



Infos zur Autorin

**Claudia Huhn**  
Beratung Coaching Training

**Claudia Huhn –**  
Beratung Coaching Training  
Tel.: +49 2739 891080  
ch@claudiahuhn.de  
www.claudiahuhn.de

## WIE VIEL VERTRIEBSCONTROLLING BRAUCHT MEIN LABOR?

Antwort: So wenig wie möglich, so viel wie nötig.

Nötig ist alles, was Ihnen – relativ aktuell – folgende Informationen liefert:

1. Positive oder negative Umsatzveränderungen pro Kunde
2. Positive oder negative Veränderungen bei den Umsatzarten pro Kunde
3. Kulanzquote pro Kunde
4. Betreuungsaufwand in Zeit pro Kunde
5. Alter der Kunden

Auf der Basis dieser Punkte können Sie zum einen Ihren aktuellen Umsatz bewerten und daraus akute sowie dringende Vertriebsaufgaben ableiten, zum anderen ist es Ihnen mit diesen Informationen möglich, Ihren Umsatzbedarf für die entsprechende Umsatzplanung festzulegen.

Eine Kontrolle der Auslastung des Labors mithilfe eines Blicks auf die aktuelle Anzahl der sich im Labor befindlichen Arbeitsschalen ist eindeutig zu wenig. Das gibt sicherlich einen ersten Hinweis über die Anzahl der im Labor befindlichen Aufträge, allerdings keinerlei Hinweis zur Art der Arbeiten und darüber, von welchem Kunden welche Arbeit im Haus ist.

### A) Akute und dringende Vertriebsaufgaben

Nicht jede Umsatzveränderung bei einem Kunden ist gleich dringend. Wichtig sind alle – bei der einen oder anderen Veränderung tut Schnelligkeit Not, bei anderen wiederum ist es nur wichtig, zu reagieren, die Reaktion hat aber ein wenig Zeit. Wichtig und unerlässlich ist monatliche Kontrolle der Umsätze pro Kunde. Überprüfen Sie jeden einzelnen und schauen Sie, ob Sie belastbare Erklärungen für Veränderungen im Vergleich zum Vorjahresmonat haben.

Ist die negative Abweichung größer als der von Ihnen grundsätzlich festgelegte Prozentsatz und Sie haben keine belastbare Erklärung für die Abweichung, so gilt es, schnellstmöglich der Praxis einen Besuch abzustatten, um herauszufinden, was der Grund für den Umsatzrückgang ist. Hüten Sie sich vor ausgedachten Erklärungen, denn diese sind allzu oft reine Fantasie. Gehen Sie lieber auf Nummer sicher und fragen einmal zu viel, statt einmal zu wenig. Schnelligkeit ist gefragt, damit etwaige Wettbewerber, die mit der Praxis in Kontakt gekommen sind, keine Chance haben, Routinen in der Zusammenarbeit zu entwickeln.

Ist die positive Abweichung größer als der von Ihnen grundsätzlich festgelegte Prozentsatz und Sie haben keine belastbare Erklärung für die Abweichung, so gilt es ebenfalls der Praxis einen Besuch abzustatten. Zum einen, um Danke zu sagen, zum anderen, um herauszufinden, warum die Praxis intensiver mit Ihnen zusammenarbeitet. Dies kann eine wichtige Information über Sie oder Ihren Wettbewerber sein, die Ihnen einen gewichtigen Vorteil für Ihre Neukundenakquise liefern könnte. Im Hinblick auf den umsatzstärkeren Kunden ist es aber unerlässlich, diesem zu signalisieren, dass Sie seinen Umsatzzuwachs bemerkt haben und

sich darüber freuen. Das schafft Bindung und kann in dem einen oder anderen Fall zur Verstärkung des positiven Effekts führen. Überprüfen Sie auch in regelmäßigen Abständen die Kulanzquoten jedes einzelnen Kunden, denn mittels der Quoten können Sie einen ersten Hinweis darauf bekommen, ob sich die Zusammenarbeit mit diesem Kunden lohnt. Zu hohe Kulanzquoten fressen Ihren Gewinn pro Kunde auf, noch höhere führen zu einem Verlust, der von anderen Kunden ausgeglichen werden muss. Grundsätzlich müssen Kulanzquoten, die höher sind als der von Ihnen grundsätzlich festgelegte Prozentsatz, zu einem Gespräch mit Ihrem Kunden führen, um dieser Situation Abhilfe zu schaffen.

### B) Umsatzbedarf für die Umsatzplanung

Das Alter, die Kulanzquote und der zeitliche Betreuungsaufwand der Kunden führen im Rahmen der Umsatzplanung zu einer Bewertung des Kunden im Hinblick auf die Attraktivität für Ihr Labor. Alter und Kulanzquote sind Hinweise, die im Rahmen des quantitativen Vertriebs verfolgt werden, während der zeitliche Betreuungsaufwand dann ins Spiel kommt, wenn es um qualitative Vertriebsaktivitäten geht.

**Fazit:** Sich auf die Anzahl der Arbeitsschalen im Labor zu verlassen, ist ein Spiel mit dem Feuer. Sinnvolle Parameter in regelmäßigen Abständen zu kontrollieren, um Veränderungen frühzeitig zu erkennen und die entsprechenden Maßnahmen zu ergreifen, schützt vor Umsatzkrisen und schafft belastbare Grundlagen, um die Rentabilität von Kunden zu bewerten. Wenn Sie Fragen zum Vertriebscontrolling in Ihrem Dentallabor haben, dann rufen Sie mich an oder schreiben Sie mir.

*„Sich in puncto Auslastung auf die Anzahl der Arbeitsschalen im Labor zu verlassen, ist ein Spiel mit dem Feuer“*

## Ausbildungsabsolventen bleiben häufiger im Ausbildungsbetrieb

Das Institut für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB) hat mit Daten des „Ausbildungspanel Handwerk“ ermittelt, dass Ausbildungsabsolventen häufiger in ihrem Ausbildungsbetrieb verbleiben als in zurückliegenden Jahren. Das Ausbildungspanel Handwerk ist in Kooperation mit zwölf Handwerkskammern, die Daten aus ihren Lehrlingsrollen zur Verfügung gestellt haben, entstanden. Diese Lehrlingsrollendaten wurden mit den Daten der Bundesagentur für Arbeit verknüpft und wissenschaftlich analysiert. Auf Basis des „Ausbildungspanel Handwerk“ zeigt sich, dass 57 Prozent aller Absolventen, die 2020 ihre Ausbildung in einem Handwerksbetrieb erfolgreich beendet haben, auch sechs Monate später noch in ihrem Ausbildungsbetrieb beschäftigt waren. Zwölf Monate nach Ausbildungsende traf dies auf die Hälfte der Absolventen zu. Zum Vergleich: Für die Absolventenkohorte des Jahres 2014 betragen die entsprechenden Werte 48 Prozent (sechs Monate) bzw. 42 Prozent (zwölf Monate). Als einen möglichen Erklärungsansatz für die gestiegene Verbleibsquote führen die Autoren den gewachsenen Fachkräftebedarf im Handwerk an.

Ein weiterer Befund der Veröffentlichung ist, dass sich die Verbleibsquoten der Ausbildungsabsolventen des Handwerks in manchen soziodemografischen Dimensionen unterscheiden – so verbleiben z. B. Männer häufiger in ihrem Ausbildungsbetrieb als Frauen. In anderen Dimensionen hingegen, wie z. B. bei der Staatsangehörigkeit oder bei Ausbildungsabsolventen ohne Schulabschluss im Vergleich zu jenen mit Haupt- oder Realschulabschluss, sind die Verbleibsquoten recht ähnlich. Bei einer, auch demografisch bedingt, rückläufigen Ausbildungsstellenbewerberzahl und gleichzeitig wachsendem Fachkräftebedarf ist es aus Betriebssicht umso wichtiger, junge Menschen nicht nur erfolgreich zum Ausbildungsabschluss zu führen, sondern nach dem Abschluss auch möglichst lange im eigenen Betrieb zu halten. Dass Letzteres den Handwerksbetrieben in den zurückliegenden Jahren immer besser gelingt, zeigen die Daten des „Ausbildungspanel Handwerk“.

Quelle: ZDH

