

KUR

Stand: 04.07.2022

Definition

Die Kosten-Umsatz-Relation (KUR), auch Kosten-Umsatz-Verhältnis (KUV) genannt, beschreibt das prozentuale Verhältnis von erwirtschaftetem Gewinn zu den beispielsweise durch Werbemaßnahmen generierten Kosten. Dabei gilt: Je kleiner der KUR, desto effizienter performt die zugrundeliegende Kampagne oder Maßnahme. Umgekehrt heißt das: Je höher der KUR, desto größer der Anteil der entstandenen Kosten.

KUR als Kennzahl

Die Relation von Kosten um Vergleich zum generierten Umsatz stellt eine wichtige Kennzahl zur Bewertung der Effizienz einer Werbekampagne oder Maßnahme dar. Zusammen mit anderen **Key Performance Indicators (KPIs)** wie der Klickrate und der Konversionsrate lassen sich fundierte Rückschlüsse auf den tatsächlichen Erfolg einer Werbemaßnahme ziehen. Hieraus lassen sich Handlungsempfehlungen für zukünftige Investitionen ableiten.

Wird nur die Relation von den aufgewendeten Kosten zum erwirtschafteten Umsatz betrachtet, können falsche Schlüsse auf die Effektivität einzelner Maßnahmen oder Kanäle gezogen werden.

Bedeutung für das Online Marketing

Das Verfolgen der Entwicklung der Kosten-Umsatz-Relation ist vor allem im Rahmen von Kampagnen und Werbemaßnahmen im Zuge des [Affiliate Marketing](#) entscheidend. Wie wirtschaftlich eine Kampagne oder ein Publisher-Netzwerk performt, wird durch den KUR gemessen. Denn nur die Betrachtung der generierten Klicks und der Anzahl der Conversions lässt oftmals keine umfassende Bewertung der Rentabilität verschiedener Maßnahmen zu. Die Berechnung des KUR für verschiedene Kanäle macht diese miteinander vergleichbar.

Im Zuge der Suchmaschinenoptimierung (SEO) stellt eine optimierte Kampagnenstruktur und ein angepasster Qualitätsfaktor innerhalb von Google AdWords eine wichtige Möglichkeit zur Senkung der [Kosten](#) dar. Der sogenannte Quality Score wird dabei durch die Kampagnenstruktur, die historischen Klickraten einzelner Keywords, die Anzeigentexte und die Zielseite sowie durch die Anzeigenerweiterungen beeinflusst.