

Hewitt-Vergütungsstudie: Im Vertrieb zählt der Ertrag

25.01.2010, 08:38 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *Hewitt Associates GmbH*

Presseagentur: *Kienbaum Communications*



Hewitt Associates GmbH

Unternehmen sind mit Vergütungsmodellen im Vertrieb unzufrieden

München, Stuttgart, Wiesbaden, 22. Januar 2010 – 41 Prozent der Unternehmen in Europa halten die derzeitigen Vergütungsansätze im Vertrieb nicht mehr für wirkungsvoll, ergab die aktuelle Studie „European Sales Compensation Survey“ der Personalmanagement-Beratung Hewitt Associates, zu der 138 Unternehmen aus 20 verschiedenen Branchen in 15 Ländern* Europas befragt wurden. Trotz dieser hohen Unzufriedenheit haben lediglich 30 Prozent der Firmen in der ersten Hälfte des vergangenen Jahres Veränderungen an ihren Vergütungssystemen vorgenommen. Von diesen Unternehmen sind bis heute jedoch viele unsicher, ob diese Veränderungen ihren Geschäftserfolg positiv beeinflussen. „Obwohl die Unternehmen eine Unzufriedenheit mit ihren Vergütungssystemen im Vertrieb signalisieren, ziehen sie keine Konsequenzen. Die Studie offenbart, dass die Mehrheit der Unternehmen lieber ihre Vertriebsziele der allgemeinen Wirtschaftslage anpasst als grundsätzliche Veränderungen vorzunehmen. Viele Unternehmen haben sich zunächst für die abwartende Haltung entschieden und einschneidende Veränderungen vermieden“, sagt Thomas Aleweld, Vergütungsexperte bei Hewitt Associates.

Unternehmen reagieren langsam

Die Verbreitung von sogenannten Long-Term-Incentives (langfristige Vergütungsanreize) hat überraschend zugenommen. 41 Prozent der befragten Unternehmen nutzen dieses Instrument, um Spitzenkräfte im Unternehmen zu halten. Dagegen haben nur sehr wenige Firmen mit der Einführung von zusätzlichen kurzfristigen Leistungsanreizen auf

die Krise reagiert: Eine Extra-Prämie in Höhe von durchschnittlich lediglich acht Prozent für die Erreichung bestimmter Ziele wurde zusätzlich zu den vorhandenen Vergütungsbestandteilen eingeführt. „Wir haben ein deutlich höheres Engagement auf Unternehmerseite erwartet, um auch in diesen schwierigen Zeiten zum einen Mitarbeiter zu herausragenden Leistungen zu motivieren und zum anderen Leistungsträger überdurchschnittlich entlohnen zu können“, sagt Thomas Aleweld.

Vertriebsergebnis spielt in der Zielsetzung die größte Rolle

Die Ziele der Vertriebler beruhen in erster Linie auf drei Erfolgskriterien: Das Vertriebsergebnis des Vorjahres wurde von 29 Prozent der befragten Unternehmen genannt, gefolgt von der Ausschöpfung des Marktpotentials (23 Prozent) und der historischen Vertriebsergebnisentwicklung (17 Prozent). „Eine optimale Vergütungspraxis ist transparent, konsistent und hat Spielraum. Viele Vergütungspläne ermöglichen eine Anpassung der vereinbarten Ziele, wobei wir hier zu Vorsicht raten. Denn laut der Studie erlauben mehr als 40 Prozent der Unternehmen eine Anpassung der Zielvereinbarungen ohne die Information bzw. Kontrolle durch einen weiteren Mitarbeiter. Dieses Vorgehen ist gefährlich, untergräbt die Glaubwürdigkeit eines Vergütungsplans und impliziert einen möglicherweise unstrukturierten und vagen Zielsetzungsprozess“, sagt Aleweld.

Erzielte Erträge sind wichtigstes Erfolgskriterium

70 Prozent der Unternehmen bemessen den Erfolg eines Vertriebsmitarbeiters an Hand der erzielten Erträge, 52 Prozent nutzen den Parameter Umsatz und 48 Prozent die Marge. 23 Prozent leiten den Vertriebserfolg aus der Kundenzufriedenheit ab.

* An der Studie beteiligten sich Unternehmen aus der Schweiz, aus Schweden, England, Frankreich, Polen, Deutschland, Belgien, der Tschechei, Holland, Dänemark, Finnland, Italien, Norwegen, der Türkei und Spanien.

Bitte beachten Sie, seit 1. Januar 2010 ist unser Hauptsitz in der Radlkofersstraße 2, 81373 München

Portrait

Über Hewitt Associates

Seit 1940 bietet Hewitt Associates (Börsenkürzel: HEW) weltweit führenden Organisationen HR-Consulting und Outsourcing-Leistungen an und berät sie in komplexen Fragestellungen der betrieblichen Altersversorgung. Hewitt konzipiert, implementiert, kommuniziert und verwaltet Lösungen im Bereich Human Resources, Talentmanagement, betriebliche Altersversorgung und Vergütung. Mit Niederlassungen in mehr als 30 Ländern bietet Hewitt mit rund 23.000 Mitarbeitern seine umfassende Beratungsleistung an. Für mehr Informationen besuchen Sie bitte die Webseite www.hewitt.com.

News-ID: 390121 • Views: 1071 (Stand: 28.07.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/390121/Hewitt-Verguetungsstudie-Im-Vertrieb-zahlt-der-Ertrag.html>