

## Geschäftsführung - KPIs

Acquisition Cost	Kosten für den Erwerb von Anlagevermögen.	Gesamtkosten für Anlageerwerb
Commitment Ratio	Verhältnis gebundener Mittel zu freigegebenem Kapital.	Gebundenes Kapital / Budgetiertes Kapital
Capex Turnover	Effizienz der Kapitalverwendung.	Umsatz / Investiertes Kapital
Return on Capital Employed	Rendite auf eingesetztes Kapital.	EBIT / (Eigenkapital + Verbindlichkeiten)
Capitalized R&D	Anteil der aktivierten F&E-Kosten.	F&E-Investitionen / Gesamtinvestitionen
Reinvestment Rate	Wiederanlagequote – Anteil des Gewinns, der reinvestiert wird.	Reinvestierter Gewinn / Nettogewinn
Net Present Value	Barwert zukünftiger Cashflows abzüglich Investitionskosten.	Summe (Cashflows / $(1+r)^t$ ) - Investition
Depreciation	Abschreibung auf Sachanlagen über die Nutzungsdauer.	Anschaffungskosten / Nutzungsjahre
Depreciation to Capex	Verhältnis Abschreibung zu Investitionen.	Abschreibung / Investitionen
Utilization	Nutzung von Maschinen oder Anlagen.	Tatsächliche Nutzung / Gesamtkapazität
Cash Burn Rate	Bargeldverbrauch – Geschwindigkeit, mit der ein Unternehmen liquide Mittel verbraucht.	Monatliche Ausgaben - monatliche Einnahmen
Average Days Delinquent	Durchschnittlich überfällige Tage – wie spät Kunden im Schnitt zahlen.	Tatsächliches Zahlungsdatum - Fälligkeitsdatum
Operating Cash Flow	Operativer Cashflow – Bargeld aus laufender Geschäftstätigkeit.	Zahlungsmittelzufluss aus Geschäftstätigkeit
Free Cash Flow	Freier Cashflow – Mittel nach Investitionen, die zur Verfügung stehen.	Operativer Cashflow - Investitionsausgaben
Revenue Growth	Umsatzwachstum – misst die Wachstumsrate des Umsatzes über die Zeit.	$(\text{Umsatz aktuell} - \text{Umsatz vorher}) / \text{Umsatz vorher}$
Market Share	Marktanteil – Anteil des Unternehmens am Gesamtmarkt.	Umsatz des Unternehmens / Gesamtumsatz Markt
Employee Productivity	Produktivität der Mitarbeitenden – zeigt die Effizienz pro Person.	Umsatz / Anzahl Mitarbeitende
Innovation Index	Innovationsrate – misst die Fähigkeit, neue Produkte/Services zu entwickeln.	Neuproduktumsatz / Gesamtumsatz
Brand Equity	Markenwert – bewertet die Markenstärke z. B. durch Bekanntheit und Loyalität.	Subjektiv / Umfrage- oder Bewertungskennzahlen