

Provisionsmodelle verstehen

„Bei uns bekommst du 100 Euro pro Auftrag.“

Das klingt zunächst eindeutig. Trotzdem weißt du damit noch nicht, was du tatsächlich verdienen kannst. Dafür musst du wissen, was als vergütungsfähiger Auftrag zählt, welche Voraussetzungen erfüllt sein müssen und wann das Geld ausgezahlt wird.

Gilt der Betrag bereits ab dem ersten Auftrag oder erst ab einer bestimmten Stückzahl? Werden eingereichte, angenommene oder vollständig ausgeführte Aufträge bezahlt? Was passiert bei einer Stornierung? Und welche Kosten trägst du selbst?

Wer diese Fragen nicht stellt, rechnet schnell mit Geld, das unter anderen Bedingungen ausgezahlt wird, als er angenommen hat.

Ein Provisionsmodell hast du erst verstanden, wenn du deine Abrechnung selbst nachrechnen kannst.

Fixum und Provision: Sicherheit und Leistungsvergütung

Das **Fixum** ist der feste Bestandteil deiner Vergütung. Bei einem Angestellten ist damit üblicherweise das vereinbarte Grundgehalt gemeint. Hinzu können Provisionen, Zielprämien oder andere variable Vergütungen kommen.

Auch selbstständige Handelsvertreter können ein Fixum erhalten. Im selbstständigen Provisionsvertrieb ist eine solche feste Grundvergütung allerdings eher die Ausnahme. Entscheidend ist, was tatsächlich vereinbart wurde: Handelt es sich um einen festen Vergütungsbestandteil, der zusätzlich zur Provision gezahlt wird, oder um einen Vorschuss, der später mit den verdienten Provisionen verrechnet wird? Beides kann zunächst wie ein regelmäßiges Grundeinkommen aussehen, hat aber unterschiedliche wirtschaftliche Folgen.

Ein echtes Fixum erleichtert die finanzielle Planung. Es bedeutet allerdings weder, dass damit automatisch alle

privaten Ausgaben gedeckt sind, noch, dass jemand deshalb weniger leistungsbereit arbeitet. Wie motiviert ein Verkäufer ist, hängt von mehr ab als seiner Gehaltsstruktur.

Die **Provision** ist eine erfolgsabhängige Vergütung. Sie kann als fester Betrag pro Auftrag oder als prozentualer Anteil an einer festgelegten Berechnungsgrundlage vereinbart werden.

Bei einem Modell aus Fixum und Provision entsteht das Einkommen aus beiden Bestandteilen. Bei einer reinen Provisionsvergütung hängt es wesentlich stärker von den vergüteten Ergebnissen ab. Ein schwacher Monat wirkt sich dann unmittelbar aus.

Gerade bei einer selbstständigen Tätigkeit solltest du außerdem unterscheiden: Eine Provisionszahlung ist noch kein frei verfügbares persönliches Einkommen. Davon müssen gegebenenfalls Betriebskosten, Versicherungen, Vorsorge und Steuern getragen werden. Das gilt ebenso für ein vereinbartes Fixum innerhalb einer selbstständigen Tätigkeit.

Angestellt oder selbstständig: Vergütung im Zusammenhang betrachten

Angestellte und selbstständige Vertriebspartner können ähnliche Produkte verkaufen und trotzdem unter sehr unterschiedlichen wirtschaftlichen Bedingungen arbeiten.

Im Angestelltenverhältnis übernimmt der Arbeitgeber üblicherweise einen erheblichen Teil der betrieblichen Kosten und Organisation. Welche Arbeitsmittel, Reisekosten oder zusätzlichen Leistungen übernommen werden, gehört deshalb in den Vergleich.

Ein selbstständiger Handelsvertreter organisiert seine Tätigkeit im Wesentlichen eigenständig und trägt unternehmerische Verantwortung. Das Handelsgesetzbuch stellt dabei auf die weitgehende Freiheit bei der Gestaltung der Tätigkeit und der Arbeitszeit ab. „Völlig frei“ wäre

dagegen zu pauschal: Auch selbstständige Handelsvertreter haben vertragliche Pflichten.

Eine höhere Provision kann diesen zusätzlichen Aufwand und das Risiko ausgleichen. Sie muss es aber nicht. Selbstständigkeit bedeutet nicht automatisch bessere Konditionen.

Vergleiche deshalb das gesamte Angebot: Vergütung, Kosten, Unterstützung, Arbeitsaufwand und wirtschaftliche Risiken. Eine einzelne Provisionszahl reicht dafür nicht aus.

Stückprovision: Ein fester Betrag pro Ergebnis

Bei einer **Stückprovision** erhältst du einen festgelegten Betrag für ein bestimmtes Ergebnis. Das können beispielsweise 100 Euro für einen vergütungsfähigen Energievertrag oder ein vereinbarter Betrag für eine verkaufte Anlage sein.

Dieses Modell lässt sich leicht rechnen:

40 vergütete Aufträge × 100 Euro = 4.000 Euro Provision.

Ein Hinweis zur Umsatzsteuer: Damit die Rechenbeispiele in diesem Abschnitt einfach und vergleichbar bleiben, rechnen wir mit Provisionsbeträgen ohne Umsatzsteuer. Bei selbstständigen Handelsvertretern, die die Kleinunternehmerregelung nicht anwenden und deren Vermittlungsleistung im Inland dem Regelsteuersatz unterliegt, kommen auf eine vereinbarte Nettoprovision derzeit 19 Prozent Umsatzsteuer hinzu. Dieser Steuersatz gilt zum Zeitpunkt der Erstellung des Textes im Oktober 2026.

Für unser Beispiel ergibt sich damit folgende Rechnung:

4.000 Euro × 1,19 = 4.760 Euro einschließlich Umsatzsteuer.

Ohne weitere Einbehalte oder Verrechnungen wären somit 4.760 Euro auszuzahlen. Davon entfallen 4.000 Euro auf die Provision und 760 Euro auf die Umsatzsteuer.

Die zusätzlichen 760 Euro sind kein zusätzlicher Verdienst. Die Umsatzsteuer wird gegenüber dem Finanzamt

abgerechnet; dabei können gegebenenfalls abziehbare Vorsteuerbeträge aus betrieblichen Ausgaben berücksichtigt werden. Für den Vergleich deiner Verdienstmöglichkeiten bleibt deshalb die Provision ohne Umsatzsteuer maßgeblich. „Netto“ bedeutet hier ausdrücklich **ohne Umsatzsteuer**, nicht nach Abzug deiner persönlichen Steuern und Kosten.

Der Aufschlag gilt allerdings nicht pauschal für jede Provision. Bei Anwendung der Kleinunternehmerregelung oder bei steuerfreien Vermittlungsleistungen, beispielsweise bestimmten Tätigkeiten in der Versicherungsvermittlung, wird keine Umsatzsteuer hinzugerechnet. Prüfe außerdem, ob eine angebotene Vergütung ausdrücklich zuzüglich oder bereits einschließlich Umsatzsteuer angegeben ist.

Zur Stückprovision gehört außerdem eine genaue Definition des vergüteten Ergebnisses. Eine Unterschrift, ein vom Anbieter angenommener Auftrag und eine erfolgreich ausgeführte Leistung sind unterschiedliche Stationen.

Auch bei der Leadgewinnung muss klar sein, was bezahlt wird. Reicht ein vollständig erfasster Interessent? Muss ein Termin stattfinden? Oder erhältst du die Vergütung erst, wenn aus dem Kontakt ein Verkauf entsteht?

„Pro Auftrag“ ist ohne eine genaue Definition keine ausreichende Grundlage für deine Planung.

Umsatzprovision: Ein Anteil am Verkaufswert

Bei einer **Umsatzprovision** erhältst du einen festgelegten Prozentsatz des maßgeblichen Umsatzes.

Sind beispielsweise fünf Prozent auf einen provisionsfähigen Umsatz von 10.000 Euro vereinbart, ergibt das 500 Euro Provision.

Die entscheidende Frage lautet: Welcher Umsatz wird zugrunde gelegt?

Wird mit oder ohne Umsatzsteuer gerechnet? Welche Auswirkungen haben Rabatte, Gutschriften oder Teilstornierungen? Zählen Versandkosten oder zusätzliche

Dienstleistungen mit? Und wird bei einem laufenden Vertrag der Monatsumsatz, der Jahresumsatz oder ein anderer Vertragswert angesetzt?

Der Prozentsatz lässt sich erst beurteilen, wenn die Berechnungsgrundlage feststeht.

Deckungsbeitragsprovision: Der wirtschaftliche Beitrag zählt

Bei einer **Deckungsbeitragsprovision** richtet sich deine Vergütung nach dem Deckungsbeitrag des Geschäfts.

Vereinfacht ist das der Betrag, der vom Umsatz nach Abzug bestimmter zugeordneter Kosten übrig bleibt. Er ist nicht mit dem endgültigen Unternehmensgewinn gleichzusetzen.

Ein vereinfachtes Beispiel: Ein Auftrag bringt 10.000 Euro Umsatz. Nach Abzug der für diese Berechnung angesetzten Kosten bleiben 3.000 Euro Deckungsbeitrag. Bei zehn Prozent Beteiligung daran erhältst du 300 Euro Provision.

Dieses Modell kann dazu führen, dass Rabatte deine Vergütung stärker beeinflussen. Wenn du den Verkaufspreis senkst, die Kosten aber gleich bleiben, verringert sich der Deckungsbeitrag.

Deshalb brauchst du eine nachvollziehbare Kostenberechnung. Wenn dir niemand erklären kann, welche Kosten abgezogen werden, kannst du auch deine Provision nicht verlässlich einschätzen.

Staffelprovisionen: Kleine Unterschiede mit großer Wirkung

Eine **Staffelprovision** verändert die Vergütung, sobald bestimmte Schwellen erreicht werden. Solche Schwellen können sich auf Stückzahlen, Umsatz, Deckungsbeitrag oder andere vereinbarte Ergebnisse beziehen.

Dabei gibt es zwei grundsätzlich unterschiedliche Varianten.

Bei einer **abschnittsweisen Staffel** gilt die höhere

Vergütung nur für die Aufträge oberhalb der jeweiligen Schwelle. Bei einer **rückwirkenden Staffel** wird nach Erreichen der Schwelle auch ein zuvor erzielter Teil des Ergebnisses höher vergütet.

Ein fiktives Beispiel zeigt den Unterschied. Vereinbart sind zunächst 80 Euro pro Auftrag und ab dem 101. Auftrag 100 Euro. Du erreichst im Monat 120 vergütungsfähige Aufträge.

Berechnungsmodell	Rechnung	Provision
Höherer Satz nur ab dem 101. Auftrag	$100 \times 80 \text{ €} + 20 \times 10.000$ 100 €	€
Höherer Satz rückwirkend für alle 120 Aufträge	$120 \times 100 \text{ €}$	12.000 €

Derselbe erreichte Auftragsbestand führt hier zu einem Unterschied von 2.000 Euro.

Zusätzlich muss feststehen, welcher Zeitraum zählt und welches Datum maßgeblich ist. Geht es um einen Kalendermonat oder ein Quartal? Zählt die Unterschrift, die Annahme oder die Ausführung? Können spätere Stornierungen dazu führen, dass eine bereits erreichte Staffel neu berechnet wird?

Eine hohe Spitzenprovision ist wenig aussagekräftig, wenn du nicht weißt, wie du sie erreichst und unter welchen Bedingungen sie erhalten bleibt.

Boni und Incentives: Zusätzliche Vergütung mit Bedingungen

Ein **Bonus** ist eine zusätzliche Zahlung für ein vereinbartes Ergebnis. Das kann beispielsweise eine Prämie für zehn Neukunden im Quartal oder für eine bestimmte Teamleistung sein.

Der Begriff **Incentive** bezeichnet allgemeiner einen zusätzlichen Anreiz. Dazu gehören Geldprämien ebenso wie Sachpreise, Gutscheine, Reisen oder andere

Vergünstigungen.

Prüfe auch hier die Voraussetzungen. Wird nur die Verkaufsmenge bewertet oder ebenfalls die Qualität? Müssen die Aufträge zu einem bestimmten Zeitpunkt noch bestehen? Gibt es mehrere Gewinner oder nur einen? Und wann wird die Prämie tatsächlich gewährt?

Eine Reise oder ein Wettbewerb kann motivieren. Deine laufenden Ausgaben solltest du jedoch auf Grundlage einer realistischen regulären Vergütung planen.

Bestands- und Folgeprovisionen

Nicht jede Provision wird einmalig gezahlt. Manche Modelle sehen eine laufende Beteiligung an bestehenden Kundenbeziehungen oder eine Vergütung für Folgegeschäfte vor.

Das kann wirtschaftlich interessant sein, weil aus früherer Akquise weitere Einnahmen entstehen können. Allerdings muss geklärt sein, welche Leistungen dafür erwartet werden und wie lange die Beteiligung gilt.

Erhältst du Geld für die laufende Betreuung? Für Vertragsverlängerungen? Für zusätzliche Verkäufe? Was passiert, wenn ein anderer Mitarbeiter den Kunden übernimmt oder deine Zusammenarbeit endet?

Eine **Gebietsprovision** ist davon zu unterscheiden. Sie knüpft an Geschäfte in einem zugewiesenen Gebiet oder Kundenkreis an. Sie ist nicht automatisch eine Beteiligung an der Leistung eines von dir aufgebauten Teams. Für Handelsvertreter enthält das HGB hierzu eigene Regelungen.

Overhead: Mitverdienen an der Leistung anderer

Im Struktur- und Agenturvertrieb wird häufig von **Overhead** gesprochen. Gemeint ist damit eine zusätzliche Vergütung für Aufträge oder Umsätze von Vertriebspartnern, die du beispielsweise geworben hast, betreust oder innerhalb einer vereinbarten Struktur verantwortest.

Diese Beteiligung kann sich über mehrere Ebenen erstrecken. Du gewinnst einen Vertriebspartner, der wiederum weitere Vertriebspartner gewinnt. Wenn der Vergütungsplan es vorsieht, kannst du auch an deren Verkaufsleistungen beteiligt werden. Solche mehrstufigen Vergütungsmodelle finden sich insbesondere im **Multi-Level-Marketing**, kurz **MLM**, auch als Network-Marketing bezeichnet.

Die dir innerhalb dieser Struktur nachgeordneten Vertriebspartner werden als **Downline** bezeichnet. Dazu können sowohl die von dir direkt geworbenen Personen als auch weitere, über sie hinzugekommene Vertriebspartner gehören.

Die Vergütung kann ein fester Betrag pro Auftrag sein oder prozentual berechnet werden. Dabei können auf den einzelnen Ebenen unterschiedliche Beträge oder Prozentsätze gelten.

Bekommst du beispielsweise zehn Euro für jeden vergütungsfähigen Auftrag eines direkt zugeordneten Vertriebspartners und dieser erreicht 100 solcher Aufträge, entstehen für dich 1.000 Euro Overhead. Bei fünf direkt zugeordneten Vertriebspartnern mit jeweils 100 Aufträgen wären es 5.000 Euro.

Nun wirbt einer dieser Vertriebspartner eine weitere Person. Für deren Aufträge sieht der Vergütungsplan in unserem fiktiven Beispiel eine Beteiligung von drei Euro für dich vor. Erreicht diese Person ebenfalls 100 vergütungsfähige Aufträge, kommen für dich weitere 300 Euro hinzu.

Du hast diese Person nicht selbst geworben. Trotzdem erhältst du eine Beteiligung an ihren Ergebnissen, weil sie über deinen Vertriebspartner einer weiteren Ebene deiner Downline zugeordnet ist.

Wie viele Ebenen vergütet werden und welche

Beteiligung dir jeweils zusteht, bestimmt der konkrete Vergütungsplan. Eine unbegrenzte Beteiligung ergibt sich daraus nicht automatisch.

Prüfe deshalb, ob die Vergütung auf bestimmte Ebenen begrenzt ist und welche Voraussetzungen du selbst erfüllen musst. Ist beispielsweise eine bestimmte Position innerhalb der Struktur erforderlich? Musst du eigene Mindestumsätze erreichen? Und was passiert mit deiner Beteiligung, wenn ein Vertriebspartner die Struktur wechselt oder die Zusammenarbeit beendet?

Auch bei einer prozentualen Beteiligung musst du genau hinsehen. Bezieht sich der Prozentsatz auf den Umsatz, auf die Provision des Vertriebspartners oder auf eine andere Berechnungsgröße?

Die Rechnung auf dem Papier kann attraktiv aussehen. Sie setzt jedoch voraus, dass die zugeordneten Vertriebspartner tatsächlich aktiv sind, vergütungsfähige Ergebnisse erzielen und die Bedingungen des Modells erfüllt bleiben. Ebenso muss geklärt sein, wie sich Stornierungen auf die Beteiligungen der verschiedenen Ebenen auswirken.

Overhead ist außerdem nicht automatisch gleich Gewinn. Wenn du dafür Recruiting, Einarbeitung, Organisation und laufende Unterstützung übernimmst, kostet dich das Zeit und möglicherweise eigenes Geld.

Die laufende Beteiligung an Verkaufsleistungen ist dabei von einer einmaligen Prämie für die Gewinnung einer neuen Person zu unterscheiden. Dafür wird im Vertriebsalltag häufig ein anderer Begriff verwendet: „Kopfgeld“.

Wer an einer Struktur mitverdient, sollte genau wissen, welche Leistung und Verantwortung er dafür übernimmt.

„Kopfgeld“: Die Prämie für einen neuen Vertriebspartner

Mit „Kopfgeld“ ist im Vertriebsalltag meist eine Recruiting- oder Empfehlungsprämie gemeint. Du bekommst

einen vereinbarten Betrag dafür, dass durch deine Empfehlung ein neuer Mitarbeiter oder Vertriebspartner gewonnen wird.

Anders als beim laufenden Overhead handelt es sich häufig um eine einmalige oder in mehreren Teilen ausgezahlte Prämie.

Die Auszahlung kann an unterschiedliche Voraussetzungen gebunden sein. Beispielsweise muss die geworbene Person ihre Tätigkeit tatsächlich aufnehmen, eine bestimmte Zeit bleiben oder eine festgelegte Anzahl vergütungsfähiger Aufträge erreichen.

Ein fiktives Modell könnte vorsehen: Ein erster Teil wird nach dem Einstieg ausgezahlt, der zweite nach drei Monaten aktiver Zusammenarbeit. Ein anderes Modell zahlt erst, wenn ein bestimmter Umsatz erreicht wurde.

Deshalb solltest du vorher klären, was „aktiv“ bedeutet, wie die Empfehlung dokumentiert wird und was passiert, wenn die Person frühzeitig wieder ausscheidet. Ebenso wichtig ist die Frage, ob bereits ausgezahlte Beträge unter bestimmten Bedingungen zurückgefordert werden können.

Eine Recruiting-Prämie kann die Vermittlung eines passenden Partners vergüten. Sie sollte dich aber nicht dazu verleiten, jemandem eine Tätigkeit schönzureden, die nicht zu ihm passt. Der neue Vertriebspartner muss mit den Bedingungen arbeiten können, auch nachdem du deine Prämie erhalten hast.

Warum manche Produkte mehr Provision bringen

Provisionen dienen Unternehmen auch dazu, ihre Vertriebsaktivitäten zu steuern.

Ein Produkt kann höher vergütet werden, weil es wirtschaftlich besonders attraktiv ist, mehr Beratungsaufwand verursacht oder gezielt im Markt ausgebaut werden soll. Auch der Wettbewerb um gute Vertriebspartner kann die Konditionen beeinflussen.

Eine zusätzliche Vergütung für selbst gewonnene Kunden kann beispielsweise berücksichtigen, dass du die Akquise selbst übernommen hast und dem Unternehmen kein eingekaufter Lead bereitgestellt werden musste.

Daraus lässt sich jedoch keine allgemeine Rangfolge ableiten. Neukunden sind nicht immer aufwendiger als Bestandskunden. Und ein höheres Risiko führt nicht automatisch zu einer höheren oder niedrigeren Provision.

Für deine Beratung bleibt entscheidend, welches Angebot zum Kunden passt. Die Provision erklärt, warum ein Unternehmen bestimmte Verkäufe fördern möchte. Sie ersetzt keine Bedarfsermittlung.

Vorschuss und Akonto: Bereits ausgezahlt ist nicht immer endgültig verdient

Ein **Provisionsvorschuss**, auch als Akontozahlung bezeichnet, ist eine vorläufige Zahlung auf erwartete oder später abzurechnende Provisionen.

Das kann den Einstieg erleichtern. Es kann aber auch dazu führen, dass spätere Abrechnungen mit bereits erhaltenen Beträgen verrechnet werden.

Entscheidend ist, ob eine Zahlung ein garantiertes Fixum, eine nicht rückzahlbare Unterstützung oder ein verrechenbarer Vorschuss ist. Diese Begriffe dürfen nicht durcheinandergeraten.

Das bloße Verfehlen eines Verkaufsziels bedeutet nicht automatisch, dass jede vorherige Zahlung zurückgezahlt werden muss. Maßgeblich sind die Art der Zahlung, die wirksamen Vereinbarungen und die geltenden gesetzlichen Regeln.

Prüfe deshalb vorab, wie der Vorschuss abgerechnet wird und was bei einer Unterdeckung oder beim Ende der Zusammenarbeit passiert.

Stornohaftung und Stornoreserve

Bei bestimmten Modellen können bereits abgerechnete

oder ausgezahlte Provisionen durch spätere Entwicklungen betroffen sein. Dafür wird häufig der Begriff **Stornohaftung** verwendet.

Eine **Stornoreserve** ist dagegen ein zunächst einbehaltener Teil der Vergütung, der als Sicherheit für mögliche Rückbelastungen dienen soll.

Wichtig ist die Unterscheidung: Eine Reserve ist nicht automatisch ein gesondertes, geschütztes Sperrkonto. Sie garantiert auch nicht, dass mögliche Rückforderungen auf den einbehaltenen Betrag begrenzt sind.

Du solltest wissen, wie hoch der Einbehalt ist, wie er ausgewiesen wird und unter welchen Voraussetzungen er wieder ausgezahlt wird.

Außerdem ist nicht jede mit „Storno“ bezeichnete Rückbelastung automatisch berechtigt. Für Handelsvertreter regelt § 87a HGB unter anderem, wann Provisionsansprüche entstehen oder entfallen. Führt der Unternehmer ein Geschäft aus Gründen nicht aus, die er selbst zu vertreten hat, kann der Anspruch bestehen bleiben. Die konkrete Ursache ist deshalb entscheidend.

Entstehung, Abrechnung und Auszahlung unterscheiden

Für deine Planung sind drei Fragen wichtig:

Wann entsteht der Anspruch? Wann wird darüber abgerechnet? Wann ist die Zahlung fällig?

Diese Zeitpunkte müssen nicht identisch sein. Ein heute vermittelter Auftrag kann erst später ausgeführt und abgerechnet werden. Gleichzeitig lassen sich gesetzliche Ansprüche nicht beliebig durch einen internen Abrechnungsablauf verschieben.

Bei Handelsvertretern sieht das HGB grundsätzlich eine monatliche Abrechnung vor; der Abrechnungszeitraum kann auf höchstens drei Monate erweitert werden. Außerdem bestehen Rechte auf Informationen und einen Buchauszug, mit denen sich die Abrechnung überprüfen lässt.

Für deinen Alltag bedeutet das: Halte deine eigenen Aufträge nachvollziehbar fest. Vergleiche sie mit den Abrechnungen. Prüfe fehlende Positionen, Staffellungen, Reserven und Rückbelastungen.

Eine Auszahlung ist kein Ersatz für eine verständliche Abrechnung.

Das Gesamtmodell entscheidet

Ein Angebot mit 150 Euro Provision kann wirtschaftlich schlechter sein als eines mit 100 Euro, wenn deutlich weniger Aufträge vergütet werden, die Bearbeitung aufwendiger ist oder hohe zusätzliche Kosten entstehen.

Vergleiche deshalb möglichst ähnliche Projekte anhand deiner tatsächlich zu erwartenden Ergebnisse. Berücksichtige auch Fahrtzeiten, Leadkosten, Vorbereitung, Betreuung und die Zeit bis zum Zahlungseingang.

Prüfe außerdem, ob es eine **Provisionsdeckelung**, also eine Obergrenze, gibt. Ebenso wichtig sind die Regeln für Änderungen der Konditionen und für offene Vorgänge nach dem Ende der Zusammenarbeit.

Die entscheidende Frage lautet:

Was bleibt unter realistischen Bedingungen für meine Arbeit übrig – und wann steht mir dieses Geld zur Verfügung?

Kurze Prüfliste für dein Provisionsmodell

Bevor du dich festlegst, solltest du diese Fragen beantworten können:

- ☐ Für welches konkrete Ergebnis werde ich bezahlt?
- ☐ Wie wird die Provision berechnet?
- ☐ Ist die Vergütung zuzüglich oder einschließlich einer gegebenenfalls anfallenden Umsatzsteuer angegeben?
- ☐ Welche Kosten muss ich selbst tragen?
- ☐ Welche Schwellen und Zeiträume gelten für eine Staffel?

- ☐ Gilt eine höhere Staffel rückwirkend oder nur für weitere Aufträge?
- ☐ Wann entstehen Anspruch, Abrechnung und Auszahlung?
- ☐ Ist ein angebotenes Fixum eine zusätzliche feste Vergütung oder ein verrechenbarer Vorschuss?
- ☐ Welche Rückbelastungen und Reserven sind vorgesehen?
- ☐ Unter welchen Bedingungen bekomme ich Overhead oder Recruiting-Prämien?
- ☐ Über wie viele Ebenen meiner Downline werde ich beteiligt, und welche Voraussetzungen gelten dafür?
- ☐ Gibt es eine Deckelung oder weitere Voraussetzungen?
- ☐ Was passiert mit offenen Provisionen und Reserven nach dem Vertragsende?
- ☐ Kann ich jede Position meiner Abrechnung nachvollziehen?

Du musst nicht jede vertragliche Einzelheit allein beurteilen können. Aber du solltest erkennen, welche Fragen noch offen sind, bevor du mit der Arbeit beginnst.

Rechne mit den Bedingungen, die tatsächlich gelten. Von einer attraktiven Zahl in einer Stellenanzeige allein kannst du nicht leben.