KPI

Veröffentlicht am 21. August 2025 von Marie

KPI (Key Performance Indicator) bezeichnet einen **zentralen Leistungskennwert**, mit dem der Erfolg von **Maßnahmen**, **Prozessen** oder **Strategien** gemessen wird. **KPIs** helfen Unternehmen, ihre **Ziele messbar** zu machen und den **Fortschritt objektiv** zu **bewerten** – etwa im **Marketing**, **Vertrieb**, **Kundenservice** oder **Projektmanagement**.

Ein **KPI** ist immer an ein **konkretes Ziel** gebunden. Im **Online-Marketing** könnten das zum **Beispiel** sein:

Conversion Rate: Anteil der Besucher, die etwas kaufen oder eine Anfrage senden

Click-Through-Rate (CTR): wie viele Nutzer auf eine Anzeige klicken

Verweildauer: wie lange Besucher auf der Website bleiben

Absprungrate (Bounce Rate): wie viele Besucher die Seite sofort wieder verlassen

Umsatz oder ROAS (Return on Advertising Spend): wie viel Geld eine Werbekampagne im Verhältnis zu den Kosten einbringt

Beispiel: Wenn das Ziel einer **Kampagne** ist, neue **Newsletter-Abonnenten** zu gewinnen, wäre die **Anzahl** der **Registrierungen** pro Woche ein passender **KPI**. Nur mit solchen klar definierten **Messgrößen** lässt sich erkennen, ob **Maßnahmen** erfolgreich sind – und ob man etwas anpassen muss.

Wichtig: KPIs sollten **spezifisch, messbar, relevant** und **zielgerichtet** sein. Zu **viele** oder **unpassende KPIs verwässern** den **Fokus.** Gut eingesetzte KPIs geben dagegen **Orientierung,** schaffen **Transparenz** und ermöglichen **datenbasierte Entscheidungen.**