

Checkliste Margen- und Rabatt-System

1. Funktions-Rabatte/Zwischenhandels-Margen

- Absatzfunktion: Grosshandels-, Einzelhandels-Margen
- Vermittlungsfunktion: Vermittlungs-Provisionen
- Finanzierungsfunktion: Vorauszahlungs-, Barzahlungsrabatt, Skonti

2. Mengenrabatte

- Einzelauftrags-Rabatt
- Abschluss-Rabatt (Jahresabschluss)
- Umsatzrabatt

3. Zeitrabatte

- Einführungs-Rabatt
- Eröffnungs-Rabatt
- Saisonale Rabatte
- Vorbestellungs-Rabatt
- Rabatte im Zusammenhang mit Verkaufsförderungs-Aktionen: Aktions-Rabatt
- Auslaufabbratt

4. Treuerabatt

- Rabattmarken
- Rückvergütungen
- Stammkundenrabatte
- Treueprämien
- Bonussystem

Checkliste Zielsetzungen von Rabatten

1. Erhöhung des Umsatzes
2. Verkaufsfördernde Wirkung
3. Türöffner bei Verkaufsgesprächen
4. Ausgleich von saisonalen Umsatzschwankungen
5. Erhöhung der Kundentreue
6. Rationalisierung der Auftragsabwicklung (Funktionsrabatte)
7. Die Möglichkeit, einen tieferen Preis ohne Image-Verlust für das Produkt anzubieten
8. Berücksichtigung der Verkaufspsychologie

Checkliste Kriterien zur Gewährung von Rabatten

1. Nur Rabatte gewähren, welche auch aus Kundensicht plausibel zu begründen sind
2. Im Verkaufsgespräch für Rabatte immer Gegenleistungen verlangen
3. Auswirkungen auf das Verhältnis mit anderen Kunden berücksichtigen
4. Rabatte machen süchtig: Wer zu grosszügig Rabatte gewährt, wird immer Rabatte gewähren müssen
5. Glaubwürdigkeit der Preisfestlegung (Beispiel: Markt für Autoreifen, Listenpreise im Unterhaltunselektronik-Markt etc.)
6. Gesetzliche Vorschriften beachten