

WILLKOMMEN! BIENVENUE! WELCOME!

to the world of

MagicWorkbooks®

SalesAnalyzer

Dieses MagicWorkbook wurde als Excel Arbeitsmappe entwickelt.

Alle DATEN können individuell eingegeben und geändert werden.

Es enthält keine Makros, erfordert keine umfangreichen Excel- und keine Programmierkenntnisse.

Alle verwendeten Formeln sind sichtbar. Neue Tabellenblätter können problemlos hinzugefügt werden.

© ²⁰¹² K! Business Solutions GmbH

www.MagicWorkbooks.com

Page 1 of **11**

Systemvoraussetzungen

Betriebssystem: Windows 98 oder höher (inkl. Win7)
Microsoft Excel Version: 2003 oder höher

Produktskizze

Der **SalesAnalyser** ist ein Vertriebscontrolling und Reporting-Tool.

Mit **SalesAnalyser** kann der gesamte Vertrieb einer Firma mit bis zu 100 Verkäufern/Verkaufseinheiten übersichtlich abgebildet, strukturiert und nach Umsatz und Ergebnis aufgeschlüsselt dargestellt werden.

SalesAnalyser zeigt monatliche und auflaufende Auswertungen nach Verkäufern, Teams, Regionen und jeder anderen Strukturierung des Verkaufs.

SalesAnalyser vergleicht die Provisionskosten pro Verkäufer / Verkaufseinheit und erstellt Ranglisten nach Umsatz, Deckungsbeitrag und Ergebnis für alle Verkäufer.

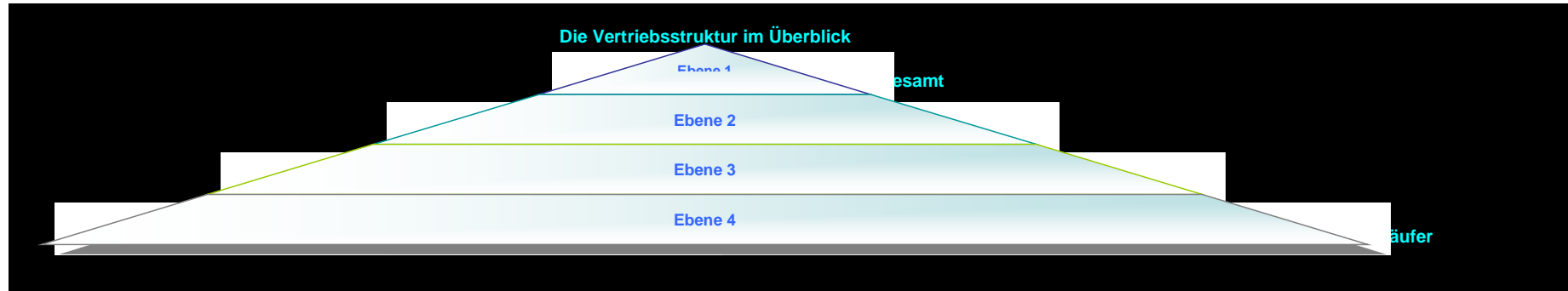
SalesAnalyser macht Ihren Verkauf transparent. Grafiken verdeutlichen und ergänzen die tabellarischen Auswertungen und sind präsentationsfertig aufbereitet.

Er hilft Ihnen bei der Erstellung von Renner/ Penner Listen mit strikter Orientierung auf Ihren Unternehmenserfolg.

Der **SalesAnalyser** beantwortet Ihnen also u. a. folgende Fragen:

- Welcher Verkäufer hat den höchsten Verkaufsumsatz erzielt?
- Wer hat nach Abzug der direkten Verkaufskosten das meiste Geld eingebracht?
- Wer liefert nach Abzug ALLER Kosten den höchsten Ertrag?
- Welche Vertriebsebene liefert die höchste Rentabilität?

Dateneingabe: Ihre Vertriebsstruktur



Firma: **Hertel GmbH & Co KG**

Geschäftsjahr: **2025** N

ab: **Jan 25**

Berichtswährung: **EUR**

Monatsabschluss per: **Feb 25**

Ebene 1 **Gesamt** Kennziffern **1**

Ebene 2 **Region** Kennziffern

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Nord	Süd	Mitte	NBL						

Ebene 3 **Bereich** Kennziffern

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Agenturen	Einzelhandel	Warenhäuser	Vertreter	Reisende	Mitarbeiter	Direkt-vertrieb	Internet	TV / Radio	sonstige

Ebene 4 **Verkäufer** Kennziffern **1 - 100 s. unten**

Dateneingabe: mtl. Umsätze

Geben Sie als erstes im oberen Bereich die Gesamtkosten ein, die auf die einzelnen Verkaufseinheiten verteilt werden. Beachten Sie bitte, dass alle Kosten mit Minus einzugeben sind, alle Umsätze mit Plus ! Dann geben Sie in der unteren Tabelle die direkt zuzuordnenden Umsätze bzw. Kosten ein.

Kostenverteilung nach Umsatz

Summe	Kosten Innendienst	-22.187		
Summe	Kosten Kundendienst	-18.876		
Summe	Kosten Marketing	-19.876		
Summe	Gemein-Kosten	-43.350		
Summe	Zinsen auf Forderungen	-7.963	akt. Zinssatz	Forderungen
			7%	1.365.000

Ebenen	Verkaufseinheit	Umsatz	Erlös- minderungen / Retouren	Provisionen / Prämien	Gehalt / Fixum	sonst. Kosten Aussendienst	Zinsen auf Forderungen	Kosten Innendienst	Kosten Kundendienst	Kosten Marketing	Herstell- kosten	Gemein- Kosten	Ergebnis pro V-Einheit		
1	1	1	Agentur Sievers	5.000		-400			-103	-286	-244	-257	-1.750	-560	1.401
2	1	2	Agentur Ahlen	20.000	-500	-1.600			-411	-1.146	-975	-1.027	-9.000	-2.239	3.102
3	1	3	Agentur Ziemann	37.500		-3.000			-771	-2.149	-1.828	-1.925	-13.125	-4.198	10.504
4	1	4	Agentur Grosse	8.000		-640			-165	-458	-390	-411	-3.600	-896	1.441
1	3	5	Wahlkauf Nord	12.000		-960	-970		-247	-688	-585	-616	-4.200	-1.343	2.391
2	3	6	Wahlkauf Süd	13.000		-1.040			-267	-745	-634	-667	-4.550	-1.455	3.641
3	3	7	Wahlkauf Frankfurt	10.000	-800	-800			-206	-573	-487	-513	-5.500	-1.120	1
3	3	8	Wahlkauf Köln	19.000		-720			-391	-1.089	-926	-975	-3.150	-2.127	9.622
4	3	9	Wahlkauf Leipzig	3.000		-240	-1.200		-62	-172	-146	-154	-1.050	-336	-360
4	3	10	Wahlkauf Erfurt	2.500		-200			-51	-143	-122	-128	-1.125	-280	450
1	2	11	EMA 1	4.800		-64			-99	-275	-234	-246	-280	-537	3.065
2	2	12	EMA 2												
3	2	13	EMA 3	1.000		-80			-21	-57	-49	-51	-450	-112	180
1	2	14	EMA 4												
1	2	15	EMA 5												
1	2	16	EMA 6												
1	2	17	EMA 7												
1	2	18	EMA 8												
2	2	19	EMA 9	2.300		-24			-47	-132	-112	-118	-750	-257	859
4	2	20	EMA 10												
1	4	21	Amann				-2.000								-2.000
2	4	22	Braun				-2.000								-2.000
4	4	23	Darow				-2.000								-2.000
4	4	24	Fliedner	31.896			-2.000		-656	-1.828	-1.555	-1.637	-15.388	-3.571	5.262
4	4	25	Haussing				-2.000								-2.000
3	4	26	Mark				-2.000								-2.000
3	4	27	Tenbrock				-2.000								-2.000

■■■

Auswertung: Deckungsbeitrag pro Vertriebseinheit

Jahresübersicht Vertrieb per: **Dez 25**

Hertel GmbH & Co KG

Berichtswährung: EUR

Kostenverteilung nach Umsatz

Kosten Innendienst	-69.736		
Kosten Kundendienst	-61.976		
Kosten Marketing	-66.776		
Gemein-Kosten	-137.564	akt. Zinssatz	Forderungen
Summe Zinsen auf Forderungen	-24.290		4.164.000

Ebenen	Verkaufseinheit	Umsatz	Erlös- minderungen / Retouren	Provisionen / Prämien	Gehalt / Fixum	sonst. Kosten Aussendienst	Zinsen auf Forderungen	Kosten Innendienst	Kosten Kundendienst	Kosten Marketing	DB 1 Vertrieb	DB 1 in %	Herstell- kosten	Gemein- Kosten	DB 2 Vertrieb	DB 2 in %	
1	1	1	Agentur Sievers	13.000		-1.300											
2	1	2	Agentur Ahlen	56.000	-2.000	-5.200		-387	-1.112	-988	-1.064	8.149	63%	-5.800	-2.193	156	1%
3	1	3	Agentur Ziemann	105.000		-9.750		-600	-1.668	-4.789	-4.256	32.903	59%	-26.100	-9.446	-2.644	-5%
4	1	4	Agentur Grosse	22.400		-2.080		-3.127	-8.979	-7.979	-8.597	66.567	63%	-51.938	-17.711	-3.082	-3%
1	3	5	Wahkauf Nord	38.600		-3.120		-667	-1.915	-1.702	-1.834	14.201	63%	-10.440	-3.778	-17	0%
2	3	6	Wahkauf Süd	30.600		-2.600		-970	-1.150	-3.301	-2.933	23.966	62%	-16.710	-6.511	745	2%
3	3	7	Wahkauf Frankfurt	28.000	-2.400	-2.600		-911	-2.617	-2.325	-2.506	19.641	64%	-12.860	-5.162	1.619	5%
3	3	8	Wahkauf Köln	35.200		-2.340		-834	-2.394	-2.128	-2.293	15.351	55%	-14.050	-4.723	-3.422	-12%
4	3	9	Wahkauf Leipzig	10.500		-660	-1.200	-1.048	-3.010	-2.675	-2.882	23.244	66%	-10.845	-5.938	6.462	18%
4	3	10	Wahkauf Erfurt	7.750		-650		-313	-898	-798	-860	5.772	55%	-4.530	-1.771	-529	-5%
1	2	11	EMA 1	7.130		-216		-231	-663	-589	-635	4.983	64%	-3.600	-1.307	76	1%
2	2	12	EMA 2	7.500				-212	-610	-542	-584	4.966	70%	-1.367	-1.203	2.397	34%
3	2	13	EMA 3	1.900		-260		-223	-641	-570	-614	5.451	73%	-3.375	-1.265	811	11%
1	2	14	EMA 4	3.200				-57	-162	-144	-156	1.121	59%	-900	-320	-100	-5%
1	2	15	EMA 5					-95	-274	-243	-262	2.326	73%	-1.440	-540	346	11%
1	2	16	EMA 6														
1	2	17	EMA 7	2.000				-60	-171	-152	-164	1.454	73%	-900	-337	216	11%
1	2	18	EMA 8														
2	2	19	EMA 9	3.100		-184		-92	-265	-236	-254	2.069	67%	-1.150	-523	396	13%
4	2	20	EMA 10														
1	4	21	Amann									-6.000				-6.000	
2	4	22	Braun									-6.000				-6.000	
4	4	23	Darow									-6.000				-6.000	
4	4	24	Fliedner	37.773		-935						20.519	54%	-18.267	-6.372	-4.119	-11%
4	4	25	Haussing	5.599				-1.125	-3.230	-2.871	-3.093	-1.930	-34%	-2.520	-944	-5.394	-96%
3	4	26	Mark					-167	-479	-425	-458	-6.000				-6.000	
3	4	27	Tenbrock									-6.000				-6.000	
1	5	28	Subbel									-7.500				-7.500	

■■■

Auswertung: Schnittmengenauswertung

Jahresübersicht Vertrieb per:

Feb 25

Spezialauswertung

Hertel GmbH & Co KG

Berichtswährung: EUR

Region

1 Nord

Bereich

2 Einzelhandel

Drucksortierung auf "D" stellen, um leere Zeilen auszublenden

Ebenen	Verkaufseinheit	Umsatz	Erlös- minderungen / Retouren	Provisionen / Prämien	Gehalt / Fixum	sonst. Kosten Aussendienst	Zinsen auf Forderungen	Kosten Innendienst	Kosten Kundendienst	Kosten Marketing	DB 1 Vertrieb	DB 1 in %	Herstell- kosten	Gemein- Kosten	DB 2 Vertrieb	DB 2 in %	
1	2	11	EMA 1	7.130		-216		-212	-610	-542	-584	4.966	70%	-1.367	-1.203	2.397	34%
1	2	14	EMA 4	3.200				-95	-274	-243	-262	2.326	73%	-1.440	-540	346	11%
1	2	15	EMA 5														
1	2	16	EMA 6														
1	2	17	EMA 7	2.000				-60	-171	-152	-164	1.454	73%	-900	-337	216	11%
1	2	18	EMA 8														
			Summen	12.330		-216		-367	-1.054	-937	-1.010	8.746	71%	-3.707	-2.080	2.959	24%

D
D
D
D
D
D
D
D

Hier können Sie Abfragen nach besonderen Schnittmengen Ihres Vertriebes machen. Geben Sie einfach die Kennziffern der Ebenen in die gelben Felder ein. Die Auswertung erfolgt jeweils auflaufend bis zum aktuellen Monat.

Es werden nur die Verkaufseinheiten angezeigt, die den Suchkriterien entsprechen!

Um die leeren Zeilen auszublenden, stellen Sie in Spalte T die Drucksortierung (kleiner Pfeil) auf "D".

...

Jahresübersicht Vertrieb per:
Feb 25
Hertel GmbH & Co KG

Berichtswährung: EUR

Umsatzstruktur

Gesamt
815.530

Region

Umsatz

in % vom Gesamt

Rang

	Nord	Süd	Mitte	NBL						
Umsatz	423.008	97.200	170.100	125.222						
in % vom Gesamt	52%	12%	21%	15%						
Rang	1	4	2	3						

815.530

Bereich

Umsatz

in % vom Gesamt

Rang

	Agenturen	Einzelhandel	Warenhäuser	Vertreter	Reisende	Mitarbeiter	Direkt-vertrieb	Internet	TV / Radio	sonstige
Umsatz	196.400	24.830	150.650	43.372	44.400	113.421	80.783	158.500	200	2.975
in % vom Gesamt	24%	3%	18%	5%	5%	14%	10%	19%	0%	0%
Rang	1	8	3	7	6	4	5	2	10	9

815.530

Ergebnisstruktur (Deckungsbeitrag 1)

Gesamt
342.493
42%

Region

DB 1

in % vom Umsatz

Rang absolut

Rang %

	Nord	Süd	Mitte	NBL						
DB 1	147.800	54.064	94.284	46.346						
in % vom Umsatz	35%	56%	55%	37%						
Rang absolut	1	3	2	4						
Rang %	4	1	2	3						

342.493

Bereich

Umsatz

in % vom Gesamt

Rang absolut

Rang %

	Agenturen	Einzelhandel	Warenhäuser	Vertreter	Reisende	Mitarbeiter	Direkt-vertrieb	Internet	TV / Radio	sonstige
Umsatz	121.819	17.387	92.957	-11.411	-41.373	-2.762	48.458	115.203	145	2.070
in % vom Gesamt	62%	70%	62%	-26%	-93%	-2%	60%	73%	73%	70%
Rang absolut	1	5	3	9	10	8	4	2	7	6
Rang %	5	3	6	9	10	8	7	1	1	4

342.493

Jahresübersicht DB 1 per:

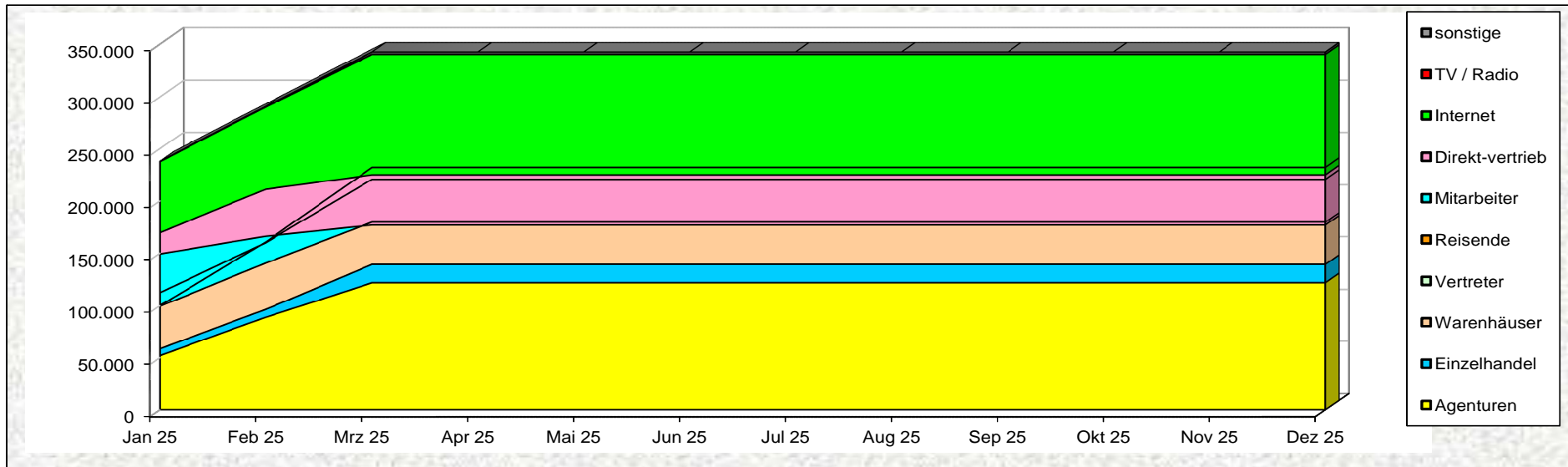
Feb 25

Hertel GmbH & Co KG

Berichtswährung: EUR

Bereich

	Jan 25	Feb 25	Mrz 25	Apr 25	Mai 25	Jun 25	Jul 25	Aug 25	Sep 25	Okt 25	Nov 25	Dez 25	%
Agenturen	51.815	88.722	121.819	121.819	121.819	121.819	121.819	121.819	121.819	121.819	121.819	121.819	36%
Einzelhandel	6.491	7.628	17.387	17.387	17.387	17.387	17.387	17.387	17.387	17.387	17.387	17.387	5%
Warenhäuser	41.983	64.075	92.957	92.957	92.957	92.957	92.957	92.957	92.957	92.957	92.957	92.957	27%
Vertreter	12.220	-616	-11.411	-11.411	-11.411	-11.411	-11.411	-11.411	-11.411	-11.411	-11.411	-11.411	-3%
Reisende	-13.002	-19.341	-41.373	-41.373	-41.373	-41.373	-41.373	-41.373	-41.373	-41.373	-41.373	-41.373	-12%
Mitarbeiter	49.709	25.455	-2.762	-2.762	-2.762	-2.762	-2.762	-2.762	-2.762	-2.762	-2.762	-2.762	-1%
Direkt-vertrieb	20.142	45.244	48.458	48.458	48.458	48.458	48.458	48.458	48.458	48.458	48.458	48.458	14%
Internet	68.231	78.971	115.203	115.203	115.203	115.203	115.203	115.203	115.203	115.203	115.203	115.203	34%
TV / Radio			145	145	145	145	145	145	145	145	145	145	0%
sonstige	263	453	2.070	2.070	2.070	2.070	2.070	2.070	2.070	2.070	2.070	2.070	1%
Summen	237.853	290.591	342.493	342.493	342.493	342.493	342.493	342.493	342.493	342.493	342.493	342.493	100%



HITLISTE VERKÄUFER per: Feb 25

Hertel GmbH & Co KG

Sell it again, Sam!

Berichtswährung: EUR

Ebenen	Verkaufseinheit	Umsatz	RANG Umsatz	DB 1 Vertrieb	RANG DB 1	DB 1 in %	RANG DB 1	DB 2 Vertrieb	RANG DB 2	DB 2 in %	RANG DB 2 %		
1	1	1	Agentur Sievers	13.000	17	8.149	14	63%	14	156	12	1%	13
2	1	2	Agentur Ahlen	56.000	4	32.903	4	59%	20	-2.644	71	-5%	82
3	1	3	Agentur Ziemann	105.000	2	66.567	2	63%	13	-3.082	72	-3%	79
4	1	4	Agentur Grosse	22.400	12	14.201	11	63%	12	-17	66	0%	78
1	3	5	Wahlkauf Nord	38.600	6	23.966	5	62%	15	745	7	2%	11
2	3	6	Wahlkauf Süd	30.600	9	19.641	8	64%	11	1.619	4	5%	10
3	3	7	Wahlkauf Frankfurt	28.000	10	15.351	10	55%	22	-3.422	74	-12%	86
3	3	8	Wahlkauf Köln	35.200	8	23.244	6	66%	9	6.462	2	18%	2
4	3	9	Wahlkauf Leipzig	10.500	19	5.772	16	55%	21	-529	70	-5%	83
4	3	10	Wahlkauf Erfurt	7.750	21	4.983	19	64%	10	76	13	1%	14
1	2	11	EMA 1	7.130	23	4.966	20	70%	6	2.397	3	34%	1
2	2	12	EMA 2	7.500	22	5.451	18	73%	1	811	5	11%	6
3	2	13	EMA 3	1.900	33	1.121	27	59%	18	-100	67	-5%	84
1	2	14	EMA 4	3.200	28	2.326	23	73%	1	346	9	11%	6
1	2	15	EMA 5										
1	2	16	EMA 6										
1	2	17	EMA 7	2.000	32	1.454	26	73%	1	216	11	11%	5
1	2	18	EMA 8										
2	2	19	EMA 9	3.100	30	2.069	25	67%	8	396	8	13%	4
4	2	20	EMA 10										
1	4	21	Amann			-6.000	86			-6.000	79		
2	4	22	Braun			-6.000	86			-6.000	79		
4	4	23	Darow			-6.000	86			-6.000	79		
4	4	24	Fliedner	37.773	7	20.519	7	54%	23	-4.119	75	-11%	85
4	4	25	Haussing	5.599	25	-1.930	82	-34%	94	-5.394	78	-96%	94
3	4	26	Mark			-6.000	86			-6.000	79		
3	4	27	Tenbrock			-6.000	86			-6.000	79		
1	5	28	Subbel			-7.500	94			-7.500	92		
1	5	29	Aminek			-7.500	94			-7.500	92		
1	5	30	Kohler	3.200	28	-5.174	85	-162%	97	-7.154	88	-224%	97
1	5	31	Serbecke			-7.500	94			-7.500	92		
1	5	32	Kalkowe			-7.500	94			-7.500	92		
1	5	33	Krimmer			-7.500	94			-7.500	92		
1	5	34	Obel			-7.500	94			-7.500	92		
4	5	35	Alking	41.200	5	16.301	9	40%	25	-11.108	100	-27%	89
4	5	36	Hoffmann			-7.500	94			-7.500	92		
1	6	37	Immermann	5.100	26	-3.793	83	-74%	95	-6.693	86	-131%	95
1	6	38	Karlmeier	11.400	18	-614	80	-5%	92	-8.557	99	-75%	93
1	6	39	Isring	17.899	14	5.510	17	31%	26	-4.669	76	-26%	88
1	6	40	Leidtner	540	36	-7.108	93	-1316%	100	-7.415	91	-1373%	100
1	6	41	Kerkeling	1.587	34	-6.347	91	-400%	98	-7.264	89	-458%	98
1	6	42	Hückel	8.900	20	-1.031	81	-12%	93	-6.092	84	-68%	92
1	6	43	Rauner	20.365	13	6.002	15	29%	27	-6.454	85	-32%	91
1	6	44	Maser	1.300	35	-6.555	92	-504%	99	-7.294	90	-561%	99
1	6	45	Oltmann	4.570	27	-4.178	84	-91%	96	-6.777	87	-148%	96
1	6	46	Beitz	25.960	11	11.369	12	44%	24	-3.394	73	-13%	87
1	6	47	Behrends	15.800	16	3.984	21	25%	28	-5.001	77	-32%	90
1	7	48	DV 1	58.407	3	35.093	3	60%	16	797	6	1%	12
1	7	49	DV 2	16.126	15	9.679	13	60%	17	-495	69	-3%	80
1	7	50	DV 3	6.249	24	3.687	22	59%	18	-262	68	-4%	81
1	8	51	Ebay-Shop	158.500	1	115.203	1	73%	1	21.083	1	13%	3
1	9	52	Eins Live	200	37	145	28	73%	1	22	14	11%	6
1	10	53	Hotline	2.975	31	2.070	24	70%	7	221	10	7%	9
		54											

Erläuterungen:

Rang Umsatz: wer hat den höchsten Verkaufsumsatz erzielt?

Rang DB 1: wer hat nach Abzug von den direkten Verkaufskosten das meiste Geld eingebracht?

Rang DB 1 in %: wer liefert nach Abzug der direkten Verkaufskosten die höchste Rentabilität ? (70% Deckungsbeitrag ist besser als 50%)

Rang DB 2: wer liefert nach Abzug ALLER Kosten den höchsten Ertrag?

Rang DB 2 in %: wer liefert nach Abzug ALLER Kosten die höchste Rentabilität? (20% Profit ist besser als 5%; und bei -5% sollte man sich Produkt und Verkäufer einmal sehr genau ansehen!)

Ein Abwärtstrend über die Rangreihe bei einem Verkäufer (Rang 1 beim Umsatz, Rang 50 bei DB 2) ist ein Anzeichen dafür, dass Umsatz um jeden Preis und zu Lasten des Ergebnisses gemacht wird.

■■■

Provisionen und Gehälter

Hertel GmbH & Co KG

im Vergleich zum Jahresumsatz

per: Feb 25

Berichtswährung: EUR

Ebenen			Verkaufseinheit	Umsatz	Provisionen / Prämien	Gehalt / Fixum	Summe Honorare	Honorare zu Umsatz
1	1	1	Agentur Sievers	13.000	-1.300		-1.300	10%
2	1	2	Agentur Ahlen	56.000	-5.200		-5.200	9%
3	1	3	Agentur Ziemann	105.000	-9.750		-9.750	9%
4	1	4	Agentur Grosse	22.400	-2.080		-2.080	9%
1	3	5	Wahlkauf Nord	38.600	-3.120		-3.120	8%
2	3	6	Wahlkauf Süd	30.600	-2.600		-2.600	8%
3	3	7	Wahlkauf Frankfurt	28.000	-2.600		-2.600	9%
3	3	8	Wahlkauf Köln	35.200	-2.340		-2.340	7%
4	3	9	Wahlkauf Leipzig	10.500	-660		-660	6%
4	3	10	Wahlkauf Erfurt	7.750	-650		-650	8%
1	2	11	EMA 1	7.130	-216		-216	3%
2	2	12	EMA 2	7.500				
3	2	13	EMA 3	1.900	-260		-260	14%
1	2	14	EMA 4	3.200				
1	2	15	EMA 5					
1	2	16	EMA 6					
1	2	17	EMA 7	2.000				
1	2	18	EMA 8					
2	2	19	EMA 9	3.100	-184		-184	6%
4	2	20	EMA 10					
1	4	21	Amann			-6.000	-6.000	
2	4	22	Braun			-6.000	-6.000	
4	4	23	Darow			-6.000	-6.000	
4	4	24	Fliedner	37.773	-935	-6.000	-6.935	18%
4	4	25	Haussing	5.599		-6.000	-6.000	107%
3	4	26	Mark			-6.000	-6.000	
3	4	27	Tenbrock			-6.000	-6.000	
1	5	28	Subbel			-7.500	-7.500	
1	5	29	Aminek			-7.500	-7.500	
1	5	30	Kohler	3.200		-7.500	-7.500	234%
1	5	31	Serbecke			-7.500	-7.500	
1	5	32	Kalkowe			-7.500	-7.500	
1	5	33	Krimmer			-7.500	-7.500	
1	5	34	Obel			-7.500	-7.500	
4	5	35	Alking	41.200	-6.144	-7.500	-13.644	33%
4	5	36	Hoffmann			-7.500	-7.500	
1	6	37	Immermann	5.100		-7.500	-7.500	147%
1	6	38	Karlmeier	11.400	-1.400	-7.500	-8.900	78%
1	6	39	Isring	17.899		-7.500	-7.500	42%
1	6	40	Leidtner	540		-7.500	-7.500	1389%
1	6	41	Kerkeling	1.587		-7.500	-7.500	473%
1	6	42	Hückel	8.900		-7.500	-7.500	84%
1	6	43	Rauner	20.365	-1.300	-7.500	-8.800	43%
1	6	44	Maser	1.300		-7.500	-7.500	577%
1	6	45	Oltmann	4.570		-7.500	-7.500	164%
1	6	46	Beitz	25.960		-7.500	-7.500	29%
1	6	47	Behrends	15.800		-7.500	-7.500	47%
1	7	48	DV 1	58.407	-7.360		-7.360	13%
1	7	49	DV 2	16.126	-2.043		-2.043	13%
1	7	50	DV 3	6.249	-855		-855	14%
1	8	51	Ebay-Shop	158.500				
1	9	52	Eins Live	200				
1	10	53	Hotline	2.975	-92		-92	3%
		54						

Worin unterscheiden sich **Magic Workbooks**[®] von herkömmlichen Excel-Anwendungen?

MagicWorkbooks sind einfacher zu benutzen!

- Übersichtliche Dateneingabe mit Demo-Daten zur Orientierung
- Daten müssen nur einmal eingegeben werden, können aber jederzeit überschrieben werden
- Keine Arbeit an Grafiken oder Tabellen erforderlich
- Kein umständliches Blätter-Suchen dank Hyperlink-Inhaltsverzeichnis.
- MagicWorkbooks enthalten keine Makros, die Virenwarnungen beim Öffnen abgeben.

MagicWorkbooks sind schneller!

- Ein Monatsabschluss mit 20 Auswertungen und Grafiken in 20 Minuten?.
- Liquidität zum Jahresende berechnen, selbst wenn sich die Umsatzprognose für jeden Monat geändert hat, in einer halben Stunde?
- Bilanzprognosen für die nächsten 5 Jahre in einer Stunde?
- Unterlagen für eine komplette Bankenpräsentation zusammenstellen in einer Stunde?

MagicWorkbooks „leben“ und sind stets brandaktuell!

- Jede Datenaktualisierung bringt alle Auswertungen automatisch auf den neuesten Stand

Mit **MagicWorkbooks** ist das alles „business as usual“!

soviel in Kürze ...

sollten Sie Fragen zu diesem Workbook haben, mailen Sie uns!

Interesse an weiteren MagicWorkbooks / Dienstleistungen:

www.MagicWorkbooks.com