

Links und Literatur zu Vertriebs- und Marketingkennzahlen

von

Diplom-Kaufmann Udo Pickhardt

Diplom-Kauffrau Carola Günther-Pickhardt

www.pickhardt-management-services.de

Stand Januar 2010

Vorwort

Impulse für den Mittelstand. Das Mögliche kennen, das Machbare umsetzen.

Management aktiv begleiten mit Methoden zur Bewältigung des Managementalltages aus einer Vielzahl an frei zugänglichen Internetportalen und/oder handverlesenen kostenpflichtigen Internetportalen mit Artikeln, Checklisten, Arbeitshilfen, Ratgeber, Problemlösungen, Orientierungshilfen für Führungskräfte ist unser Ziel.

Mit Management-wissen präsentieren wir ein modernes Medium zur Schließung möglicher Wissenslücken, zur Auffrischung Ihrer Kenntnisse und zur Weiterbildung. Insofern ist Managementwissen das ideale Angebot für Sie. Es richtet sich an alle, die sich eine sofortige, jederzeit verfügbare Zugriffsmöglichkeit im Büro, zu Hause und auf Dienstreisen zu einem Nachschlagewerk wünschen.

Ideen und Anregungen aus dem Know-how-Katalog für das Management:

- Arbeitshilfen für das Tagesgeschäft. Checklisten, Musterdokumente etc.
- Ideen zur Steigerung des Geschäftserfolges. Ihre Informationsquellen zur Schaffung von Transparenz hinsichtlich Erfolg, Potentiale und Risiken. Das Blickfeld erweitern.
- Ihr Zugang zu den Methoden erfolgreicher Controller. Wissen über die Instrumente zur Analyse, Planung und Kontrolle, Strategie und Organisation. Erweitern Sie ihr Wissen.
- Neue und bewährte Methoden der modernen Unternehmensführung. Erweitern Sie ihr Wissen durch Zugriffe auf Lexika, Glossars etc. im Internet. Laufend über aktuelle Trends und Wissen informieren.
- Ihr Nachschlagewerk für unterwegs zum Lernen und Informieren.
- Aktuelle News zur Wirtschaft, zu Finanzen und Politik. Alle aktuellen Nachrichten mit einem Klick.

Viel Erfolg wünscht Ihnen

Udo Pickhardt

Einleitung

Unser Lexikon bestehend aus einer Linksammlung dient dem schnellen auffinden von Informationen. Über die Suche oder die beigefügte Navigation finden Sie die gewünschten Informationen zielgenau.

Hinweis:

Sollten Sie im Adobe Reader Probleme mit der grafischen Darstellung der Tabelle haben, empfehlen wir Ihnen unter Bearbeiten – Voreinstellungen – Seitenanzeige den Haken bei „Dünne Linien deutlich darstellen“ zu entfernen.

Interessante Links und Literatur zu diesem Bereich. Nutzen Sie das Wissen im WWW als Ihren direkten Zugang zu Informationen über ausgewählte Links. Internetseiten mit dem Schwerpunkt Vertriebs- und Marketingkennzahlen. Eine Liste mit mehr als 150 Vertriebs- und Marketingkennzahlen.

Links zu Vertriebskennzahlen:

TITEL / INHALT	BEREICH	HYPERLINK	INFORMATION	BEWERTUNG
Checkliste: Außendienstcontrolling	Vertrieb	holger-six	Aufzählung von quantitativen und qualitativen Kriterien ohne Erläuterungen	☺
Vertriebskennzahlen ;PDF zum Download	Vertrieb	BITKOM ; PDF	Informative, praxistaugliche Beschreibung der Kennzahlenanwendung; 180 Kennzahlen; Sehr empfehlenswert	☺ ☺ ☺
Kennzahlen zum Vertrieb	Vertrieb	Kennzahlen	Sehr gute Darstellung mit Beispielen	☺ ☺ ☺
Kennzahlenübersicht zu vielen Unternehmensbereichen	Allgemein	Kennzahlen, Martin Grothe	Informative, praxistaugliche Beschreibung der Kennzahlenanwendung	☺ ☺ ☺
Kennzahlen-Marketing	Vertrieb	kennzahlen/marketing	Gute und umfangreiche Darstellung	☺ ☺ ☺
Kennzahlen Marketing/Vertrieb	Vertrieb	urs-beratung_nmarketingvertrieb	Vertriebskennzahlen – Eine Auswahl	☺ ☺
Kennzahlen-Marketing	Vertrieb	Marketingkennzahlen	Vertriebskennzahlen – Eine Auswahl	☺ ☺
Vertriebskennzahlen	Vertrieb	Erfolgreich im Geschäft	Kennzahlen in der Schnellsuche angeben	☺ ☺
Vertriebscontrolling und -Kennzahlen	Vertrieb	marketing	Gute und umfangreiche Darstellung Seite 17 der pdf	☺ ☺ ☺

TITEL / INHALT	BEREICH	HYPERLINK	INFORMATION	BEWERTUNG
Vertriebscontrolling und -Kennzahlen	Vertrieb	Diese Kennzahlen bringen Ihren Vertrieb auf Erfolgskurs	Vertriebskennzahlen – Eine Auswahl	😊😊
Vertriebscontrolling und -Kennzahlen	Vertrieb	Vertriebscontrolling.pdf	Vertriebskennzahlen – Eine Auswahl Seite 8	😊😊
Kennzahlen zum Vertrieb	Vertrieb	fortee	Gute und umfangreiche Darstellung	😊😊😊
Kennzahlen und Controlling-Tools im Online-Marketing	Vertrieb	Effiziente Steuerung- ECIN	Vertriebskennzahlen – Eine Auswahl	😊😊

Links zu Marketingkennzahlen:

Kennzahl	Formel	Quelle /Homepage
ABC-Analyse	Anordnung und Klassifizierung nach ihrer Bedeutung	4managers.de Kundenbeziehungen
(Relative) Absatzänderung	$\frac{\text{Absatz}(\text{neu}) - \text{Absatz}(\text{alt})}{\text{Absatz}(\text{alt})} \times 100$ oder $\frac{\text{Absolute Änderung des Absatzvolumens}}{\text{Absolutes Absatzvolumen vor Änderung}}$	100 Marketing- und Vertriebskennzahlen
Abschlag vom Verkaufspreis	$\frac{\text{Verkaufspreis} - \text{Einkaufspreis}}{\text{Verkaufspreis}} \times 100$	Marketing
Absoluter Marktanteil (in Prozent)	$\frac{\text{Unternehmensumsatz}}{\text{Marktvolumen oder Branchenvolumen oder Segment}} \times 100$	Handbuch der kennzahlen; Kennzahl: absoluter Marktanteil
Absatzquote		
Abwanderungsquote	$\frac{\text{Beendete Kundenbeziehungen}}{\text{Mittlere Kundenbeziehungen pro Periode}} \times 100$	100 Marketing- und Vertriebskennzahlen Abwanderungsquote – Wikipedia

Akquisitionskosten je Neukunde	$\frac{\text{Akquisitionskosten Gesamt}}{\text{Gesamtzahl der Neukunden}}$	Kundenbeziehungen Akquisitionskosten+je+Neukunde
Angebotserfolgsquote (in Prozent) ; Responsequote Abschlussquote	$\frac{\text{Zahl der erteilten Aufträge} \times 100}{\text{Zahl der abgegebenen Angebote}}$	Handbuch der kennzahlen; FiliuS;Angebotserfolgsquoten
Angebotsquote mit „Neukundenkontakten“	$\frac{\text{Anzahl der Angebote an Neukontakte}}{\text{Anzahl aller Angebote}}$	Autor
Angebotsstruktur Anfragen; Anzeigen AD-Besuchen etc.; Werbebriefen, Internet etc.	$\frac{\text{Angebotsabgabe aufgrund von}}{\text{Gesamtzahl der abgegebenen Angebote}} \times 100$	Kennzahlen
Anzahl, Volumen der Angebote	Anzahl, Volumen der Angebote in einem Betrachtungszeitraum im Vergleich zur Vorperiode	Autor
Anzahl der Kundenbesuche/Verkäufer/Tag	Absolute Zahlen , Vergleich zur Vorperiode/Region/je Verkäufer etc.: erwirkte Aufträge je 1000 Besuchen ; Umsatz je Besuch	Marketingkennzahlen
Anzahl des verteilten Prospekte oder angeforderter Prospekte	Anzahl des verteilten oder angeforderten Prospekte in einem Betrachtungszeitraum im Vergleich zur Vorperiode	Autor

Artikelbestand	$ \begin{aligned} & \text{Anfangsbestand des Artikels} \\ & - \text{Verkauf des Artikels/Periode} \\ & + \text{Einkauf des Artikels/Periode} \\ & - \text{Inventurdifferenzen} \\ \hline & = \text{Lagerbestand des Artikels} \end{aligned} $	100 Marketing- und Vertriebskennzahlen
Aufschlag auf Einkaufspreis Aufschlagssatz (Kalkulations- oder Rohaufschlag) (in Prozent)	$ \frac{\text{Rohgewinn/Warengruppe} \times 100}{\text{Wareneinsatz/Warengruppe}} \quad \text{oder} \quad \frac{\text{Verkaufspreis} - \text{Einkaufspreis}}{\text{Einkaufspreis}} $	Handbuch der kennzahlen
Auftragsbestand	$ \begin{aligned} & \text{Alter Auftragsbestand (Monatsanfang)} \\ & - \text{Umsatz} \\ & - \text{Auftragsannulierungen} \\ \hline & = \text{Neuer Auftragsbestnad am Monatsende} \end{aligned} $	Kennzahlen
Auftragsbestandsentwicklung	$ \frac{\text{Auftragsbestand zum Zeitpunkt t} \times 100}{\text{Auftragsbestand zum Zeitpunkt t-1}} $	Kennzahlen
Aufträge pro Zeiteinheit	$ \frac{\text{Anzahl der Aufträge}}{\text{Anzahl der Tage/Wochen/Monate etc.}} $	Kennzahlen
Auftragsbestandsstruktur Je Produkt, je Absatzweg, Je Lieferfristen	$ \frac{\text{Auftragsbestand je } (\dots\dots) \times 100}{\text{Gesamtauftragsbestand}} $	Kennzahlen Auftragsbestandsstruktur

Auftrags- Besuchs- Verhältnis (in Prozent)	$\frac{\text{Zahl der Aufträge eines Außendienstmitarbeiters} \times 100}{\text{Zahl der Kundenbesuche eines Außendienstmitarbeiters}}$	Handbuch der kennzahlen
Auftragseingang (Boo Bill Ratio) (in Prozent) Je Produkt; je Verkaufsgebiet Je wählbaren Zeitraum; Je Kundengruppe	$\frac{\text{Auftragseingang} \times 100}{\text{Bruttoumsatz}}$	Handbuch der kennzahlen ; Auftragseingang – Wikipedia ; Auftragseingang - Gründerleitfaden
Auftragseingangsentwicklung Wert ; Anzahl möglich	$\frac{\text{Auftragseingänge einer Periode} \times 100}{\text{Auftragseingänge der Basisperiode}}$	Kennzahlen; Auftragseingangsentwicklung
Auftragslage Reichweite von Beständen	$\frac{\text{Auftragsbestand} \times 100}{\text{Jahresumsatz}} \quad \text{oder} \quad \frac{\text{Aktueller Bestand}}{\text{Durchschnittlicher Verbrauch (Tag, Woche, Monat)}}$	Marketing
Auftragsreichweite (in Prozent)	$\frac{\text{Auftragsbestand} \times 100}{\text{Bruttoumsatz}} \quad \text{oder} \quad \frac{\text{Anzahl der Aufträge}}{\text{Bearbeitungszeit pro Auftrag}}$	Handbuch der kennzahlen Kennzahl: Auftragsreichweite ; Controller Spielwiese
Außendienst- Auftragseingangsquote (in Prozent) auch je AD	$\frac{\text{Auftragseingang Außendienst} \times 100}{\text{Gesamter Auftragseingang}}$	Handbuch der kennzahlen; books.google;Auftragseingangsquote

Außendienst-Besuchszahl je Reisetag	$\frac{\text{Zahl der Kundenbesuche eines AD}}{\text{Reisetage des AD}}$	Kundenbeziehungen; books.google Außendienst
Außendienstumsatz je Reisetag	$\frac{\text{Umsatz des AD in einer Periode}}{\text{Reisetage des AD in einer Periode}}$	Kundenbeziehungen; Außendienst
Außendienst- Neukundenanteil (in Prozent)	$\frac{\text{Umsatzanteil Neukunden} \times 100}{\text{Gesamtumsatz des Außendienstmitarbeiters}}$	Handbuch der kennzahlen: Neukundenanteil
Bekanntheitsgrad/Produkt (in Prozent)	$\frac{\text{Zahl der Personen einer Stichprobe, die ein Produkt kennt} \times 100}{\text{Gesamtzahl der befragten Personen}}$	Handbuch der kennzahlen
Beschwerdequote Reklamationsquote	$\frac{\text{Anzahl der Beschwerden} \times 100}{\text{Anzahl Kunden}} \text{ oder } \frac{\text{Anzahl der Beschwerden} \times 100}{\text{Anzahl Aufträge}}$	100 Marketing- und Vertriebskennzahlen; Reklamationsquote
Bestellungen	$\frac{\text{Zahl der aufgrund von Terminschwierigkeiten nicht erhaltenen Aufträge}}{\text{Gesamtzahl der Bestellungen}}$	Kennzahlen
Bestellungen	$\frac{\text{Zahl der termingerecht, aber unvollständigen Lieferungen}}{\text{Gesamtzahl der Bestellungen}}$	Kennzahlen

Bestellwegquote	$\frac{\text{Bestellungen eines Absatzweges} \times 100}{\text{Anzahl der Gesamtbestellungen}}$	100 Marketing- und Vertriebskennzahlen
Bonusquote (Jahresboni)	$\frac{\text{Bonussumme} \times 100}{\text{Gesamtbruttoumsatz}}$	Kundenbeziehungen Bonusquote
Break- even- Point (in Stück) Break- even- Point	$\frac{\text{Fixe Kosten}}{\text{Durchschnittspreis} - \text{durchschnittliche variable Kosten}}$	Handbuch der kennzahlen; Break Even-Analyse
Cost-per-Click Bei einem Internetportal	$\frac{\text{Gesamtkosten aller Klicks}}{\text{Anzahl der Klicks}}$	100 Marketing- und Vertriebskennzahlen
Anteil cross-selling-Umsatz	Umsatz eines Kunden mit Produkten, die r zusätzlich zum bereits erworbenen Produkt kauft	Kundenbeziehungen; Cross-Selling – MittelstandsWiki

Deckungsbeitrag- Altersstruktur (in Prozent)

Deckungsbeitrag Neuprodukt der Periode t0/t1/t2/t3/t4 x 100
Deckungsbeitrag aller Produkte

Handbuch der kennzahlen

T0= laufendes Jahr (z. B. 2008)

T1= laufendes Jahr- 1(z.B. 2007)

T2= laufendes Jahr- 2 (z. B. 2006)

T3= laufendes Jahr- 3 (z. B. 2005)

T4=laufendes Jahr- 4 (z. B 2004 und Vorjahre)

Deckungsbeitrag/Produkt-
Deckungsbeitrag (in Prozent)

Je Artikel
Je Auftrag
Je Produktgruppe
Je Unternehmen (aus der BWA)
Je Kunde

Etc.

Nettoumsatz	Produkt-Nettoumsatz
- variable Kosten	- variable Produktkosten
= Deckungsbeitrag	= Produkt- Deckungsbeitrag

Handbuch der kennzahlen

100 Marketing- und Vertriebskennzahlen

[Deckungsbeitrag](#)

Deckungsbeitrags- Umsatzverhältnis (DBU)

(in Prozent)

Produkt- Deckungsbeitrag x 100
Produkt- Nettoumsatz

Handbuch der kennzahlen

Durchschnittlicher Auftragswert Ähnlich Bestellwert	<u>Summe Auftragwerte je Betrachtungszeitraum</u> Anzahl der Aufträge	Vertriebserfolg durch Kennzahlen messen
Durchschnittliche Besuchs-Reisestrecke (in km)	<u>Reisestrecke für alle Besuche eines Außendienstmitarbeiters</u> Zahl der Besuche eines Außendienstmitarbeiters	Handbuch der kennzahlen
Durchschnittliche Besuchszahl pro Reisetag	<u>Zahl der Kundenbesuche eines Außendienstmitarbeiters</u> Reisetage eines Außendienstmitarbeiters	Handbuch der kennzahlen
Durchschnittlicher Außendienst-Auftragseingang (in Euro pro Außendienstmitarbeiter)	<u>Auftragseingang Außendienst</u> Anzahl der Außendienstmitarbeiter	Handbuch der kennzahlen
Durchschnittlicher Deckungsbeitrag pro Reisetag (in Euro)	<u>Deckungsbeitrag eines Außendienstmitarbeiters</u> Reisetage eines Außendienstmitarbeiters	Handbuch der kennzahlen
Durchschnittlicher Lagerbestand	<u>Mittlerer Warenbestand; x 100</u> Wareneinsatz	Marketing
Durchschnittlicher Umsatz pro Reisetag (in Euro)	<u>Umsatz eines Außendienstmitarbeiters</u> Reisetag eines Außendienstmitarbeiters	Handbuch der kennzahlen

Durchschnittlicher Verkaufspreis Je gewählter Einheit z.B. Warengruppe	$\frac{\text{Umsatz (VK) pro Zeiteinheit}}{\text{Verkauf (Anzahl) pro Zeiteinheit}}$	100 Marketing- und Vertriebskennzahlen
Durchschnittliche Vertragslaufzeit	$\frac{\text{Summe aller Vertragslaufzeiten}}{\text{Zahl der Verträge bzw. Vertragskunden}}$	Kundenbeziehungen
E-Commerce-Kennzahlen		E-Commerce
Einkommenselastizität der Nachfrage	$\frac{\text{Relative Nachfrageänderung}}{\text{Relative Einkommensänderung}}$	Handbuch der kennzahlen; Einkommenselastizität – Wikipedia
Erstkaufrate	$\frac{\text{Anzahl der Produkterstverwender} \times 100}{\text{Gesamtkunden}}$	100 Marketing- und Vertriebskennzahlen Measurement (Maßzahlen d. Werbeerfolgskontrolle)
Erzeugnisumschlagszeit (in Tagen)	$\frac{\text{Durchschnittlicher Erzeugnisbestand (zu Verkaufspreisen)} \times 100}{\text{Bruttoumsatz}}$	Handbuch der kennzahlen
Exportquote (in Prozent)	$\frac{\text{Exportumsatz} \times 100}{\text{Gesamtumsatz}}$	Handbuch der kennzahlen

<p>Forderungsverschiebungsquote Oder Forderungsausfallquote bzw..-minderungen</p>	<p>$\frac{\text{Nicht p\u00fcntlich gezahlte Forderungen} \times 100}{\text{Summe der f\u00e4lligen Forderungen}}$</p>	<p>Kundenbeziehungen</p>
<p>Fr\u00fchwarnkennzahl</p>	<p>$\frac{\text{Zahl der Verkaufsbem\u00fchungen}}{\text{Zahl der Verkaufsabschl\u00fcsse}}$</p>	<p>Kennzahlen</p>
<p>Gewichtige Distributionsquote (in Prozent)</p>	<p>$\frac{\text{Umsatz der Gesch\u00e4fte, die ein Produkt f\u00fchren} \times 100}{\text{Gesamtumsatz aller Gesch\u00e4fte, die das Produkt f\u00fchren k\u00f6nnten}}$</p>	<p>Handbuch der kennzahlen</p>
<p>Gew\u00e4hrleistungsquote</p>	<p>$\frac{\text{Gew\u00e4hrleistungskosten} \times 100}{\text{Gesamtumsatz}}$</p>	<p>Marketing</p>
<p>Gutschriftenquote (in Prozent)</p>	<p>$\frac{\text{Gutschriften} \times 100}{\text{Bruttoumsatz}}$</p>	<p>Handbuch der kennzahlen Gutschriftenquote; books.google</p>
<p>Handelsspanne (Rohgewinnsatz) (in Prozent)</p>	<p>$\frac{\text{Rohgewinn Warengruppe} \times 100}{\text{Nettoumsatz Warengruppe}}$ oder $\frac{\text{Verkaufspreis}}{\text{Einkaufspreis}}$</p>	<p>Handbuch der kennzahlen Handelsspanne; Handelsspanne - Wirtschaftslexikon</p>

Internationalisierungsgrad	$\frac{\text{Umsatz im Ausland}}{\text{Gesamtumsatz}}$	100 Marketing- und Vertriebskennzahlen; Internationalisierungsgrad - Wirtschaftslexikon
Inventurdifferenzquote	$\frac{\text{Inventurdifferenz zu EK}}{\text{Umsatz zu EK}}$	100 Marketing- und Vertriebskennzahlen
Lagerquote	$\frac{\text{Lagerbestand} \times 100}{\text{Umsatz}}$	Marketing
Kontaktquote	$\frac{\text{Anzahl Termine}}{\text{Anzahl Anrufe}}$	100 Marketing- und Vertriebskennzahlen Kontaktquote
Kreuzpreis- Elastizität	$\frac{\text{Relative Mengenänderung des Produkts B}}{\text{Relative Preisänderung des Produkts A}}$	Handbuch der kennzahlen Preiselastizität – Wikipedia
Kulanzquote	$\frac{\text{Wert der Kulanzleistungen} \times 100}{\text{Gesamtumsatz}}$	Kundenbeziehungen; Kulanzquote
Kundenabwanderungsquote	$\frac{\text{Zahl der verlorenen Kunden} \times 100}{\text{Durchschnittlicher Kundenbestand}}$	Kundenbeziehungen

Kundenfluktuation	Gewonnene und verlorene Kunden je Periode im Vergleich zum VJ ; in Regionen, Verkäufer etc.	Marketingkennzahlen
Kundenstrukturdaten	$\frac{\text{Kartenzahler}}{\text{Gesamtzahler}}$ oder $\frac{\text{Neukunden}}{\text{Altkunden}}$ oder $\frac{\text{Zahlungsausfälle}}{\text{Gesamtkunden}}$	100 Marketing- und Vertriebskennzahlen
Kundenbesuche	Besuchszeit/Kundenkontakt ; Umsatz(Auftragswert)/Besuch ; Erwirkte Aufträge/100 Besuche ;	Marketingkennzahlen
Kunden- Deckungsbeitragsanteil (in Prozent)	$\frac{\text{Deckungsbeitrag A/B/C- Kunden} \times 100}{\text{Gesamt-Deckungsbeitrag}}$	Handbuch der kennzahlen
Kundenfrequenz	$\frac{\text{Anzahl der Kunden gesamt}}{\text{Anzahl der Perioden (z.B.Tage)t}}$	Kundenbeziehungen Kundenfrequenz
Kundenpotential; Siehe auch Marktpotential	$\frac{\text{Belieferte Kunden} \times 100}{\text{Kundenpotential}}$	Marketing
Kundentreue; Penetrationsrate; Wiederverkaufsrate	$\frac{\text{Anzahl der Wiederholungskäufer}}{\text{Anzahl der Käufer gesamt}}$	100 Marketing- und Vertriebskennzahlen Kundenbindung – Wikipedia
Kunden- Umsatzteil (in Prozent)	$\frac{\text{Umsatz A/B/C- Kunden} \times 100}{\text{Gesamtumsatz}}$	Handbuch der kennzahlen

Kundenwert	Siehe Hyperlink	Kundenbeziehungen; Kundenwert
Kundenziel (in Tagen)	$\frac{\text{Durchschnittlicher Forderungsbestand x Tage}}{\text{Umsatzeinzahlungen}}$	Handbuch der kennzahlen
Lagerumschlagshäufigkeit	$\frac{\text{Wareneinsatz}}{\text{Durchschnittliches Warenlager}}$	100 Marketing- und Vertriebskennzahlen Lagerkennzahlen
Lieferbeanstandungsquote Oder Lieferqualität Lieferservice	$\frac{\text{Anzahl der beanstandeten (einwandfreien)Lieferungen x 100}}{\text{Gesamtanzahl der Lieferungen}}$	Kundenbeziehungen Lieferservice - Wirtschaftslexikon
Lieferflexibilität	$\frac{\text{Anzahl der erfüllten Sonderwünsche x 100}}{\text{Gesamtzahl der Sonderwünsche}}$	Kundenbeziehungen Lieferservice - Wirtschaftslexikon
Lieferzuverlässigkeit Auch je Transportmittel	$\frac{\text{Anzahl der Lieferungen, die innerhalb der Lieferzeit liegen x 100}}{\text{Gesamtzahl der Lieferungen}}$	Kundenbeziehungen Lieferservice - Wirtschaftslexikon

Logistikkostenanteil	$\frac{\text{Logistikkosten} \times 100}{\text{Umsatz(Netto)}}$	100 Marketing- und Vertriebskennzahlen
Marktattraktivität	$\frac{\text{Veränderung des Marktvolumens} \times 100}{\text{Veränderung des Marktvolumens im Vorjahr}}$	Kennzahlen Marktattraktivität
Marktentwicklungsquote	$\frac{\text{Marktanteil einer Periode} \times 100}{\text{Marktanteil in der Vergleichsperiode}}$	Kennzahlen
Marktpotential	Auf dem Markt maximal erreichbarer Absatz	100 Marketing- und Vertriebskennzahlen
Marktanteil; Markterschließungsgrad Auch in einem bestimmten Vertriebskanal Je Hersteller je Bezirk	$\frac{\text{Umsatz des Unternehmens} \times 100}{\text{Marktpotential(-volumen)}}$ oder $\frac{\text{Anzahl eigener Kunden im Segment}}{\text{Anzahl aller Kunden im Segment}}$	Kennzahlen Marketing
Marktausschöpfungsgrad	$\frac{\text{Personen, die ein bestimmtes Produkt besitzen} \times 100}{\text{Marktpotential}}$	Kennzahlen Marktausschöpfungsgrad
Marktwachstum Je Artikel, Produktgruppe	$\frac{\text{Zusätzlicher Umsatz des Artikels} \times 100}{\text{Umsatz des Artikels in der Vorperiode}}$	100 Marketing- und Vertriebskennzahlen

Marktwachstum	$\frac{\text{Änderung des Marktvolumens im Betrachtungszeitraum}}{\text{Marktvolumen im vergangenen Zeitraum}} \times 100$	Kundenbeziehungen
Materialeinsatzquote	$\frac{\text{Materialeinsatz} \times 100}{\text{Gesamtleistung oder Umsatz}}$	Marketing
Melde- bzw. Bestellzeitpunkt	$\begin{aligned} & \text{Täglicher Absatz} \\ & \times \text{Lieferzeit} \\ & + \text{Mindestbestand} \\ & \hline & = \text{Meldebestand} \end{aligned}$	100 Marketing- und Vertriebskennzahlen
Mietkostenanteil	$\frac{\text{Mietkosten} \times 100}{\text{Umsatz(netto)}}$	100 Marketing- und Vertriebskennzahlen
Mindestumsatz/Nötiger Umsatz	$\frac{\text{Planfixe Kosten} + \text{Plangewinn}}{\text{Soll-Deckungsbeitrag vom Umsatz}}$	100 Marketing- und Vertriebskennzahlen
Netto-Netto-Einstandspreis	Einstandspreis ./ MwSt. ./ Preiskonditionen = Netto-Netto-EK	100 Marketing- und Vertriebskennzahlen
Neukundenanteil Neukundenquote	$\frac{\text{Anzahl neuer Kunden}}{\text{Anzahl aller Kunden}}$	FiliuS Kundenbeziehungen
Neukundenstornoquote	$\frac{\text{Stornierter Umsatz von Neukunden} \times 100}{\text{Ursprünglicher Auftragsumsatz der Neukunden}}$	Kundenbeziehungen

Neukunden-Umsatzanteil	$\frac{\text{Umsatz mit Neukunden}}{\text{Gesamtumsatz}}$	Kundenbeziehungen
Numerische Distributionsquote (in Prozent)	$\frac{\text{Zahl der Geschäfte, die ein Produkt führen} \times 100}{\text{Gesamtzahl der Geschäfte, die das Produkt führen könnten}}$	Handbuch der kennzahlen
Out-of-Stock-Quote	$\frac{\text{Anzahl der nicht verfügbaren Artikel}}{\text{Anzahl der geführten bzw. nachgefragten Artikel}}$	100 Marketing- und Vertriebskennzahlen
Personaleffizienz (in Euro pro Beschäftigten) je Beschäftigter im Vertriebsbereich	$\frac{\text{Umsatz}}{\text{Durchschnittliche Beschäftigtenzahl}}$	Handbuch der kennzahlen
Personakostenstruktur	Personalkosten pro Vollzeitarbeitskraft ; Personalkostenanteil am Umsatz; Umsatz je Mitarbeiter	100 Marketing- und Vertriebskennzahlen
Personalkostenumschlag	$\frac{\text{Gesamtumsatz}}{\text{Personalkosten}}$	Kennzahlen
Preiselastizität der Nachfrage	$\frac{\text{Relative(Prozentuale) Mengenänderung}}{\text{Relative(Prozentuale) Preisänderung}}$	Handbuch der kennzahlen
Analyse der Preisnachlässe	Analyse der Struktur der Preisnachlässe : Mängelrügen, Warenrücksendungen	Autor

Preisuntergrenze	Siehe Hyperlinks	Preisuntergrenze – Wikipedia ; Preisuntergrenze - Wirtschaftslexikon
Produktreklamationsquote	$\frac{\text{Anzahl der vom Kunden reklamierten Produkte} \times 100}{\text{Anzahl der verkauften Produkte}}$	Kundenbeziehungen
Produkt-Struktur Umsatzanteil (in Prozent) oder Artikel auch Produktgruppe ; Geschäftsbereich etc.	$\frac{\text{Umsatz/Produkt} \times 100}{\text{Gesamtumsatz}}$	Handbuch der kennzahlen
Rabattquote (in Prozent) Preisnachlassquote Preisnachlassstruktur	$\frac{(\text{Gewährte Preisnachlässe}) \text{ Rabattsumme} \times 100}{\text{Bruttoumsatz}}$	Handbuch der kennzahlen; Rabatt ; Rabattquote
Reaktivierungsquote	$\frac{\text{Anzahl reaktivierter Kunden} \times 100}{\text{Anzahl der ruhenden Kunden}}$	Kundenbeziehungen Kundenreaktivierung
Preisnachlasskundenquote Oder Rabattkundenquote	$\frac{\text{Anzahl der Kunden, denen ein Preisnachlass gewährt wurde}}{\text{Gesamtzahl der Kunden}}$	Kundenbeziehungen
Rechnungen je Kunde		Kennzahlen

Reichweite einer Werbekampagne	$\frac{\text{Anzahl der erreichten Personen} \times 100}{\text{Anzahl der potentiell erreichbaren Personen}}$	100 Marketing- und Vertriebskennzahlen
Reichweite von Beständen	$\frac{\text{Aktueller Bestand}}{\text{Durchschnittlicher Verbrauch (Tag, Woche, Monat)}}$	100 Marketing- und Vertriebskennzahlen
Relativer Marktanteil (in Prozent)	$\frac{\text{Unternehmensumsatz} \times 100}{\text{Umsatz des stärksten Konkurrenten}}$	Handbuch der kennzahlen: Kennzahl: absoluter Marktanteil
Retourenquote	$\frac{\text{Anzahl der Retouren} \times 100}{\text{Anzahl der Gesamtverkäufe}}$	100 Marketing- und Vertriebskennzahlen
Reklamationsquote	$\frac{\text{Anzahl bzw. Umsatzwerte der Reklamationen} \times 100}{\text{Anzahl bzw. Umsatzwerte der Gesamtverkäufe}}$	Kundenbeziehungen Reklamationsquote – Wikipedia
Rohhertrag Direkte Produktrentabilität	Siehe Direkte Produktrentabilität	100 Marketing- und Vertriebskennzahlen Rohhertrag - Wirtschaftslexikon
Rückgabequote	$\frac{\text{Anzahl bzw. Wert der Rückgaben} \times 100}{\text{Anzahl bzw. Umsatzwerte bzw. Gesamtumsatz}}$	Kundenbeziehungen

Rückgewinnungskosten je zu-rück gewonnenen Kunden	$\frac{\text{Gesamte Rückgewinnungskosten} \times 100}{\text{Gesamtzahl der zurück gewonnenen Kunden}}$	Kundenbeziehungen
Rücklastschriftquote	$\frac{\text{Anzahl der Rücklastschriften}}{\text{Anzahl der Lastschriften}}$	100 Marketing- und Vertriebskennzahlen; books.google
Sättigungsgrad	$\frac{\text{Marktvolumen}}{\text{Marktpotential}}$	100 Marketing- und Vertriebskennzahlen
Sortimentsbreite und-tiefe	$\sum \text{ der Warengruppen} \quad \sum \text{ Artikel pro Warengruppe}$	Sortiment – Wikipedia
Sicherheitsgrad (in Prozent)	$\frac{\text{Gewinn} \times 100}{\text{Deckungsbeitrag}}$	Handbuch der kennzahlen
Stammkunden- Umsatzanteil (in Prozent)	$\frac{\text{Umsatz mit Kunden, die länger als 5 Jahre beliefert werden} \times 100}{\text{Gesamtumsatz}}$	Handbuch der kennzahlen
Stammkundenquote	$\frac{\text{Zahl der Stammkunden} \times 100}{\text{Gesamtzahl der Kunden}}$	Kundenbeziehungen
Stornoquote (in Prozent) oder Anzahl oder Wert je Ad etc siehe Annulierungen	$\frac{\text{Stornierte Aufträge} \times 100}{\text{Gesamtauftragswert}}$	Handbuch der kennzahlen

Tausend-Leser-Preis (in Euro)	$\frac{\text{Kosten einer Anzeige} \times 1000}{\text{Zahl der Leser}}$	Handbuch der kennzahlen
Tausend-Zielpersonen-Preis (in Euro)	$\frac{\text{Kosten einer Anzeige} \times 100}{\text{Zahl der Zielpersonen}}$	Handbuch der kennzahlen
Umsatz- Altersstruktur (in Prozent)	$\frac{\text{Umsatz Neuprodukt der Periode } t_0/t_1/t_2/t_3/t_4 \times 100}{\text{Gesamtumsatz}}$ <p>T0= laufendes Jahr (z. B. 2008)</p> <p>T1= laufendes Jahr- 1(z.B. 2007)</p> <p>T2= laufendes Jahr- 2 (z. B. 2006)</p> <p>T3= laufendes Jahr- 3 (z. B. 2005)</p> <p>T4=laufendes Jahr- 4 (z. B 2004 und Vorjahre)</p>	Handbuch der kennzahlen
Umsatzanteil der Top-Kunden	$\frac{\text{Umsatz der umsatzstärksten Kunden (1/3 des Umsatze)}}{\text{Gesamtzahl der Kunden}}$	Kundenbeziehungen
Umsatz je Filiale; Mitarbeiter Artikel Warengruppe;Produktgruppe Je Rechnung		Marketing

Überwälzungsquote Inflation / Kosten	$\frac{\text{Preiserhöhung} \times 100}{\text{Inflationsrate oder Kostensteigerung}}$	Kennzahlen
Umsatzanteil nach Regionen (in Prozent) auch Kunden Warengruppenspezifisch etc.	$\frac{\text{Umsatz/Regionen} \times 100}{\text{Gesamtumsatz}}$	Handbuch der kennzahlen
Umsatzentwicklung	$\frac{\text{Umsatz (Periode A)} - \text{Umsatz (Periode B)}}{\text{Umsatz (Periode B)}}$	100 Marketing- und Vertriebskennzahlen
Umschlagshäufigkeit	$\frac{\text{Wareneinsatz}}{\text{Mittlerer Warenbestand}}$	Marketing
Verkaufsflächen- Deckungsbeitrag (in Euro pro qm)	$\frac{\text{Deckungsbeitrag}}{\text{Verkaufsfläche}}$	Handbuch der kennzahlen
Verkaufsflächenumsatz (in Euro pro qm)	$\frac{\text{Umsatz}}{\text{Verkaufsfläche}}$	Handbuch der kennzahlen
Verkaufsförderungsintensität (in Prozent)	$\frac{\text{Verkaufsförderungsaufwand} \times 100}{\text{Umsatz}}$	Handbuch der kennzahlen
Vertriebskostenanteil	$\frac{\text{Vertriebskosten} \times 100}{\text{Gesamte Kosten der Unternehmung}}$	Kennzahlen

Vertriebserfolgsquote	$\frac{\text{Vertriebskosten} \times 100}{\text{Umsatz}}$	Kennzahlen
Vertriebskostenstruktur (in Prozent) oder Vertriebskosten je Kunde	$\frac{\text{Variable Vertriebskosten} \times 100}{\text{Gesamt- Vertriebskosten}}$	Handbuch der kennzahlen
Vertriebsqualität	$\frac{\text{Zahl der nicht stornierten Aufträge} \times 100}{\text{Gesamtzahl der Aufträge}}$	Kundenbeziehungen
Vertriebsstruktur (in Prozent)	$\frac{\text{Deckungsbeitrag über Großhandel/Einzelhandel/Direktabsatz} \times 100}{\text{Gesamt- Deckungsbeitrag}}$	Handbuch der kennzahlen
Vertriebswegequote	$\frac{\text{Umsatz über einen Vertriebsweg} \times 100}{\text{Gesamtumsatz}}$	Kundenbeziehungen
Verwaltungskostenanteil	$\frac{\text{Verwaltungskosten} \times 100}{\text{Umsatz (Netto)}}$	100 Marketing- und Vertriebskennzahlen
Wareneingangsstruktur	$\frac{\text{Anzahl der Wareneingänge eines Artikels}}{\text{Anzahl der Wareneingänge gesamt}}$	100 Marketing- und Vertriebskennzahlen
Weiterempfehlungsquote	$\frac{\text{Anzahl der Kunden, die ein Produkt weiterempfehlen} \times 100}{\text{Anzahl sämtlicher Kunden}}$	Kundenbeziehungen
Werbudgetquote	$\frac{\text{Werbudget} \times 100}{\text{Umsatz}}$	100 Marketing- und Vertriebskennzahlen

Werbeelastizität	$\frac{\text{Relative Umsatzänderung von Periode t0 zu Periode t1}}{\text{Relative Werbeaufwandsänderung von Periode t0 zu Periode t1}}$ <p>T0= laufende Periode (z.B. II. Quartal) T1= Vorperiode (z.B. I. Quartal)</p>	Handbuch der kennzahlen
Werberfolg	$\frac{\text{Umsatzzuwachs} \times 100}{\text{Aufwendungen der Werbeaktion}}$	100 Marketing- und Vertriebskennzahlen
Werbekosten	Anfrage/Anzeige ; Kosten/Anzeige; Werbekosten/Anzahl Kunden	100 Marketing- und Vertriebskennzahlen
Wiedererkennungsquote (in Prozent)	$\frac{\text{Zahl der Befragten, die sich an eine Werbebotschaft erinnern} \times 100}{\text{Gesamtzahl der Befragten}}$	Handbuch der kennzahlen
Zurückgewinnungsquote Rückgewinnungsquote	$\frac{\text{Anzahl der zurück gewonnenen Kunden}}{\text{Anzahl der verlorenen Kunden}}$	100 Marketing- und Vertriebskennzahlen
Zurückweisungsquote	$\frac{\text{Anzahl zurückgewiesener Lieferungen} \times 100}{\text{Gesamtzahl der Lieferungen}}$	Kundenbeziehungen
Bruttorentabilität	$\frac{\text{Verkauf(Anzahl)} \times \text{VK-EK}}{\text{Bestand(mittel)} \times \text{EK}}$	100 Marketing- und Vertriebskennzahlen

Abschriftenquote	$\frac{\text{Warenwert er Abschriften(zum Einkaufspreis) x 100}}{\text{Gesamter eingesetzter Warenwert(zum Einkaufspreis)}}$	100 Marketing- und Vertriebskennzahlen
Abzuschreibender Warenwert		Abschriftenquote
Abverkaufsquote	$\frac{\text{Abverkaufte Menge eines Artikels x 100}}{\text{Eingekaufte (bevorratete) Menge eines Artikels}}$	100 Marketing- und Vertriebskennzahlen
Conversion-Rate	$\frac{\text{Anzahl Käufer x 100}}{\text{Anzahl Besucher}} \quad \text{oder} \quad \frac{\text{Anzahl Käufer x 100}}{\text{Anzahl Interessenten}}$	100 Marketing- und Vertriebskennzahlen; Marketing
Verkaufserfolgsquote		g
Direkte Produktrentabilität	$\frac{\text{Rohertrag}}{\text{Direkte Produktkosten}}$	100 Marketing- und Vertriebskennzahlen
Rohertrag		
Distributionsgrad	$\frac{\text{Anzahl der Einkaufsstätten, die ein bestimmtes Produkt führen x 100}}{\text{Gesamtzahl der Einkaufsstätten}}$	100 Marketing- und Vertriebskennzahlen
Distributionsdichte		
Durchschnittliche Einkaufsdauer,-menge	Siehe Hyperlinks	Kundenbeziehungen; books.google ; Durchschnittliche+Einkaufsmenge

Durchschnittliche Kundenbindungsdauer	<u>Summe der Dauer (Monate, Jahre) aller Kundenbeziehungen</u> Zahl der Kunden		Kundenbeziehungen;
Durchschnittliche Postenanzahl Einheiten pro Kopf	<u>Anzahl der abverkauften Produkte</u> Anzahl der Verkaufsakte	oder <u>Gekaufte Einheiten</u> Anzahl der Einkäufe	100 Marketing- und Vertriebskennzahlen
Durchschnittsalter der Mitarbeiter	<u>Summe der Einzelalter (Jahre) über alle Mitarbeiter</u> Anzahl der Mitarbeiter		100 Marketing- und Vertriebskennzahlen
Durchschnittsbons	<u>Gesamtumsatz im Betrachtungszeitraum</u> Anzahl der Bons		100 Marketing- und Vertriebskennzahlen
Einfacher Preisindex	<u>Preisänderung x 100</u> <u>Preis (alt)</u>	X Anteil der Gesamtausgaben am Ware	100 Marketing- und Vertriebskennzahlen
Filialisierungsgrad	<u>Anzahl der Filialisten x 100</u> Anzahl der Einzelhandelsgeschäfte in einer bestimmten Region		100 Marketing- und Vertriebskennzahlen
Food/Non-Food-Anteil	<u>Umsatz mit Foodartikeln/-sortiment x 100</u> Gesamtumsatz		100 Marketing- und Vertriebskennzahlen
Geplante Stückzahl pro Artikel	<u>Geplanter verkauf (Anzahl der Artikel)</u> Geplante Sortimentstiefe		100 Marketing- und Vertriebskennzahlen

Gesamtkosten pro Kunde/Kaufakte z.B. im Versandhandel	<u>Gesamtkosten (pro Zeiteinheit)</u> Anzahl der Kunden/Kaufakte	100 Marketing- und Vertriebskennzahlen
Kaufhäufigkeit pro Kunde	<u>Anzahl der Einkäufe</u> Zeiteinheit	100 Marketing- und Vertriebskennzahlen
Verschiedene Kennzahlen zur Kaufkraft	<u>Siehe Hyperlink</u> Allgemeine Kaufkraft; Kaufkraftziffer pro Einwohner; Kaufkraftniveau etc.	100 Marketing- und Vertriebskennzahlen; Kennzahlen; marketicon: Lexikon
Kundenreichweite	<u>Anzahl erreichter Kunden</u> Anzahl möglicher Kunden	100 Marketing- und Vertriebskennzahlen
Kundenrentabilität Je Kunde; Kundengruppe etc.	<u>Nettogewinn einer Kundengruppe x 100</u> Nettoumsatz der Kundengruppe	100 Marketing- und Vertriebskennzahlen
Raumleistung der Artikel	<u>Umsätze aller Artikel p.a.</u> Raumvolumen aller Artikel	100 Marketing- und Vertriebskennzahlen

Literatur zu Vertriebs- und Marketingkennzahlen:

TITEL	BEWERTUNG	INFORMATION	PREIS (€)	ISBN
Das große Handbuch Kennzahlen zur Unternehmensführung , mit CD; 3.Auflage,2006, 566 Seiten	☺ ☺ ☺	325 Kennzahlen nach Bereichen werden erläutert mit Bezeichnung, Formel, Aussage, Herkunft, Gründe für Veränderungen. Besonders empfehlenswert	119,90	3636030655
100 Kennzahlen für profitable Kundenbeziehungen , 1.Auflage, 2009,136 Seiten	☺ ☺ ☺	Das vorliegende Nachschlagewerk hilft, in allen Prozessen die Leistungsfähigkeit des Unternehmens fortlaufend zu messen und weiter zu entwickeln. Formel. Erläuterung, Vor- und Nachteile.	14,90	3940828270
100 Marketing- & Vertriebskennzahlen , 1.Auflage,2007, 144 Seiten	☺ ☺ ☺	Das Nachschlagewerk verschafft dem Leser einen tiefen Einblick in die wichtigsten Kennzahlen aus diesem Bereich. Formel. Erläuterung, Vor- und Nachteile	14,90	3938694092
Betriebswirtschaftliche Kennzahlen , 1.Auflage,2008, 331 Seiten	☺ ☺ ☺	Formeln, Aussagekraft, Sollwerte, Ermittlungsintervalle. Sie erfahren, wie Sie mit diesen Kennzahlen arbeiten und welche Aussagen und Zielsetzungen mit den einzelnen Kennzahlen verbunden sind. Besonders empfehlenswert aufgrund des Inhalts und des einmaligen Preis-Leistungsverhältnisses.	29,80	3486238884

TITEL	BEWERTUNG	INFORMATION	PREIS (€)	ISBN
Lexikon Kennzahlen für Marketing und Vertrieb; 2.Auflage;2008; 395 Seiten	☺ ☺ ☺	Das Marketing-Cockpit von A – Z Know-how für den effizienten Umgang mit Kennzahlen in der Marketing- und Vertriebspraxis	59,95	3540798617