

Zahlen, Ziele, Zukunft

1.10.2025

Gemeinsam Lernen

Akteure	Zahl	Ziel	Bemerkung
Verkaufsteam	Umsatzzahlen	Womöglich erhöhen	Um das Geschäft anzukurbeln
	Absatz	Womöglich erhöhen	Was gefragt wird noch besser zu verkaufen
Einkaufsteam	Einkaufspreis	Womöglich günstig einkaufen	Um eventuell zu einem guten Preis zu verkaufen
	Rabatt	Gute Konditionen	Um einen guten Ertrag zu erwirtschaften
	Budget	Womöglich ein großes Budget	Auswahl anbieten zu können
Buchhaltung /Kontrolling	Umsatzzahlen in jeweiligen MwSt. Sätze	Sauber getrennt	Für den Fiskus
	Rechnungsbeträge aller Kostenarten	Niedrig halten	Gewinn berechnen
Vorstand	Verschiedene Zahlen	Kostendeckung und Gewinne für Investitionen	Kosten niedrig halten und Umsatz erhöhen

Kunden Erwartung Allgemein



Produkt

- Sortimentsvielfalt
- Verfügbarkeit
- Qualität



Preis

- Transparenz
- Preis-Leistungs-Verhältnis
- Rabatte



Service

- Beratung
- Reklamationshilfe
- Zusatzservices



Atmosphäre

- Sauberkeit
- Gestaltung
- Erlebnisorientierung



Technologie

- Digitale Tools
- Bezahloptionen
- Effizienz

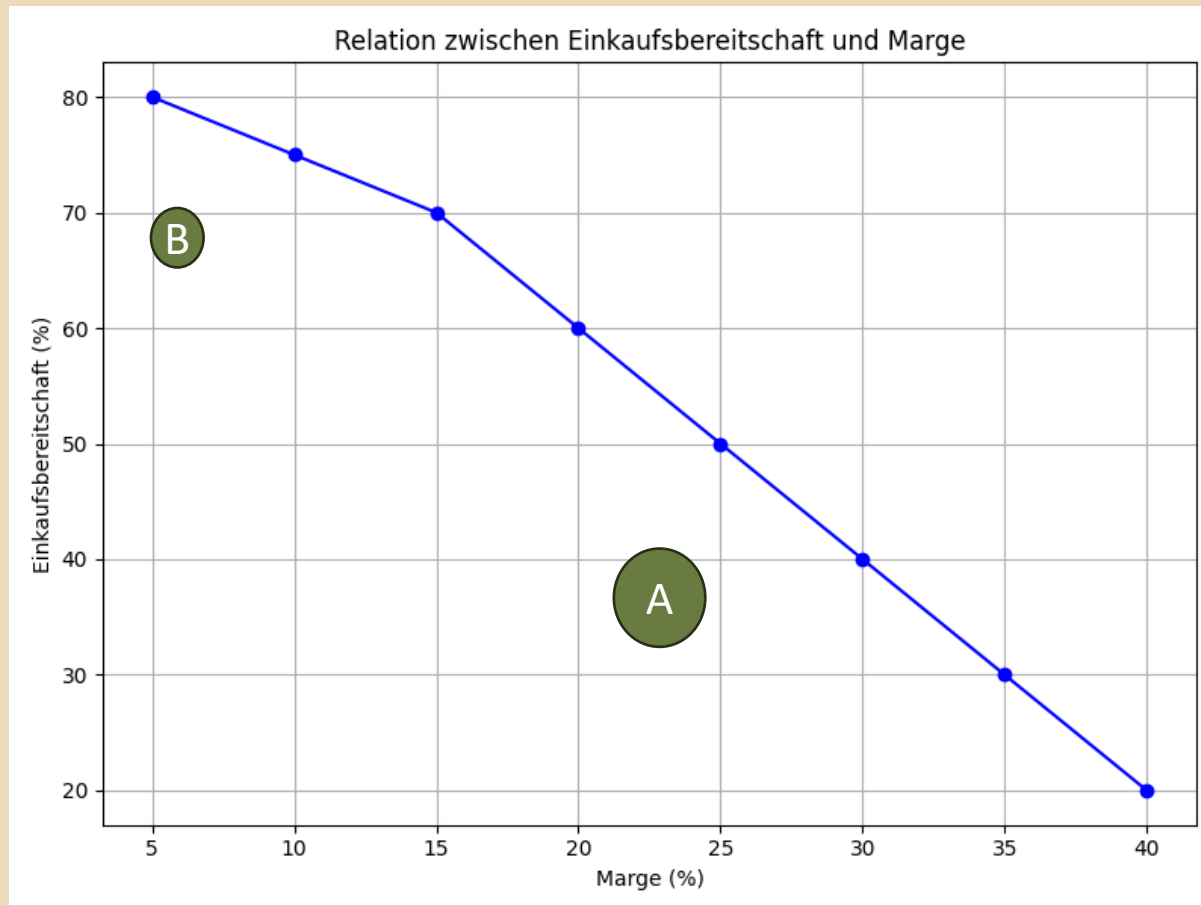


Nachhaltigkeit

- Umweltfreundlichkeit
- Soziale Verantwortung
- Authentizität

Ziel eines Geschäfts: Einkaufsbereite Kunden

Kaufbereitschaft und Preise



Die **Einkaufsbereitschaft sinkt**, je höher die **Marge** wird.

Kunden sind bei höheren Preisen (und damit höheren Margen) **zurückhaltender**

Produkte mit hoher Nachfrage stehen oft unter **Preisdruck** (z.B. Lebensmittel), während Nischenprodukte (Besonders Handwerk) höhere Margen erlauben.

Vorsicht: Das **Mittelpreissegment**, das zurzeit zwischen Discount und Premium Segmenten eingequetscht ist, stirbt aus. (Markt beobachten, um Preise festzulegen)

Kaufbereitschaft und Preisschwellen

- Es bezeichnet einen **Preisbereich**, bei dem sich die **Wahrnehmung und das Kaufverhalten von Konsumenten deutlich verändert**.
- Orientiert sich oft an die Währungseinheiten in einem Land. Wird immer wichtiger auch für Weltläden.

Bis 1,00 €	0,99 €
Bis 2,00 €	1,99 €
Bis 5,00 €	4,99 €
Bis 10,00 €	9.99 €
Bis 20,00 €	19,99 e

- Usw.....
- Verkaufspsychologisch werden Kunden eher bereit sein ein Artikel für 19,99€ zu nehmen als für 20,00€ obwohl sie trotzdem 1 Cent danach dem Laden spenden. Verrückt aber Wahr!!

Wichtige betriebswirtschaftliche Zahlen & Kennzahlen für Weltläden

1. Umsatzkennzahlen

Gesamtumsatz: Entwicklung über Monate/Jahre, saisonale Schwankungen.

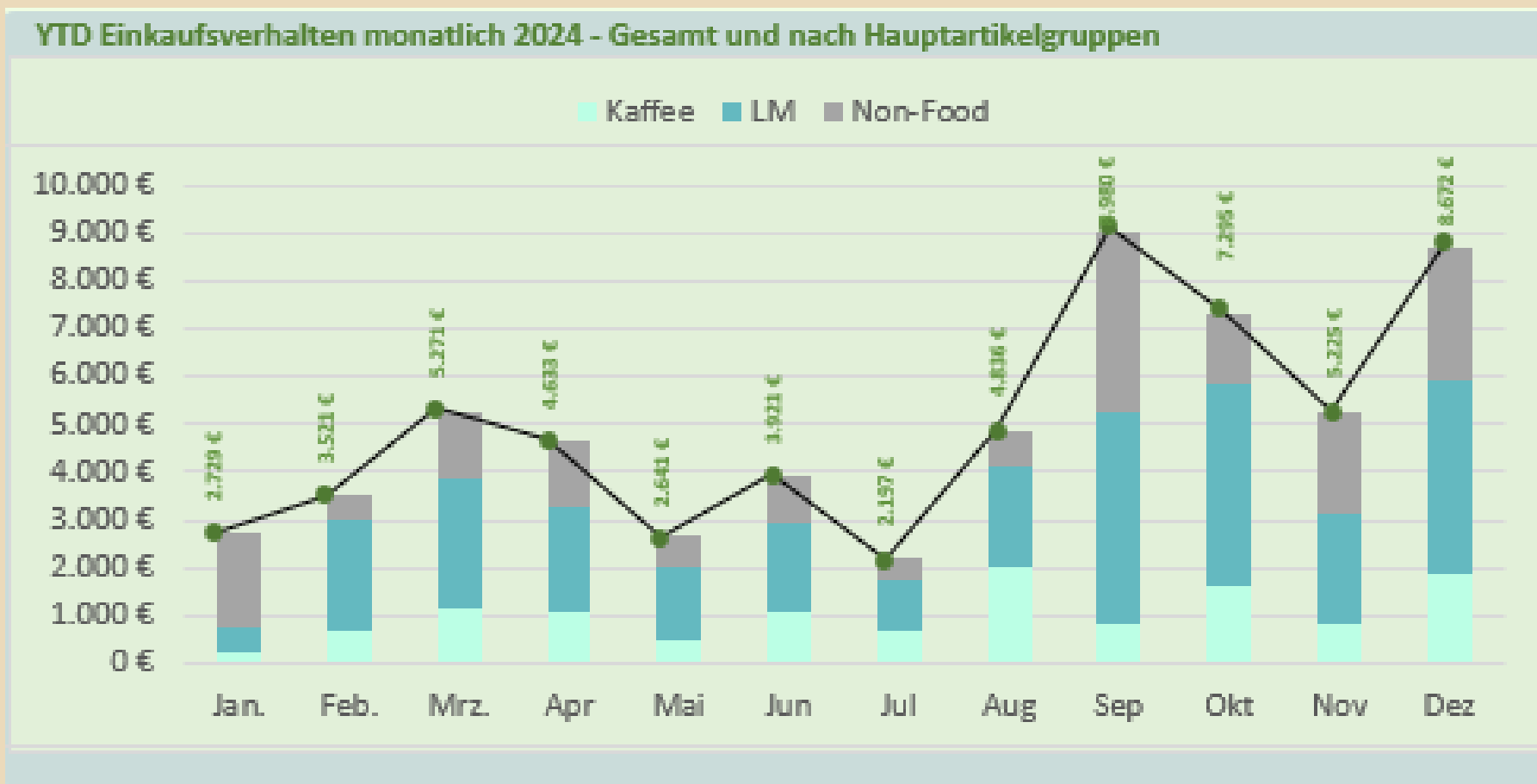
Umsatz pro Warengruppe: z. B. Süßwaren, Kaffee, Kunsthandwerk, Textilien.

Umsatz pro Quadratmeter Verkaufsfläche: zur Bewertung der Flächeneffizienz.

Umsatz pro Mitarbeitenden: besonders relevant bei ehrenamtlicher Struktur.

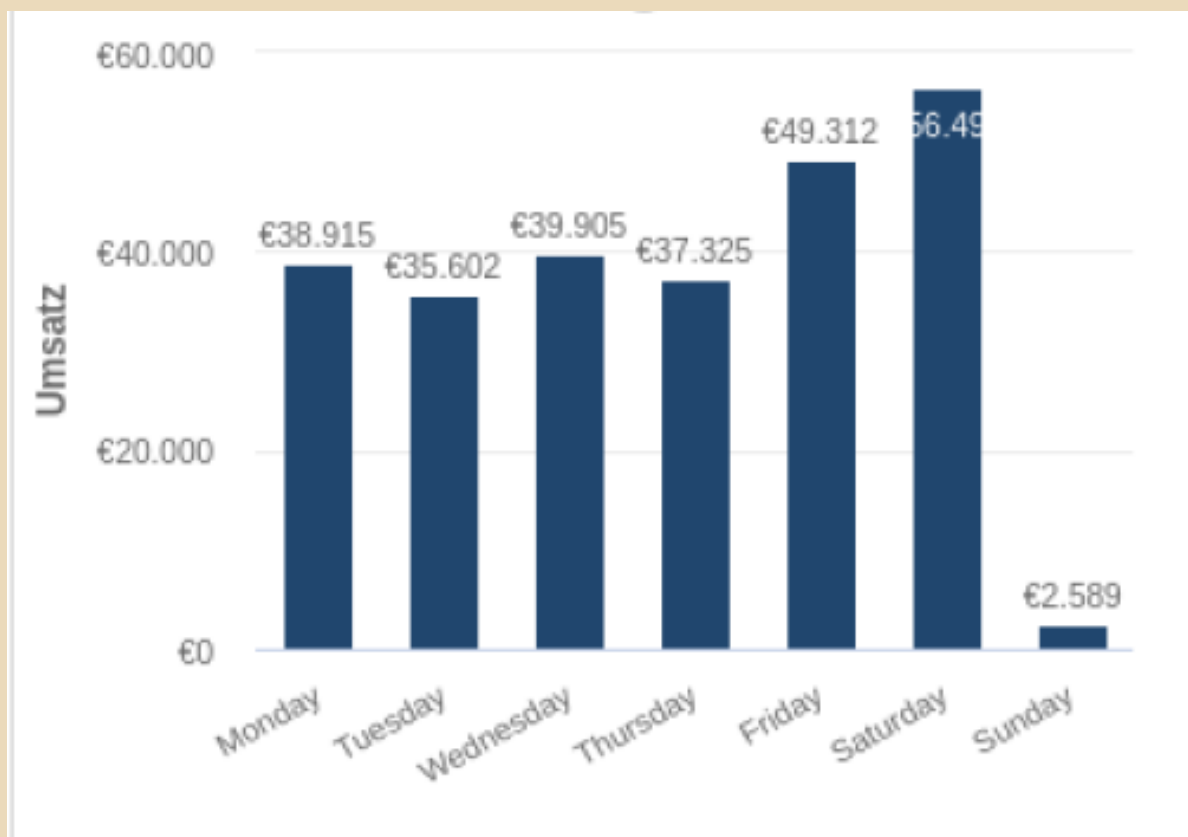
Wichtige betriebswirtschaftliche Zahlen & Kennzahlen für Weltläden

1. Umsatz Pro Monat – Bestellverhalten besser darauf einstellen



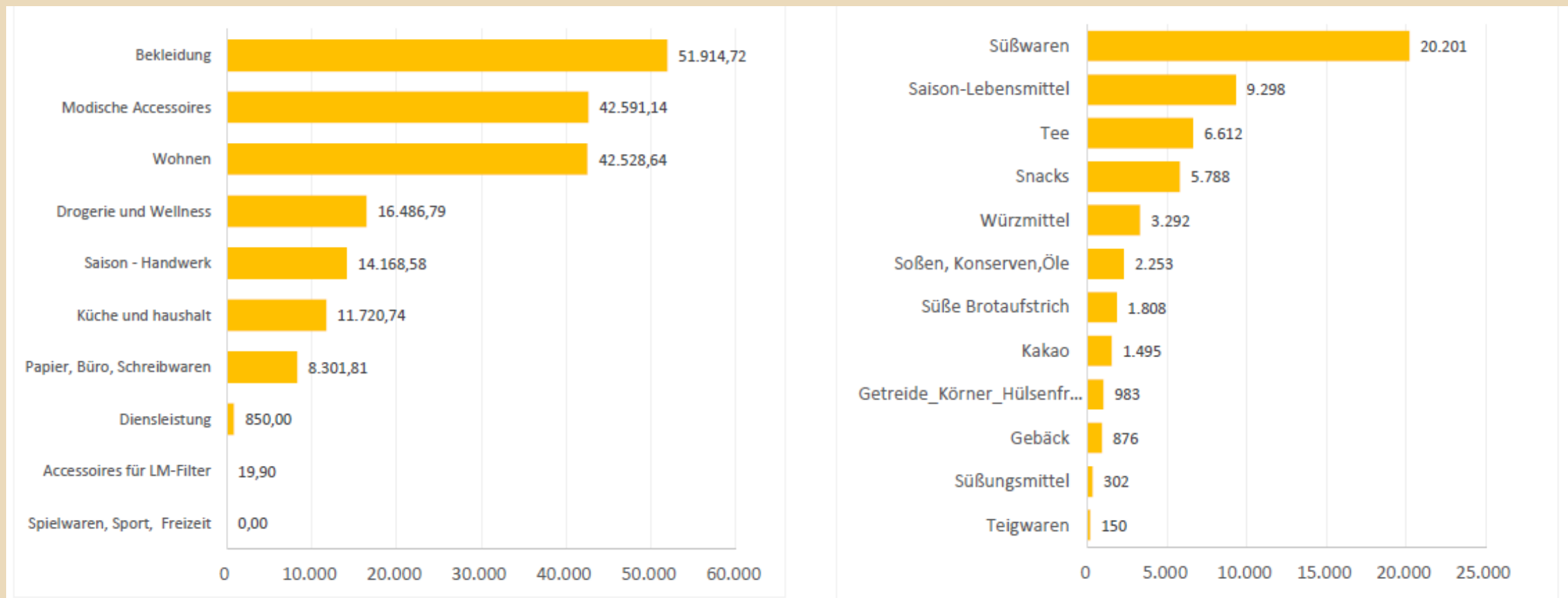
Wichtige betriebswirtschaftliche Zahlen & Kennzahlen für Weltläden

1. Umsatz Pro Verkaufstag – Markttag erkennen und Aktionen Platzieren

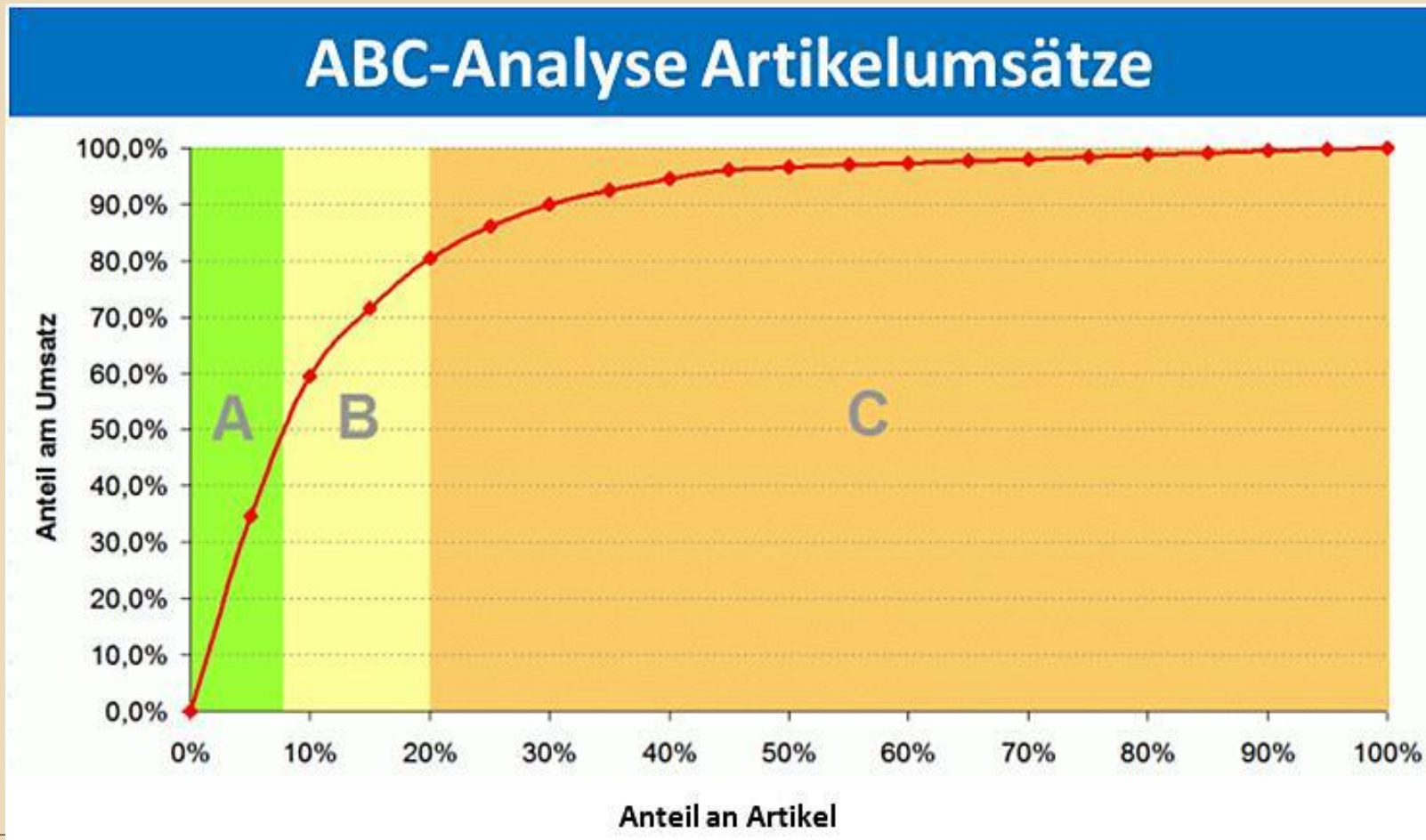


Wichtige betriebswirtschaftliche Zahlen & Kennzahlen für Weltläden

1. Umsatz Pro Warengruppe – Wichtigste warengruppen erkennen und Einkaufsbudget darauf einstellen



Pareto-Diagramm (80/20-Regel)



Zeigt, dass ein kleiner Teil der Ertragsbringer (z. B. 20 %) oft den Großteil des Ertrags (z. B. 80 %) liefert

Wichtige Zahl:
Mit wie vielen Produkten mache ich ca. 80 % des Umsatzes?

„Hitliste“ – Eine Liste sortiert nach Umsatz absteigend

Die Vermarktung der A- und B-Produkten in Focus behalten!

Mit wie vielen Produkten mache ich ca. 80 % des Umsatzes?

Beispiel einer „Hitliste“ nach Einkaufswert mit Ertragswert (UVP – EK-Preis)

Artikelgruppe	Artikel_N	Art. Bezeichnung	Menge	Einkaufswert	Verkaufswert zu UVP	Ertrag
Kaffee	8910972	Italienischer Bio Espresso 1000g	140	2.688 €	3.318 €	630 €
	3050921	Bio Orgánico naturmild, 500g	144	1.266 €	1.507 €	241 €
	8950925	Milde Mischung 500g gemahlen	138	1.106 €	1.316 €	210 €
	3050902	Bio Orgánico entkoffeiniert	210	1.089 €	1.296 €	207 €
	8950930	Café Aha 500g gemahlen	144	1.073 €	1.277 €	204 €
	3050901	Bio Orgánico naturmild	174	830 €	988 €	158 €
	1860904	Bio Espresso Ankole 1000g	40	769 €	949 €	180 €
	891090501	Bio Espresso Bohne 250g	66	329 €	406 €	77 €
	305090101	Bio Orgánico Bohne	66	320 €	381 €	61 €
	8900925	Bio Caffè Crema 1000g	16	318 €	393 €	75 €

LM	895180205	Bio Weihnachtsschokolade Vollmilch	650	988 €	1.391 €	404 €
	8901825	Bio Schoko Nikolaus Vollm. 65g	700	924 €	1.302 €	377 €
	8961890	Nougat Kakao Mandeln	280	782 €	1.166 €	384 €
	8910857	Bio Cashew Bruch natur 500g	64	569 €	837 €	268 €
	8910439	Bio Honig Set 3x125g	80	457 €	672 €	215 €
	8912011	Bio Limo Orange 0,33l	552	423 €	598 €	175 €
	7740801	Mangos Preda 100g ungeschwefelt	190	421 €	620 €	198 €
	8911918	Bio Marmor Dinkel Knusperchen 125g	259	394 €	554 €	161 €
	8961871	Bio Lemon Crisp	220	388 €	547 €	159 €
	8910853	Bio Cashews natur 250g	72	379 €	558 €	178 €

2. Deckungsbeiträge & Margen

Wareneinsatz vgl. mit Verkaufspreis: Wie profitabel sind einzelne Produkte?

Rohhertrag: Differenz zwischen Umsatz und Wareneinsatz.

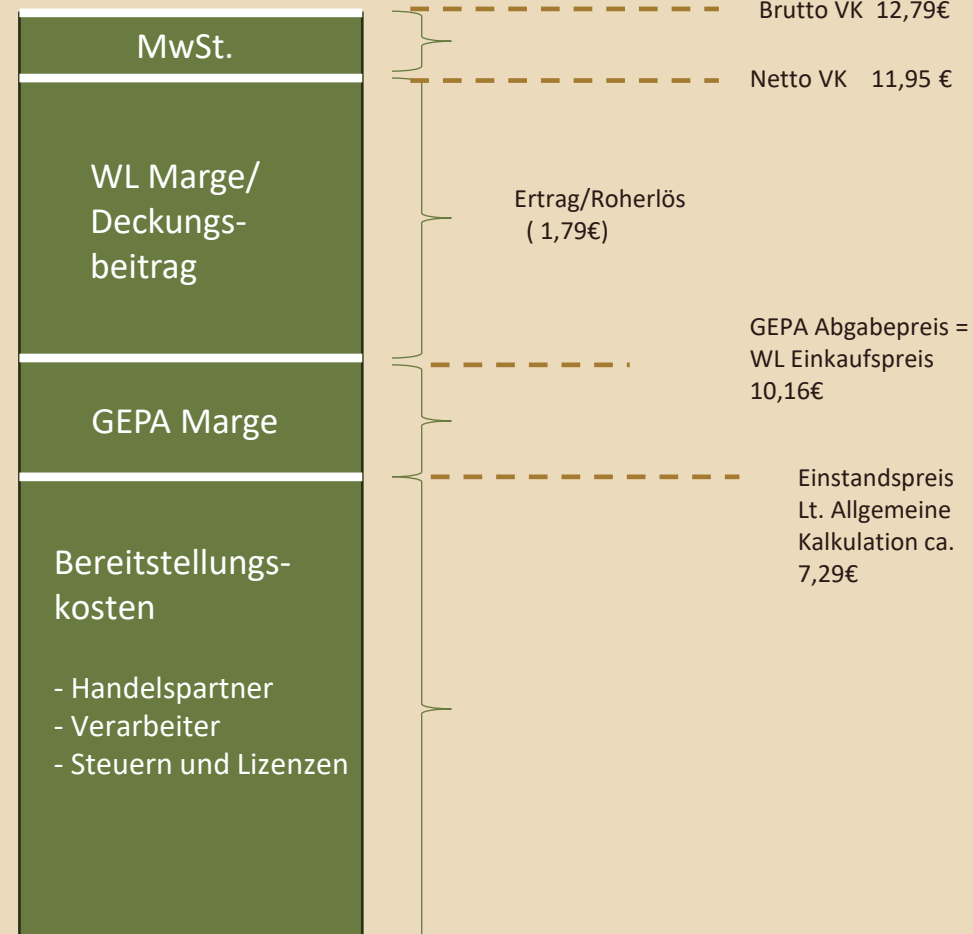
Deckungsbeitrag je Produktgruppe (Warengruppe): zur Priorisierung im Sortiment.

Die Preiskalkulation : Marge/Deckungsbeitrag verstehen

Allgemeine Kalkulation



z.B. Einkauf mit 15% Rabatt



3. Kundenbezogene Kennzahlen

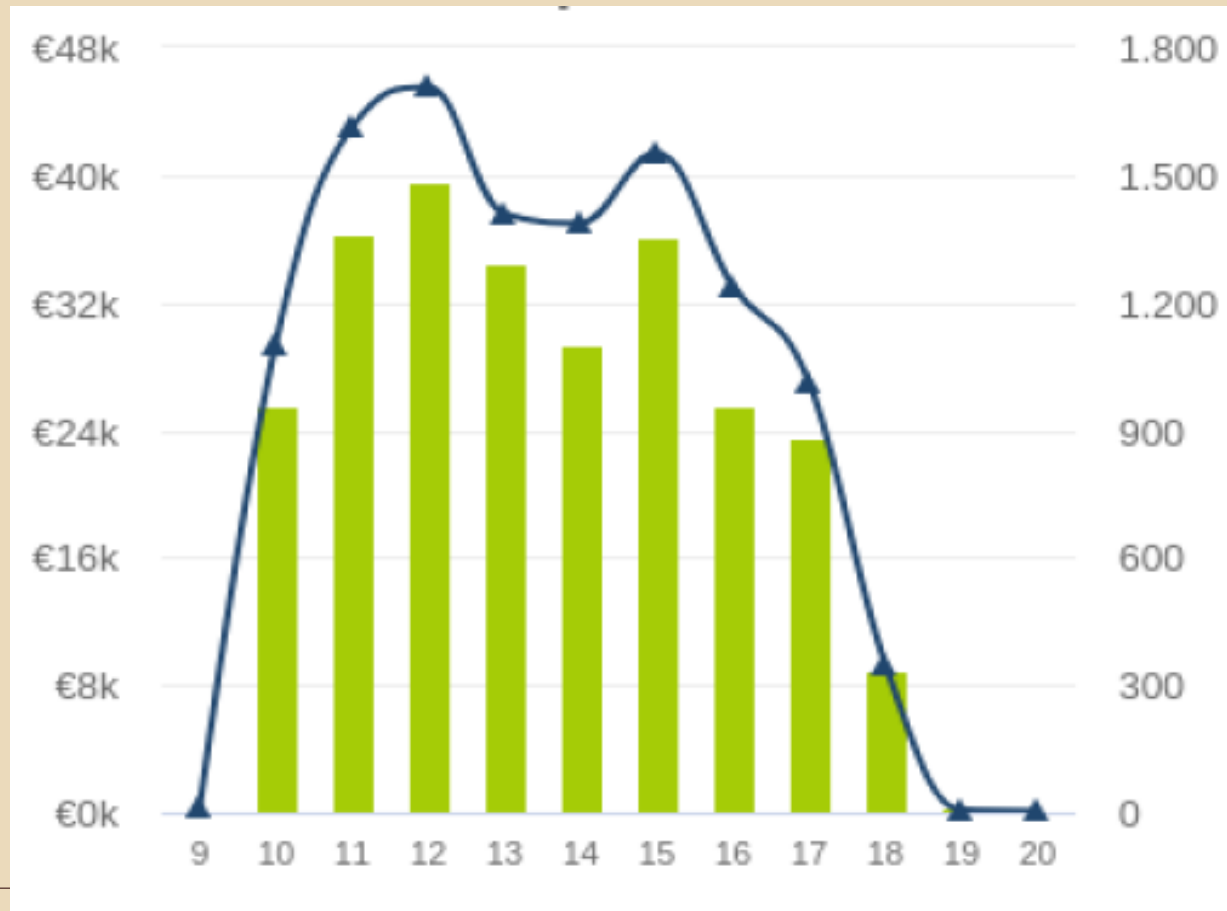
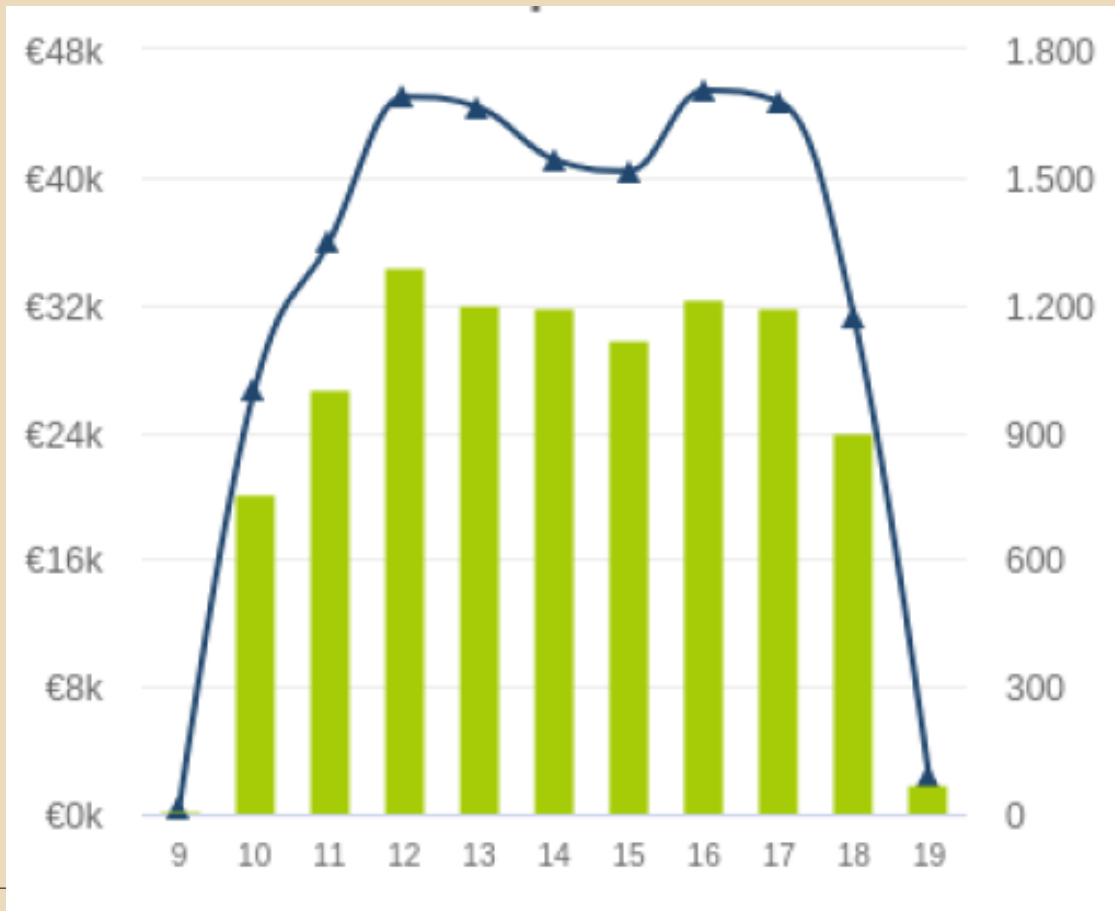
Kundenzahl pro Stunde/Tag/Woche/Monat – „Happy-Hour“ , Einteilung Doppelschichten

Durchschnittlicher Einkaufswert pro Kunde – Produkt Bündelungen, Wann und Preisklassen.

Kundenzufriedenheit: z. B. über Umfragen oder Feedbackkarten

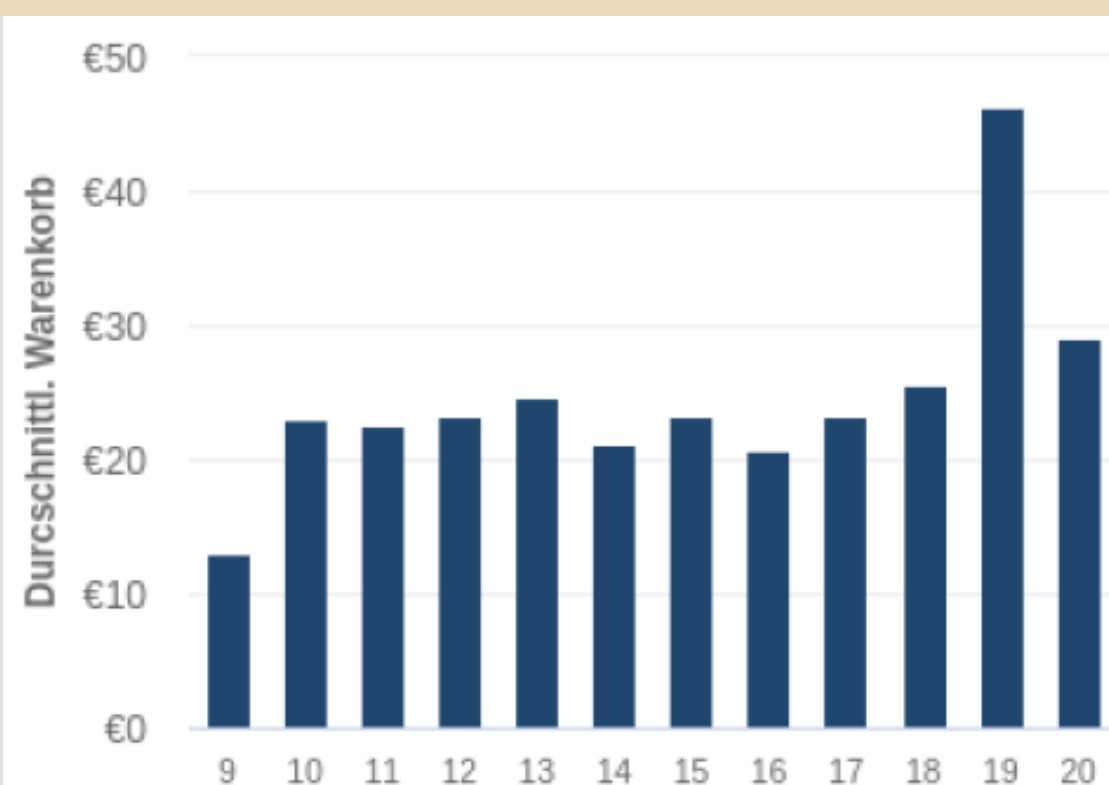
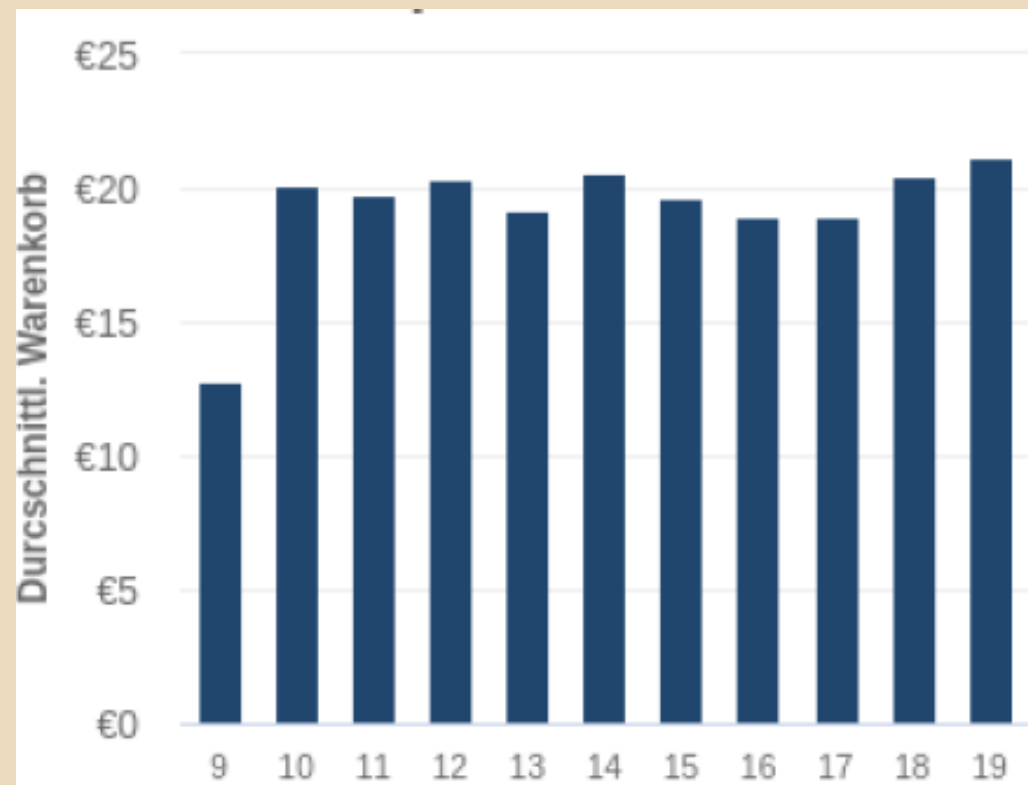
3. Kundenbezogene Kennzahlen

Kundenanzahl (Anzahl Belege) ▲ pro Stunden-Zeit im Jahr/ Umsatz pro Stunden Zeit Im Jahr ■



3. Kundenbezogene Kennzahlen

Durchschnittlicher Einkaufswert pro Kunde / Stunden Zeit



4. Lagerkennzahlen

Lagerumschlagshäufigkeit: Wie oft wird das Lager „umgedreht“?

Lagerreichweite: Wie lange reicht der aktuelle Bestand?

Bestandswert: Kapitalbindung im Lager.

.

Umschlagshäufigkeit

Die Lagerumschlagshäufigkeit gibt an, wie oft der Lagerbestand eines Produkts innerhalb eines bestimmten Zeitraums vollständig verkauft und wieder aufgefüllt wurde. Sie zeigt, wie effizient das Lager genutzt wird.

Beispiel:

Umsatz mit Schokolade im Jahr: 12.000 €

Durchschnittlicher Lagerbestand an Schokolade: 3.000 € ((Anfang Bestand – Endbestand)/2)

$LUG = \text{Umsatz €} / \text{Durchschn. Lagerbestand €}$

Lagerumschlagshäufigkeit : $12.000 / 3000 = 4$

Das bedeutet: Der Lagerbestand wurde viermal im Jahr komplett umgesetzt

Hilft bei Steuerung der Kapitalbindung in Produkten, Einkaufsrhythmus für bestimmten Produkten usw.

Lagerreichweite

Die **Lagerreichweite** gibt an, **wie lange der aktuelle Lagerbestand ausreicht**, um den durchschnittlichen Bedarf zu decken – also wie viele Tage, Wochen oder Monate man mit dem vorhandenen Bestand auskommt, **ohne** nachzubestellen.

Beispiel:

Lagerbestand: 90 Tafeln Schokolade

Durchschnittlicher Verkauf: 2 Tafeln pro Tag

Lagerreichweite = Lagerbestand/Durchschnittliche Verkauf

Lagerreichweite = $90/2 = 45$ Tage

- Das bedeutet: Wenn der Verkauf gleich bleibt, **reicht der Vorrat für 45 Tage**.

Zukunft

- Einsatz von Warenwirtschaftssystemen-Unabdingbar
 - Beschäftigung mit Kennzahlen in eurer Gruppe (Welche Kennzahlen käme für euch in Frage?)
 - Regelmäßige Austausch mit der Buchhaltung – Zahlen pro Tertial anfordern und damit beschäftigen
 - Holt euch Hilfe (Zahlen und Erklärungen) von euren Beratern
 - Beteiligt euch bei Umfragen zu Zahlen für Benchmarking
 - Gemeinsam Schaffen wir das!
-