

Marktkennzahlen

Märkte können in ihrer Grösse in Bezug auf Umsatz und Absatz definiert werden. Anbei die wichtigsten Marktkennzahlen.

Mehr Marketing unter: www.marketing-zusammenfassung.ch



Marktkennzahlen



Marktkapazität

Theoretische Grösse. Wie viele Güter (Menge) oder Werte (Umsatz) könnte ein Markt theoretisch im maximum aufnehmen.

Marktpotential

Das Marktpotential gibt die Menge oder die Werte an, die ein Markt unter Berücksichtigung der Kaufkraft und optimalen Voraussetzungen aufnehmen kann.

Weitere Informationen: <https://de.wikipedia.org/wiki/Marktpotenzial>

Marktvolumen

Umschreibt die Menge oder Werte durch alle Mitbewerber in einem Markt, die tatsächlich umgesetzt wurden.

Weitere Informationen: <https://de.wikipedia.org/wiki/Marktvolumen>



Marktanteil

Der Marktanteil ist der prozentuale Anteil am Marktvolumen.

$$\frac{\text{Marktanteil} \times 100}{\text{Marktvolumen}} = \%$$

Relativer Marktanteil

Indikator für die Marktstellung des Unternehmens. Dieser setzt den Unternehmensumsatz in Bezug zu dem Umsatz des grössten Wettbewerbers.

$$\frac{\text{Eigener Marktanteil}}{\text{Marktanteil des grössten Mitbewerbers}}$$

Weitere Informationen: <https://de.wikipedia.org/wiki/Marktanteil>

Sättigungsgrad

Der Sättigungsgrad (in Prozent) zeigt die Sättigung eines Marktes und ergibt sich aus dem Verhältnis von Marktvolumen und Marktpotential. Wenn Marktvolumen und Marktpotential gleich gross sind, ist der Markt gesättigt (= tiefe Marktattraktivität für neue Marktteilnehmer)

$$\frac{\text{Marktvolumen} \times 100}{\text{Marktpotential}} = \%$$

Penetrationsgrad

Anzahl Kunden, die das Produkt X in der Periode X mind. 1 x gekauft haben / Alle potentiellen Kunden x 100 %