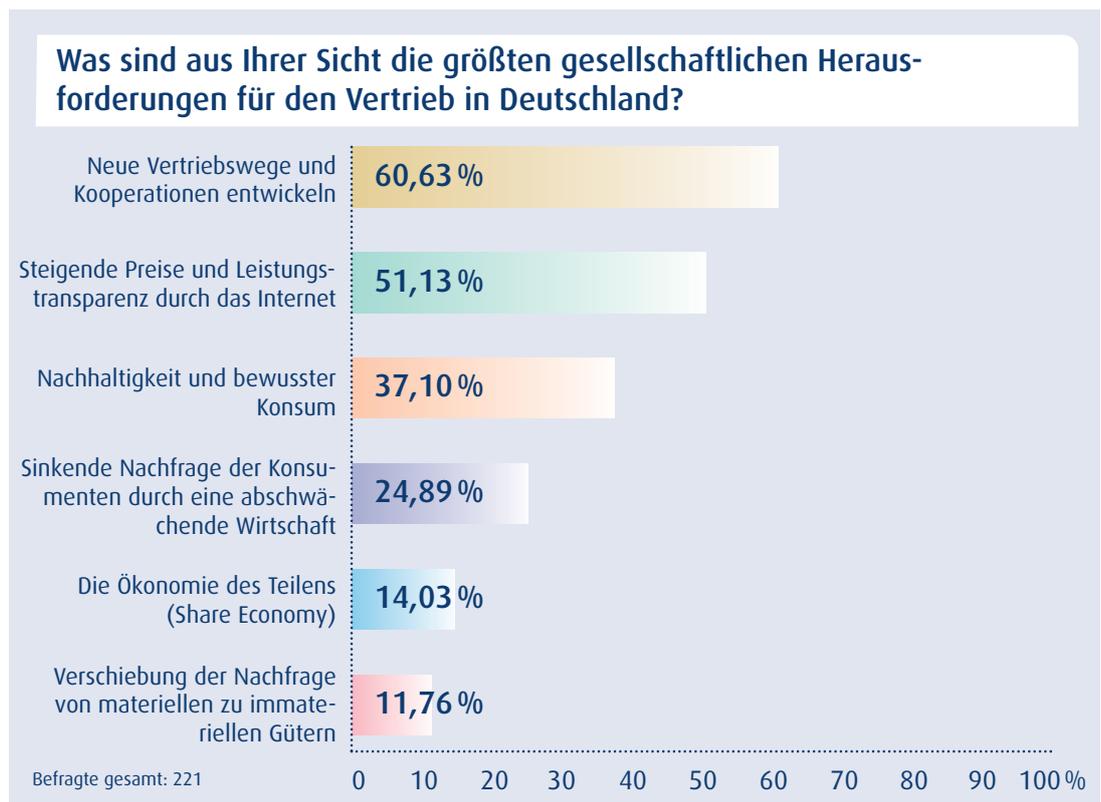
Teilen:

Digitalisierung ist die Herausforderung für die Zukunft

Neue Vertriebswege und Kooperationen entwickeln (60,6 %), eine steigende Preis- und Leistungstransparenz durch das Internet (51,1 %) sowie Nachhaltigkeit und bewusster Konsum (37,1 %) werden als die wichtigsten Herausforderungen für den Vertrieb genannt. Klares, aber eher wenig überraschendes Ergebnis: Internet, Digitalisierung und Web 2.0 stellen auch den Vertrieb in Zukunft vor Herausforderung. Auch das eine konkrete Aufforderung an Arbeitgeber sowie Führungskräfte im Vertrieb, Lösungen zu entwickeln und dabei das Know-how und Engagement der Mitarbeiter konstruktiv einzubinden.

„Unsere Gesellschaft, das Konsumverhalten und der Grad an Informiertheit verändern sich rasant. Neue Geschäftsmodelle müssen entwickelt und umgesetzt werden – ein schwieriger, ein anstrengender Prozess mit vielen Unwägbarkeiten. Wer glaubt, das aussitzen zu können, ist schlecht beraten. Es gilt, neue, alternative Wege zu entwickeln – zum Beispiel durch den Aufbau von Absatz-Netzwerken – und das gelingt mit Mitarbeitern, die hochmotiviert sind.“

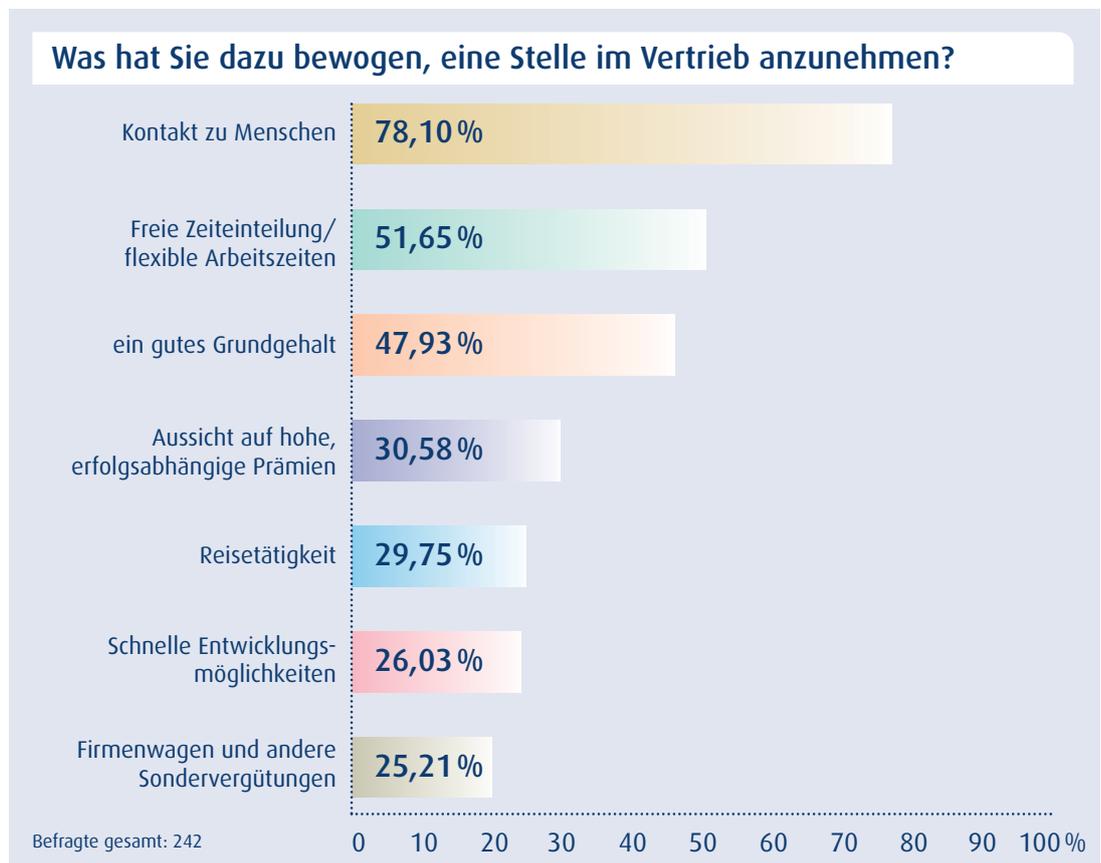
Rainer M. Grethel



Q9 | Der DVS-Vertriebsmonitor – was motiviert Sie wirklich?

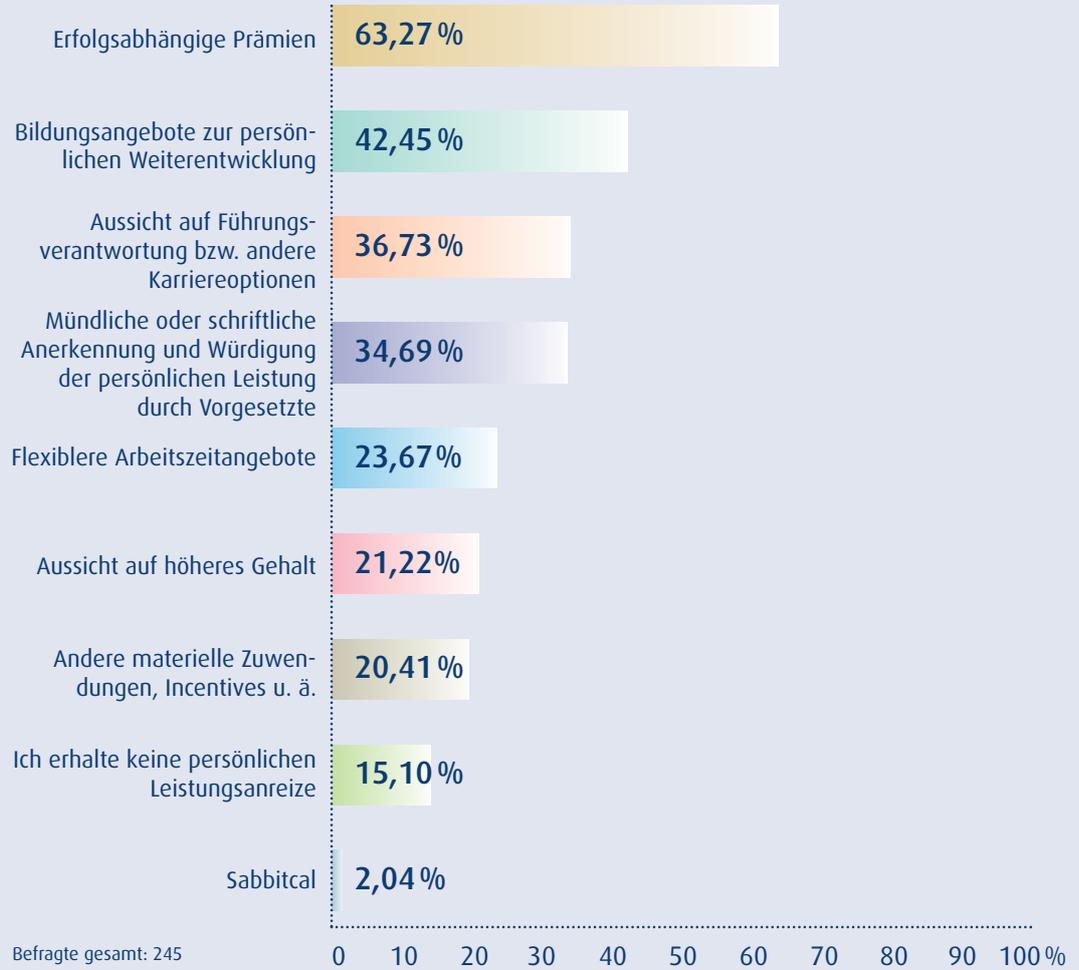
Teilen: [twitter](#) [xing](#) [facebook](#) [google+](#)

Anhang: Alle Ergebnisse der Online-Umfrage im Überblick

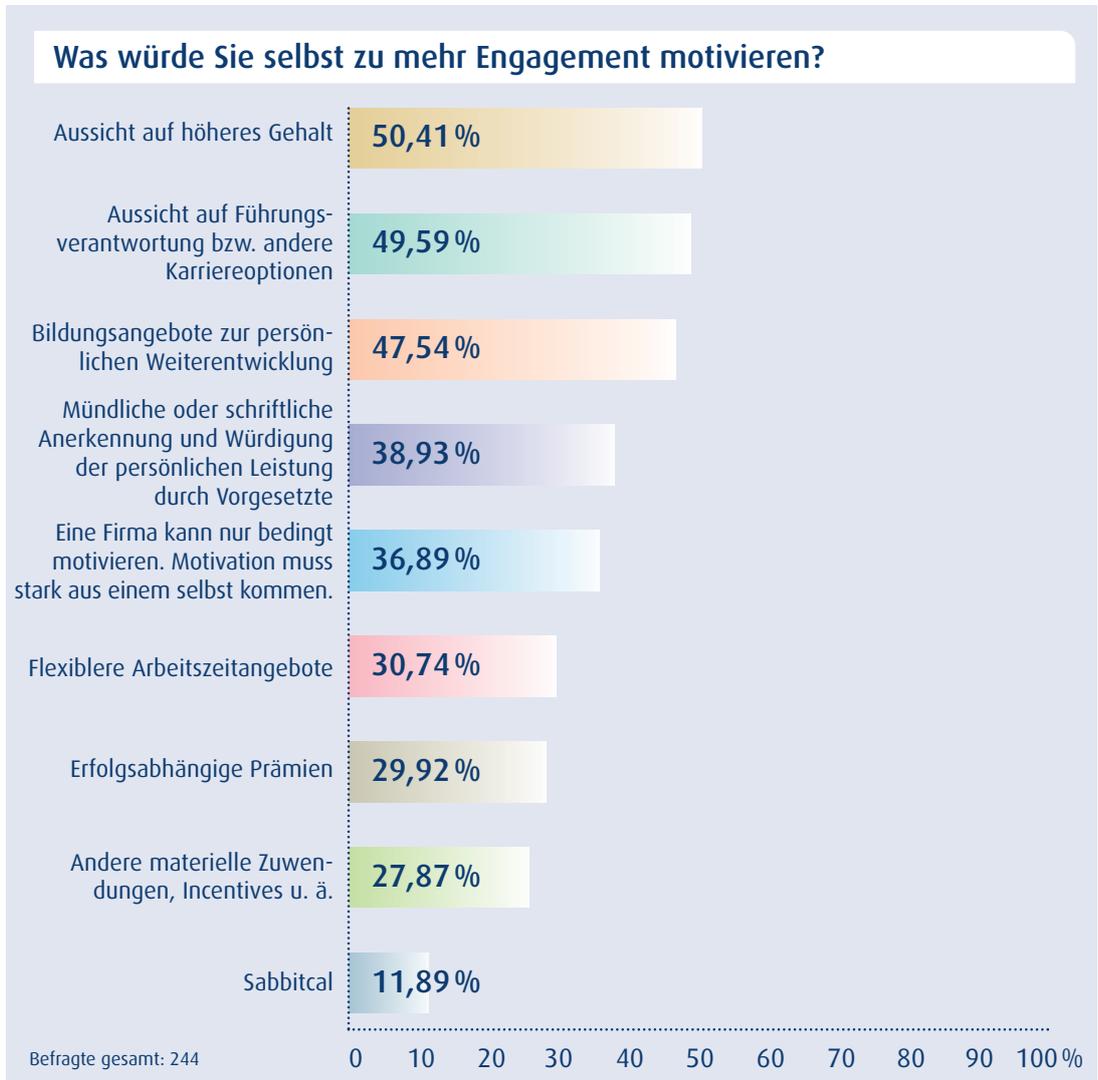


Q1 | Der DVS-Vertriebsmonitor – was motiviert Sie wirklich?

Welche der folgenden Instrumente und Maßnahmen nutzt Ihr Arbeitgeber für Ihren persönlichen Leistungsanreiz?

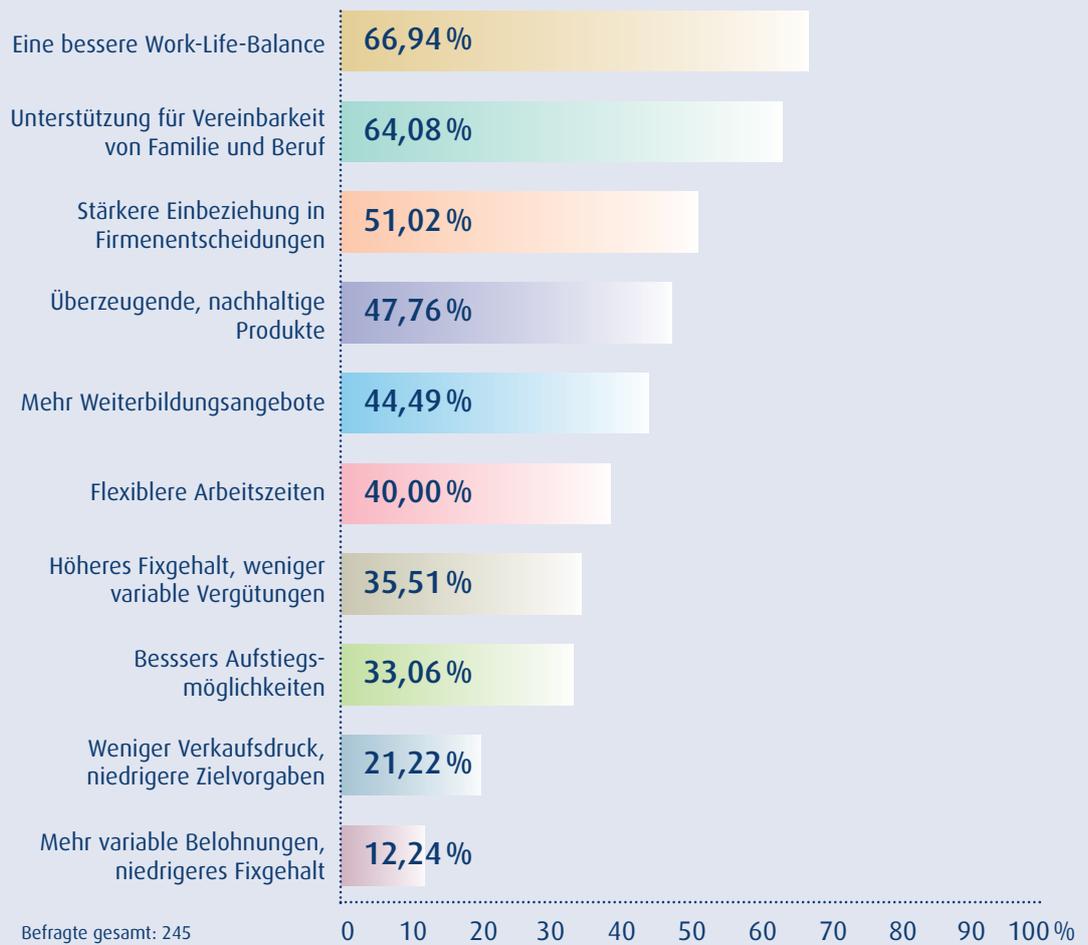


Q2 | Der DVS-Vertriebsmonitor – was motiviert Sie wirklich?



Q3 | Der DVS-Vertriebsmonitor – was motiviert Sie wirklich?

Guten Nachwuchs für Vertriebs- und Verkaufsjobs zu finden, wird immer schwieriger. Was sollte man der künftigen Vertriebsgeneration bieten, um die Arbeit im Vertrieb interessant zu gestalten?



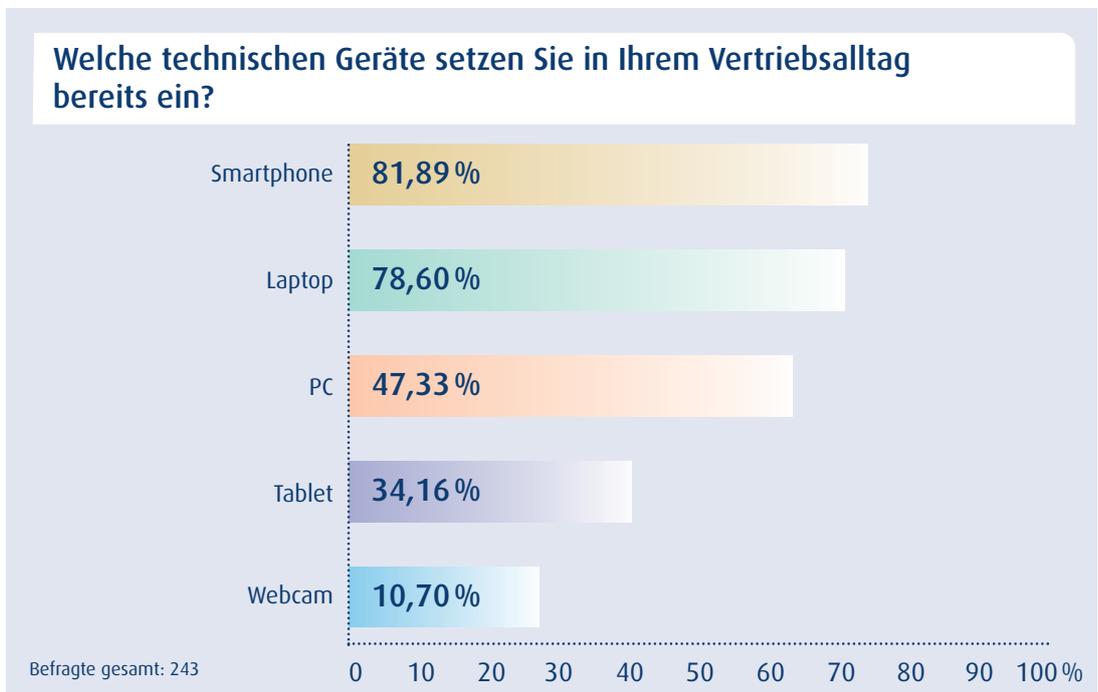
Q4 | Der DVS-Vertriebsmonitor – was motiviert Sie wirklich?

Teilen: [google+](#) [facebook](#) [xing](#) [twitter](#)

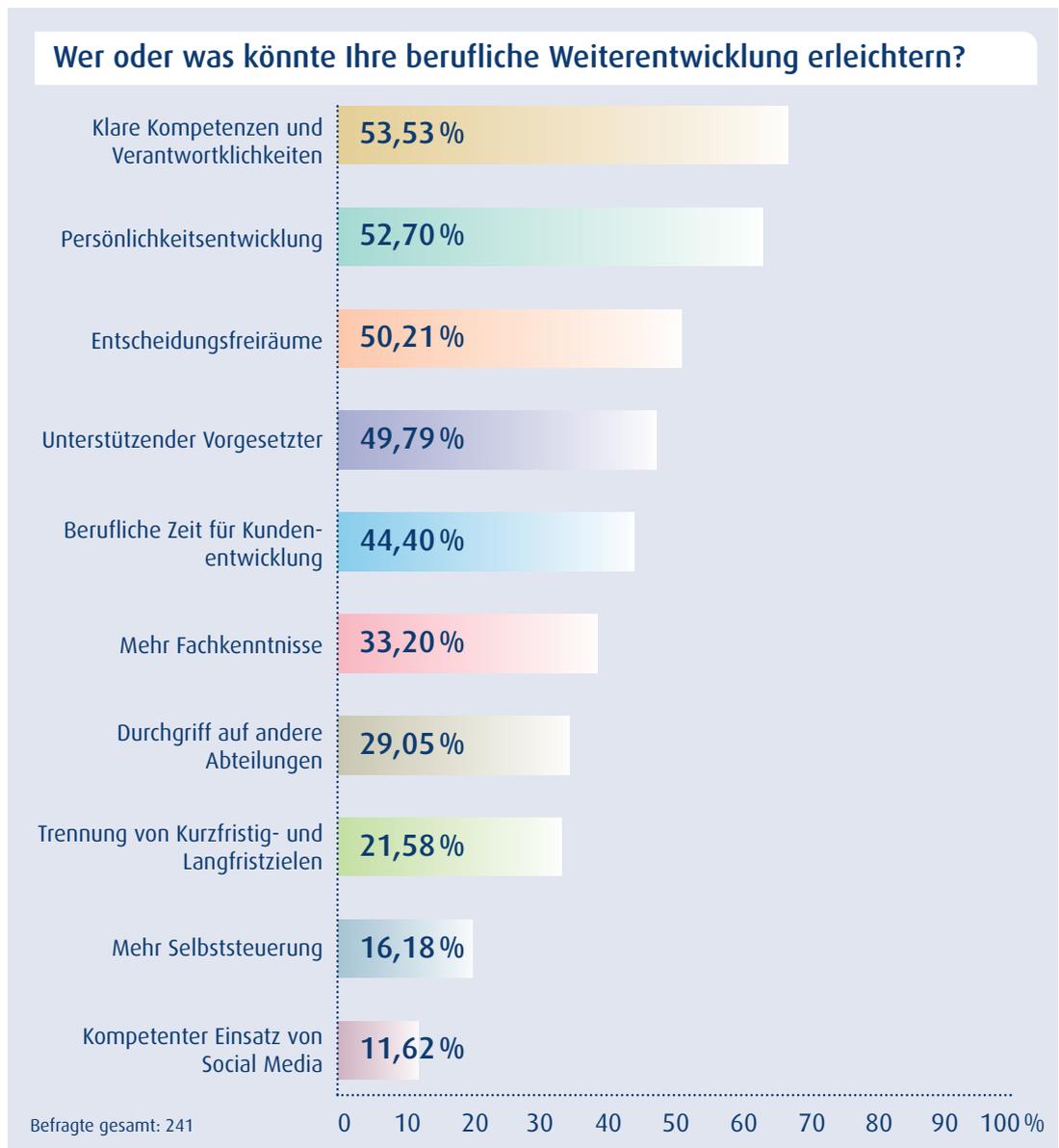
Was ist Ihrer Meinung nach heutzutage das wichtigste Statussymbol des erfolgreichen Verkäufers?



Q5 | Der DVS-Vertriebsmonitor – was motiviert Sie wirklich?



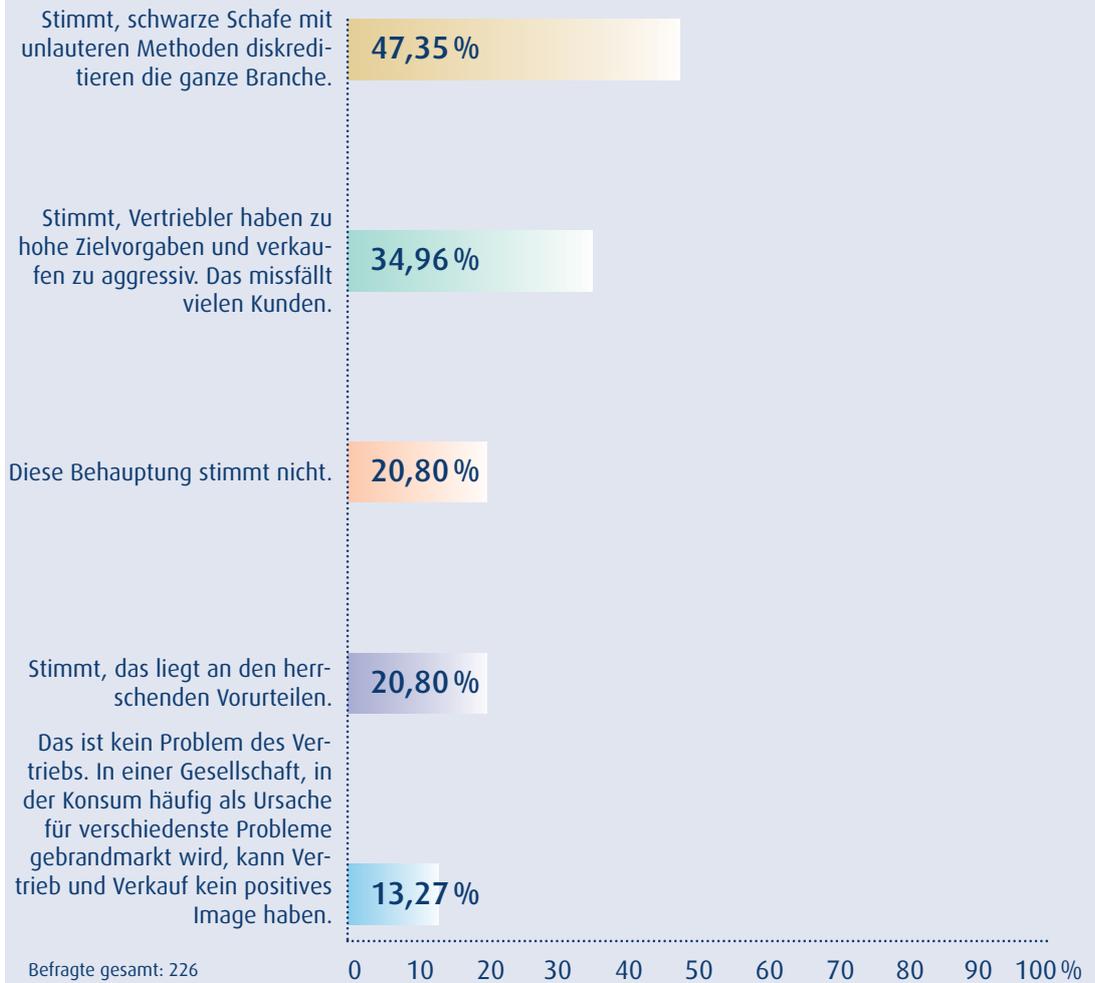
Q6 | Der DVS-Vertriebsmonitor – was motiviert Sie wirklich?



Q7 | Der DVS-Vertriebsmonitor – was motiviert Sie wirklich?

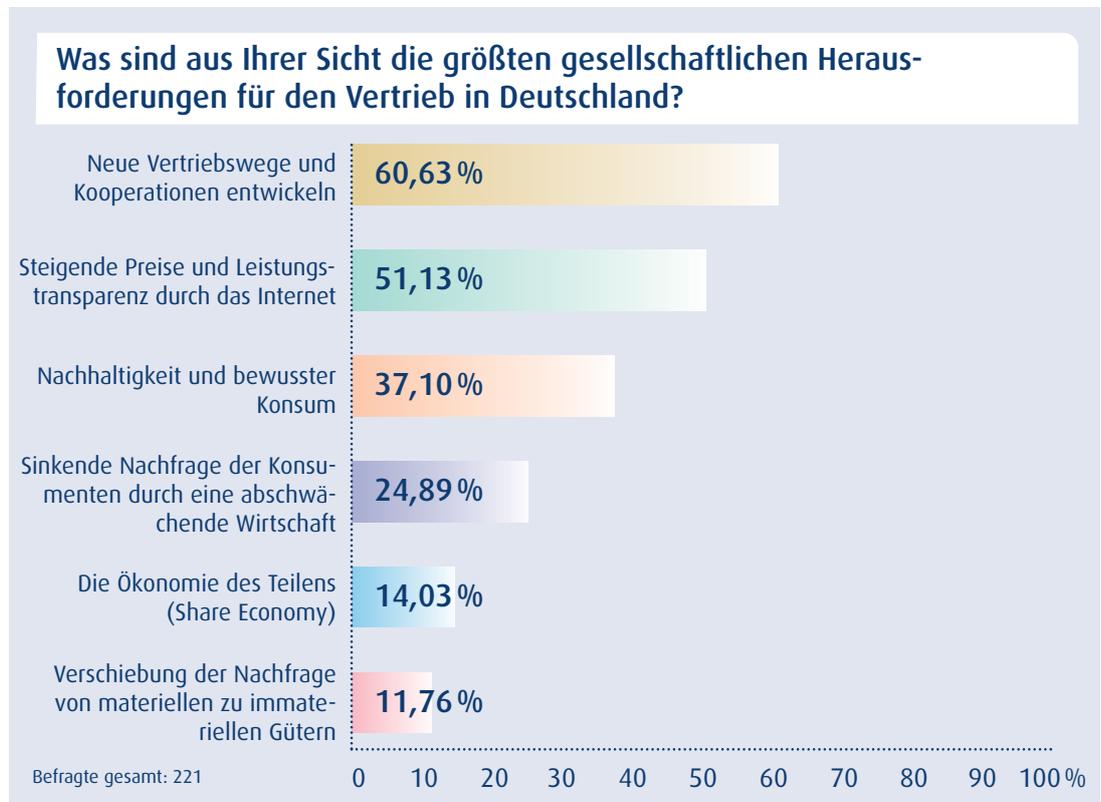
Teilen: [twitter](#) [xing](#) [facebook](#) [google+](#)

Der Vertrieb kämpft in weiten Teilen der Gesellschaft immer noch mit einem nicht besonders guten Image. Woran liegt das Ihrer Meinung nach?

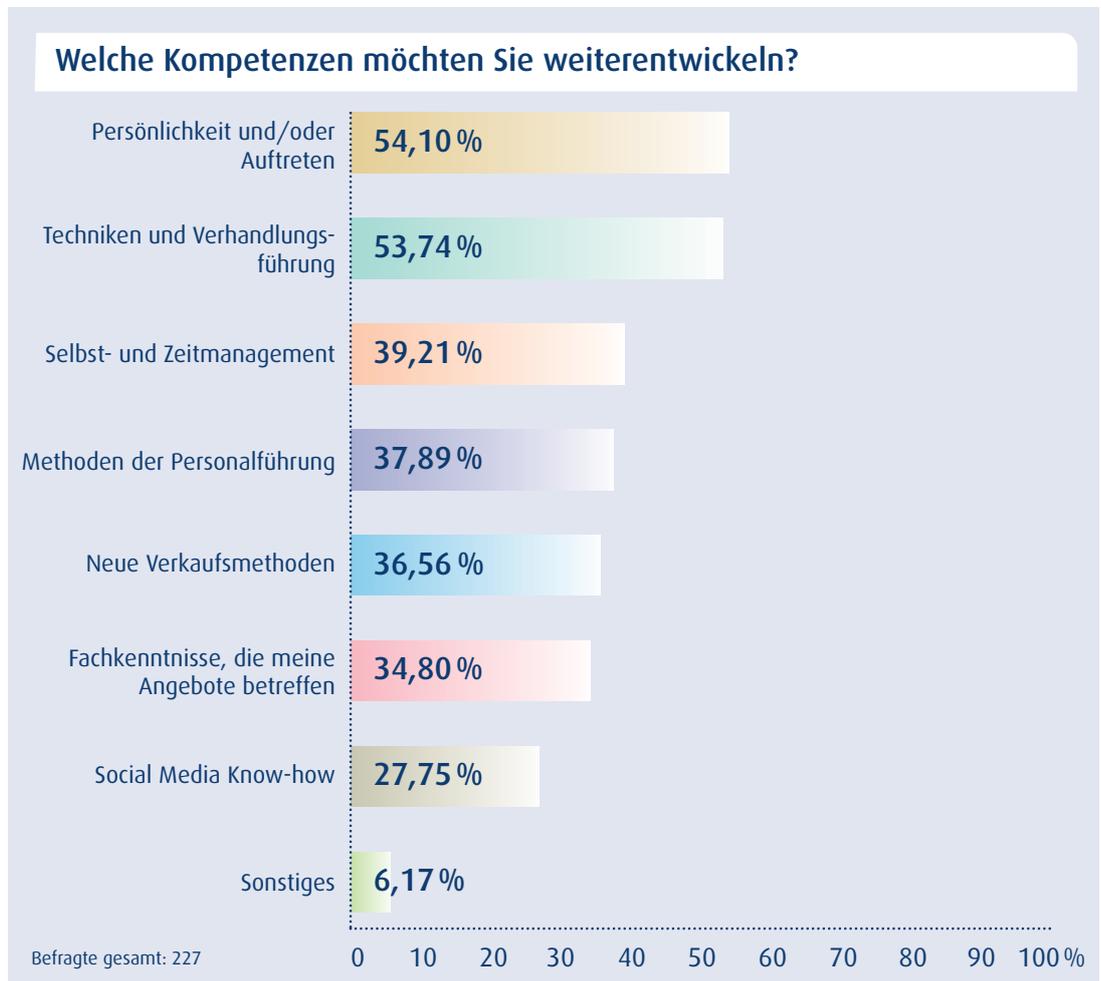


Q8 | Der DVS-Vertriebsmonitor – was motiviert Sie wirklich?

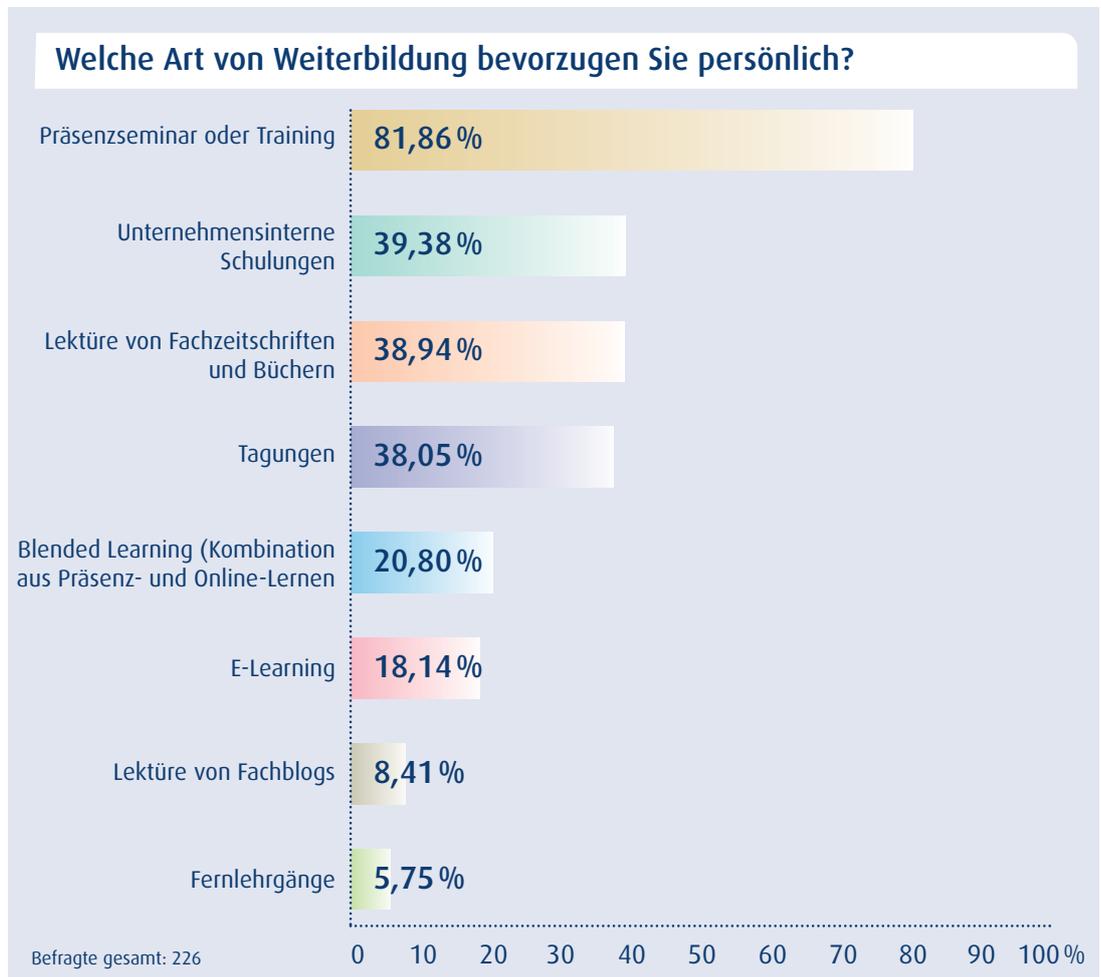
Teilen: [google+](#) [facebook](#) [xing](#) [twitter](#)



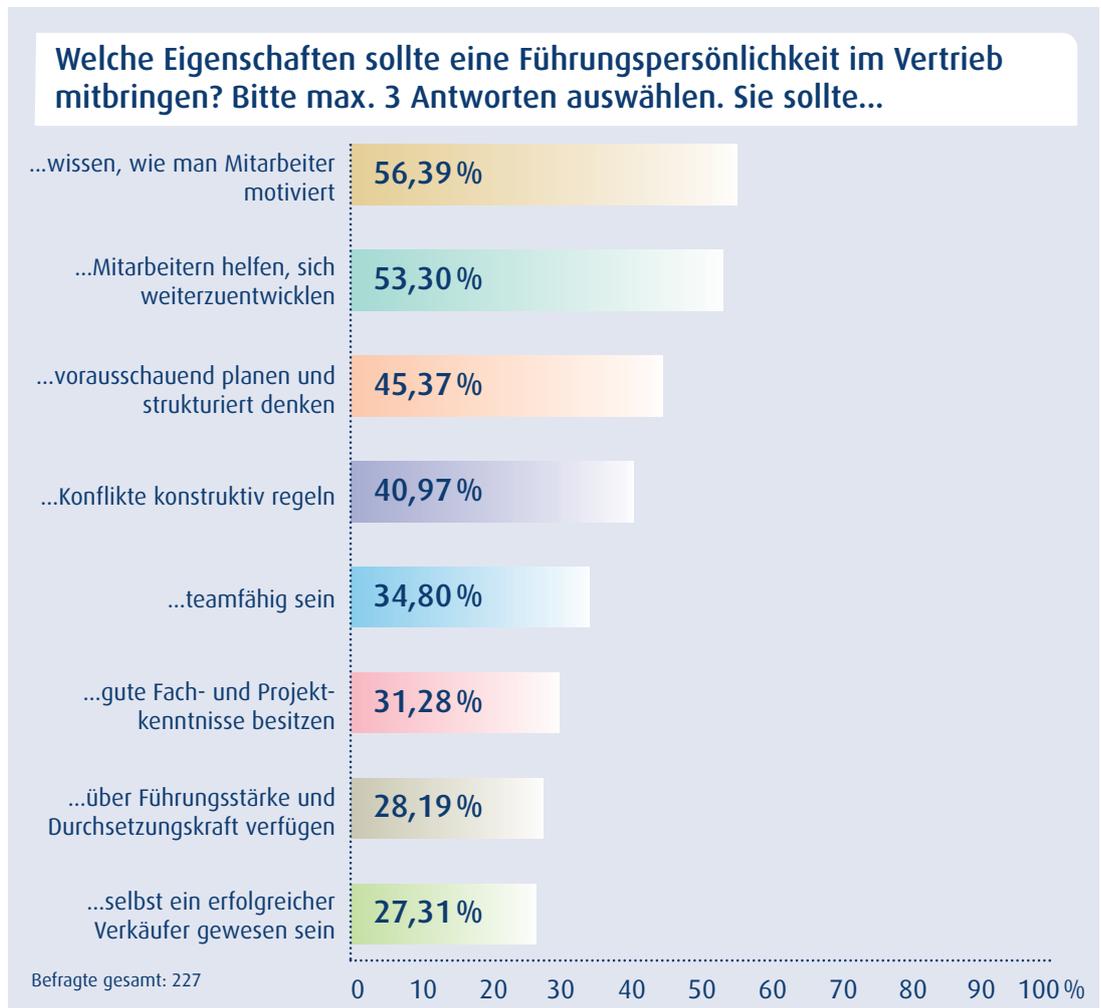
Q9 | Der DVS-Vertriebsmonitor – was motiviert Sie wirklich?



Q10 | Der DVS-Vertriebsmonitor – was motiviert Sie wirklich?

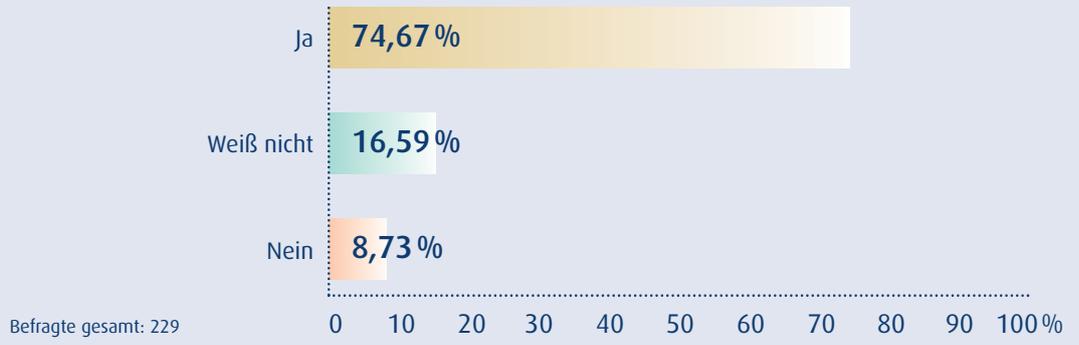


Q11 | Der DVS-Vertriebsmonitor – was motiviert Sie wirklich?



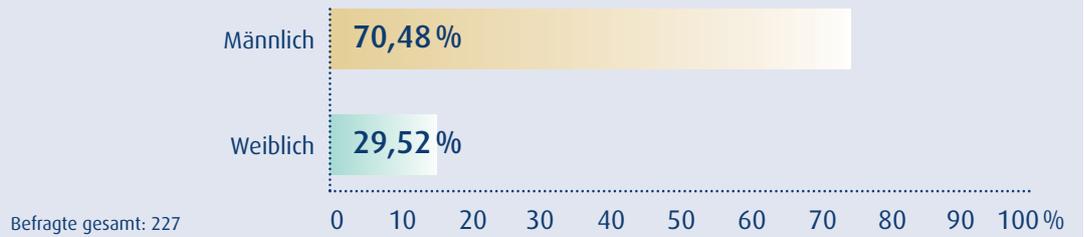
Q12 | Der DVS-Vertriebsmonitor – was motiviert Sie wirklich?

Wenn Sie heute nochmal einen Beruf wählen müssten, würden Sie sich wieder für eine Position im Vertrieb entscheiden?



Q13 | Der DVS-Vertriebsmonitor – was motiviert Sie wirklich?

Geschlecht



Q14 | Der DVS-Vertriebsmonitor – was motiviert Sie wirklich?

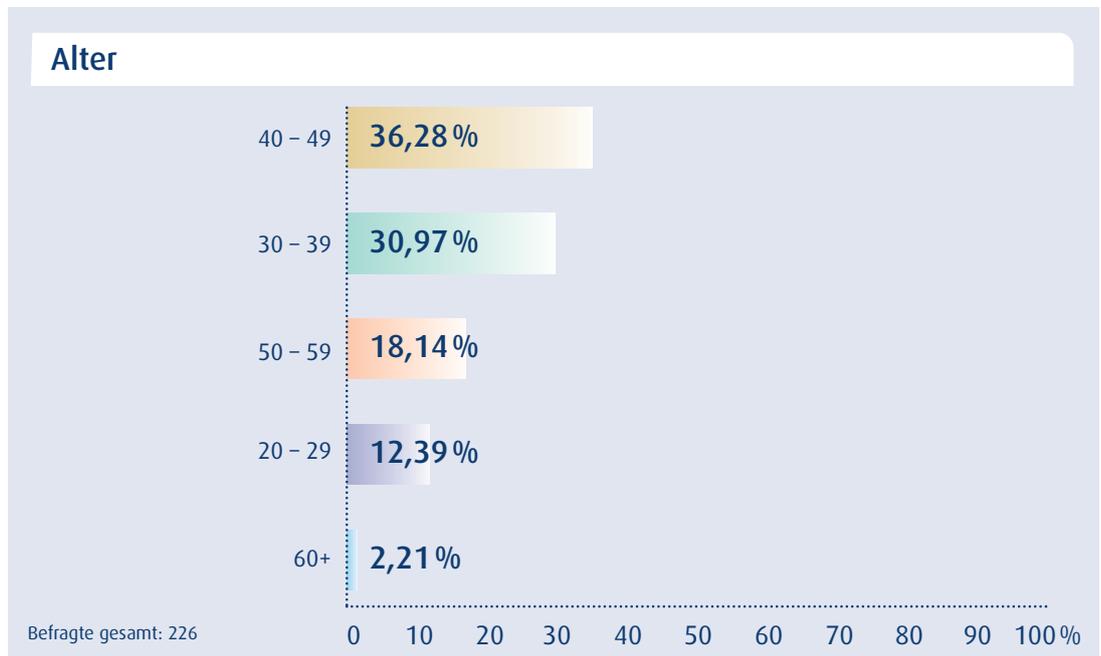
twitter

xing

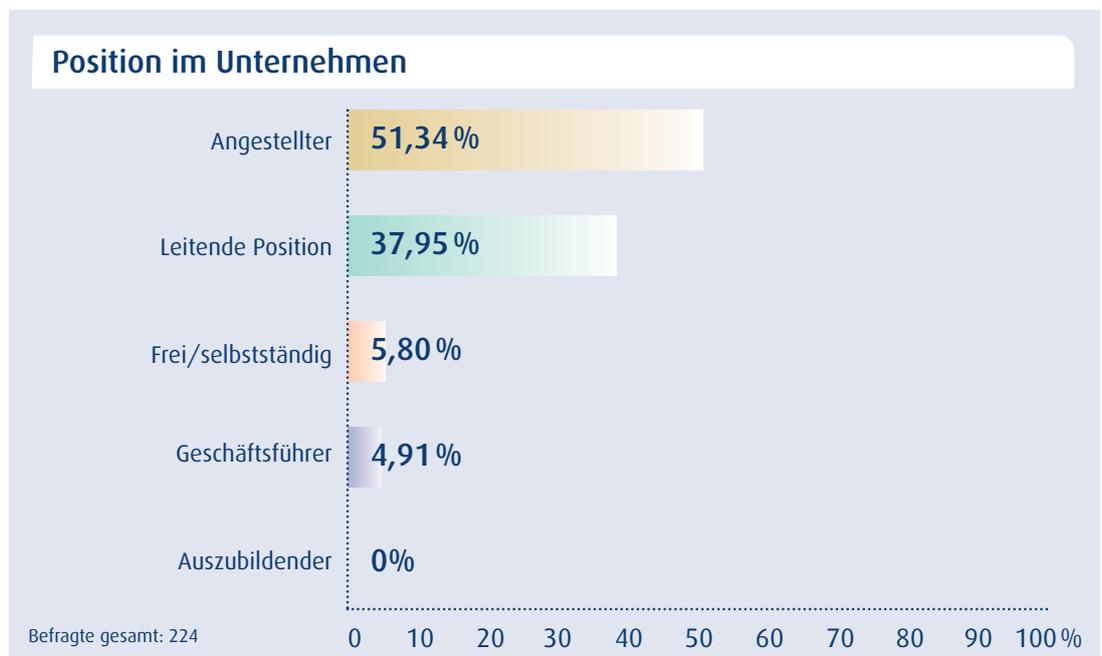
facebook

google+

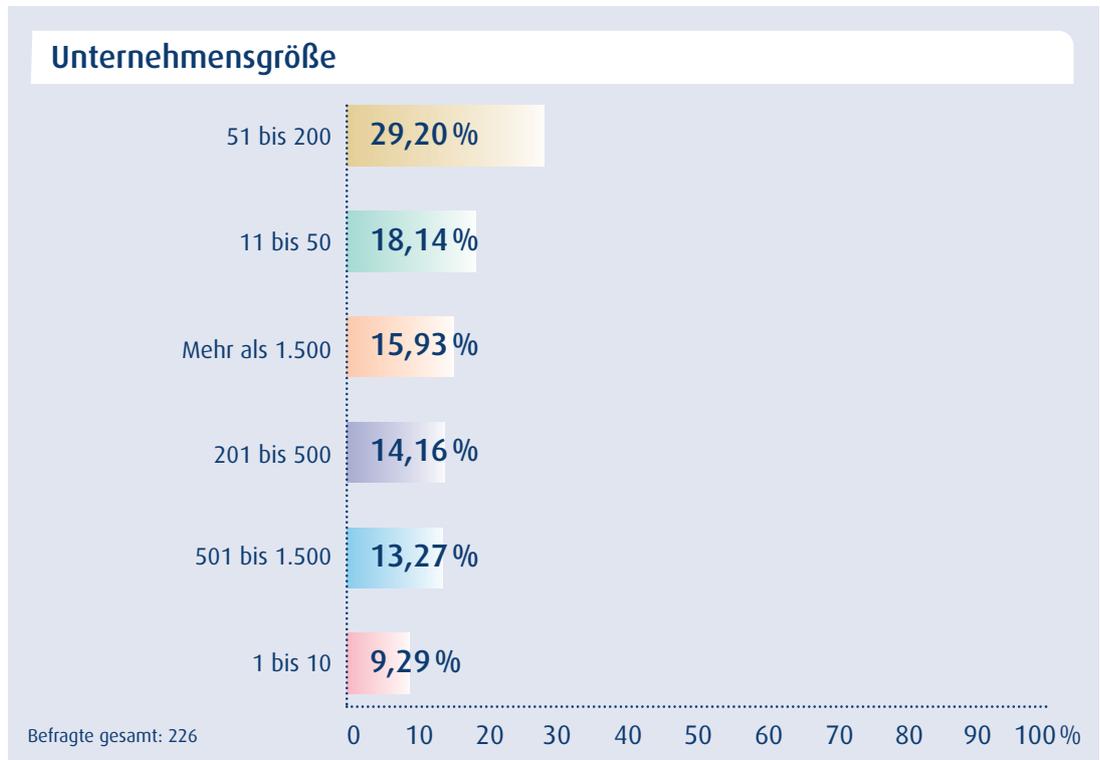
Teilen:



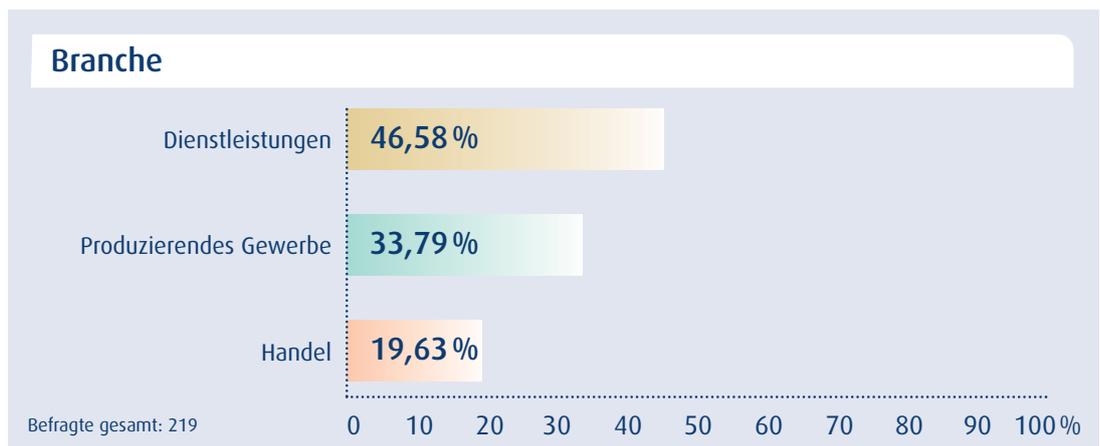
Q15 | Der DVS-Vertriebsmonitor – was motiviert Sie wirklich?



Q16 | Der DVS-Vertriebsmonitor – was motiviert Sie wirklich?



Q17 | Der DVS-Vertriebsmonitor – was motiviert Sie wirklich?



Q18 | Der DVS-Vertriebsmonitor – was motiviert Sie wirklich?

Impressum

Durchführung der Online-Umfrage: Ansprechpartner:

DVS – Deutsche Verkaufsleiter-Schule
Haufe Akademie GmbH & Co. KG
Lörracher Straße 9
79115 Freiburg
www.haufe-akademie.de/dvs

Pressecenter
Kerstin Schreck
Tel.: 0761 898-4542
Mobil: 0151 14776399
Fax: 0761 898-99-4542
E-Mail: presse@haufe-akademie.de

In Zusammenarbeit mit:



Folgen Sie uns auch auf

