
Weiterführende Literatur

- Ambler, T. (2000). *Marketing and the Bottom Line. The new Metrics of Corporate Wealth*. London: Financial Times Prentice Hall.
- Dalrymple, D., Cron, W. L. & DeCarlo, T. E. (2001). *Sales Management*. 7. Aufl., New York: John Wiley & Sons (aktuelle Auflage: 10. aus 2008, aktueller Titel: Dalrymple's Sales Management: Concepts and Cases).
- Diller, H. (2005). Probleme des Kundenwerts als Steuerungsgröße im Kundenmanagement. In H. Böhler & D. Scigliano (Hrsg.), *Marketing-Management*, (S. 294–326). Stuttgart: Kohlhammer (hier verwendet: Ausgabe 2002).
- Dixon, M., Freeman, K. & Thomas, N. (2010). Was Kunden wirklich wollen. *Harvard Business Manager*; 9, 36–44.
- Ehrmann, H. (2002). Vertriebscontrolling und -budget. In W. Pepels (Hrsg.), *Handbuch Vertrieb* (S. 865–893). München: Hanser.
- Eisenfeld, B. L. (2000). *Evaluating Field Sales Projects With a Balanced Scorecard. Ohne Ort*. USA: Eigenveröffentlichung der Gartner Group.
- Jobs, E. (2000). Data-Warehouses und Kundenmonitoring. In M. Hofmann & M. Mertiens (Hrsg.), *Customer-Lifetime-Value-Management* (S. 155–166). Wiesbaden: Gabler.
- Kieser, H.-P. (2001). *Moderne Vergütung im Verkauf. Leistungsorientiert entlohnen mit Deckungsbeiträgen und Zielprämien*. 2. Aufl., Eschborn: RKW-Verlag.
- Rapp, R. (2005). *Customer Relationship Management: Das Konzept zur Revolutionierung der Kundenbeziehungen* (3. Aufl.). Frankfurt: Campus.
- Reichmann, T. (2006). *Controlling mit Kennzahlen und Management-Tools: Die systemgestützte Controlling-Konzeption* (7. Aufl.). München: Vahlen.
- Reichwald, R., & Bullinger, H.-J. (Hrsg.). (2000). *Vertriebsmanagement*. Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Riebel, P. (1994). *Einzelkosten- und Deckungsbeitragsrechnung: Grundfragen einer markt- und entscheidungsorientierten Unternehmensrechnung* (7. Aufl.). Wiesbaden: Gabler.
- Thaler, R. (1999). Mental Accounting Matters. *Journal of Behavioral Decision Making*, 12, 183–206.
- Thomaszik, B. (2006). Wachstum im Blick. Vertriebsstrategie und Vertriebsumfrage. *Absatzwirtschaft* (Sonderausgabe Vertrieb), 25–28.
- Vollmuth, H. (2006). *Kennzahlen*. Freiburg: Rudolf Haufe.
- Weber, J., Weißenberger, B. E. & Löbig, M. (2001). Operationalisierung der Transaktionskosten. In P.-J. Jost (Hrsg.), *Die Prinzipal-Agenten-Theorie in der Betriebswirtschaftslehre*, Hrsg. Jost, Peter-J., (S. 417–447). Stuttgart: Schäffer-Poeschel.
- Wittenborg, G. P. (2000). Der Einsatz von Data-Warehouses im Customer-Relationship-Management. In M. Hofmann & M. Mertiens (Hrsg.), *Customer-Lifetime-Value-Management* (S. 177–188). Wiesbaden: Gabler.

Stichwortverzeichnis

A

ABC-Analyse, 253
Abrechnungsbogen, 37
Absatzprognose s. Forecast
Abverkaufsquote, 44, 151
Abweichungsanalyse, 92
 operative, 92
 extrapolierende, 95
 strategische, 96
Account-Manager, 134
Activity Based Costing, 339
Adjustierung, 402
Ähnlichkeitswert, 72
Akquisiteur, 134
Akquisitionskosten, 383
Alpha-Wert, 416
Analogiemethode, 103
Analogiemodelle, 423
Angebot
 kundenindividuelles, 380
 universelles, 380
Angebotserfolgsquote, 45
Angebotserstellung, 379
Angebotserstellungsdauer, 211
Angebotskosten, 351, 379
 Präsentationskosten, 380
 Prüfkosten, 380
Angebotsquote, 44
Angebotsverhandlung, 381
Angebotsverhandlungskosten, 351
Apps, 140, 222
Äquivalenzziffern, 219
Äquivalenzziffernkalkulation, 301
Arbeitsvertrag, 134
Auftragsdeckungsbeitrag, 44

Auftragseingangsentwicklung, 45
Auftragseingangsquote, 45
Auftragseingangswahrscheinlichkeit, 413
 Bewertungskorridor, 413
 Wertekorridor, 413
Auftragseinzelkosten, 351
Auftragsvolumenrealisierungsquote, 351
Ausbildung, 1
Ausbringungsmenge, kritische, 308
Ausreißer, 405

B

Balanced Scorecard, 49
 Entwicklungsbereiche, 51
 Leitfragen, 51
 Voraussetzungen, 50
Banalprognose, 403
BCG (Boston Consulting Group), 128
Belohnungs- und Bestrafungssystem, 177
Benchmarkanalyse, 62
 Grenzen, 66
 Vertriebspartner, 194
Benchmark-Prozess, 64
Beschwerdequote, 45
Bestätigungsverzerrung, 407
Besuchseffizienz, 44
Beta-Wert, 419
Betreuungsaufwandsquote, 189
Betreuungserfolg, 189
Betreuungsintensität, 189
Betreuungskostenmaß, 190
Betreuungsquote, 189
Betreuungsspanne, 189
Betrieblicher Abrechnungsbogen, 37

Betriebsrat, 65
 Betriebsvereinbarungen, 65, 134
 Bezugsgröße, 40
 Biases, 406
 Big Data-Analysen, 354
 Boni, 328
 Boston Consulting Group, 128
 Brainstorming, 104
 Brainwriting, 107
 Break-Even-Analyse, 308
 Budgetierungsprozess, 238

C

Callcenter, 135
 Callcenter-Agent, 135
 Cash Management, 157, 158
 Cashflow, 321, 337
 Clusteranalyse, 72
 Cost per Action, 350
 Cost per Click, 349
 Cost per Lead, 349
 Cost per Order, 350
 Cost per Sale, 350
 Customer Relationship Management (CRM), 365
 Customer Relationship Management (CRM)-System, 70, 365
 Cross-Selling, 260, 268, 321
 Customer Lifetime Value, 253, 260, 282
 Customer Retention, 45, 160
 Customer Relationship Management-System, 18
 Customer Scoring, 259

D

Dashboard, 49, 61
 Data Mining, 354
 Dauerkundenquote, 160
 Dauerwerbesendung, 139
 DBU (Deckungsbeitrag pro Umsatz), 221
 Deckungsbeitrag, 31, 221
 leistungsbezogener, 36
 Vertriebspartner, 193
 Deckungsbeitragsrechnung
 einstufige, 32
 mehrstufige, 36, 163, 231
 Delphimethode, 109

Direct Costing, 32, 299
 mehrstufiges, 36
 Direkte Produktrentabilität, 307
 Direktvertrieb, 195
 Kennzahlen, 205
 nicht-personalgestützter, 222
 personalgestützter, 195
 Diskontierung, hyperbolische, 407
 Divisionskalkulation, 301
 DPR (direkte Produktrentabilität), 307
 DuPont-Kennzahlenschema, 41, 48

E

E-Commerce, 138
 Economies of Scale, 309
 Eintrittswahrscheinlichkeit, 403
 Elastizität der Kaufwahrscheinlichkeit, 325
 Emotionen, 270
 Enterprise Resource Planning, 65, 358
 Entmystifizierung, 40
 Entscheidungskompetenz, 177, 186, 272
 erfolgsabhängige Vergütung, 134, 135
 Ergebnisorientierte Vertriebssteuerung, 197
 Kennzahlen, 205
 ERP (Enterprise Resource Planning), 102
 exponentielle Glättung, 415

F

Fehlmenquote, 151
 finanzielle Führung, 29, 397
 Fixgehalt, 134
 Fixkostendeckungsrechnung s. mehrstufige Deckungsbeitragsrechnung
 Folgeauftragsquote, 212
 Forecast, 395
 Analogiemodelle, 423
 Definition, 396
 Expertenmodelle, 424
 kombinierter, 401, 423
 multivariate Regressionsanalyse, 421
 naiver, 422
 Nutzen, 397
 rollierender, 410
 Verfahren, 408
 Forecast-Estimation-Group, 425
 Franchise-System, 235
 Free-Wheeling, 108

Frühwarnsystem, 66, 413

alarmierendes, 71

initiiertes, 71

Messgröße, 70

Schwellwert, 70

Signalwert, 70

Standardprotokoll, 71

Trend, 67

Warnsignal, 70

Zeithorizont, 69

Führung, finanzielle, 29

Funktionsrabatt, 335

G

Gamma-Wert, 418

Gantt-Chart, 381

Gap-Analyse s. Abweichungsanalyse

Gaußsche Verteilung, 71

Gesamtkosten, 312

Gesamtkostenverfahren, 312

Gewinn-Verlust-Rechnung, 312

Glättung

adaptive, 417

adaptive exponentielle, 420

doppelt exponentielle, 417

erweiterte exponentielle, 419

exponentielle, 416

Zweiparameter, 418

Glättungsfaktor, 416

Google Scholar, 3

Großhändler, 143

Gutsherrenprämie, 218, 219

H

Handelsvertreter, 141, 235

Vertrag, 141

Handlungskosten, 307

Hard Skills, 12

Haustürgeschäft, 138, 139

Heuristik, 80

Verfügbarkeitsheuristik, 89

Hygienefaktoren, 212

hyperbolische Diskontierung, 407

I

Identifikation von Interessenten, 357, 376

Implementation Rights, 176

Indirekter Vertrieb, 175, 192

Einzelkosten, 193

Handlungsrechte, 175

Ranking, 192

Risiken, 183

Vertragsgestaltung, 180

Vollkostenermittlung, 193

Infomercials, 139

Informationsasymmetrie, 7

Informationsnachfrage, 48

Informationsverfügbarkeit, 49

Initiation Rights, 176

Interessentenansprache, 358

Einwandsbehandlung, 362

Verkaufspräsentation, 360

Vorbereitung, 358

Interessentenidentifikation, 357, 371

Interessentenidentifikationskosten, 350

Interessentenkontakt, 377

Interessentenkontaktkosten, 351

Interessentenmanagement, 370

Interessentenqualifikation, 371

Interessentenqualifikationskosten, 350

Interner Zinsfuß, 267, 284, 290

Interpretationshoheit, 121

Intervallskala, 84, 387

Intuitive Prognose, 406

IT-System im Vertrieb, 361

K

Kanalinterdependenzen, 224

Kapitalrentabilität, 374

Katalog, 137, 222

Katalogversandhandel, 235

Kennzahlen, 39, 40

Cockpit, 49

Grenzen, 42

Kennzahlen-Ideologie, 39

Kennziffer-Datenblatt, 43

Nutzen, 41

Kennzahlenkatalog, 48

Kennzahlenkonstruktion, 40

Kennzahlenschema, 48

Kennzahlensystem, 46

- Anforderungen, 46
 - Arten, 48
 - Key Performance Indicator, 18
 - Key-Account-Management, 134, 355, 385
 - Knowledge-of-Customer-Index, 272
 - kombinierter Forecast, 401, 423
 - komparativer Wettbewerbsvorteil, 124
 - Konkurrenzanalyse, 119
 - systematische, 119
 - unsystematische, 120, 122
 - Kostenartenrechnung, 29
 - Kosten-Leistung-Rechnung, 29
 - Kostenrechnung, 29
 - Kostenstellenrechnung, 30
 - Kostenträgerrechnung, 30, 231
 - Kostenträgerstückrechnung, 30
 - Kostenträgerzeitrechnung, 30, 312
 - Kostentreiber, 347
 - KPI (Key Performance Indicator), 18
 - kreative Verfahren, 104
 - Kritische Ausbringungsmenge, 308
 - Kritischer Preis, 308
 - Kunden-ABC-Analyse, 254
 - Kundenbefragung, 424
 - Kundenberater, 134
 - Kundenbetreuer, 134
 - Kundenbetreuungskostenquote, 161
 - Kundenbindung, 269
 - Kundenbindungsanalyse, 268
 - Kundendeckungsbeitrag, 44, 264
 - Kundendeckungsbeitragsrechnung, 31, 263, 373
 - Kundenempfehlung, 289
 - Kundenerfolgsrechnung, 251
 - Kundenkontakterfolgsquote, 44
 - Kundenkontakthäufigkeit, 44
 - Kundenkontaktintensität, 44, 211
 - Kundenkontaktsituation, 12
 - Kundenkontaktverteilung, 211
 - Kundenloyalität, 158, 269
 - Kundenmanagement, 390
 - Kundenportfolio, 257
 - Kunden-Ranking, 261
 - Kundenrentabilitätsrechnung, 265
 - nicht-askontierende, 265
 - Kundenrückgewinnung, 160
 - Kundenstamm, 117, 251
 - Kundenstrukturanalyse, 252
 - Kundentreue, 45, 212
 - Kundenwertanalyse, 262
 - Kundenwiedergewinnungsquote, 45
 - Kündigungsquote, 160
 - Kuppelkalkulation, 301
 - Kurzfristige Preisuntergrenze, 32, 118, 320
- L**
- langfristige Preisuntergrenze, 32, 118, 318
 - Lean Logistic, 352
 - Lean Management, 369
 - Lean Production, 352
 - Lean Sales Production, 369
 - Leistungsmessung, 177
 - Liefertreue, 45
 - Likertskala, 387
 - Liquiditätsplanung, 329, 397
 - Loss-Order-Rate, 45
 - Loss-Order-Reports, 386
 - Ablehnungsgründe, 389
 - Fragebogen, 387
 - ursprüngliche Angebotsmotivation, 388
 - Loyalität, 158
- M**
- Mandelbrotverteilung, 71
 - Markt, relevanter, 100
 - Marktabdeckungsgrad, 235
 - Marktanalyse, 99
 - Marktattraktivität, 127
 - Marktattraktivitätsanalyse, 124
 - Marktplatz, virtueller, 117
 - Marktpotenzial, 100
 - Marktveränderungen, 102
 - Marktvolumen, 100
 - Marktvolumenausschöpfung, 194
 - Marktwachstums-/Marktanteils-Portfolio, 128
 - Maschinenstundensatzkalkulation, 301
 - Maßnahmenwirkungsmessung, 165
 - McKinsey-Portfolio, 128
 - Meer der Verschwendung, 352
 - Mehrstufige Deckungsbeitragsrechnung, 36, 163, 231
 - Messgröße, 40
 - Methodenwettbewerb, 401
 - Mindmap, 108
 - Moment of truth, 368
 - Monitoring Rights, 176

- moralische Versuchung, 354
 Motivator, 212
 M-Theorie, 9
 multivariate Regressionsanalyse, 421
 Mustersuche, 407
- N**
- Nachkaufbetreuung, 363
 naiver Forecast, 422
 Narrative Leichtigkeit, 406
 Net Promoter Score, 287
 Netto-Wertschöpfungsbeitrag, 6
 Neukundenanteil, 383
 Neukundenquote, 45
 Neun-Felder-Portfolio, 128
 Nichtlineare Nutzenfunktion, 407
 Normstrategie, 258
 Notification Rights, 176
 Nutzenfunktion, nichtlineare, 407
 Nutzwertanalyse, 60, 74, 259, 292
 - Entscheidungsalternativen, 76
 - Kategorisierung von Kriterien, 80
 - Kriterien, 77
 - Kriteriengewichte, 78
 - Zielsystem, 75
- O**
- Oberstufen-Punktwertskala, 85
 ökonomische Modelle, 422
 Online-Shop, 138, 140
 Ordinalskala, 83
 Outcome-based salesforce control system s.
 ergebnisorientierte Vertriebssteuerung
 Outsourcing von Verkaufsprozessschritten, 361
 Overfitting, 406
- P**
- Paarvergleichsmethode, 60, 81
 Portfoliomodell, 123
 - Grenzen, 123
 Präsenzfiliolen, 235
 Präsenz-Großhandel, 235
 Preis, kritischer, 308
 Preis-Absatz-Funktion, 206, 324
 Preisdurchsetzungsfähigkeit, 190
 Preiselastizität der Nachfrage, 322
 Preisfindungsarten, 315
- Preiskalkulation, 314
 Preisnachlass, 327
 Preisuntergrenze
 - kurzfristige, 32, 118, 320
 - langfristige, 32, 118, 318
 Print-Katalog, 137
 Prinzipal-Agent-Theorie, 15
 Produktdeckungsbeitrag, 44
 Produktdeckungsbeitragsrechnung, 31, 118, 231, 299, 307
 - einstufige, 299
 - mehrstufige, 302
 - Zuschlagskalkulation, 304
 Produkterfolgsrechnung, 297
 Produktgemeinkosten, 301
 Produktionsergebnis des Vertriebscontrollings, 19, 429
 Produktionsprogramm, 302
 Produktlebenszyklus, 128, 422
 Produktnebenleistung, 316
 Produktpenetration, 260
 Produktpenetrationsanalyse, 281
 Produktpenetrationsrate
 - absolute, 281
 - gleitende, 281
 - quantitative, 282
 Produktrentabilität, direkte, 307
 Prognose, 398
 - intuitive, 406
 Prognoseprozess, 399
 Prognosesteam, 400
 Prognosewahrscheinlichkeit, 403
 Provision, 224
 Provisionssystem, 212
 - Entwicklung, 214
 Proximitätsmaß, 72
 Prozesscontrolling s.
 Vertriebsprozesscontrolling
 Prozesskostenrechnung, 307, 338
 Prozessmenge, 347
 Prozessschrittfragmentierung, 356
 Prozessschrittschnittstellen, 345
- Q**
- Qualitätskontrolle, 403
 Quantitative Methoden, 26
 - Grenzen, 27
 - Nutzen, 27

R

Rabatt, 332
 Rabattintensität, 45
 Rabattquote, 45, 158, 302
 RACI-Matrix, 347
 Radar-Chart, 146
 Ratification Rights, 176
 Reklamation, 159
 Reklamationskostenquote, 161
 relevanter Markt, 100
 Remanenz, 38, 134, 231, 320
 Reseller, 142, 235
 Resilienz, 186
 Retourenquote, 137
 Return on Investment, 292
 Revenue Share, 350
 Reziprozität, 159, 289, 386, 392
 Ricardianische Renten, 7
 rollierender Forecast, 410
 Royal Air Force, 337
 Rückschaufehler, 407

S

Sales Funnel, 210, 384
 Sales Manager, 134
 Sales Process Automation, 358
 Sales Representative, 134
 Sales Support System, 365
 Schulnotenskala, 85
 Schumpetersche Renten, 7
 Scoring-Modell s. Nutzwertanalyse
 Selektive Wahrnehmung, 121
 Selling Team, 136
 Sensitivitätsanalyse, 112, 286
 Shared-Value-Ansatz, 270
 Skonto, 327
 Smartphone, 108
 Smartphone-Apps, 140, 222
 Soft Skills, 12
 Sondereinzelkosten des Verkaufs, 264
 Sortimentsdeckungsbeitrag, 37
 Souk, 157
 Sozialromantik, 391
 Spezifisches Wissen, 17
 Spinnendiagramm, 146, 253
 Spitzenkennzahl, 48
 St. Galler Ansatz, 263
 Stammkundenquote, 45
 Status Quo-Bias, 407

Stellgröße, 40

Stornoquote, 45
 Strategische Abweichungsanalyse, 96
 Strukturvertrieb, 235
 SWOT-Analyse, 154
 Szenarien, 97, 114, 220
 Szenariotechnik, 111
 Einflussfaktoren, 113

T

Tausenderkontaktpreis, 349
 Teamarbeit, 214
 Telefonakquisiteur, 135
 Total Quality Management (TQM), 366
 Transaktionskosten, 5, 9
 Transaktionskostentheorie, 346
 Trendextrapolation, 103
 einfache, 415
 Tugenden, 355
 TV-Homeshopping, 139, 222
 TV-Shop, 235

U

Überoptimismus, 407
 Umfeldeinflüsse, 168
 Umsatz, 221
 Umsatzanteil, 44
 Umsatzentwicklung, 44
 Umsatzkostenverfahren, 312
 Umsatzpotenzial, 44
 Umtauschquote, 45
 Underfitting, 406
 Unique Selling Proposition, 124
 Unternehmenscontrolling, 157, 238, 239
 Unternehmensplanung, 338
 Unternehmensplanungsprozess, 237

V

Value Stream Mapping, 368
 Value-at-risk-Modelle, 71
 Veränderungsaversion, 407
 Verfügbarkeitsheuristik, 89
 Vergütung, erfolgsabhängige, 135
 Vergütungssystem, 213
 Verhaltensorientierte Vertriebssteuerung, 197
 Kennzahlen, 207
 Verhältnisskala, 84

- Verkäufer, 134, 195
 - Erfolgsfaktoren, 199
 - Performance, 199
 - Talent, 200
 - Verkaufseffektivität, 227
 - Verkaufsfördermaßnahmen, 289
 - Verkaufsinstanzen
 - Anforderungen aus Kundensicht, 145
 - Arten, 132
 - Auswahl, 153
 - Skalierbarkeit, 150
 - SWOT-Analyse, 154
 - Verkaufsinstanzeneffektivität, 44
 - Verkaufsinstanzeneffizienz, 44
 - Verkaufsinstanzenerfolgsrechnung, 131
 - Verkaufskosten, 163
 - Verkaufskostensatz, 149
 - Verkaufsorganisation, 201
 - branchenorientierte, 202
 - nach Kundengröße, 203
 - nach Named Accounts, 204
 - produktorientierte, 204
 - regionale, 202
 - Verkaufspersonal, 200
 - Verkaufsqualität, 194
 - Vertragsabschluss, 362
 - Vertrauen, 269
 - Vertrieb, indirekter s. indirekter Vertrieb
 - Vertriebs-Balanced Scorecard, 52
 - Dashboard, 61
 - Entwicklungsbereiche, 53
 - Grenzen, 61
 - Leitfragen, 53
 - Nutzwertanalyse, 57
 - Vertriebsziele, 52
 - Vertriebsbeauftragter, 134
 - Vertriebscontrolling, 5, 6
 - Anforderungsprofil, 8
 - Aufgaben, 8
 - Netto-Wertschöpfungsbeitrag, 9
 - operatives, 21
 - Produktionsergebnis, 19, 429
 - strategisches, 21, 99
 - Vertriebseffektivität, 155, 227
 - Vertriebseffizienz, 155, 163, 230
 - Messung von, 165
 - Vertriebserfolgsrechnung, 156
 - Vertriebsexklusivität, 132
 - Vertriebsfixkosten, kanalbezogene, 165
 - Vertriebsinformationssystem, 365
 - Vertriebsinstanzen
 - Auswahl, 144
 - Set-up-Kosten, 149
 - Vertriebskanal, Kostenstruktur, 231
 - Vertriebskanalanalyse, 226, 227
 - Vertriebskanalhygiene, 244
 - Vertriebskanalkonflikte, 245
 - Vertriebskanalmix, 223
 - Planung, 237
 - Steuerung, 240
 - Vertriebskanalmixcontrolling, 237
 - Vertriebskanalvergleich, 226
 - Vertriebsleistungselastizität, 239
 - Vertriebsorganisation, Entwicklung, 14
 - Vertriebspartner, 175
 - Deckungsbeitrag, 193
 - Vertriebspartnerbetreuer, 189
 - Vertriebsprozessanalyse, 341
 - Vertriebsprozesscontrolling, 337
 - Kennzahlen, 349
 - Vertriebssteuerung
 - ergebnisorientierte s. ergebnisorientierte
 - Vertriebssteuerung
 - verhaltensorientierte, 197, 207
 - Vertriebsunterstützungssystem, 365
 - Verwaltungsarbeitsanteil, 211
 - Vier-Felder-Matrix, 257
 - Virtueller Marktplatz, 117
- W**
- Wahrnehmung, selektive, 121
 - Wahrnehmungsverzerrung, 406
 - Web-Shop, 222, 235
 - Weisungsbefugnis, 133
 - Weiterempfehlung, 161
 - Werte, charakterliche, 354
 - Wettbewerbsanalyse, 99
 - Wettbewerbsvorteil, 124
 - komparativer, 124
 - Wettbewerbsvorteilsanalyse, 124
 - Wiederholungskaufrate, 160
 - Wissen
 - institutionalisiertes, 273
 - personalgebundenes, 273
 - Wissen, spezifisches, 17
 - Wissensbedarf, 274
 - Wissenseffizienz, 273
 - Work-in-Process-Zeiten, 369

ZZahlungsbereitschaft, [326](#)Zahlungstreue, [45](#)Zentrales Controlling, [6](#)Zielmarktanalyse, [115](#)Zielpreiserreichungsquote, [158](#)Zielumsatzrentabilität, [374](#)Zinsfuß, interner, [267](#), [284](#), [290](#)Zuschlagskalkulation, [150](#), [231](#), [301](#)Zweiparameterglättung, [418](#)Zwischenhandel, [143](#)