



- FÜR SKALIERBARE SALES-ORGANISATIONEN

Provisions- & *Incentive-Blueprint.*

Die bewährte Logik, mit der skalierbare Sales-Organisationen vergüten, ohne die Wirtschaftlichkeit zu verlieren — gebaut auf dem ACID-Framework.

- QUICK WIN

Incentives sind kein Bauchgefühl — sie sind *Organisationsdesign*.

Provisionen sind kein HR-Thema, sondern ein Steuerungsinstrument. Umsatzbeteiligung ist nicht der Fehler — fehlende Kontrolle ist es. Dieses Dokument zeigt die Logik, mit der skalierbare Sales-Organisationen vergütet, ohne die Wirtschaftlichkeit zu verlieren.

- WICHTIGER HINWEIS

Die Modelle und Prozentwerte sind ein *Orientierungsrahmen*, keine Pauschalempfehlung.

Jede Struktur muss an Marge, Kostenstruktur, Cash Conversion Cycle, Vertriebsweg, Dealgrößen und Zahlungsmodalitäten angepasst werden. Grundsatz: Für jedes Modell mit Umsatzverantwortung lässt sich eine tragfähige, saubere Provisionsstruktur bauen.

DER AUFBAU DIESES BLUEPRINTS

Vier Schritte zu einem System, das *steuerbar bleibt*.

A**Analyse**

Was ist heute
wirklich profitabel?

C**Constraints**

Welche
wirtschaftlichen
Leitplanken dürfen
nicht verletzt
werden?

I**Incentives**

Wie wird Leistung
sinnvoll vergütet?

D**Design**

Wie wird das System
stabil, skalierbar und
steuerbar?

• ROLLEN-BRÜCKE ZUM BUNDLE

Die funktionalen Rollen entsprechen der Karriereleiter aus Teil 1 & 2: *Lead Generation* = Associate/Assistant · *Qualifikation* = Manager · *Closing* = Area Manager · *KAM* = eigene Spur.

A · ANALYSE – DIE WIRTSCHAFTLICHE REALITÄT VERSTEHEN

A1 · Deckungsbeitrags-Analyse

Bekannt sein müssen: Ø Dealgröße ·
Deliverykosten in % · Deckungsbeitrag in % ·
Marketingkosten (Outbound vs. Paid).

A2 · Rollen-Analyse

Jede Rolle braucht einen klaren
Verantwortungsbereich und einen messbaren
Output. Grundsatz: eine Rolle = ein Output =
ein KPI-Set.

● FAUSTREGEL

Umsatzbasierte Provisionen sind nur sinnvoll, wenn der
Deckungsbeitrag klar *über 60 %* liegt.

A3 · KPI-BASIS PRO ROLLE

Lead Generation	qualifizierte Termine · Show-Up-Rate · Termin-to-Close-Quote
Qualifikation	Qualified-to-Close-Rate · Abschlussquote der übergebenen Deals
Closing	Abschlussquote · Ø Dealgröße · Deckungsbeitrag · Cash-Collect-Quote
Key Account Mgmt.	Ø Retainer · Ø & Median CLV · CLV Top-10 % · Churn-Rate

C1 · LTGP-ZU-CAC-REGEL

 $\geq 4 : 1$

Lifetime Gross Profit zu Customer Acquisition Cost. Für jeden Euro Kundengewinnung mindestens 4 Euro Rohertrag über die Kundenlebensdauer.

C2 · ALL-IN-KOSTEN-LOGIK

Pro Mitarbeiter: Fixgehalt × Faktor 1,5–1,8 (Sozialabgaben, Infrastruktur, Overhead). Der eingebrachte Umsatz muss die All-In-Kosten mindestens vierfach decken.

FIXGEHALT 3.000 €	× FAKTOR 1,5 All-In 4.500 €	× 4 = MINDESTUMSATZ 18.000 €/M
-----------------------------	---------------------------------------	--

- LEITPLANKE

Wirtschaftliche Constraints werden *vor* den Incentives definiert — nicht danach. Sie sind die Linien, die kein Modell überschreiten darf.

I

INCENTIVES – ROLLENBASIERTE PROVISIONSLOGIK

INCENTIVES

Jede Rolle profitiert nur an dem, was sie *wirklich steuert*.

Die Beteiligung steigt mit der Verantwortung — und ist immer an Qualität gekoppelt. Wer schlechte Deals produziert, verdient nicht an ihnen.



ANALYSE



CONSTRAINTS



INCENTIVES



DESIGN

ROLLENBASIERTE BETEILIGUNG – STEIGEND MIT DER VERANTWORTUNG

I1 · Lead Generation**2,5 %**

Fixum stabil. Konditional vom realisierten Umsatz — nur solange Termin-to-Close im Zielkorridor liegt und LTGP:CAC \geq 4:1 bleibt.

I2 · Qualifikation**5 %**

Vom Umsatz bei erfolgreichem Abschluss. Profitiert nur, wenn saubere, realistische Opportunities übergeben werden.

I3 · Closing**10 %**

Vom Umsatz. Kern-KPIs: Abschlussquote · \emptyset Dealgröße · Deckungsbeitrag. Cash-Collect wird beobachtet.

I4 · Key Account**2–5 %**




Fixum hoch/stabilisierend. Variabel auf Retainer-Steigerung, CLV-Wachstum, Churn-Reduktion. Keine Neugeschäftsverantwortung.

• AUSZAHLUNGSREGEL (PFLICHT)

Provisionen werden ausschließlich *bei Zahlungseingang* ausgezahlt — nie bei Vertragsunterschrift.

Effekt: hohe Cash-Collect-Quote wird automatisch incentiviert, Closer schließen zahlungsfähige Kunden, Low-Quality-Deals lohnen sich nicht. Wer Kunden abschließt, die nicht zahlen, verdient auch keine Provision.

JE NIEDRIGER DER DECKUNGSBEITRAG, DESTO VORSICHTIGER INCENTIVIEREN

Agentur / Beratung / Recruiting		DB 75-85 % · voll anwendbar
SaaS		DB 80-90 % · anpassbar
Solar / Wärmepumpen		DB 50-60 % · reduzieren

KEY ACCOUNT MANAGEMENT – ERGÄNZENDE LOGIK (HOCHMARGIG)

Wann sinnvoll

DB > 60 %, Deliverykosten < 25 %, klar zugeordnete Kundenstämme. Fix moderat 3.000–4.000 €.

Beteiligung

Greift erst ab betreutem Monatsumsatz $\geq 10 \times$ All-In-Kosten. 2–3 % sinnvoll · 4 % erhöht · 5 % Obergrenze — nur auf Bestandsumsatz.

• CASH-COLLECT-LOGIK

Ein kürzerer Cash Conversion Cycle bedeutet schnellere Reinvestition, geringeren Kapitalbedarf und *höhere Skalierbarkeit*.

D1 · DASHBOARD-PFLICHT

Ohne Dashboard keine Umsatz-Incentives. Ohne Transparenz drohen Fehlanreize, Kontrollverlust und unkalkulierbare Kosten.

Pflicht-KPIs

Umsatz pro Rolle · **Termin-to-Close-Quote** · Cash-Collect-Quote · **LTGP:CAC** · All-In-Kosten / Mitarbeiter

D2 · REVIEW-LOGIK

Quartalsweise prüfen

Sind die KPIs noch sinnvoll? Passt die Logik zum Geschäftsmodell?
Gibt es Fehlanreize?

Nur für die Zukunft

Keine rückwirkenden Anpassungen —
Vertrauen schlägt kurzfristige Korrektur.

Vorankündigung

Änderungen mindestens 4 Wochen vorher ankündigen.

• GOVERNANCE

Das Dashboard ist die Bedingung, nicht das Extra: *Transparenz macht Incentives überhaupt erst tragfähig.*

• DIE WICHTIGSTEN REGELN

Was funktioniert — und was *nicht*.

WAS FUNKTIONIERT	WAS NICHT FUNKTIONIERT
<input checked="" type="checkbox"/> Datenbasierte Incentives	<input type="checkbox"/> Provisionen nach Gefühl
<input checked="" type="checkbox"/> Klare Rollenlogik (eine Rolle = ein KPI-Set)	<input type="checkbox"/> Keine klaren KPIs
<input checked="" type="checkbox"/> Auszahlung bei Cash-In	<input type="checkbox"/> Zahlung bei Vertragsabschluss
<input checked="" type="checkbox"/> LTGP:CAC \geq 4:1 halten	<input type="checkbox"/> Keine Wirtschaftlichkeitskontrolle
<input checked="" type="checkbox"/> Quartalsweise Reviews	<input type="checkbox"/> Rückwirkende Anpassungen

DIE SECHS KERNREGELN

1 · Kenne deinen Deckungsbeitrag. 2 · Definiere klare Rollen mit klaren KPIs. 3 · Zahle Provisionen nur bei Zahlungseingang. 4 · Halte LTGP:CAC \geq 4:1 ein. 5 · Implementiere ein Dashboard. 6 · Reviewe quartalsweise.



• BERATUNGSTERMIN

Willst du dein Provisionsmodell *professionalisieren?*

Wenn du Fehlanreize eliminieren und ein sauberes, skalierbares
Incentive-System nach dem ACID-Framework bauen willst —
sichere dir deinen Beratungstermin.

→ get.saleshax.de/beratungstermin

David Ayrian

SalesHax Consulting GmbH
Neumühlen 19, 22763 Hamburg
info@saleshax.de · www.saleshax.de