

Kategorie	Kunde	Prozent vom Gesamtumsatz	Strategie
A	Kunde 1	45 %	Kundenbindungsmaßnahmen, Neuentwicklungen im Bereich Katastrophenschutz
A	Kunde 2	32 %	
B	Kunde 3	8 %	Cross-Selling-Maßnahmen, Kundenentwicklung
B	Kunde 4	7 %	
B	Kunde 5	4 %	
C	Kunde 6	1 %	Standardisierung der Produktions- und Marketing- maßnahmen, Zusammenlegung von Produktgruppen, Bereinigung des Produktangebots, ggf. Ausbau zu B- oder A-Kunden
C	Kunde 7	1 %	
C	Kunde 8	1 %	
C	Kunde 9	0,5 %	
C	Kunde 10	0,5 %	
	SUMME	100 %	