

<b>1</b>	<b>EINLEITUNG.....</b>	<b>13</b>
<b>2</b>	<b>DER VERSANDHANDEL .....</b>	<b>16</b>
2.1	Vorbemerkung.....	16
2.2	Merkmale des Versandhandels .....	16
2.2.1	Die Angebotsformen.....	16
2.2.2	Die Bestellwege.....	17
2.2.3	Die Auslieferung.....	17
2.2.4	Die Sortimentsbreite .....	18
2.2.5	Die Betriebsstufen .....	18
2.2.6	Definition des Versandhandels.....	18
2.3	Entstehung und Geschichte des Versandhandels .....	19
2.3.1	Die Ursprünge .....	19
2.3.2	Die Entwicklung im letzten Jahrhundert.....	19
2.3.3	Die Zeit nach dem Ersten Weltkrieg .....	20
2.3.4	Die Zeit nach dem Zweiten Weltkrieg .....	22
2.3.4.1	Die 50er Jahre .....	22
2.3.4.2	Die 60er Jahre .....	22
2.3.4.3	Die 70er Jahre .....	23
2.3.4.4	Die 80er Jahre .....	24
2.3.4.5	Die 90er Jahre .....	24
2.3.5	Die Entwicklung in Zahlen .....	25
2.3.6	Der Versandhandel im Ausland.....	26
2.4	Die Sammelbestellung.....	28
2.4.1	Das Prinzip.....	28
2.4.2	Definition des Sammelbestellers .....	30
2.4.3	Weitere Tätigkeiten des Sammelbestellers.....	31
2.4.3.1	Akquisition von neuen Kunden.....	31
2.4.3.2	Beratung der Kunden.....	32
2.4.3.3	Bestellung .....	32
2.4.3.4	Lieferung.....	33
2.4.3.5	Inkasso .....	33
2.4.3.6	Rücknahme.....	34
2.4.3.7	Betreuung .....	34
2.4.4	Die Kostenvorteile für den Versandhandel .....	35

2.4.4.1	Werbung und Angebot .....	35
2.4.4.2	Abwicklungssystem .....	36
2.4.4.3	Personalkosten .....	38
2.4.5	Die Erscheinungsformen .....	39
2.4.5.1	Sammelbesteller und Vertreter im Nebenberuf.....	39
2.4.5.2	Agenturen und Katalogshops .....	39
2.4.5.3	Kooperationen mit freiwilligen Ketten .....	40
2.4.6	Die Bedeutung für den Universalversandhandel.....	41

### **3 DIE BEZIEHUNG ZWISCHEN SAMMELBESTELLER UND VERSANDHAUS ALS MODELL DER PRINCIPAL-AGENT-THEORIE..... 44**

3.1	Zielsetzung der Untersuchung .....	44
3.2	Charakterisierung der gegebenen Situation.....	45
3.2.1	Die Beziehung zwischen Sammelbesteller und Versandhaus .....	45
3.2.2	Zielsetzung des Versandhauses.....	46
3.2.3	Zielsetzung des Sammelbestellers .....	48
3.2.4	Der zeitliche Ablauf.....	49
3.3	Die Principal-Agent-Theorie.....	49
3.3.1	Grundlagen.....	49
3.3.2	Zielsetzung des Principals .....	51
3.3.3	Zielsetzung des Agenten .....	52
3.3.4	Der Zeitliche Ablauf .....	54
3.3.5	Die Modelle und deren Aussagen.....	54
3.3.5.1	Das Grundmodell der Principal-Agent-Theorie .....	54
3.3.5.2	Modell ohne Risiko .....	55
3.3.5.3	Modelle mit Risiko .....	57
3.3.5.3.1	Der Einfluß des Risikos .....	57
3.3.5.3.2	Beobachtbarkeit des Arbeitseinsatzes.....	58
3.3.5.3.3	Der Agent ist risikoneutral .....	60
3.3.5.3.4	Der Principal ist risikoneutral .....	61
3.3.5.4	Modelle mit Informationsasymmetrie .....	62
3.3.5.5	Modelle mit mehreren Agenten .....	64
3.3.6	Das LEN-Modell .....	65
3.3.6.1	Die Entlohnungsfunktion .....	65
3.3.6.2	Die Arbeitseinsatz-Ergebnis-Funktion .....	67
3.3.6.3	Die Zielfunktion des Unternehmens.....	68

3 3 6 4	Die Nutzenfunktion des Sammelbestellers	70
3 3 6 5	Zusammenfassung der Modellannahmen	71
<b>4</b>	<b>DIE PROVISIONSFUNKTION FÜR SAMMELBESTELLER BEI VOLLKOMMENER INFORMATION UND DETERMINISTISCHER ARBEITSEINSATZ-ERGEBNIS-FUNKTION</b>	<b>73</b>
4 1	Modellannahmen	73
4 2	Kooperation mit Festlegung des Aktivitätsniveaus	75
4 2 1	Modellvoraussetzungen	75
4 2 2	Rein umsatzbezogene Provision	76
4 2 2 1	Die zu untersuchende Situation	76
4 2 2 2	Der optimale Provisionsatz	76
4 2 2 3	Ergebnisse des optimalen Provisionssatzes	79
4 2 3	Umsatzbezogene Provision und Fixum	80
4 2 3 1	Ermittlung der optimalen Provisionsfunktion	80
4 2 3 2	Ergebnisse der Provisionsfunktion mit Fixum	82
4 2 4	Vergleich der Ergebnisse	83
4 2 5	Zahlenbeispiel und graphische Darstellung	84
4 2 5 1	Rein umsatzbezogene Provision	84
4 2 5 2	Umsatzbezogene Provision und Fixum	88
4 3	Kooperation ohne Festlegung des Aktivitätsniveaus	90
4 3 1	Das Problem der Festlegung des Aktivitätsniveaus	90
4 3 2	Rein umsatzbezogene Provision	91
4 3 2 1	Der optimale Provisionsatz	91
4 3 2 2	Ergebnisse des optimalen Provisionsatzes	95
4 3 2 3	Das Problem der Kooperationsbedingung	98
4 3 3	Umsatzbezogene Provision mit Fixum	99
4 3 3 1	Ermittlung der optimalen Provisionsfunktion	99
4 3 3 2	Ergebnisse der Provisionsfunktion	102
4 3 4	Vergleich der Provisionsfunktionen	103
4 3 5	Zahlenbeispiel und graphische Darstellung	107
4 3 5 1	Rein umsatzbezogene Provision	107
4 3 5 2	Umsatzbezogene Provision und Fixum	111
4 3 5 3	Vergleich der Provisionsfunktionen	114

<b>5</b>	<b>DIE PROVISION BEI VOLLKOMMENER INFORMATION UND STOCHASTISCHER ARBEITS-EINSATZ-ERGEBNIS-FUNKTION.....</b>	<b>116</b>
5.1	Auswirkung des stochastischen Zusammenhangs .....	116
5.2	Kooperation mit Festlegung des Aktivitätsniveaus .....	118
5.2.1	Die Beobachtbarkeit des Aktivitätsniveaus .....	118
5.2.2	Anwendung eines forcing contracts .....	119
5.2.2.1	Ermittlung der optimalen Parameter .....	119
5.2.2.2	Ergebnisse des forcing contracts .....	121
5.2.3	Rein umsatzbezogene Provision .....	122
5.2.3.1	Das Optimierungsprogramm .....	122
5.2.4	Umsatzbezogene Provision und Fixum .....	125
5.2.4.1	Ermittlung der optimalen Provisionsfunktion .....	125
5.2.4.2	Ergebnisse der Provisionsfunktion .....	128
5.2.4.3	Die Bedeutung der Risikoeinstellung .....	130
5.2.4.4	Vergleich mit dem forcing contract .....	134
5.2.5	Zahlenbeispiel und graphische Darstellung .....	135
5.2.5.1	Der forcing contract .....	135
5.2.5.2	Umsatzbezogene Provision und Fixum .....	138
5.2.5.3	Die Bedeutung der Risikoeinstellung .....	141
5.3	Kooperation ohne Festlegung des Aktivitätsniveaus .....	143
5.3.1	Die Unbeobachtbarkeit des Aktivitätsniveaus .....	143
5.3.2	Rein umsatzbezogene Provision .....	144
5.3.2.1	Ermittlung des optimalen Provisionssatzes .....	144
5.3.2.2	Ergebnisse des optimalen Provisionssatzes .....	147
5.3.2.3	Die Bedeutung der Risikoeinstellung .....	151
5.3.3	Umsatzbezogene Provision mit Fixum .....	153
5.3.3.1	Ermittlung der optimalen Provisionsfunktion .....	153
5.3.3.2	Ergebnisse der optimalen Provisionsfunktion .....	156
5.3.3.3	Die Bedeutung der Risikoeinstellung .....	158
5.3.3.4	Die Auswirkung von hidden action .....	161
5.3.4	Vergleich mit rein umsatzbezogener Provision .....	164
5.3.5	Zahlenbeispiel und graphische Darstellung .....	166
5.3.5.1	Rein umsatzbezogene Provision .....	166
5.3.5.2	Umsatzbezogene Provision und Fixum .....	170
5.3.5.3	Vergleich der Provisionsfunktionen mit und ohne Fixum .....	174

5.4	Zusammenfassung der Ergebnisse .....	175
<b>6</b>	<b>DIE OPTIMIERUNGSMÖGLICHKEITEN INFOLGE EINER BESTEHENDEN ZUSAMMENARBEIT .....</b>	<b>177</b>
6.1	Die Bedeutung der Informationsasymmetrie .....	177
6.1.1	Der Informationsvorsprung des Agenten .....	177
6.1.2	Lösungsmöglichkeiten .....	179
6.1.3	Nutzung der Vergangenheitserfahrung .....	180
6.1.4	Der Status quo des Sammelbestellers .....	180
6.2	Modell ohne Risiko .....	181
6.2.1	Ergebnisse aufgrund der bisherigen Kooperation .....	181
6.2.2	Bestimmung der optimalen Provisionsfunktion mit Fixum .....	184
6.2.3	Ergebnisse durch Einführung eines Fixums .....	185
6.2.4	Anwendung der Erkenntnisse auf die Kooperation mit neuen Sammelbestellern .....	187
6.3	Modell mit Risiko .....	192
6.3.1	Ergebnisse aufgrund der bisherigen Kooperation .....	192
6.3.2	Ermittlung des optimalen rein umsatzbezogenen Provisionssatzes .....	193
6.3.3	Ermittlung der optimalen Provisionsfunktion mit Fixum .....	198
6.3.4	Ergebnisse durch Einführung eines Fixums .....	201
6.4	Zahlenbeispiel .....	204
6.4.1	Modell ohne Risiko .....	204
6.4.2	Modell mit Risiko .....	208
6.4.2.1	Der optimale Provisionssatz bei rein umsatzbezogener Entlohnung .....	208
6.4.2.2	Die optimale Provisionsfunktion mit Fixum .....	210
<b>7</b>	<b>SCHLUSSBETRACHTUNG .....</b>	<b>211</b>
	<b>Literaturverzeichnis .....</b>	<b>214</b>