

Pressemitteilung

Prämien: Unternehmen müssen umdenken

Der erstmals durchgeführte *DVS-Vertriebsmonitor 2013/2014* fragte: „Was motiviert Menschen, die im Vertrieb arbeiten, wirklich?“

Freiburg, 28.11.2013 - Die gute Nachricht: Drei Viertel aller Vertriebsmitarbeiter würden sich wieder für diesen Beruf entscheiden – trotz hohem Verkaufsdruck und wenig positivem Image in der Gesellschaft. Motivation ist also vorhanden, aber: Mit den üblichen Bonus- und Prämienzahlungen steigern Unternehmen diese nicht. Vertriebler wollen möglichst hohe Fixgehälter – und das stärkste Incentive ist mittlerweile die Wertschätzung. Das sind nur einige von vielen interessanten Ergebnissen des von der Deutsche Verkaufsleiter-Schule (DVS) erstmals durchgeführten „DVS-Vertriebsmonitor 2013/2014“.

Wie Arbeitgeber und Führungskräfte die Mitarbeiter im Vertrieb besser motivieren könnten, was die größte Herausforderung im Vertrieb ist und wie man kompetenten Nachwuchs gewinnt – auch zu diesen Fragen lieferten Kunden der *DVS* sowie Besucher der Webseiten www.acquisa.de und www.personalmagazin.de interessante Antworten. Die Online-Umfrage fand vom 26. September bis 7. Oktober 2013 statt. Die Auswertung des „DVS-Vertriebsmonitors 2013/2014“ basiert auf insgesamt 253 Antworten von Vertriebsmitarbeitern aller Alters- und Hierarchiestufen.

Prämien motivieren nicht

Nicht einmal jeder dritte Befragte gibt an, dass er sich durch erfolgsabhängige Prämien und Bonuszahlungen motivieren lässt (30%). Bei 63 Prozent der Befragten setzen die Unternehmen aber genau auf dieses Mittel, um die Leistung der Vertriebsmitarbeiter stetig zu steigern. Für die Befragten viel motivierender wäre ein höheres Gehalt, das sagen 50 Prozent.

Andererseits: Geld ist nicht alles - das gilt auch im Vertrieb. Sowohl Unternehmen als auch Mitarbeiter setzen stark auf die persönliche Weiterentwicklung und auf Karrierechancen. Und das kommt bei den Vertrieblern gut an: Bei den Mitarbeitern folgen nach der Aussicht auf Führungsverantwortung bei den Wünschen bereits an dritter Stelle die Weiterbildungsangebote (knapp 48%).

Generation Y erfordert Umdenken

Die vielbeschworene Generation Y, für die angeblich materielle Anreize nicht mehr so wichtig sind, stellt nach Meinung der Befragten auch Vertriebsorganisationen vor neue Aufgaben. Denn auf die Einschätzung, was man der künftigen Generation bieten müsse, dominieren deutlich weiche Faktoren wie 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 rangieren auf der Wunschliste weiter oben als ein hohes Fixgehalt oder variable Leistungen, glauben die Befragten. „Erfolgsabhängige Prämien sind nichts, womit Unternehmen junge Vertriebsmitarbeiter locken können. Diese Einschätzung der Befragten ist ein Signal an Unternehmen, ihre bisherige Gehaltspolitik zu überdenken“, folgert Rainer M. Grethel, Produktmanager der DVS.

Soziale Komponente als Teil des Berufsbildes

Insgesamt ergab der DVS-Vertriebsmonitor überraschend deutlich, dass auch Verkäufer heute viel stärker auf weiche Faktoren Wert legen, statt auf Statussymbole. So gaben knapp 80 Prozent (78%) der Befragten an, dass sie wegen des Kontaktes zu Menschen in den Vertrieb gegangen sind und das Statussymbol des heutigen Verkäufers ist für eine deutliche Mehrheit (76%) die Wertschätzung durch den Kunden.

Weitere Ergebnisse über das Internet als die größte Herausforderung für die Zukunft, warum Vertriebler sich für ihren Beruf entschieden haben, was Frauen und Männer und ihre Wünsche an ihre Arbeitgeber unterscheidet und viele Details mehr finden sie im DVS-Vertriebsmonitor 2013/2014.

Die Umfrage steht zum Download bereit:

<http://www.haufe-akademie.de/dvs-vertriebsmonitor>

Hier stehen einige Grafiken in druckfähiger Version bereit; Verwendung ausschließlich unter Angabe der Quelle: DVS-Vertriebsmonitor.

http://www.haufe-akademie.de/downloadserver/FB/DVS_Grafiken.zip

Weitere Information unter: <http://www.haufe-akademie.de/dvs>

Pressekontakt:

DVS - Deutsche Verkaufsleiter-Schule
Haufe Akademie GmbH & Co. KG

Kerstin Schreck
Pressecenter
Lörracher Str. 9, 79115 Freiburg

Tel: 0761 898-4542
Fax: 0761 898-99-4542
E-Mail: presse@haufe-akademie.de

<http://www.haufe-akademie.de>
<http://www.haufe-akademie.de/googleplus>
<http://www.haufe-akademie.de/facebook>
<http://www.haufe-akademie.de/twitter>
<http://www.haufe-akademie.de/youtube>

Über die DVS - Deutsche Verkaufsleiter-Schule

Seit 1977 ist die *DVS* der führende Anbieter von Aus- und Weiterbildung für Vertrieb und Verkauf im deutschsprachigen Raum. Wir begleiten den Karriereweg unserer Kunden vom Einstieg in die Vertriebs- und Verkaufstätigkeit bis hin zum Aufstieg zur Top-Führungskraft. Mit Aus- und Weiterbildungen, Seminaren und Trainings, E-Learning sowie dem Deutschen Vertriebs- und Verkaufsleiterkongress (DVVK) bieten wir eine große Bandbreite an unterschiedlichen Qualifizierungsformen, die auch als maßgeschneiderte Inhouse-Schulung durchgeführt werden. Die *DVS* gehört zur Haufe Akademie, ein Unternehmen der Haufe Gruppe. <http://www.haufe-akademie.de/dvs>

Über die Haufe Akademie

Die Haufe Akademie ist der Anbieter für Qualifizierung und Entwicklung von Menschen und Unternehmen. Als Marktführer im deutschsprachigen Raum umfasst das Leistungsangebot sämtliche Tools, damit Fach- und Führungskräfte ihre Ziele erreichen und Unternehmen ihre Performance steigern können. Für die Kompetenzentwicklung von Fach- und Führungskräften stehen rund 690 unterschiedliche Veranstaltungen mit bundesweit über 3.200 Veranstaltungsterminen zu allen betrieblichen Themenbereichen zur Auswahl. Maßgeschneiderte Unternehmenslösungen, ein breites e-Learning Portfolio, Managed Training Services und Consulting unterstützen HR-Verantwortliche und Entscheider bei der Zukunftsgestaltung für Unternehmen. Die Haufe Akademie ist ein Unternehmen der Haufe Gruppe. <http://www.haufe-akademie.de>