

Aufgabe 1.49

Das Verhältnis der Differenz von Verkaufs- und Einkaufspreis zum Verkaufspreis einer Ware wird als Handelsspanne bezeichnet. Eine Faustregel des Handels lautet, dass bei 10 % Preisnachlass der Umsatz um 70 % steigen muss, um den gleichen Gewinn zu erzielen. Von welcher Handelsspanne beim nicht rabattierten Preis muss man ausgehen, um zu dieser Aussage zu gelangen?

Lösung:

Rabatte gegen die Kaufmüdigkeit

Sonderaktionen haben im Einzelhandel Hochkonjunktur

Frankfurter Rundschau 4. Juli 2002

FRANKFURT A.M. (dpa/fr). Kurzfristig angekündigte Rabattaktionen der Kaufhäuser sind in Mode gekommen. (...)

(...)
In eine argumentative Klemme bringen solche Offerten nicht zuletzt den Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (HDE), der einerseits zwar versteht, dass einzelne Firmen gegen die Ebbe in ihren Kassen ankämpfen, andererseits aber als Sprachrohr der gesamten Branche fungiert. „Es ist der Versuch, die kaufmüden Verbraucher wachzurütteln und in die Innenstädte zu locken. Das gelingt auch“, sagt HDE-Sprecher Hubertus Pellengahr. „Aber Rabatte können nicht die Lösung unserer Probleme sein.“ Die Kunden fragten sich, ob sie vorher zu viel bezahlt hätten, wenn es plötzlich bis zu 30 Prozent Nachlass gebe. Nicht zweifelsfrei entschieden sei ferner, ob die Angebote unter dem Strich etwas bringen würden. Die bundesweit veröffentlichten Inserate kosten die Kaufhausketten viel Geld, und hinzu kommt der reduzierte Verkaufspreis. „Als Faustregel gilt, bei zehn Prozent Preisnachlass muss der Umsatz um 70 Prozent steigen, um den gleichen Gewinn zu erzielen“, erläutert Pellengahr.

Solche Überlegungen spielen im Einzelhandel freilich eine untergeordnete Rolle. (...)

Üblicherweise bezeichnet man als Handelsspanne den dem Händler verbleibenden Anteil am

Verkaufspreis, d.h. Handelsspanne = $\frac{\text{Verkaufspreis} - \text{Einkaufspreis}}{\text{Verkaufspreis}} = \frac{V - E}{V}$.

Der Umsatz ergibt sich durch Multiplikation der verkauften Stückzahl mit dem Preis. Ist n die zum nicht rabattierten Preis V und n_R die zum rabattierten Preis V_R verkaufbare Stückzahl, so bedeutet eine Umsatzsteigerung von 70 % bei einem Preisnachlass von 10 %

$$1.7 n V = n_R V_R = n_R 0.9 V.$$

Der Gewinn ergibt sich durch Multiplikation der verkaufbaren Stückzahl mit der Differenz von Verkaufs- und Einkaufspreis. Gleichheit des Gewinns heißt also

$$n (V - E) = n_R (V_R - E) = n_R (0.9 V - E).$$

Zur Berechnung der Handelsspanne müssen die nicht in sie eingehenden Größen n und n_R eliminiert werden. Aus der ersten Gleichung ergibt sich $n_R = \frac{1.7}{0.9} n = \frac{17}{9} n$. Setzt man dies in die zweite Gleichung ein, so erhält man

$$n(V - E) = \frac{17}{9}n(0.9V - E)$$

$$V - E = \frac{17}{9}(0.9V - E)$$

$$V - E = \frac{17}{9}0.9V - \frac{17}{9}E$$

$$\frac{17}{9}E - E = \frac{17}{9}0.9V - V$$

$$\frac{17-9}{9}E = \frac{17 \cdot 0.9 - 9}{9}V$$

$$8E = 6.3V,$$

$$E = 0.7875V$$

Also beträgt der Einkaufspreis 78,75 % vom nicht rabattierten Verkaufspreis, die Handelsspanne damit $1 - 0,7875 = \underline{\underline{21,25}}$ %.