

Gehälter von Angestellten
im Vertrieb deutscher Online-Vermarkter

Wer verdient was?

1.1

Executive Summary

Die vorliegende Studie untersucht die Gehälter von Angestellten im Tätigkeitsbereich Vertrieb deutscher Online-Vermarkter. Der Schwerpunkt liegt dabei auf den Top 20 Unternehmen nach Reichweite (Quelle: AGOF, 2009).

Führungskräfte
im Vertrieb

Mithilfe einer Online-Umfrage wurden im Herbst 2009 zielgerichtet 51 Personen dieser Gruppe zu ihren Gehältern und gehaltsrelevanten Faktoren befragt. Diese stark fokussierte Auswahl ermöglicht konkrete Aussagen mit praktischem Wert.

fokussierte Selektion

Wie die Ergebnisse zeigen, bewegen sich die Gesamtgehälter mit durchschnittlich ca. 126.000 EUR / Jahr generell auf sehr hohem Niveau (Maximalwert: 350.000 EUR, Minimalwert: 40.000 EUR) bei hoher Schwankungsbreite. Der variable Anteil liegt durchschnittlich bei ca. 30%. Dabei gilt: je höher das Gesamtgehalt, desto größer ist der Anteil variabler Gehaltskomponenten.

hohes Gehaltsniveau

Große Unterschiede existieren in der geschlechterspezifischen Gehaltshöhe – im Durchschnitt verdienen Männer der befragten Gruppe ca. 40.000 EUR mehr als Frauen. Je höher die Führungsverantwortung, desto größer ist die Differenz. Bei der Berufserfahrung zeigt sich ein ähnliches Bild: beispielsweise verdienen Männer, die seit 5-9 Jahren im Beruf stehen, ca. 58% mehr als Frauen.

geschlechterspezifische
Unterschiede

Die Studie bestätigt die Bedeutung von Umsatzverantwortung, Führungsebene und Berufserfahrung bei der Gehaltsbemessung. Die Dauer der Unternehmenszugehörigkeit und das Ausbildungsniveau spielen dagegen keine signifikante Rolle.

Faktoren der
Gehaltsbemessung

Dennoch verdienen auch Vertriebsangestellte, die keine Mitarbeiter führen, durchschnittlich ca. 73.000 EUR jährlich. Ein im Branchenvergleich überdurchschnittlicher Wert, der das hohe Gehaltsniveau bestätigt.

Ein Fazit kann somit lauten: Gute Online-Vertriebskräfte sind weiter rar – und haben ihren Preis.

Das Ziel der Studie

Gehaltsstudien haben oft den Nachteil, dass sie eine zu große Grundgesamtheit an unterschiedlichen Branchen, Positionen oder Arbeitsfeldern betrachten, um konkrete Aussagen mit praktischem Wert zu geben.

Im Gegensatz dazu ist das erklärte Ziel dieser und folgender Studien der Dwight Cribb Personalberatung GmbH, auf Basis einer fokussierten Branchen- und Tätigkeitsbeschreibung einen aktuellen und weitestgehend repräsentativen Gehaltsüberblick zu geben – in diesem Fall für Führungskräfte im Vertrieb von Online-Vermarktern.

Die erhobenen Daten können sowohl von Personalverantwortlichen und -beratern als Arbeitsmittel genutzt werden als auch Bewerber Orientierung für Gehaltsverhandlungen geben.

Methodik

Diese Studie bezieht sich auf die Top 20 Online-Vermarkter in Deutschland (Ranking nach Reichweite, siehe Tabelle 1).

Eine Berücksichtigung des wirtschaftlichen Erfolgs einzelner Vermarkter konnte aufgrund fehlender Umsatzdaten und der Anonymität der Teilnehmer nicht vorgenommen werden, wäre jedoch für die Erklärung von Gehaltsunterschieden wichtig.

Im Herbst 2009 wurden gezielt Mitarbeiter im Vertrieb dieser Unternehmen angesprochen und um Teilnahme zusammen mit ihren Teams gebeten. 51 Personen nahmen an der Online-Umfrage teil.

Diese Zahl ist aufgrund von nur zwanzig untersuchten Unternehmen ausreichend aussagekräftig. Durch die stark fokussierte Auswahl liefert die Studie konkrete Ergebnisse mit praktischem Wert.

Nachteil klassischer Gehaltsstudien

fokussierte Grundgesamtheit

Top 20 Vermarkter

51 Teilnehmer

Tabelle 1 Top 20 Deutsche Online-Vermarkter

Rang	Vermarkter	Reichweite Mio. Unique User
1.	InteractiveMedia CCSP	20,71
2.	United Internet Media	19,76
3.	SevenOne Media	19,23
4.	TOMORROW FOCUS	16,26
5.	AOL Media Netzwerk	15,59
6.	Ströer Interactive	14,35
7.	Microsoft Advertising	13,94
8.	IP Deutschland	13,60
9.	iq media marketing	13,51
10.	AdLINK Media Deutschland & HI Media	13,05
11.	Yahoo! Deutschland	12,86
12.	Axel Springer	12,43
13.	freeXmedia	12,29
14.	ad pepper media	11,77
15.	G+J Electronic Media Sales	11,31
16.	OMS	10,67
17.	QUALITY CHANNEL	9,74
18.	allesklar media	6,57
19.	Unister Media	6,36
20.	MySpace/Fox Interactive Media	5,03

Quelle: Arbeitsgemeinschaft Online-Forschung (AGOF), 2009
<http://www.agof.de/vermarkterranking.620.html>

cribb.

Wollen Sie mehr lesen?

Dann bestellen Sie diese Studie kostenfrei
als Vollversion auf unserer Website:

www.cribb.de/Publikationen

Gefallen gefunden?

Empfehlen Sie uns auf
Facebook!

*[www.facebook.com/Cribb.
Personalberatung](http://www.facebook.com/Cribb.Personalberatung)*

Dwight Cribb Personalberatung GmbH

Holstenwall 10
20355 Hamburg

Tel.: 040/ 349606-0
Fax: 040/ 349606-66

info@cribb.de
www.cribb.de