

Kosten senken – Rendite steigern

Finanz-Kennziffern

$$\text{Umsatzrentabilität} = \text{Gewinn} \div \text{Umsatz} \times 100$$

Maßstab für die Auswirkungen von Preisveränderungen
und konjunkturellen Schwankungen

$$\text{Kapitalumschlag} = \text{Umsatz} \div \text{investiertes Kapital}$$

$$\text{Return on Investment} = \text{Ergebnis einer Investition} \div \text{Kapitalbedarf einer Invest.} \times 100$$

(Umsatzrentabilität x Kapitalumschlag)

Rendite einer Investition; Beurteilung des Gesamtinvestments für
z.B. eine Abteilung

$$\text{Deckungsbeitrag I} = \text{Umsatzerlöse} - \text{variable Kosten}$$

DB in % der Umsatzerlöse schafft Vergleichbarkeit zwischen
unterschiedlichen Produkten, Projekten, Kunden...

$$\text{Deckungsbeitrag II} = \text{Deckungsbeitrag I} - \text{fixe Kosten}$$

$$\text{Angebots-Erfolgs-Quote} = \text{Getätigter Vertragsabschluß} \div \text{Anzahl Angebote} \times 100$$

Effizienz-Indikator für Akzeptanz der Produkte und/oder Qualität
der Vertriebsbemühungen

Kosten senken – Rendite steigern

Finanz-Kennziffern

Liquidität 1. Grades = $\text{Liquide Mittel} \div \text{kurzfr. Verbindlichkeiten} \times 100$

Sollte eine möglichst kleine Kennziffer sein!

Liquidität 2. Grades = $(\text{Liqu. Mittel} + \text{Kurzfr. Forderungen}) \div \text{kurzfr. Verbindl.} \times 100$

Sollte größer als 100% sein!

Liquidität 3. Grades = $(\text{Liqu. Mittel} + \text{kurzfr. Ford.} + \text{Vorräte}) \div \text{kurzfr. Verbindl.} \times 100$

Sollte eine möglichst hohe Kennziffer sein!

Break-even-Point = $\text{Fixe Kosten} \div \text{Deckungsbeitrag I in \%}$

= $\text{Fixe Kosten} \div (1 - \text{Variable Kosten} \div \text{Umsatzerlöse})$

Der BEP zeigt die Umsatzgröße an, bei der volle Kostendeckung erreicht wird

Beschäftigungsgrad = $\text{Break-Even-Umsatz} \div \text{Gesamte Umsatzerlöse} \times 100$

Prozentuale Auslastung, bei der die Vollkosten gedeckt werden

Preis-Absatz-Funktion = Absatzveränderung bei Preissenkung/Preiserhöhung

Elastischer Markt: Je niedriger der Preis, desto höher der Absatz

Unelastischer Markt: Der Preis hat kaum Einfluss auf den Absatz