Kenngrößen zur Ermikklung der eigenen Stellung am Marktian den Teilmärkten

Umsatz | Absatz Unternehmen

(MP)
Markipotential: Gesamtheit
mögl. Umsatzmengen auf dem Markt

Harklvolumen (MV) · tatsāchliche Umsatzmenge der Branche (Harkl)

- (AP) Absortzpotential: für erreichbar gehaltene eigene Umsatzmenge
- (AU) Absatzvolumen: tatsächliche eigene Umsatz-Missatzmenge

Berechnung Marklanteil (MA):

1 MA absolut =
$$\frac{Absatzvolumen}{Marktvolumen} \times 100$$
 B = $\frac{5000}{C}$ = $\frac{10000}{16000}$ shide $\times 100 = 0.0625 = \frac{6.2596}{10000}$

② MA relativ =
$$\frac{AV}{AV großter Konkenment} = \frac{10\%}{B} = \frac{10\%}{C} = \frac{10\%}{AV großter Konkenment} = \frac{10\%}{AV großter Konk$$