

# STUDIE VERGÜTUNG 2019 IM FACHHANDEL

In Krisenzeiten die Nase vorne behalten

Lehrte, im Juni 2019



Kontakt  
Stefan Wendl  
Tel: +49-5136-9700-453  
Email: [S.Wendl@allwin.de](mailto:S.Wendl@allwin.de)

# Inhalt



Kapitel	Seite
A - Einleitung	3
B - Kernaussagen	4
C - Handlungsempfehlungen	9
D - Best-Practice Modell	15
E - Umsetzung	20
F - Anhang (Daten)	24



# A - Einleitung

## Autor & Verfahren

**Stefan Wendl**, Geschäftsführer allwin GmbH & Co. KG und Autor der Studie, möchte mittelständischen Unternehmen eine fundierte Entscheidungsbasis geben, damit Vergütung den Stellenwert bekommt, den sie verdient. Vergütung sollte ein transparentes Regelwerk zum Wohle von Unternehmen und Mitarbeitern beschreiben. Verstanden als strategisches Steuerungsinstrument gibt es Fokus, stärkt Ertragsbewusstsein, fördert die Zusammenarbeit und sichert so letztendlich den langfristigen Fortbestand eines Unternehmens.

Die vorliegende Ausführung hegt nicht den Anspruch einer wissenschaftlichen Arbeit, noch sind die Daten aufgrund des begrenzten Umfangs als repräsentativ zu verstehen. Vielmehr ist das Ziel, Interessierten eine praktische Hilfestellung für das vermeintlich so komplexe Thema „Entlohnung/Vergütung“ zu geben.

Befragt wurden Unternehmen aus dem Fach-/Großhandel. Die Erhebung erfolgte anonym; die Datenlage kann auf Wunsch jederzeit eingesehen werden. Der Autor versichert zu jedem Zeitpunkt mit größter Sorgfalt, bestem Wissen und Gewissen gearbeitet zu haben.

Die gezogenen Schlussfolgerungen basieren auf den Ergebnissen von 107 Teilnehmerbefragungen. Die Teilnehmer hatten 20 Fragen aus den Bereichen „Unternehmen“, „heutige Vergütung“ und „zukünftige Anforderungen“ zu beantworten.

Die **allwin GmbH & Co. KG** ist auf die Einführung von unternehmensweiten Anreizmodellen in inhabergeführten Unternehmen spezialisiert. In diesem Kontext wird die Standard-Software „allwin“ zur monatlichen Provisionsabrechnung unternehmensspezifisch angepasst. Über 5.000 Mitarbeiter werden heute erfolgreich nach der „allwin“-Methode entlohnt.

Gerne möchten wir uns beim VTH Verband Technischer Handel e.V., Euro Baubeschlag-Handel Aktiengesellschaft und NORDWEST Handel AG für die Unterstützung bedanken.

Stefan Wendl  
Lehrte, im Juni 2019





# B - Kernaussagen

---



## Fakt #1

### 80% vergüten im Wachstum langweilig

Von den Teilnehmer vergüten 40 Unternehmen mit reinen Festgehältern. Weitere 47 entlohnen nach eigenen Angaben erfolgsbeteiligt und honorieren dies mit einem „Erfolgsentgelt“, welches  $< 1$  Monatsgehalt p.a. beträgt. Beide Varianten sind als langweilig zu betrachten. Die Praxis zeigt, dass ein nachhaltiger Effekt einer Verhaltensänderung erst dann beobachtet werden kann, wenn das Erfolgsentgelt volatil ist. Um in Wachstumszeiten von einer reizvollen Vergütung zu sprechen, sollte das Erfolgsentgelt deutlich über 10% des Jahresgehaltes betragen.

Fällt das Erfolgsentgelt geringer aus und ist zudem für den Mitarbeiter nicht erkennbar, wie dieses entsteht noch welchen Einfluss er darauf hat, so entsteht ein Effekt der Gehaltsverstetigung. Dies bedeutet, dass Mitarbeitern das eigentlich situationsabhängig gezahlte Erfolgsentgelt, als verspätet ausgezahltes Festgehalt betrachten. Ein in Wachstumszeiten beständig ansteigendes Fest-Gehaltsniveau wird in der Krise zum Problem. Die steigende Erwartungshaltung der Mitarbeiter kann vom Unternehmen nicht erfüllt werden. Die in der Krise notwendige Verhaltensänderung bleibt obendrein aus. Resultat: Frustration, innere Kündigung und Stellenabbau.

**Fazit I: Wer in wirtschaftlich guten Zeiten rein per Fixgehalt vergütet oder mit geringen variablen Gehaltsbestandteilen agiert, läuft Gefahr in konjunkturell schwachen Zeiten vom Wettbewerb abgehängt zu werden. Vergütung sollte spürbar sein und den Geschäftsverlauf abbilden.**

**Fazit II: In Wachstumszeiten sollte deutlich mehr vergütet werden; in wirtschaftlich schwachen Zeiten muss hingegen eine Grundsicherheit gegeben sein, auf die Mitarbeiter sich verlassen können. Diese sollte sich an der Höhe des individuellen Festgehalts orientieren oder darüber liegen.**



## Fakt #2

### Erfolgsbeteiligung schlägt Festgehalt eindeutig

Vergleicht man die Modelle (starres Festgehalt vs. variable Erfolgsbeteiligung) auf Basis der Selbsteinschätzung der Befragten miteinander, so äußern Teilnehmer mit der variablen Erfolgsbeteiligung eine signifikant höhere Zufriedenheit über das von ihnen eingesetzte Modell. Diese Einschätzung trifft für alle befragten Dimensionen zu:

„Akzeptanz“	-> Zustimmung <b>47% variables Modell</b> vs. 30% starres Modell
„Ansporn/Anreiz“	-> Zustimmung <b>32% variables Modell</b> vs. 10% starres Modell
„Transparenz“	-> Zustimmung <b>44% variables Modell</b> vs. 26% starres Modell
„Gerechtigkeit“	-> Zustimmung <b>41% variables Modell</b> vs. 34% starres Modell
„Flexibilität“	-> Zustimmung <b>23% variables Modell</b> vs. 21% starres Modell

Gefragt, ob das jeweilige Modell die Motivation der Mitarbeiter erhöht und zu einer höheren Identifikation mit dem Unternehmen führt, fällt die Selbsteinschätzung noch deutlicher zu Gunsten des variablen Modells aus:

„Motivation“	-> Zustimmung <b>72% variables Modell</b> vs. 46% starres Modell
„Identifikation“	-> Zustimmung <b>52% variables Modell</b> vs. 39% starres Modell

**Fazit: Unternehmen die Vergütung als Steuerungswerkzeug betrachten, sollten auf ein variables Erfolgsbeteiligungsmodell setzen, da es dem Festgehaltsmodells in allen Dimensionen überlegen ist. Dies gilt für die Akzeptanz aus Mitarbeiterperspektive sowie für die Anwendung aus Leitungssicht. Konkrete Empfehlungen wie die eingesetzten Systeme weiter verbessert werden können, sind ab der Seite 10 ff. zu finden.**



## Fakt #3

### Unternehmen mit < 100 Mitarbeitern sollten jetzt handeln

Der Anteil der Unternehmen die eine **variable Erfolgsbeteiligung** einsetzen, korreliert mit Zunahme der Unternehmensgröße. Konkret vergüten mit dem **benachteiligten starren Festgehaltsmodell**:

- 60% der Unternehmen mit weniger als 30 Mitarbeitern
- 46% der Unternehmen mit weniger als 100 Mitarbeitern
- 20% der Unternehmen mit mehr als 100 Mitarbeitern

Dies ist insofern kritisch, da besonders Unternehmen mit < 30 Mitarbeitern viel stärker auf den Einsatz eines jeden Mitarbeiters angewiesen sind. Krankzeiten, Ausfallzeiten und Demotivation schlagen sich direkt auf den Geschäftserfolg nieder, da es weniger Personen gibt, die eine Vertretung übernehmen können. Ob die Form des Vergütungsmodells auch Rückschlüsse auf den wirtschaftlichen Erfolg zulässt, wurde nicht explizit untersucht. Die Tatsache, dass mit Zunahme der Unternehmensgröße auch der Einsatz steigt, könnte eine Indikation sein. Praxiseinblick: allwin-Kunden profitieren von mehr Rohertrag und einer gestiegenen Mitarbeiterzufriedenheit.

Als Gründe, warum keine erfolgsbeteiligte Entlohnung stattfindet, wurde angegeben:

- 38% „Erfolg ist schwer zu definieren“
- 25% „nicht überzeugt vom Effekt“
- 17% „Praktikable Umsetzung fehlt“

**Fazit: Dringender Handlungsbedarf besteht bei Unternehmen < 100 Mitarbeitern. Hauptgründe, die gegen eine variable Erfolgsbeteiligung sprechen, sind technischer Natur. Konkrete Empfehlungen wie die eingesetzten Systeme weiter verbessert werden können, sind ab der Seite 10 ff. zu finden.**



## Fakt #4

### Wünsche und Herausforderungen der Unternehmen

Gleich welches Modell eingesetzt wird, besteht eine hohe Unzufriedenheit mit den heutigen eingesetzten Modellen. 2/3 der Teilnehmern äußern Änderungswünsche und Herausforderungen.

Schwerpunkt mäßig ranken sich die Wünsche um zwei Themengebiete. Einerseits wird die **Inflexibilität** der eingesetzten Systeme bemängelt. Andererseits wird der **Faktor Mensch** thematisiert. Unter Inflexibilität fallen individuelle Wünsche wie „Atmung“ mit den Geschäftsverlauf, Reduktion Aufwand, die Tarifbindung, Umgang mit Schlechtleistung sowie die generelle Nachhaltigkeit des Modells. Unter dem Faktor Mensch wird die Verbesserung in Bezug auf Transparenz, Gerechtigkeit und Ansporn gewünscht.

Unabhängig von der Unternehmensgröße halten nahezu alle Befragten das Thema **Modellstringenz und Nachhaltigkeit** für die bestimmende Herausforderung. Fast 60% der Teilnehmer betrachten Gehaltserhöhungen unter der Perspektive „Kosten“. Weitere 45% sehen sich mit der Herausforderung konfrontiert, dass Gehaltserhöhungen nur einen kurzfristigen Einmaleffekt besitzen.

**Fazit:** Die heutige Vergütung ist nicht mehr zeitgemäß. Nutzen und Aufwand stehen nicht im Einklang. Ganzheitliche Ansätze werden gewünscht, damit auch Rollen wie Innendienst, Lager, Verwaltung in eine Erfolgsbeteiligung eingebunden werden können. Ferner sollen Modelle nicht zu fixen Mehrkosten führen, sondern stattdessen mit dem Unternehmenserfolg atmen. Konkrete Empfehlungen wie die eingesetzten Systeme weiter verbessert werden können, sind ab der Seite 10 ff. zu finden.



# C - Handlungsempfehlungen

---



# 1. Gestalten Sie Vergütung verständlich

**Lt. den Befragten verstehen 40% der Mitarbeiter die Entstehung des Gehalt nicht, noch ab wann Mehrverdienst möglich ist**

Wirkungsvolle Vergütung zielt letztendlich auf die gewünschte Verhaltensänderung beim Mitarbeiter ab. Dies kann z.B. im Verkauf der profitable Zusatzverkauf, in verkaufsfremden Rollen die Steigerung der Produktivität (Leistungserbringung / Personalaufwand) oder der sorgsame Umgang mit der Ware sein.

Damit ein Mitarbeiter sein Verhalten zum Positiven verändert, sollte er verstehen, was gut und was schlecht für sein Unternehmen und damit indirekt auch für seine Vergütung ist. Das Verstehen dieser „Leitplanken“ ist somit eine notwendige Bedingung, damit Mitarbeiter ihr Verhalten anpassen. In der Praxis verstehen gut 40% der befragten Mitarbeiter leider nicht, was wirklich wichtig ist. Unnötige Rabatte werden gegeben, Dienst nach Vorschrift erledigt.

## **Praxistipps, so vergüten Sie verständlich**

- Arbeiten Sie mit transparenten und für alle nachvollziehbaren Zielen, auf die Mitarbeiter einen direkten Einfluss haben. Im Handel hat sich der absolute Rohertrag (= Umsatz ./.. Wareneinsatz ./.. Erlösbinderungen) in € bewährt
- Vermeiden Sie Ziele die vom Mitarbeiter nur indirekt beeinflussbar sind (Kosten, EBIT, Erlös etc.)
- Trennen Sie individuelle Zielvereinbarungen von der Vergütung
- Vergeben Sie nicht mehr als drei Einflussgrößen, sonst steigt die Gefahr der Verwässerung

**Fazit:** Der Köder muss dem Fisch schmecken, nicht dem Angler! Genauso verhält es sich mit der Vergütung.



## 2. Vergüten Sie was gewünscht ist

**Erstaunlich: 37% vergüten nach Umsatz oder individuelle Zielvereinbarungen**

Was wünschen Sie sich von Ihren Mitarbeitern? Viele Kundenbesuche, zeitnahe Besuchsberichte, sorgsame Angebotslegung, weniger Kranktage, Unterstützung bei Sonderprojekten, mehr Umsatz und eine hohe Marge? All das findet sich in vielen Vergütungsmodellen wieder und dient als Grundlage für Entlohnungskomponenten.

Genau hier liegt das Problem: **Vergüten Sie besser den Erfolg anstatt der eingesetzten Leistung**. Für einen Verkäufer, der nicht profitabel verkauft, entbehrt sich die Frage nach mehr Gehalt. Gleiches gilt für alle verkaufsfremden Rollen. Unternehmen die nachhaltig erfolgreich sind, fokussieren auf die Personalkostenquote, also das Verhältnis zwischen Personalkosten und dem erzielten Rohertrag. Nicht auf die Personalkosten!

### **Praxistipps, so vergüten Sie was gewünscht ist**

- Der Handel vergütet nach absolutem Rohertrag in € und nicht nach dem Umsatz
- Trennen Sie qualitative Zielvereinbarungen von der Vergütung
- Für verkaufsfremde Rollen ist ebenfalls der Rohertrag das bestimmende Element. Setzen Sie auf Teamziele (%-Anteil vom Rohertragszuwachs) und haben so die Personalkostenquote (Verhältnis Personalkosten zu Rohertrag) klar im Blick. Messbare Ziele wie Pickraten, Anzahl erfasster Aufträge sind nicht hilfreich.
- Befreien Sie Ihr Vergütungsmodell von komplexen Prämienregelungen. Neben einem hohen Pflegaufwand werden diese häufig von niemandem verstanden und führen zudem zu schlechter Stimmung und Frust.



## 3. Zeigen Sie Ursache und Wirkung auf

### Vergessen: 45% vergüten mit einer jährlichen Erfolgsbeteiligung

Die Anforderungen der Arbeitswelt steigen ständig. Unabhängig vom Geschäftsverlauf hat der Mitarbeiter somit stets das Gefühl, mehr geleistet zu haben. Dabei steht nicht die Leistung sondern der Erfolg im Mittelpunkt. Bringen Sie Vergütung nach Erfolg somit ins „Tagesgeschäft“ ein. Dies gelingt, in dem das Tagesgeschäft mit der wirtschaftlichen Auswirkung in Verbindung gebracht wird.

*Beispiel Verkauf:* Das erfolgreiche Nachfassen und Nachverhandeln eines Angebotes (Kunde wie Lieferant) führt zum Auftrag. Der Verkäufer (Innen- wie Außendienst) kennt den Anteil vom Rohertrag und wird somit täglich belohnt.

*Beispiel Lager:* Ein Lager Team besteht aus 10 Mitarbeitern. Das Unternehmen wächst 15% im Rohertrag was auch im Lager zu mehr Spitzenlast führt. Mitarbeiter werden bei Entscheidungen eingebunden, ob der Produktivitätsgewinn als Zusatzverdienst ausgezahlt wird, oder ein neues Teammitglied eingestellt wird.

#### **Praxistipps, so vergüten Sie wirksam**

- Bringen Sie Ursache und Wirkung zusammen – monatliches Erfolgsfeedback gibt Transparenz
- Vermeiden Sie Jahresprämien, da diese als verspätetes Festgehalt wahrgenommen werden
- Veränderung beginnt durch positive Stimulanz. Vereinbaren Sie daher Bonus-, keine Malus-Modelle.
- Vereinbaren Sie einheitliche Provisionssätze innerhalb einer Jobgruppe



## 4. Gestalten Sie Vergütung spürbar

### 80% vergüten in der Wachstumsphase langweilig

Wer gedanklich zustimmt, dass ein transparentes monetäres Erfolgsfeedback eine positive Verhaltensänderung auslösen kann, der wird zustimmen, dass die Höhe der zusätzlichen Zahlung relevant ist. Viele Vergütungsmodelle scheitern in diesem Punkt, da sie den Unterschied von Erfolg und Misserfolg schlicht nivellieren.

Diese Gleichmachung führt in der Konsequenz zu einer Niveau Senkung. Wie bei der Festgehaltsvergütung führt auch die Vergütung mit einem geringen Erfolgsfeedback (<1 Monatsgehalt) zu einer stetigen Erhöhung der Personalkosten nicht aber zu einem gleichzeitig überproportional starken Rohertragsanstieg.

#### **Praxistipps, so vergüten Sie spürbar**

- Erhöhen Sie Ihren Hebel auf den Rohertrag! Vergütung muss sich in guten Zeiten effektiv lohnen!
- Setzen Sie Fokus auf das, was gewünscht ist: Z.B. doppelter Provisionssatz für Neukunden-Rohertrag.
- Lösen Sie die tradierte Denke von Festgehalt + Provision auf. Denken Sie in Zielgehältern und Rohertrag.
- Die Höhe der Personalkosten ist irrelevant. Das Verhältnis von Personalkosten / Rohertrag ist relevant!
- Entdecken Sie Vergütung als Wettbewerbsvorteil und betrachten Sie sie nicht aus der Kostenperspektive.
- Seien Sie großzügig bei einer Gehaltserhöhung die Sie nichts kostet!



## 5. Team Elemente heben Potenziale

**100% Gerechtigkeit gibt es nicht, aber nur 6% der Teilnehmer beteiligen alle Mitarbeit am Erfolg – ungerecht?!**

Erfolgsvergütung ist ein Regelsystem, welches einen Teil von Etwas (= Anteil vom Rohertrag) über einen Schlüssel an Jemanden (= ein Mitarbeiter, ein Team) verteilt. Die heutige Praxis in über 50% der befragten Unternehmen ist, dass nur Vertrieb und Führung von mehr Geschäft profitieren. Der Rest hat meist nur mehr Arbeit.

Warum ist das so? Sind denn das Lager, die Verwaltung der Innendienst nicht genauso für die Wertschöpfung wichtig? Natürlich, sonst wären sie ja nicht für das Unternehmen tätig. Zu diesem Punkt befragt äußern Unternehmen, dass es schlicht an einem geeigneten Umsetzungsverfahren mangelt, welches einfach und ohne viel Aufwand anwendbar ist.

### **Praxistipps, wie Sie Zusammenarbeit fördern und verkaufsfremde Rollen einbinden**

- Brechen Sie Abteilungsdenken (z.B. Warengruppen) auf. Ergebnisse entstehen, wenn Wissen geteilt und effizienter zusammengearbeitet wird. Übergreifende Teamkomponenten erleichtern dies.
- Verkaufsfremde Rollen (z.B. Lager, Produktion, Service, Verwaltung) werden an übergeordneten Zielen (z.B. Rohertrag Unternehmen oder Standort) beteiligt. Sie unterstützen das Ganze und profitieren vom Erfolg.
- Der Außendienst erhält zusätzlich zu seinem Gebiet eine Team-Komponente, z.B. die Summe der Außendienstgebiete oder die des Unternehmens. Vorteil: neben dem Gebietsinteresse wird so die Zusammenarbeit im Team der Außendienstler gefördert und neuen Verkäufern der Einstieg erleichtert.



## D - Best-Practice Modell

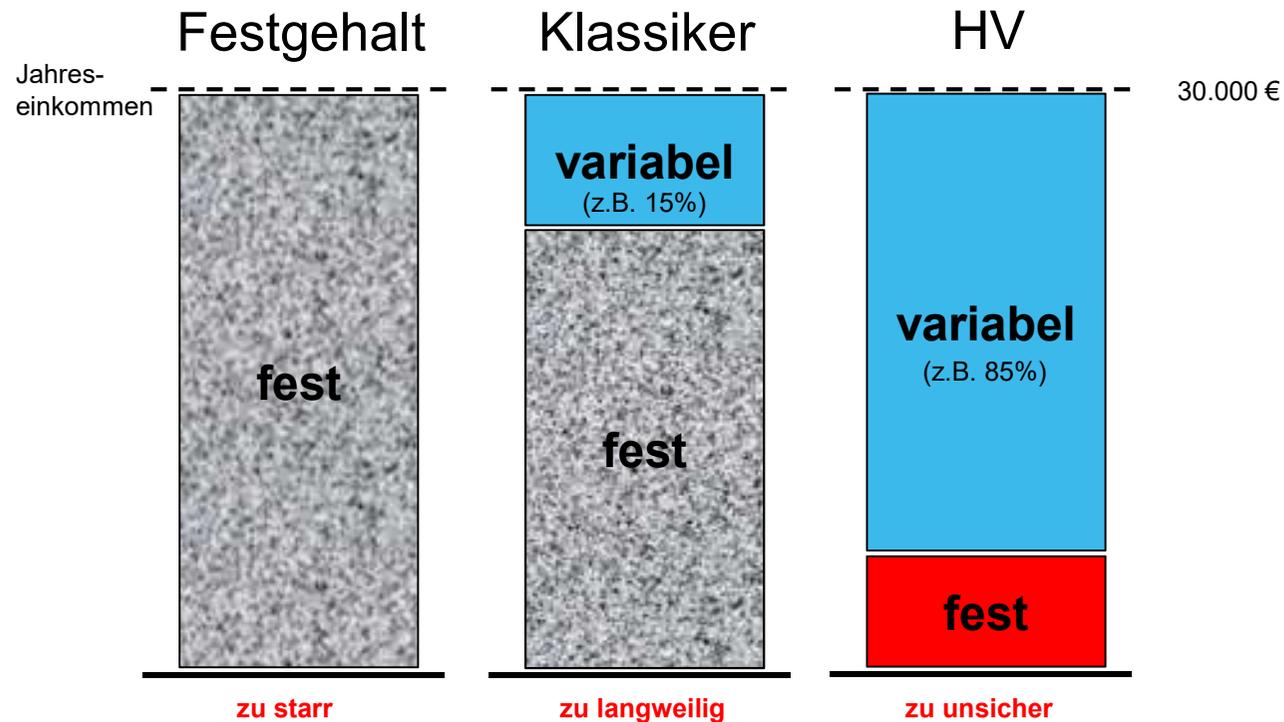
---

# Vergütung nach allwin-Modell



# Mit allwin vergüten Sie spürbar

alle Systeme haben Vorteile – allwin verbindet diese in einem



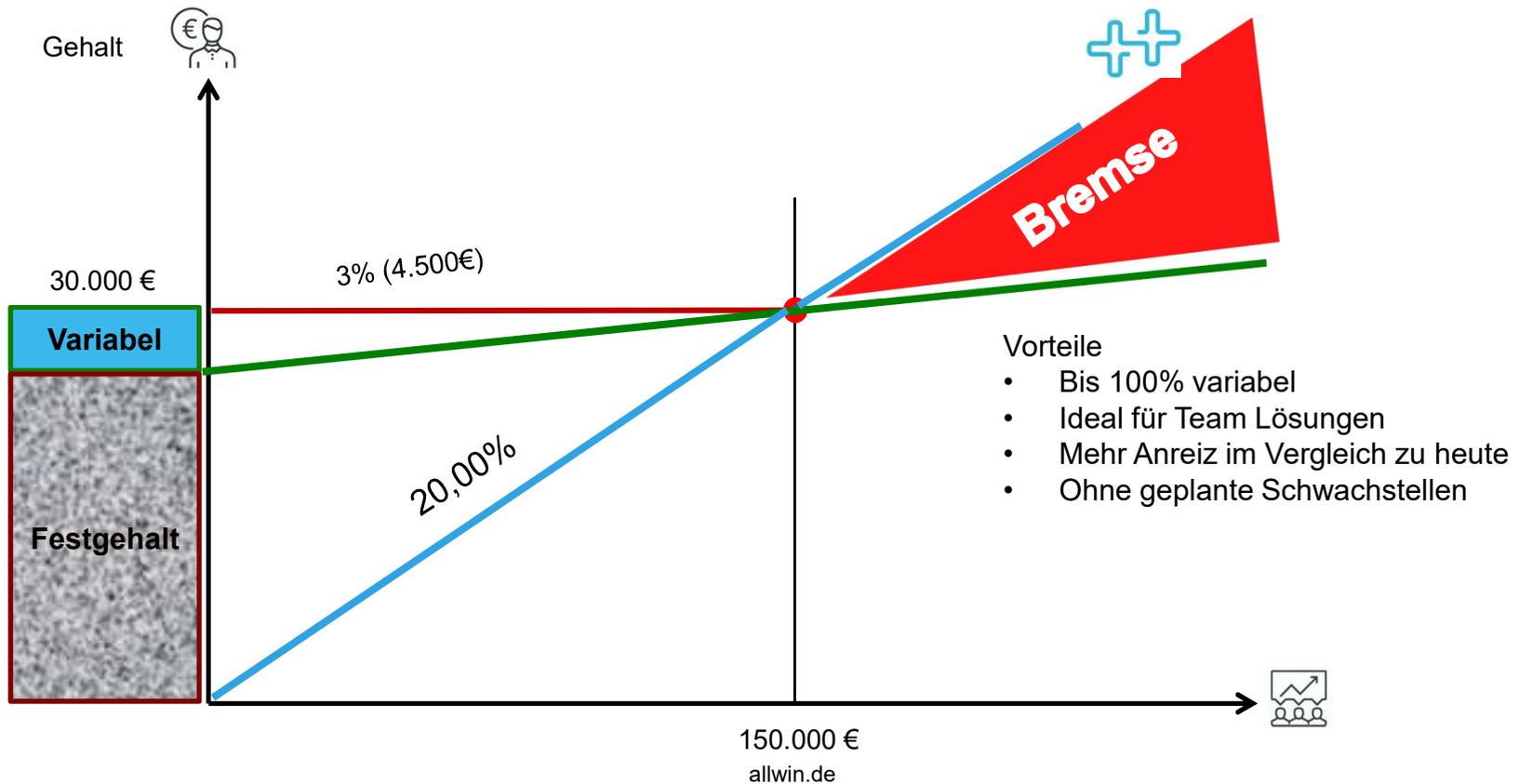
allwin.de





# Mit allwin vergüten Sie spürbar

Spannende Provisionen wirken (vgl. 20% vs. 3%)





# Wir liefern eine mittelstandsgerechte Umsetzung

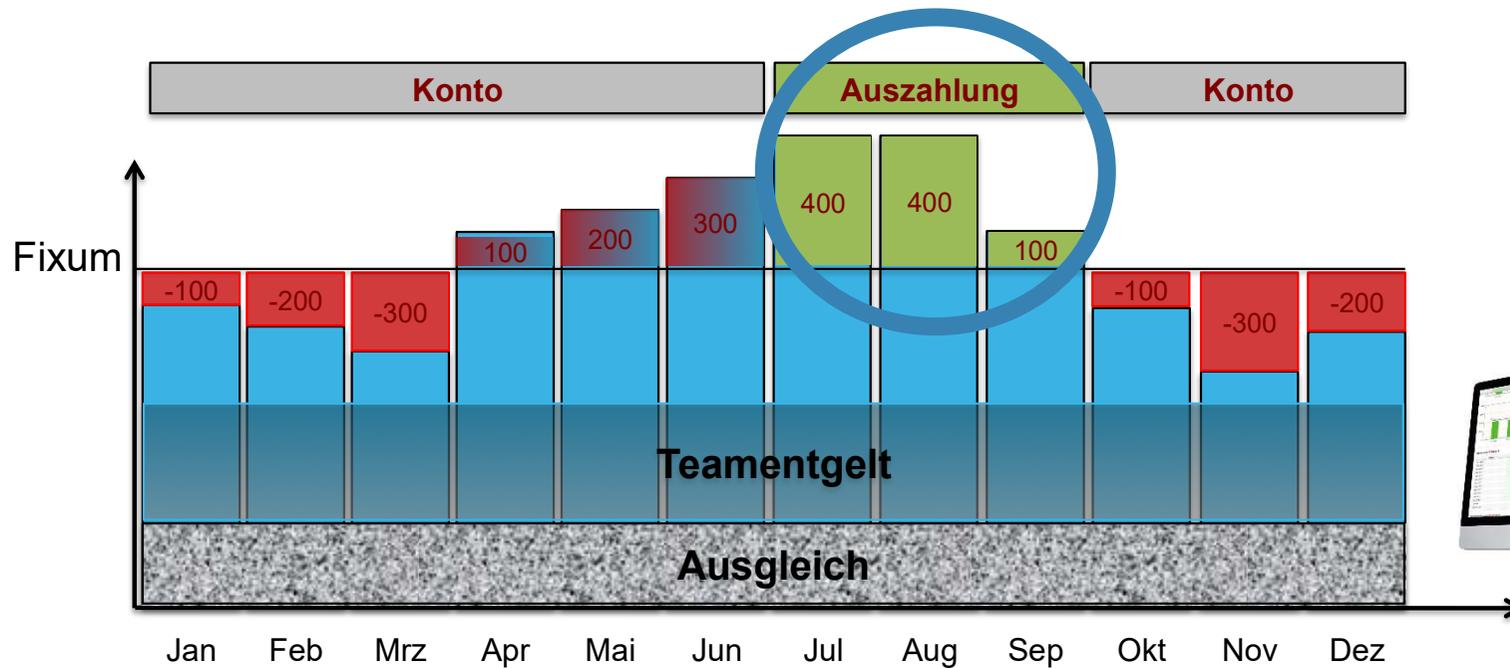
Wünsche und Anforderungen dieser inhabergeführten Unternehmen erfüllt





# Mit allwin Mehrverdienst, wenn „mehr verdient“

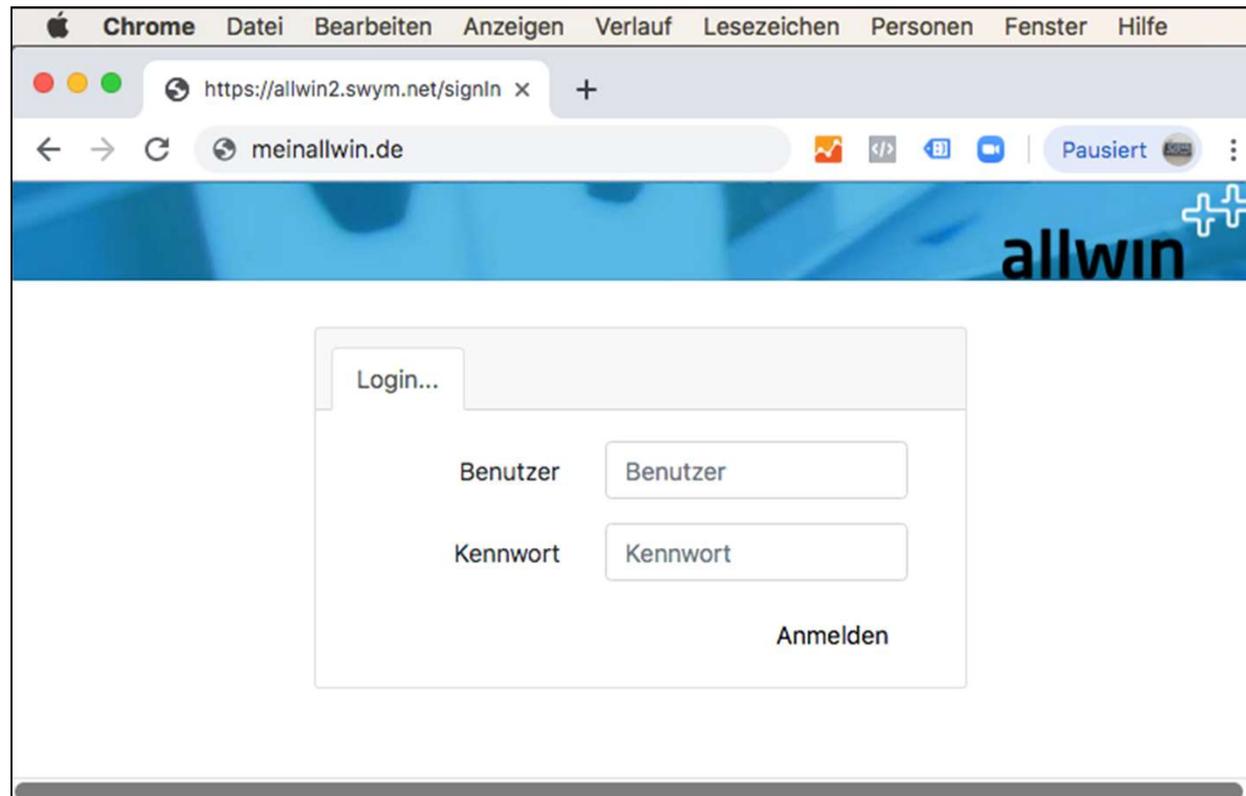
+/- Verrechnung auf Monatsbasis





# Mit allwin wird Vergütung einfach

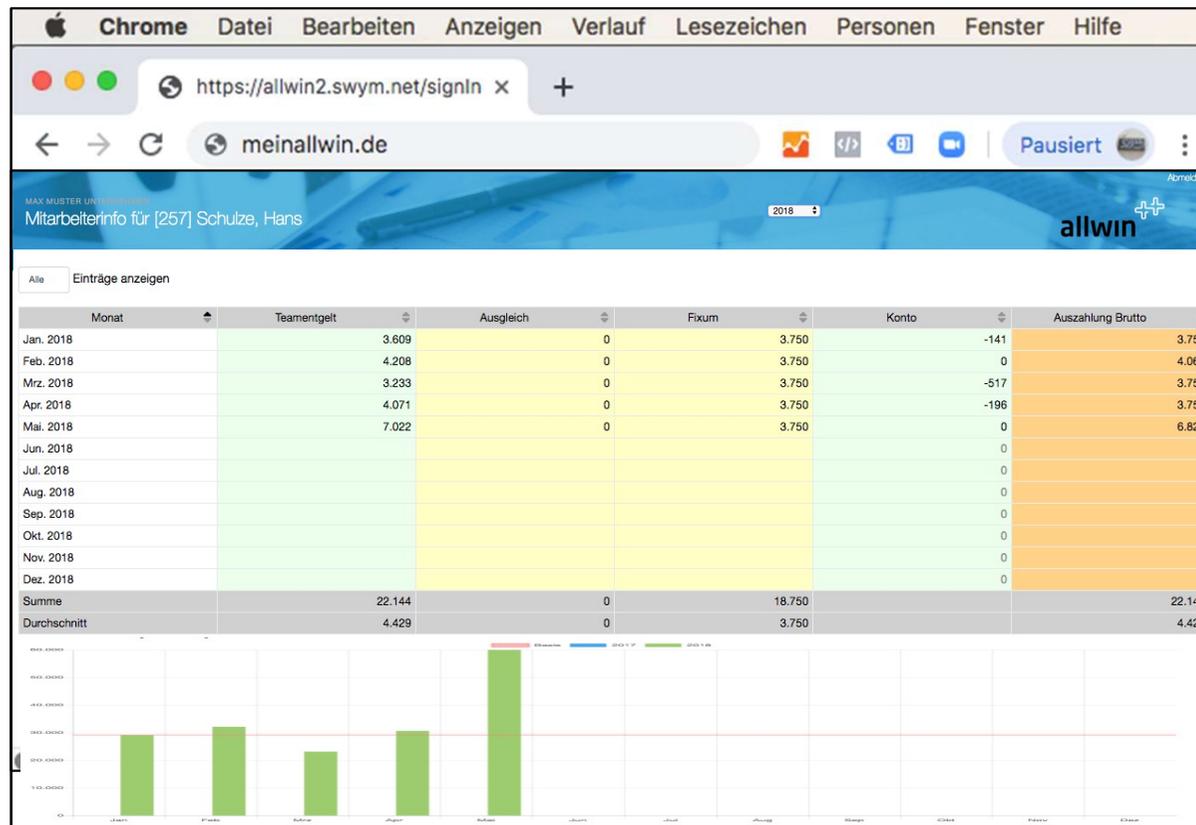
Personalisierter Zugriff, Zeitersparnis und Transparenz





# Mit allwin wird Vergütung transparent

Personalisierter Zugriff, Zeitersparnis und Transparenz

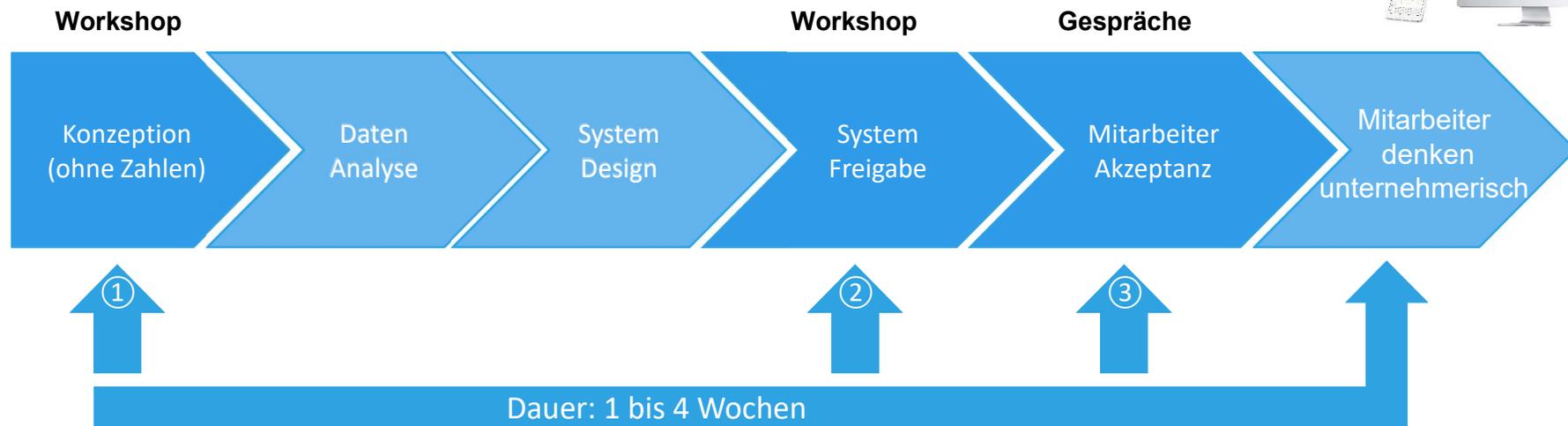


allwin.de



# allwin 3-Phasenmodell gibt Sicherheit

Betriebsmodell (Coaching & Software) für Anpassungsfähigkeit in der Zukunft



Im Projekt sehen wir uns nur dreimal.  
Danach sind wir für Sie da.



## E – Umsetzung

---

# Kontakt aufnehmen



## Angebot #1 - gratis

Sie möchten die Nase vorne behalten

Vereinbaren Sie ein telefonisches Analysegespräch (ca. 30 min)



### 1. Buchen Sie Ihren Termin

online: [www.allwin.de/meinTermin](http://www.allwin.de/meinTermin)

Email: [Termin@allwin.de](mailto:Termin@allwin.de)



### 2. Lernen wir uns kennen

Was sind Ihre Herausforderungen, was ist Ihnen wichtig?



### 3. Empfehlungen und Umsetzungsplan

Sie erhalten konkreten Empfehlungen und einen Umsetzungsplan inklusive eines Budgetrahmens (Zeit und Investition).



## Angebot #2 - kostenpflichtig

**Sie möchten die Nase vorne behalten**

Vereinbaren Sie einen Kompakt Analyse Workshop (halber Tag)

- Workshop in Ihrem Unternehmen
- Klärung der Fakten #1 - #4 für Ihr Unternehmen
- Ihre Investition: ca. 4h Zeit; 900,- inkl. einer Zufriedenheitsgarantie
- Workshop Vereinbarung:
  - Email mit Ihren Wunschtermine an [Termin@allwin.de](mailto:Termin@allwin.de) oder
  - Telefonische Abstimmung unter +49-5136-9700-453



## Angebot #3 - kostenpflichtig

**Sie möchten die Nase vorne behalten**

Nehmen Sie an einem Seminar teil

- Methodenvermittlung am Beispiel einer Muster GmbH
- Aktuelle Termine

Hannover	30. August
Essen	5. September
Mannheim	17. September
Stuttgart	22. Oktober
Düsseldorf	5. November
- Anmeldung: [www.allwin.de/Seminar2019](http://www.allwin.de/Seminar2019)



# F - Anhang (Daten)

---



# Fragen

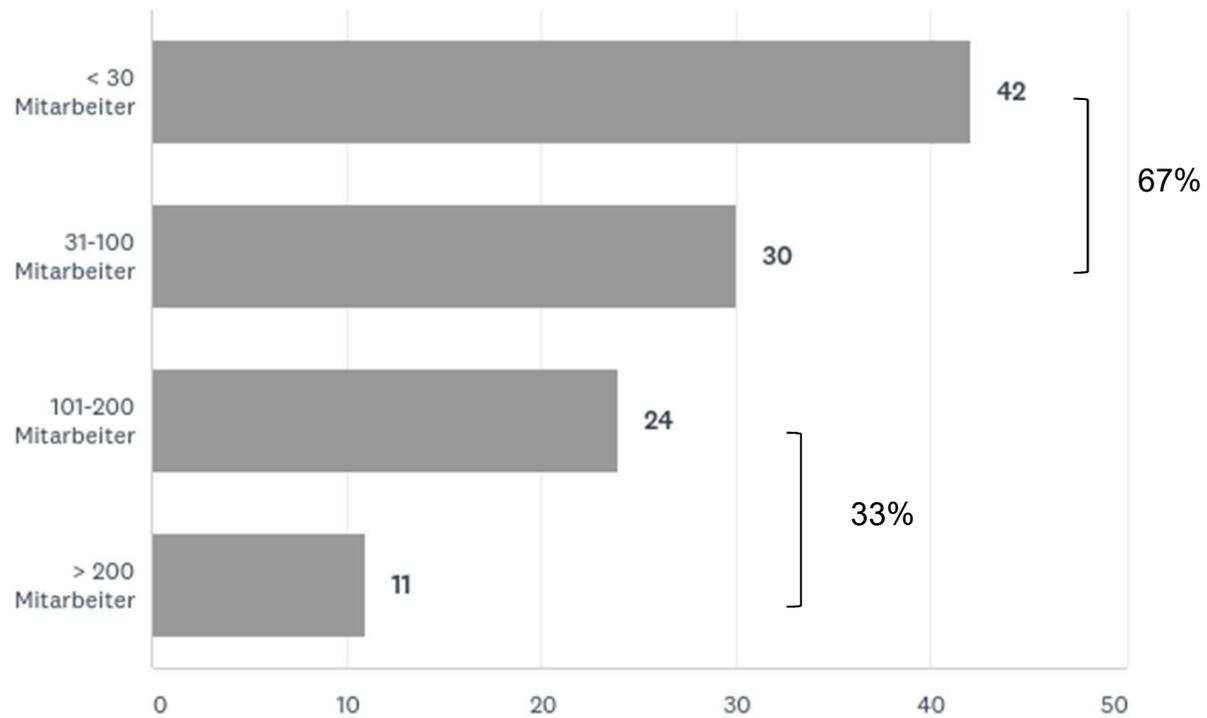
---

## Unternehmen & eingesetzte Vergütung



# Unternehmensgröße

107 Teilnehmer



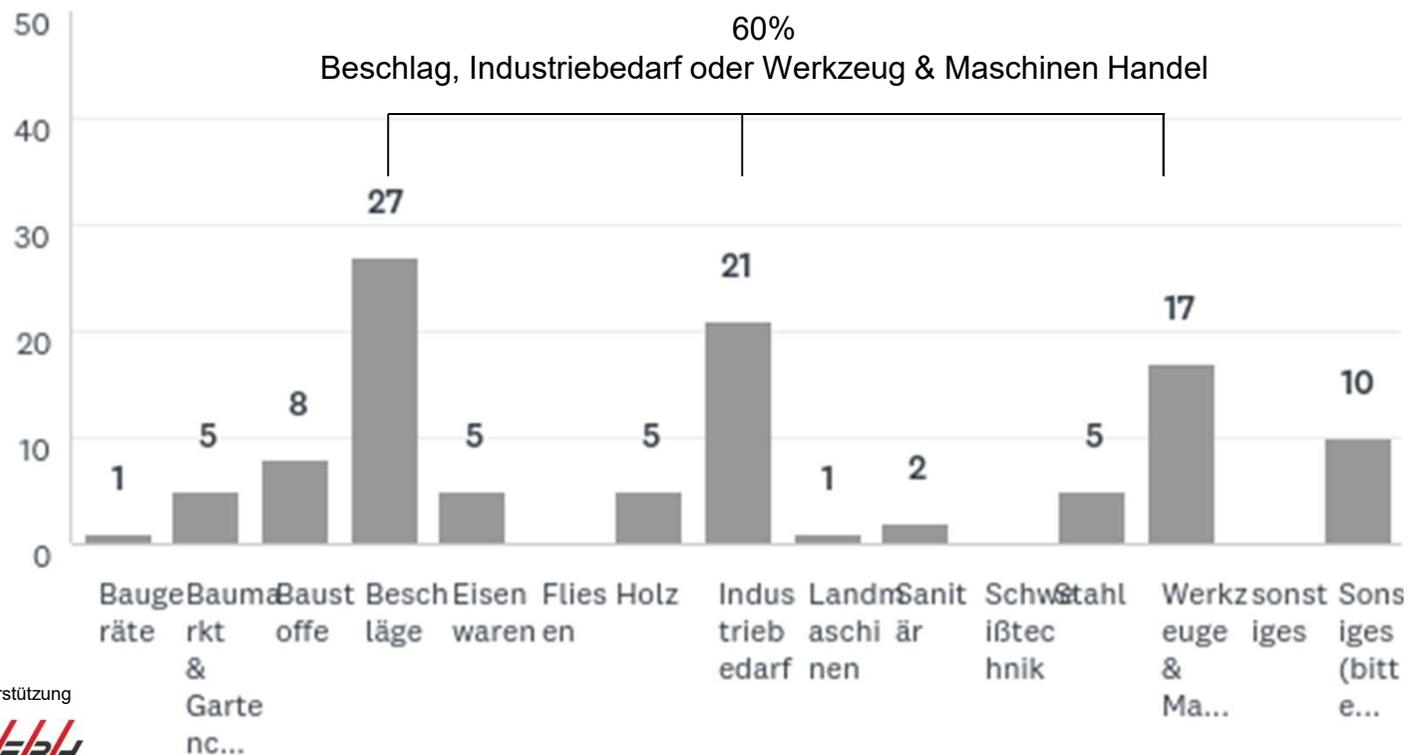
Mit freundlicher Unterstützung





# Teilnehmende Branchen

107 Teilnehmer



Mit freundlicher Unterstützung



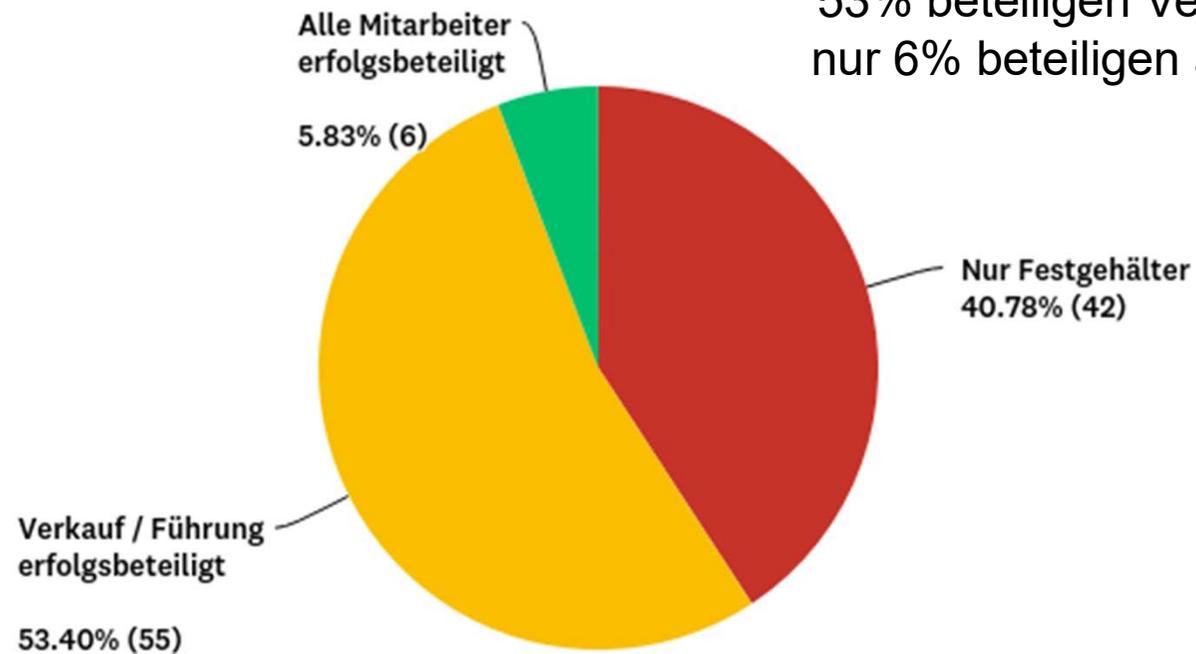


## Frage: Wie vergüten Sie heute?

Beantwortet: 103

übersprungen: 4

40% vergüten mit Festgehalt  
53% beteiligen Vertrieb und FKs  
nur 6% beteiligen alle Mitarbeiter

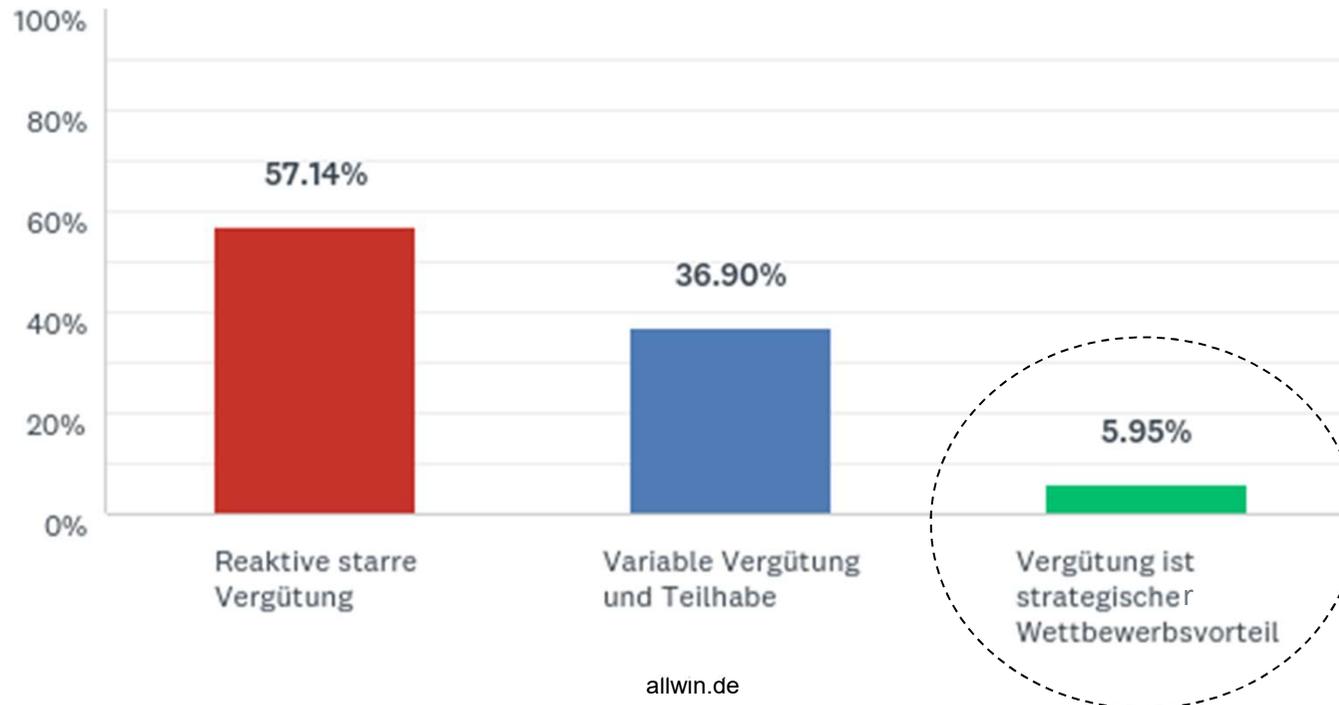




# Frage: Bitte wählen Sie eine Aussage, die Ihre Entlohnungsstrategie am besten beschreibt

Beantwortet: 84

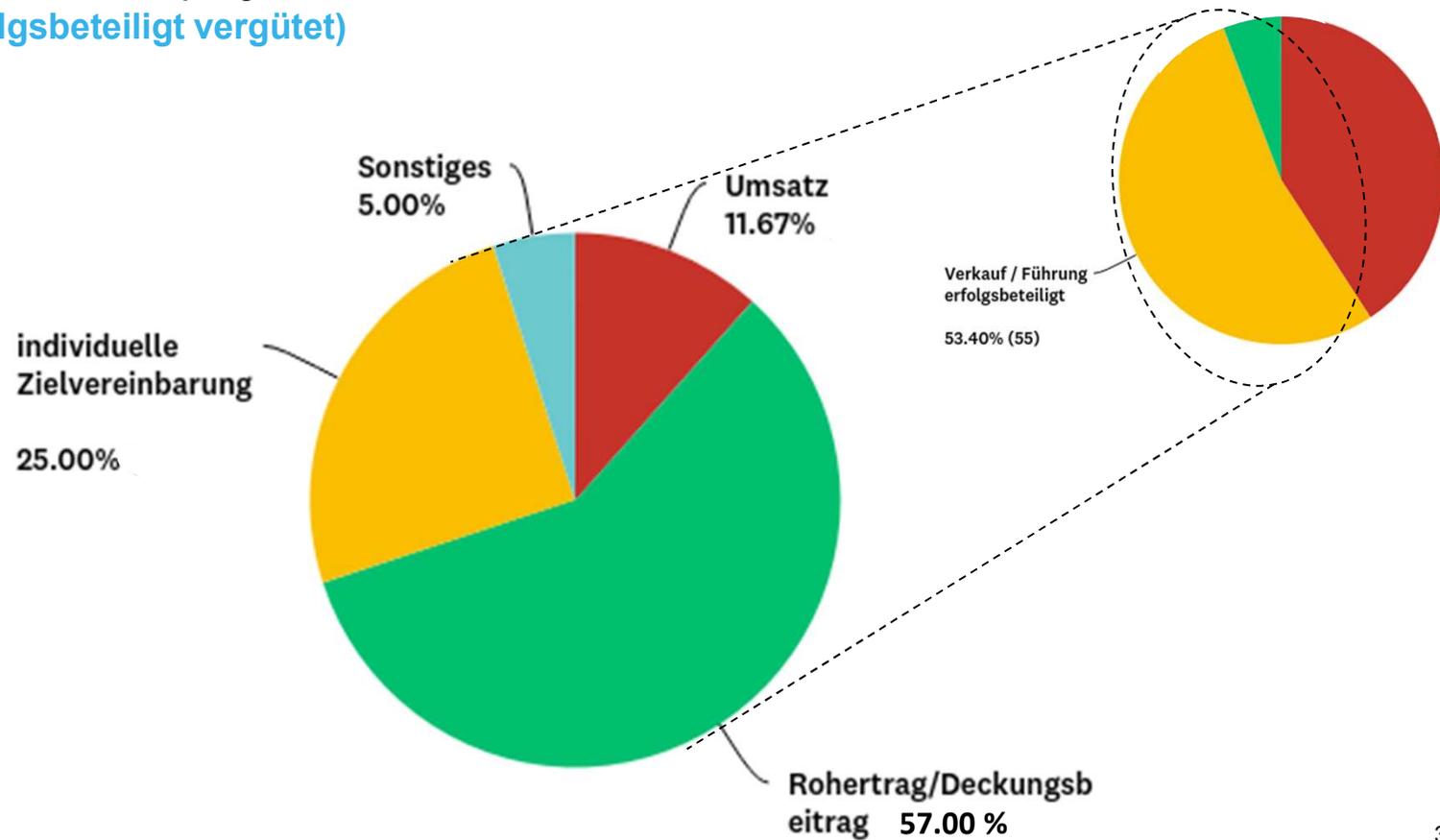
übersprungen: 23





# Frage: Wie messen Sie Erfolg? (nur Teilmenge befragt, die

Beantwortet: 60 übersprungen: 47  
erfolgsbeteiligt vergütet)

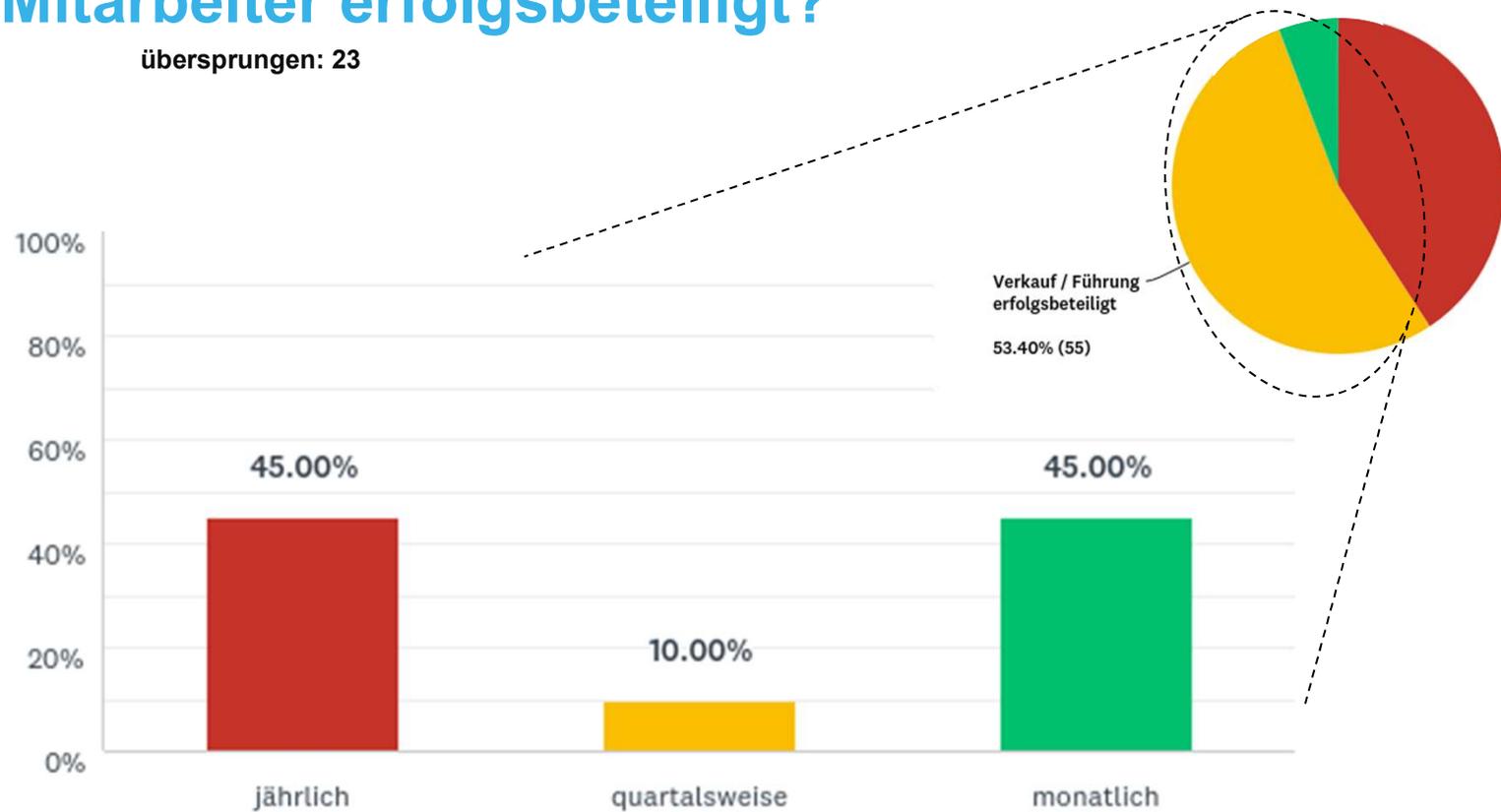




# Frage: In welchen zeitlichen Abständen werden Mitarbeiter erfolgsbeteiligt?

Beantwortet: 84

übersprungen: 23

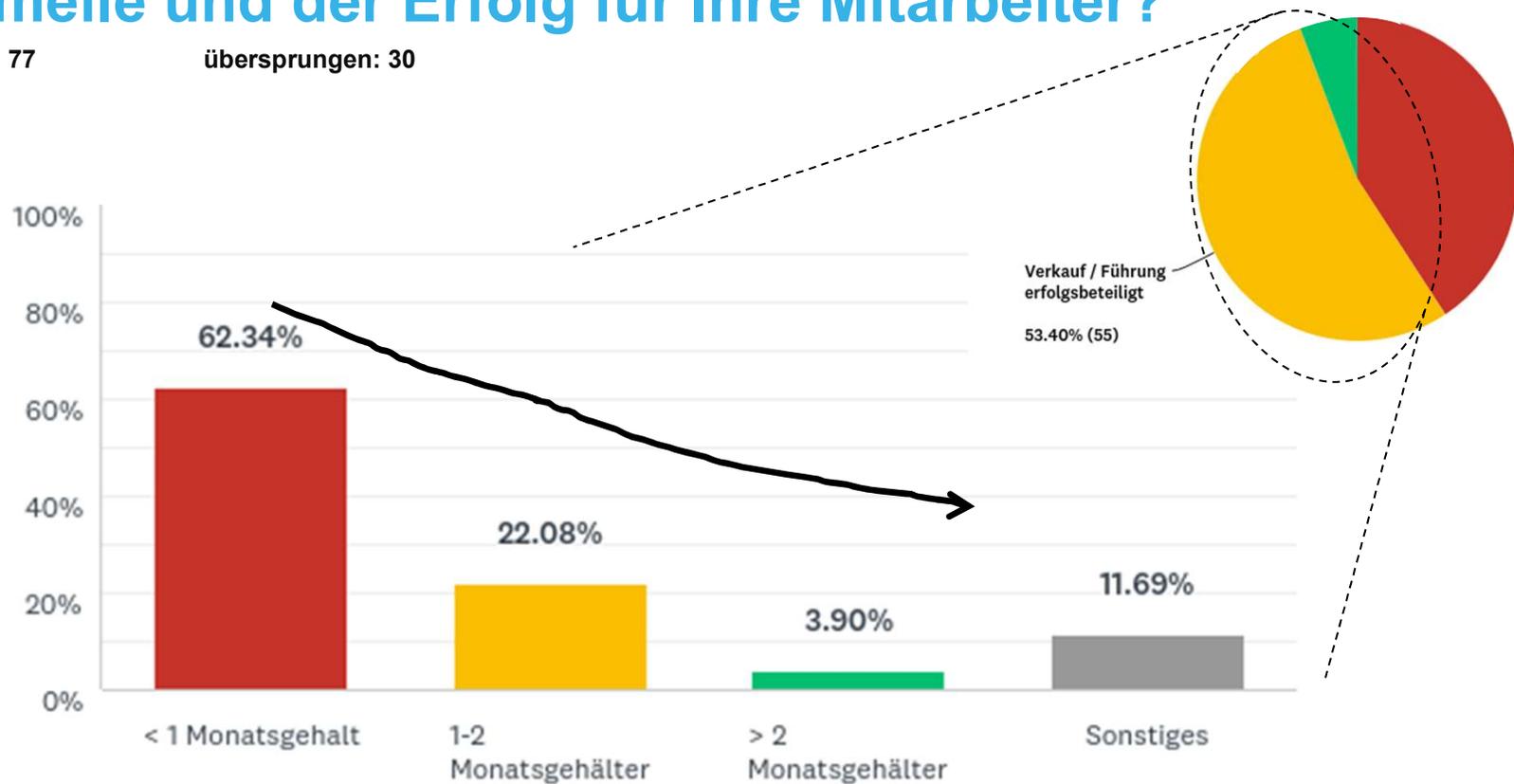




# Frage: Wie sehr lohnt sich Zusatzgeschäft, die Extrameile und der Erfolg für Ihre Mitarbeiter?

Beantwortet: 77

übersprungen: 30

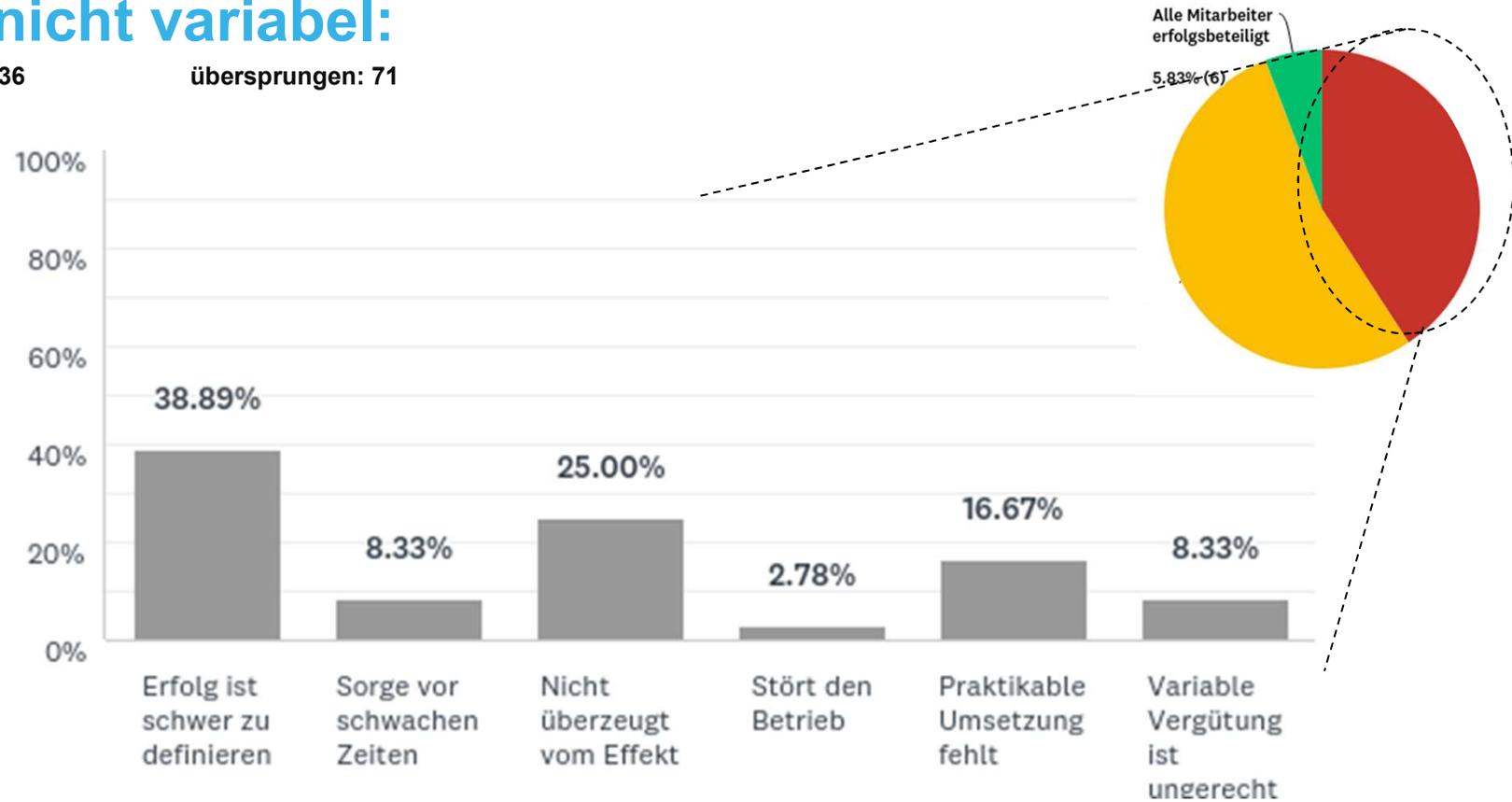




# Frage: Aus folgenden Gründen vergüte ich noch nicht variabel:

Beantwortet: 36

übersprungen: 71





# Fragen

---

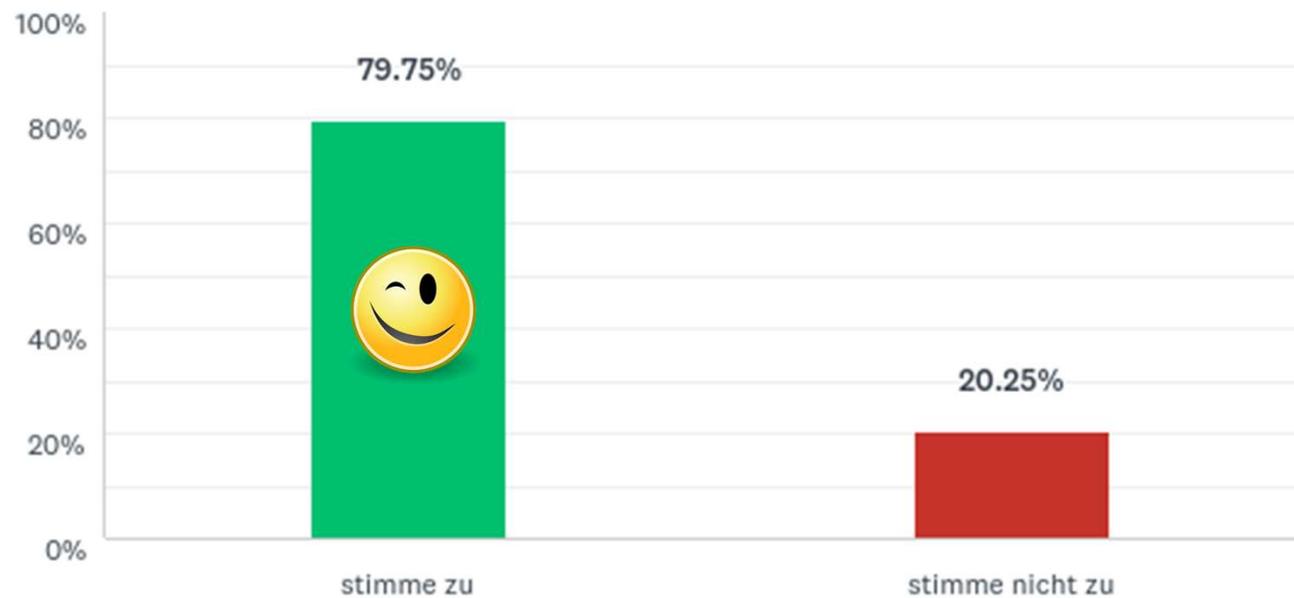
## zur Selbsteinschätzung



# Frage: Wie stehen Sie zu folgender Aussage: "Mitarbeiter werden motiviert durch eine attraktive Vergütung!"

Beantwortet: 79

übersprungen: 28

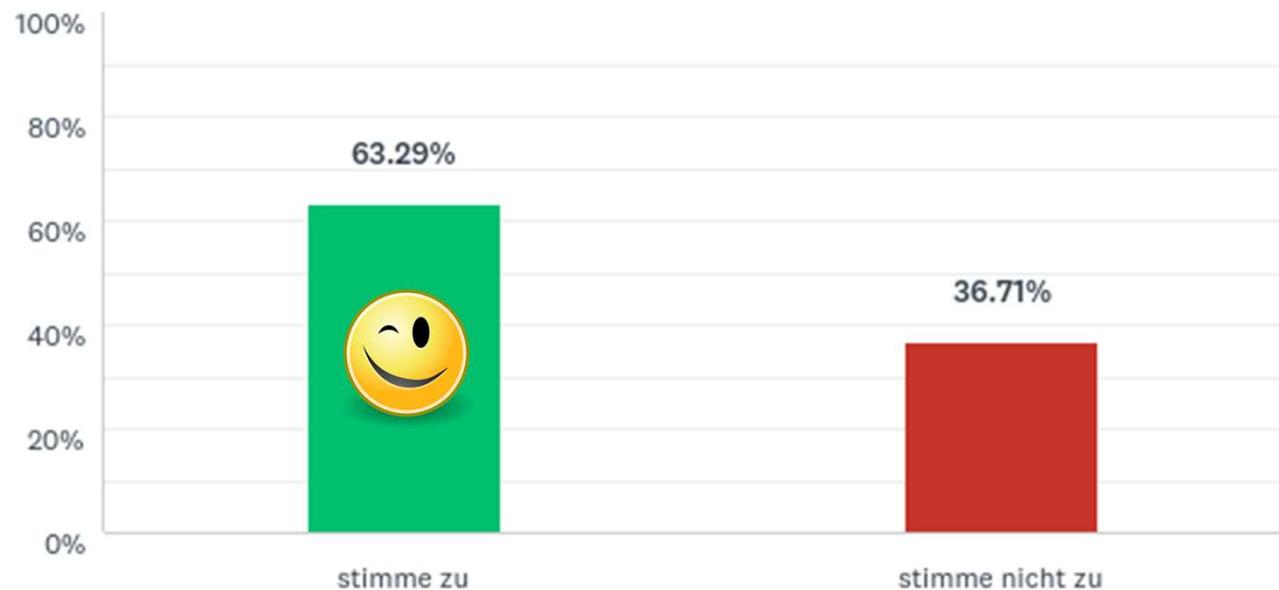




## Frage: Wie stehen Sie zu folgender Aussage: "Mitarbeiter identifizieren sich durch eine attraktive Vergütung mit dem Unternehmen!"

Beantwortet: 79

übersprungen: 28

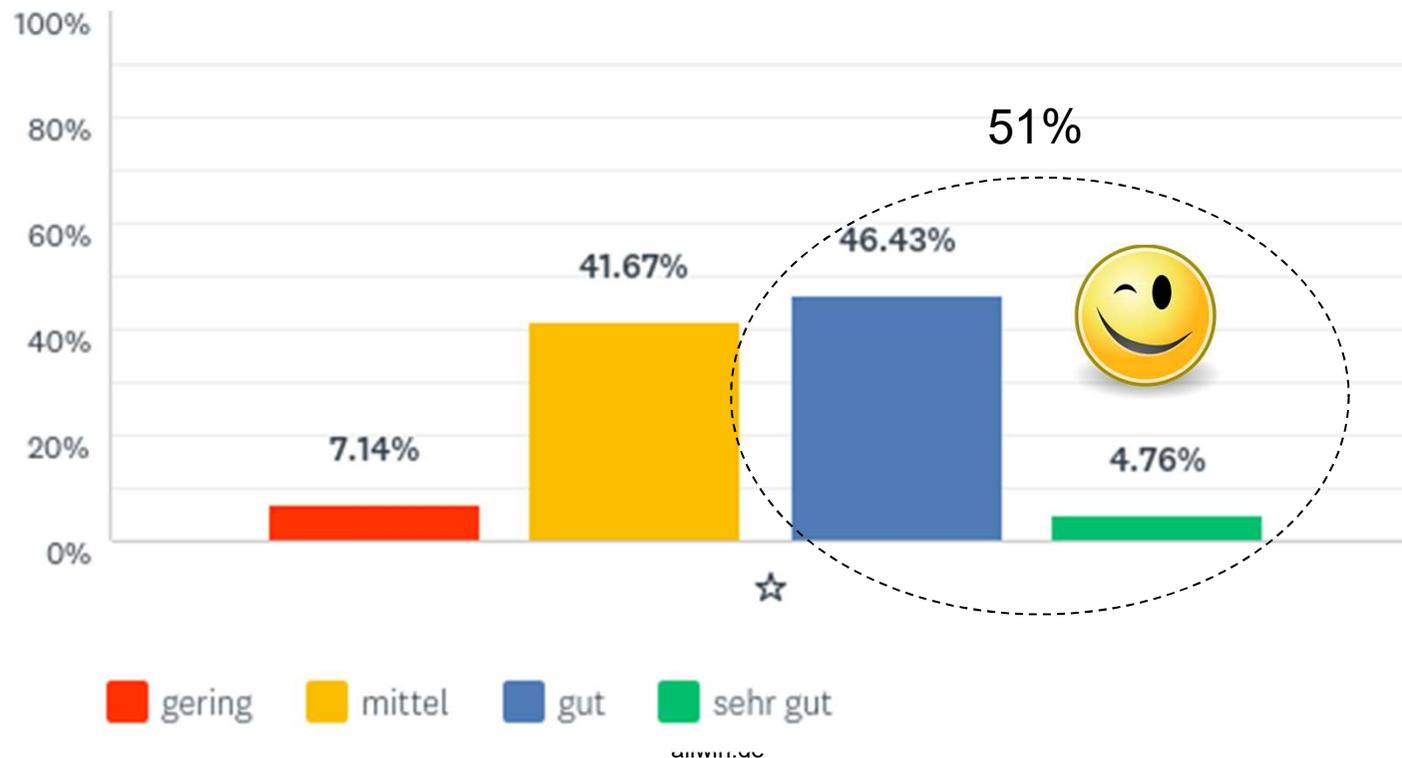




# Frage: Wie beurteilen Sie Ihr heutiges Entlohnungsmodell in Bezug auf: "Akzeptanz"

Beantwortet: 84

übersprungen: 23

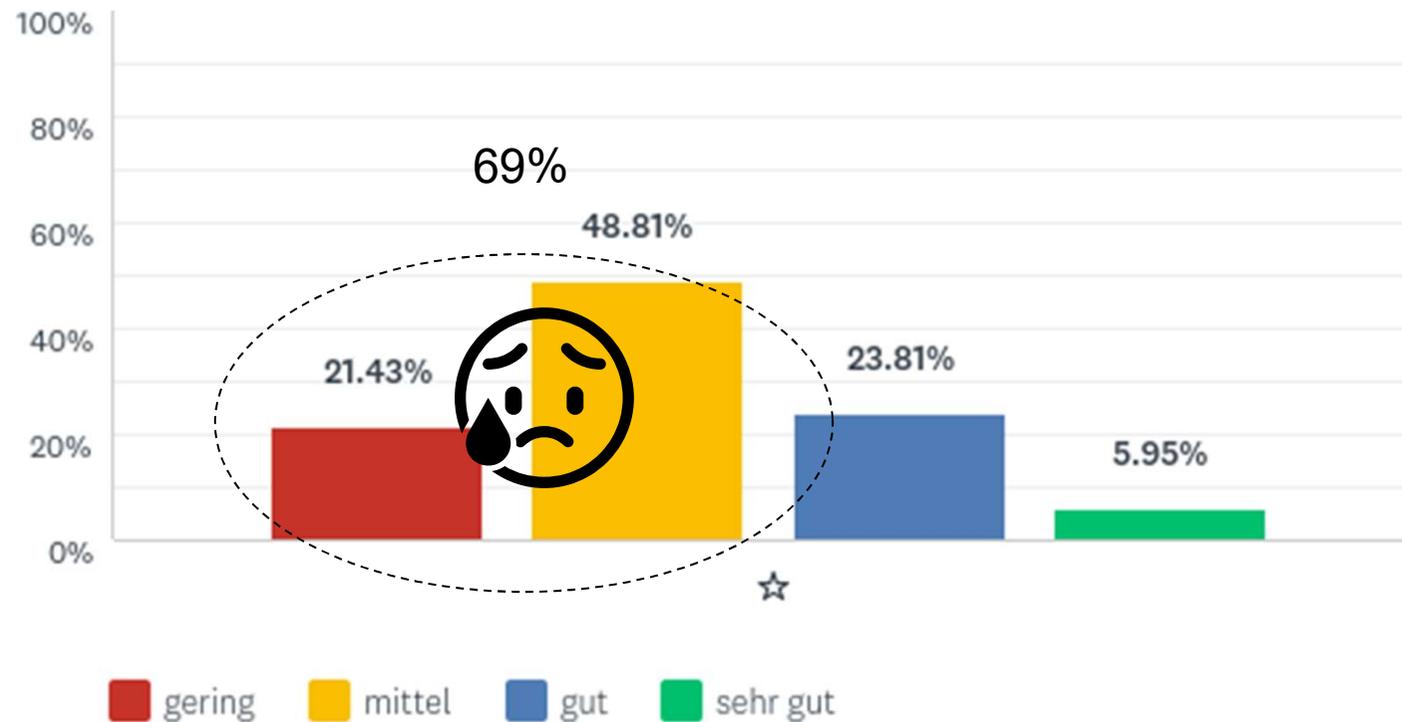




# Frage: Wie beurteilen Sie Ihr heutiges Entlohnungsmodell in Bezug auf: "Ansporn / Anreiz"

Beantwortet: 84

übersprungen: 23

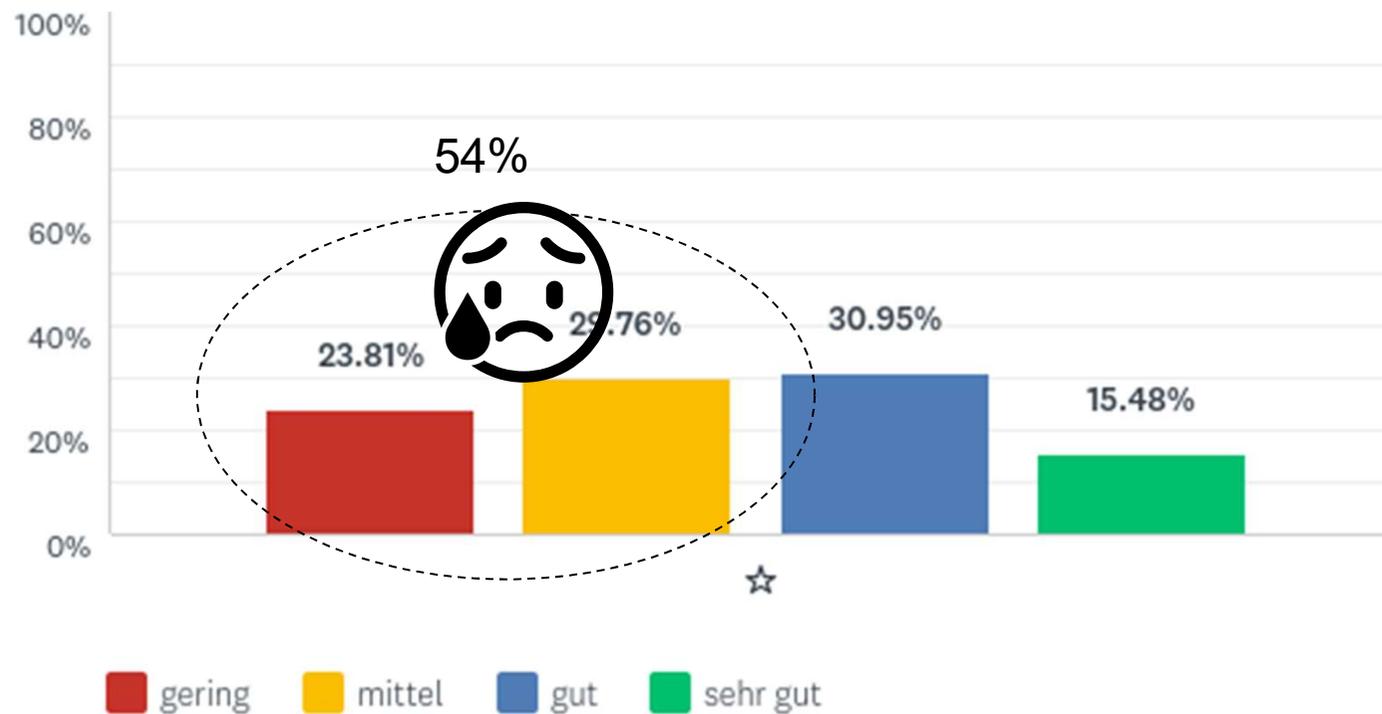




# Frage: Wie beurteilen Sie Ihr heutiges Entlohnungsmodell in Bezug auf: “Transparenz”

Beantwortet: 84

übersprungen: 23

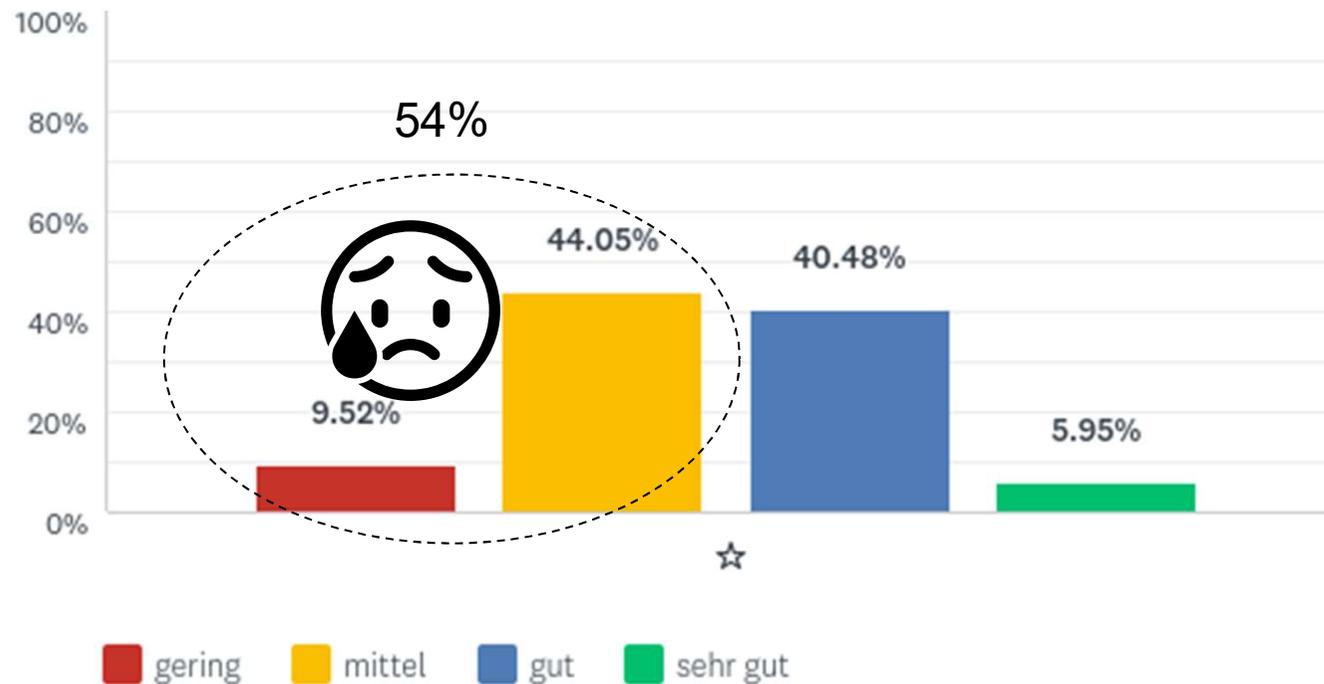




# Frage: Wie beurteilen Sie Ihr heutiges Entlohnungsmodell in Bezug auf: “Gerechtigkeit”

Beantwortet: 84

übersprungen: 23

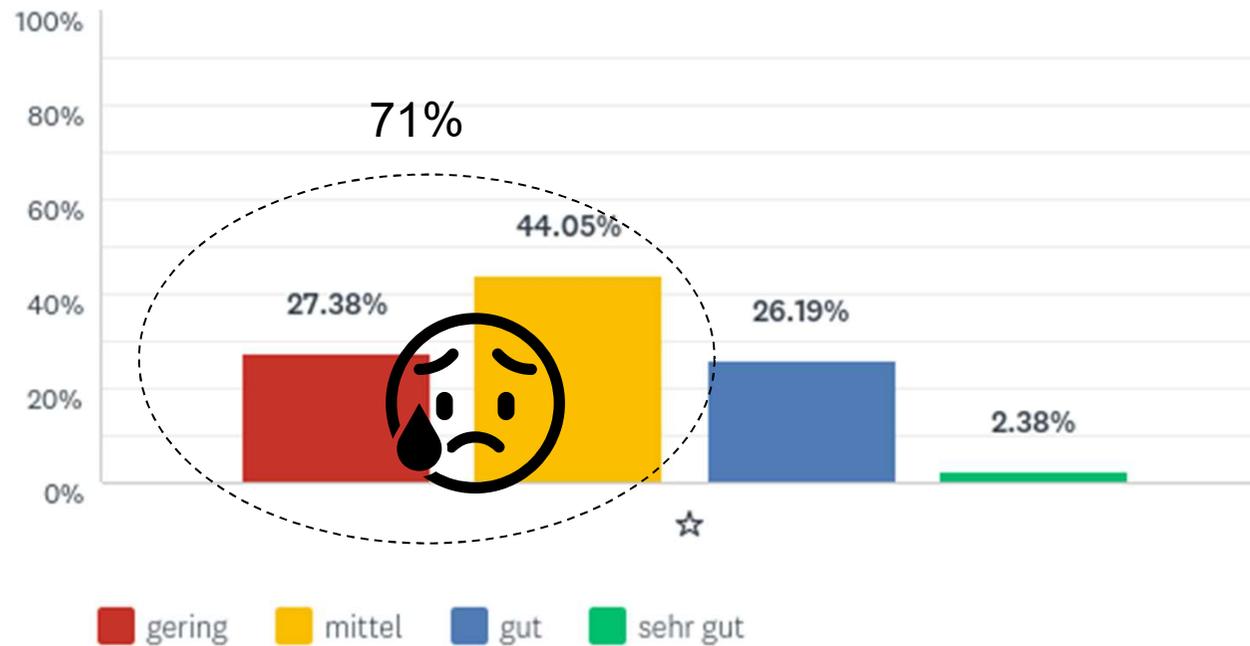




# Frage: Wie beurteilen Sie Ihr heutiges Entlohnungsmodell in Bezug auf: "Flexibilität"

Beantwortet: 84

übersprungen: 23

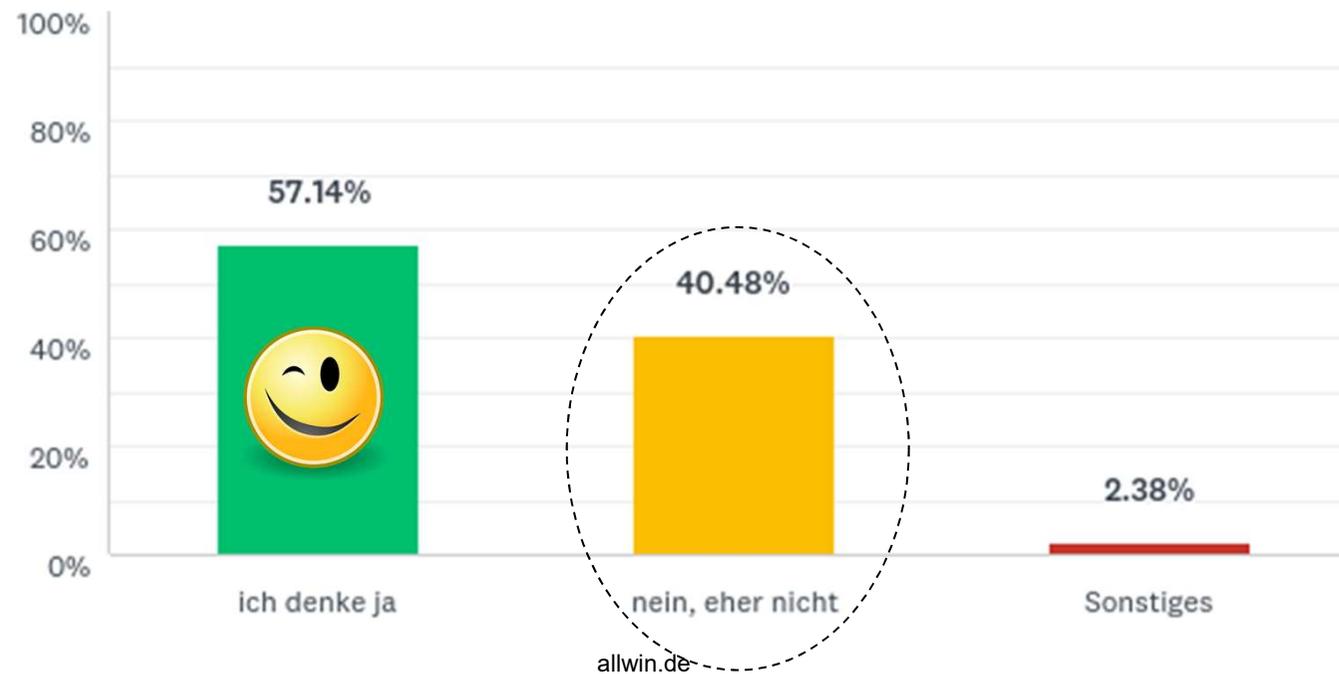




# Frage: Verstehen Ihre Mitarbeiter wie Gehalt entsteht bzw. ab wann es zu einem Mehrverdienst kommt?

Beantwortet: 84

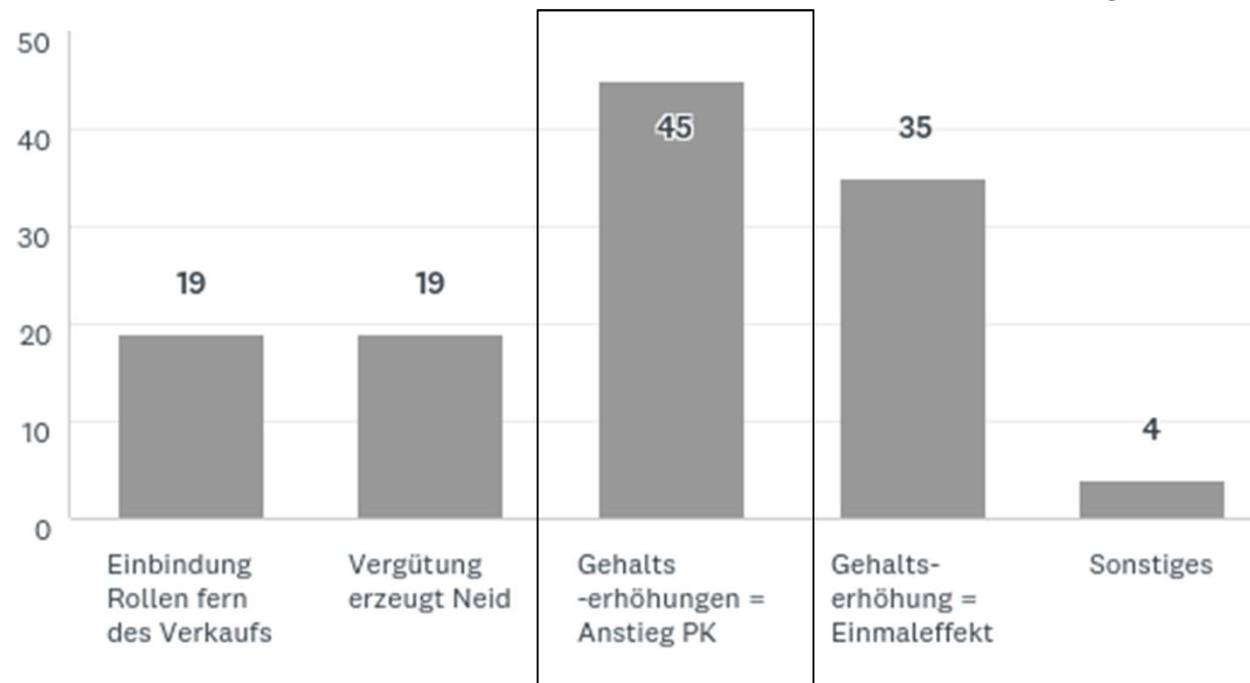
übersprungen: 23





## Frage: Ihre Herausforderungen in der Entlohnung (Mehrfachnennungen)

Nicht die Höhe Personalkosten (PK) ist relevant.  
Relevant ist das Verhältnis von PK zu Ertrag!



# Frage: Wenn Sie einen Punkt an Ihrem heutigen Modell ändern könnten, welcher wäre dies?

## Gerechtigkeit / Fairness

- Gerechte Bezahlung
- Fairness
- stärkere Beteiligung von Innendienst – Berücksichtigung des steigenden Sicherheitsbedürfnisses beim AD
- alle Mitarbeiter einbinden
- einheitliches System
- gerechte Entlohnung
- absolute Gerechtigkeit

## Variabilität / Flexibilität

- variablen Anteil erhöhen
- Leistungsfähigkeit muss besser differenziert werden
- geringes Fixum, höhere Provision
- mehr Variabilität ohne deutlich höhere Kosten
- regelmäßige Auszahlung aber mit geringem Aufwand
- rollierende Plananpassung
- Anpassung an Tarifverband

MA die und Mehr Flexibilität mit Mehr höhere  
Flexibilität für Transparenz

## Nachhaltigkeit

- Erfolgsmodell / mehr erfolgsorientiert
- gute MA belohnen und durchschnittlich auch höhere Gehälter
- Gehaltserhöhungen Einmaleffekt
- mehr zahlen zu können
- Lohn nach Rendite für die Firma
- Fokus auf Nachhaltigkeit einbauen

## Modell

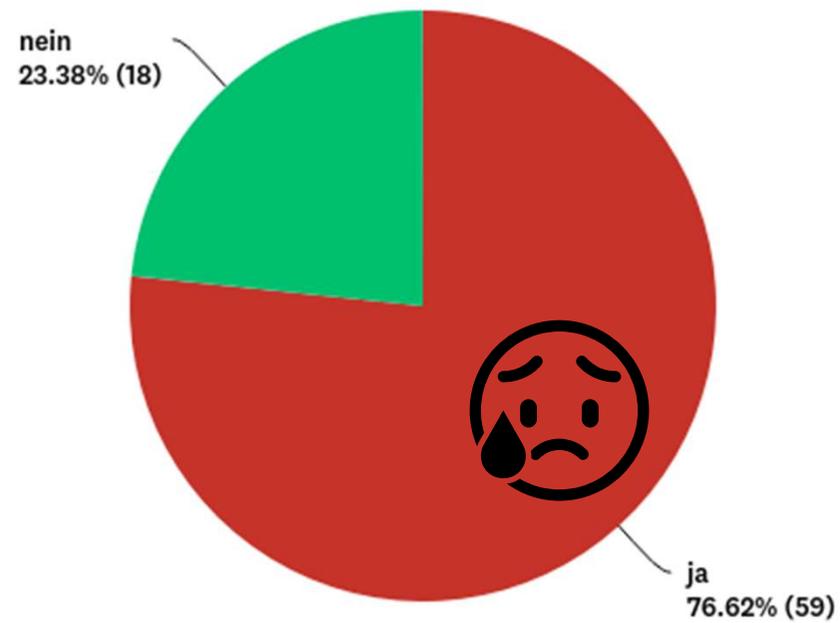
- erfolgsabhängig bezahlen wäre super, aber wie
- generell das gesamte Modell überdenken
- mehr Transparenz
- Ideen die Mitarbeiter für den Betrieb bringen gerne umsatzorientiert vergüten
- neben Umsatz / Ertragsbeteiligung auch sonstige Bewertungsgröße, die jedoch ohne großen Aufwand ermittelbar ist



# Frage: Wurden Mitarbeiter aufgrund einer höheren Gehaltsperspektive abgeworben?

Beantwortet: 77

übersprungen: 30





[www.allwin.de](http://www.allwin.de)

Wir coachen Unternehmer ihre Entlohnung in ein reizvolles Erfolgsmodell für alle zu transformieren, damit mit-Arbeiter zu mit-Unternehmern werden. Resultat: Mehr Rohertrag als je zuvor.

Stefan Wendl  
Geschäftsführender Gesellschafter  
allwin GmbH & Co. KG

+49-5136-9700-453  
S.Wendl@allwin.de