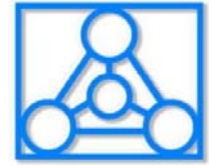


Entwicklung neuer Szenarien

Workshop (Fortgeschrittenen-Training)

12. Anwendertreffen zu
TOPSIM-General Management II
Meersburg, Neues Schloss, 25.09.03
Nils Högsdal, Ingo Wilkens



Beispiele für neue Szenarien

- TOPSIM-General Management II
- Zielgruppe: High-Tech-Branche
 - Produkt: Beamer
 - Zeitrahmen: Quartale
 - Geringere direkte Kosten, höhere indirekte Kosten
 - Starker Preis- und Kostendruck

Großabnehmer: Da es MEDIA CITY im letzten Quartal nicht gelungen ist, sein Lager vollständig zu leeren und außerdem bereits bekannt wurde, dass Ihr Unternehmen an einer Produktweiterentwicklung arbeitet, besteht kein Interesse an Produkt 1. Ein anderer Zentraleinkäufer namens **MAXX-LUXX** interessiert sich jedoch für **2.000 Beamer** zu **2.200 Euro** je Beamer.

Ausschreibung: Ein Automobilunternehmen bittet um ein Angebot von 4.000 Beamern zur Ausstattung seines europäischen Händlernetzes.

Einige **Experten** sind der Ansicht, dass eine **technische Weiterentwicklung** der Beamer **dringend erforderlich** sei. Außerdem scheint es, dass die hohen Produktionskosten von Produkt 1 eine langfristige, ernst zu nehmende Bedrohung Ihrer Wettbewerbsfähigkeit darstellt. Sie können daher nun mit der **Entwicklung eines Nachfolgemodells** für Produkt 1 beginnen. Als Bedingung für die Einführung des Produktes in den Markt gilt allerdings, dass Produkt 1-neu sowohl hinsichtlich technischer als auch ökologischer Aspekte sein Vorgängermodell übertreffen sollte.



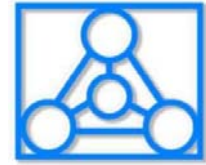
Der HIGHBEAM I

Technische Daten des Highbeam I



Technik	LCD Panel 3 * 1,3 Polysilicium TFT
Helligkeit	2600 ANSI Lumen
Kontrast	400 : 1
Auflösung	1024 * 768
Weitere Formate	Bis 1280 * 1024 (komprimiert)
Video-Signal	NTSC, NTSC 4.43, PAL, PAL M, PAL N, PAL 60, SECAM, DVD Component Video; HDTV
Schnittstellen	Alle Standard-Schnittstellen
Laser Pointer	Als Zubehör erhältlich
Audio	2*3 W
Deckenmontage	Ja
Gehäusemaße (B*H*T)	35,1x14,8x38,5

Gewicht	6,8 kg
----------------	--------



Beispiele für neue Szenarien II

- TOPSIM-Marketing „Mobile“ (Handy)
- Handy als Produkt



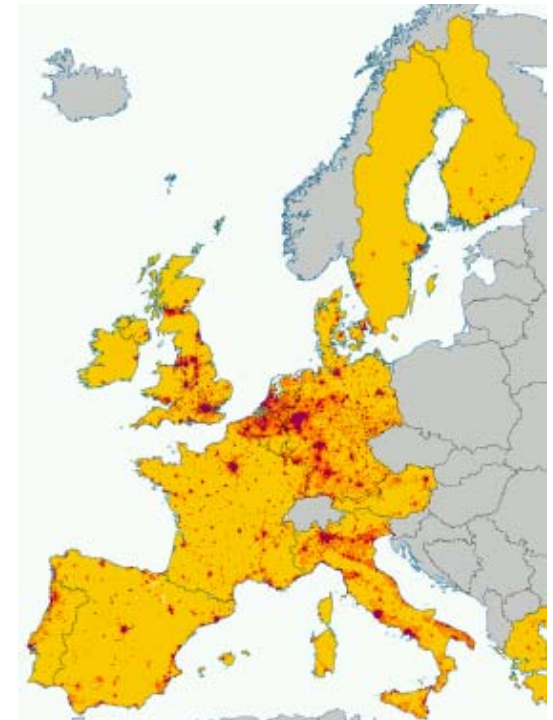
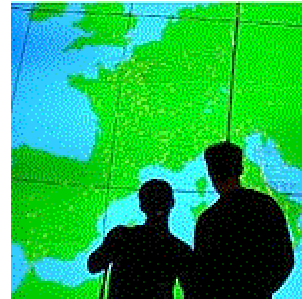
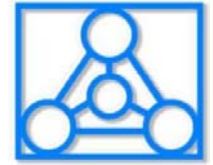
Die Konsumentengruppen

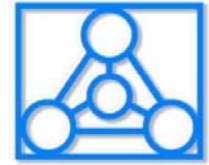
- **Gruppe 1:** Legt Wert auf eine modisches, großes und preiswertes Handy mit einer Vielzahl von Features. Qualität und Batterieverbrauch sind zweitrangig. „Techno strivers“ and „Media Junkies“ - **37 %** des Käuferpotentials
- **Gruppe 2:** Bevorzugt ein konventionell aussehendes, relativ großes, aber preiswertes Handy. Häufig PrePaid-Karten. Will einfach nur erreichbar sein. Auf Qualität und Batterieverbrauch wird nicht stark geachtet. „Technophobics“ - **20 %** des Käuferpotentials
- **Gruppe 3:** Kauft ein normal aussehendes Handy der mittleren Preisklasse. Erwartet und nutzt sinnvolle Funktionen. Fordert eine gute Qualität und eine normale Lebensdauer der Batterie. „Functionally Minded“ and „Smart Buyer“ - **17 %** des Käuferpotentials

Provider	Ketten	
<p>Mobilfunkbetreiber viele lokale Geschäfte hoch konzentrierte Entscheidungsbildung (zentraler Einkauf)</p>	<p>Handelsketten mäßig konzentrierte Entscheidungsbildung (dezentraler Einkauf, höher als bei Absatzkanal 1)</p>	
Anzahl etwa 2000	Anzahl etwa 1000	
Tendenz: ↗ Geschätzte Zunahme rd. 1% pro Jahr	Tendenz --- konstant	Abnahme: 3% pro Jahr



Strategisches Marketing im Europäischen Markt für Mobiltelefone



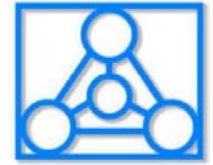


Beispiele für neue Szenarien III

- TOPSIM-eCommerce
 - Mobile (Handy-Shop)
 - 3M (Verpackungsmaterialien)
- TOPSIM-Merchant
 - Miele (Elektrofachhandel)
 - Edeka
- PriMananger (Steinbeis Transferzentrum Pforzheim)
 - Unterschiedlichste Szenarien vom Handwerksbetrieb bis
 - zur Börsennotierten Aktiengesellschaft

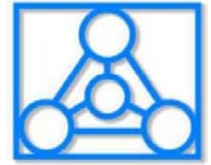


ACP – das neuartige Verpackungsprodukt
ist nun auch online erhältlich.



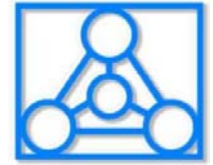
Gründe für neue Szenarien

- Spezielle Ziele
 - Controlling
 - Projektrisikomanagement
- Trainers will mal was Neues ausprobieren ...
- Zielgruppenspezifische Lösungen
 - Branche
 - High-Tech
 - Handwerk
 - Produkte
 - Identifikation
- Diplomarbeitsthema
- Spezielle Komplexitätswünsche



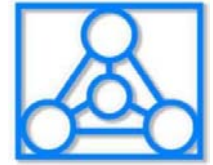
Gründe für neue Szenarien II

-
-
-
-
-
-
-
-



Entwicklungsprozess

- Ideenphase
 - Ziele
 - Zielgruppe
 - Thema
- Entwurfsphase
 - Eckdaten und Ausgangslösung
 - Coverstory
 - Geplante Komplexitätsentfaltung
 - Konjunkturverlauf und Wirtschaftliche Rahmenbedingungen
- Datenphase
- Test- und Produktivphase

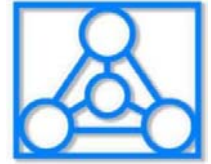


Ideenphase I

- **Ziele**
 - Lern- und Kompetenzziele
 - Inhaltliche Ziele
 - „Weiche“ Ziele
- **Zielgruppe**
 - Vorkenntnisse
 - Identifikationspotential, Alter
 - Bisherige Planspielerfahrungen
- **Thema**
 - Märkte, Konjunktur
 - Branche
 - Betriebswirtschaftlich



Ideenphase II: **Beispiele für Grundthemen**

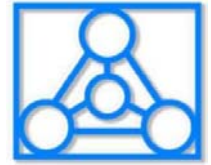


- Krise in der Hightechbranche
 -
 -
- Strukturwandel
 -
 -
- Unternehmensnachfolge
 -
 -
- Turn-around-Management
 -
 -



Entwurfsphase I

Eckdaten und Ausgangslösung

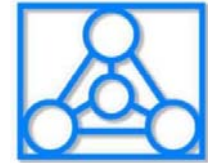


- Branche
- Größe:
 - Umsatz,
 - Mitarbeiter,
 - Aufteilung dieser,
 - Kostenstrukturen,
 - Bilanzrelationen,
 - Anlageintensitäten
 - Zeiteinheiten
 - Entwicklungszyklen



Entwurfsphase II

Coverstory



- Ziele
 - Teilnehmer abzuholen
 - In die Rolle einzuführen
- Beispiel: Hersteller von Fitness-Geräten



Die Bereiche des Unternehmens (aus dem fiktiven Internetauftritt):

	<p>Forschung und Entwicklung</p> <p>Hier schlägt das kreative Herz unseres Unternehmens. Wir entwickeln hier in Zusammenarbeit mit führenden Sportwissenschaftlern und Sportmedizinern neue Produkte und unterstützen die wissenschaftliche Forschung. Die fertigen Produkte werden auf Herz und Nieren getestet, damit sie den hohen Qualitätsansprüchen, die wir uns selbst setzen, gerecht werden. Eine weitere Aufgabe unserer F&E-Abteilung ist die Entwicklung von Schulungskonzepten.</p>
	<p>Vertrieb</p> <p>Der Vertrieb ist die Schnittstelle zwischen unseren Kunden und dem Unternehmen. Hier werden alle Anfragen bearbeitet und koordiniert. Der Vertrieb dient als kompetenter Ansprechpartner sowohl innerhalb des Unternehmens als auch außerhalb, d.h. für Kunden und Händler.</p>
	<p>Technischer Service</p> <p>Hier ist der eigentliche Kern des Unternehmens. Der technische Service macht unsere Geräte bei Ihnen „produktiv“. An unserem Standort legt er sozusagen</p>

Leopold & Schätzle zeigt sich als Fitness-Trendsetter in Form

Mit neuer Kraftgeräte-Linie 10 Millionen Euro Umsatz angepeilt. Generationswechsel in der Geschäftsführung. Unsere Dienstagsgäste in der Redaktion: Ariane und Dr. Michael Leopold

Von unserem Redakteur Moritz Zwickel

Als Hersteller von Cardio-Geräten für den Medizin- und Fitnessbereich hat sich das Familienunternehmen "Leopold & Schätzle Sportgerätebau GmbH" mit Fahrrad-Ergometern und Laufbändern seit 1978 zu einem der größten deutschen Hersteller entwickelt. Mit der Vorstellung der neuen Kraftgerätelinie vor 2 Jahren speziell für den Einsatz im Fitnessstudio avancierte „Leopold & Schätzle“ zum Komplettanbieter. Lange erwartet und trotzdem überraschend für alle Beteiligten war die Ankündigung des Gründers Wolfgang Leopold, sich aus dem Tagesgeschäft zurückzuziehen. Seit Monaten gab es Gerüchte über den bevorstehenden Verkauf des Traditionsunternehmens an einen bekannten amerikanischen Hersteller. Vollkommen überraschend war jetzt die Ankündigung im Rahmen einer Betriebsversammlung, dass das Unternehmen in



Entwurfsphase III

Coverstory II



Montag morgen: Herr Leopoldt berichtet seinen Kollegen aus der Geschäftsführung, dass am Freitag um 21.00 Uhr ein Fax von den Amerikanern angekommen sei. Diese hätten das Angebot der Übernahme abgelehnt und werden sich nicht finanziell beteiligen.

„Die wollten doch nur einen Einblick in unsere Technologie bekommen“ ist die erste erboste Reaktion vom zuständigen F&E-Geschäftsführer. „Außerdem kennen die jetzt unsere Ansprechpartner bei den wichtigsten Key Accounts“ ärgert sich der Geschäftsführer des Vertriebs.

Herr Leopold entgegnet: „Das ist zu einfach, meine Herren. Die Amerikaner wollten auf dem deutschen Markt Fuß fassen und wir waren der Partner Ihrer Wahl. Sie haben eine ausführliche Analyse unseres Unternehmens gemacht und sich unsere Ertragspotentiale angeschaut. Sie sind zu dem Schluss gekommen, dass nur unsere Markenrechte für sie interessant wären. Dafür würden sie einen sechsstelligen Eurobetrag bezahlen. Ich habe mich am Freitag Abend noch länger mit Dick, deren CEO unterhalten und seine Argumentation hat mich ins Grübeln gebracht. Über das Wochenende bin ich zu dem gleichen Ergebnis gekommen. Wir stehen mit dem Rücken zur Wand und haben es selbst noch gar nicht erkannt.“

„Aber wir verdienen doch gutes Geld. Die Gewinne sind zwar nicht mehr gestiegen, aber die Konjunktur war ja wirklich nicht einfach. Wir haben trotzdem noch neue Kunden gewonnen und die werden in Zukunft weiter bei uns einkaufen“ entgegnet der verantwortliche Vertriebschef.

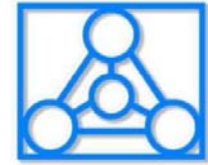
Leopold dazu: „Meine Herren ich glaube Sie haben die Zeichen der Zeit noch nicht erkannt. Wir haben hier ein strukturelles Problem im Unternehmen. Sie haben in Ihren Bereichen wahrscheinlich die Auswirkungen schon gesehen, wollen es aber auch noch nicht als wirkliches Problem wahrhaben. Ja, unsere Produkte sind am Markt konkurrenzfähig, doch unsere Mitarbeiter haben in den letzten Jahren nicht geschlafen. Sie bieten längst den gleichen Service wie wir und sind gerade dabei, wieder eine neue Preisrunde einzuläuten. Wir hingegen stecken immer mehr Geld in die F&E, der Kunde ist aber nicht bereit, dafür mehr zu bezahlen. Der Kunde sieht längst den Mehrwert unserer Produkte nicht. Er sagt, dass die Innovationen am Bedarf seiner eigenen Kunden, den Club-Mitgliedern, vorbeigehen. Was bringen stufenlos verstellbare Widerstände an den Geräten, wenn der Kunde sich beim Training nicht mehr an die Einstellungen der Vorwoche erinnern kann. Außerdem hat die Fluktuation im Bereich der F&E im letzten Jahr stark zugenommen.“





Entwurfsphase IV

Geplante Komplexitätsentfaltung



- Produkte und Märkte
- Berichte
- Planungsmodelle
- Kennzahlen
- Sonstige
 - Komplexität der Entscheidungen
 - Personal
 - Produktion
 - Finanzen
 - ...

Moduleinstellung

Bitte tragen Sie hier ein, ab wann das betreffende Modul zugeschaltet werden soll!

Produkte/Märkte | Berichte | Planungsmodelle | Konkurs | Kennzahlen | Sonstiges

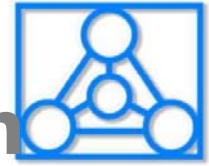
Perioden:

	0	1	2	3	4	5	6	7	8
Produkt 1, Markt 1	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Produkt 1 - alt: Relaunch	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Produkt 1 - neu: Entwicklung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Produkt 1 - neu: Einführung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Produkt 1, Markt 2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Produkt 2 - Entwicklung	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Produkt 2, Markt 1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Produkt 2, Markt 2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

OK
 Protokoll
 Abbruch
 Hilfe



Konjunkturverlauf und Wirtschaftliche Rahmenbedingungen



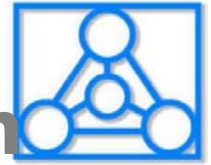
- Wachstum
- Steuern
- Gesetzliche Rahmenbedingungen („Agenda 2011“)
- Abhängige Variablen
 - Marktentwicklungen
 - Zinsen
 - Löhne und Gehälter
 - Einkaufskonditionen
 - Betriebsstoffe
 - Personalnebenkosten
 - ...

Das Wachstum hat sich weiter verlangsamt. Die Stimmung im Land erreicht einen neuen Tiefstand. Experten erklären, dass sich eine Rezession nicht mehr vermeiden lässt. Nach den Niederlagen der Koalitionsparteien bei wichtigen Landtagswahlen kündigt die Bundesregierung umfangreiche Reformen an. Die Gewerkschaften laufen Sturm und setzen zudem nach einem harten Arbeitskampf kräftige Lohnerhöhungen durch. Der Inflationsdruck aufgrund der hohen Lohnabschlüsse und der steigenden Energiekosten wegen der unsicheren politischen Lage in mehreren Ölförderländern nehmen der Europäischen Zentralbank den Spielraum für Zinssenkungen. Man erwartet, dass

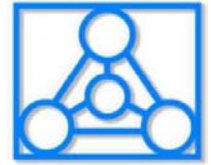
Experten verschiedener Industrieverbände warnen vor den Auswirkungen der Fußball-Weltmeisterschaft in Deutschland. Man rechnet mit höheren Fehlzeiten, welche die (normale) Produktivität eines Fertigungsmitarbeiters um 10 Einheiten senken werden. Zudem werden verstärkte Anstrengungen im Bereich Qualitätsmanagement empfohlen, da viele Mitarbeiter während der Übertragung der Spiele möglicherweise nur halbherzig bei der Sache sein werden. Da während der WM viele zusätzliche Arbeitskräfte in Stadien, Hotellerie und Gastronomie benötigt werden, nutzt der Anbieter für Zeitarbeitsleistungen die Gunst der Stunde und erhöht die Preise für seine Dienstleistungen deutlich um den Betrag von € 5.000.



Konjunkturverlauf und Wirtschaftliche Rahmenbedingungen



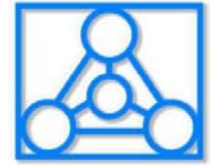
- Pro Periode 1-2 Schocks und „Wildcards“
 - Steuerreform
 - Ökosteuer
 - Streik
 - Asienkrise
 - Fussball-WM
 - Technologische Durchbrüche
 - Substitutionsgüter
 - Markteintritt neuer Mitbewerber
 - ändernde Kundenpräferenzen
- Es sollten nicht nur Belastungen entstehen, interessant wird es nur, wenn Entscheidungsalternativen neu zu bewerten sind !



Aufgabe

- Entwickeln Sie einige Ideen für ein neues Szenario eines (fiktiven) Herstellers von Investitionsgütern, welcher ein später ein 2., langlebiges Konsumgut in den Markt bringt.
- Ziele:
- Zielgruppe:
- Thema:





Aufgabe II

- Branche:
- Größe:
 - Umsatz:
 - Mitarbeiter:
 - Aufteilung dieser: F&E: Vertrieb: Produktion:
 - Kostenstrukturen: F&E: Produktion: Vertrieb:
 - Bilanzrelationen
 - Anlageintensitäten
 - Zeiteinheiten
 - Entwicklungszyklen
- Quellen: Geschäftsberichte, Marktstudien, Artikel aus Zeitungen und Zeitschriften



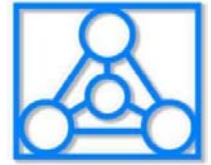
Coverstory



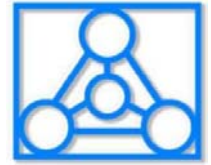
- Ideen



Konjunkturverlauf und Wirtschaftliche Rahmenbedingungen



Periode	1	2	3	4	5
Wachstum					
Gesetze/Steuern					
Marktentwicklung					
Zinsen					
Gehälter					
Einkauf					
Betriebsstoffe					
Nebenkosten					
Investitionen					
Großabnehmer					



Schocks und „Wildcards“

- Periode 1:
- Periode 2:
- Periode 3:
- Periode 4:
- Periode 5:



Notizen Ideen



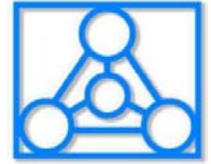


Notizen Ideen II





Datenphase



- Datenstruktur
- Einstellung der Ausgangslösung
- Einstellen der Komplexitäten
- Einstellung Faktoren
- Einstellen der periodenspezifischen Seminarleiterdaten
- Ggf. Einstellen der Wirkungskurven
- Eingabe sinnvoller Teilnehmerentscheidungen



Datenphase: Datenstruktur

- Ausgangslösung
 - Periode 0
 - Periode 1
- Periodendaten
- Kopieren
- Wirkungskurven

Ausgangssituation

Startwerte für die Simulation (vor Periode 0)

Personal/Bestandsübersicht | Bilanz | Unternehmensnamen

Personalbestand (Anzahl Personen)	Einkauf	10
	Verwaltung	120
	Fertigung	620
	Produktentwicklung	120
	Vertrieb	100

Lagerbestände (Produkt 1)		Stück	Lagerwert(EUR/St.)
Einsatzstoffe/Teile:	16000	600	
Fertigprodukte:	5000	1850	

Gebäude: Buchwert (MEUR): 12,00 Restlaufzeit (Per): 30

Fertigungsanlagen	Nr	Buchwert (MEUR)	Restlaufz. (Perioden)	Kapazität (Einheiten)	Sonstige fixe Ko.	Umwelt-Index
	1	1,00	2	2500	1,50	100,00
	2	3,00	6	3000	1,00	100,00
	3	5,00	8	4000	0,50	100,00

Periodenspezifische Daten

Periode: 0

Markt/Pers. | Fert./Einkauf | Finanzdaten | Sonst. Daten | Korrekturen | Szenario

Marktvolumina

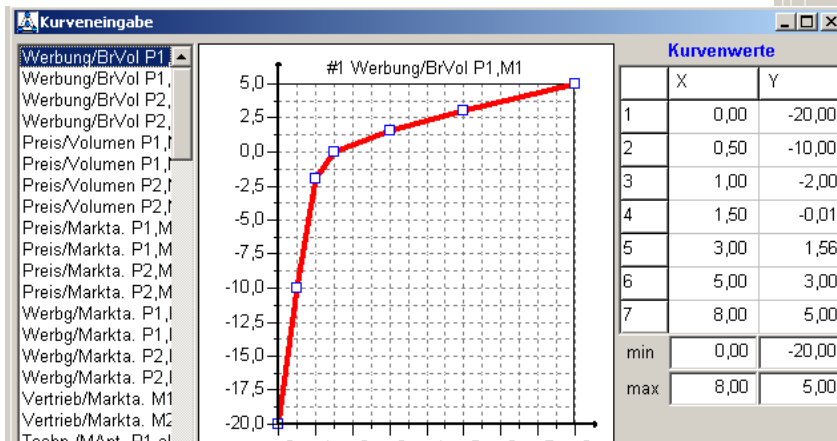
Markt 1 (EUR): Produkt 1 (Mio) 41,2

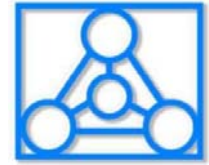
Großabnehmer: Max.Lief.(St) 0, Preis (EUR) 0, Ausschreibung Liefermenge (St.) 0

Personal	Löhne und Gehälter (TEUR)	Fertigung:	Einstell.	Entlass.
	Einkauf 8	Maxima (Anz.)	1200	100
	Verwaltung 7	Kosten (TEUR)	12,5	10,0
	Fertigung 7	Min.Personalnebenko. (%)		37,0
	F & E 12	Pensionsrückstellung. (%)		2,0
	Vertrieb 11	max.Abbau Pers.nebenko. (%)		3,0

Fertigungsanlagen	Typ	Kaufpreis (MEUR)	Laufzeit (Perioden)	Kapazität (Einh.)	Sonstige fixe Ko.	Umwelt-Index	Resterlof (% RBW)
	A	20,0	40	5000	0,2	100,0	20,0
	B	25,0	40	6000	1,0	105,0	25,0
	C	30,0	60	8000	1,3	110,0	30,0

OK | Protokoll | Abbruch | Hilfe





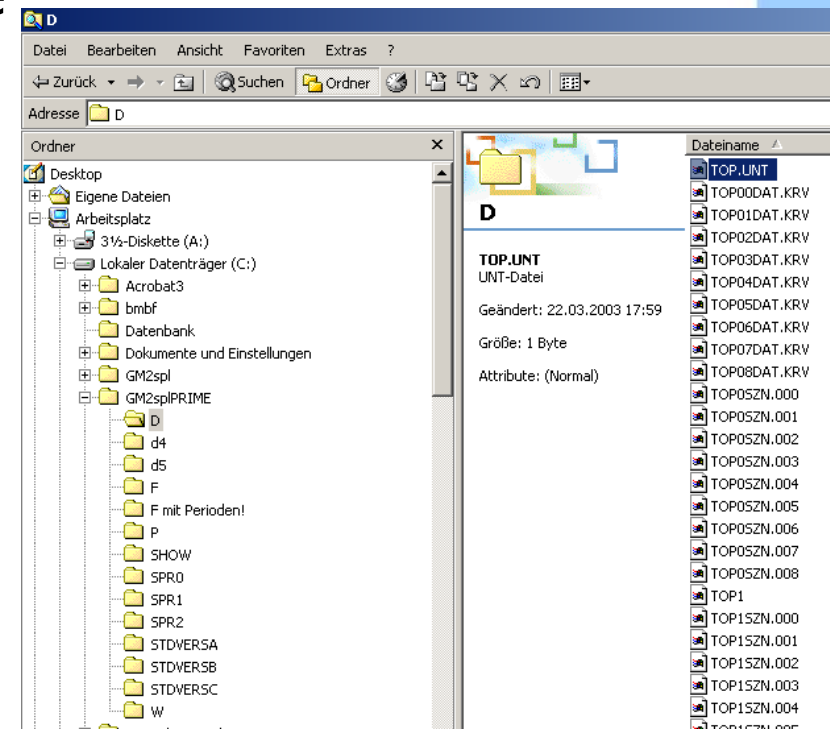
Datenphase: Datenstruktur II

- Relevant

- Topedat.00X: Entscheidungsdaten
- Topppdat: Periodendaten
- Topfdatxx.Szn: Szenarientexte
- 00x: Periodenzähler

- Kritisch

- .krv Kurvendateien
- Topbdat.00X: Berichte
- Topfdat: Planungsrechnung
- Toptdat: Allgemeine Spielinfos





Datenphase III

- Einstellung der Ausgangslösung

Ausgangssituation

Startwerte für die Simulation (vor Periode 0!)

Personal/Bestandsübersicht | Bilanz | Unternehmensnamen

Personalbestand (Anzahl Personen)	Einkauf	10
	Verwaltung	120
	Fertigung	620
	Produktentwicklung	120
	Vertrieb	100

Lagerbestände (Produkt 1)	Stück	Lagerwert(EUR/St.)
	Einsatzstoffe/Teile: 16000	600
	Fertigprodukte: 5000	1850

Gebäude

Buchwert (MEUR): Restlaufzeit (Per.):

Fertigungsanlagen	Nr	Buchwert (MEUR)	Restlaufz. (Perioden)	Kapazität (Einheiten)	Sonstige fixe Ko.	Umwelt-Index
	1	1,00	2	2500	1,50	100,00
	2	3,00	6	3000	1,00	100,00
	3	5,00	8	4000	0,50	100,00
	4	6,00	10	4500	0,25	100,00

OK | Protokoll | Abbruch | Hilfe

Periodenspezifische Daten

Periode:

kt/Pers. | Fert./Einkauf | Finanzdaten | Sonst. Daten | Korrekturen | Szenario

Markt volumina

Markt 1 (EUR)

Produkt 1 (Mio)

Großabnehmer

Max.Lief.(St.)	Preis (EUR)	Ausschreibung Liefermenge (St.)
<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>

Personal

Löhne und Gehälter (TEUR)		Fertigung:	Einstell.	Entlass.
Einkauf	<input type="text" value="8"/>	Maxima (Anz.)	1200	100
Verwaltung	<input type="text" value="7"/>	Kosten (TEUR)	12,5	10,0
Fertigung	<input type="text" value="7"/>	Min.Personalnebenko. (%)		37,0
F & E	<input type="text" value="12"/>	Pensionsrückstellung. (%)		2,0
Vertrieb	<input type="text" value="11"/>	max.Abbau Pers.neb.ko.(%)		3,0

Fertigungsanlagen

Typ	Kaufpreis (MEUR)	Laufzeit (Perioden)	Kapazität (Einh.)	Sonstige fixe Ko.	Umwelt-Index	Resterloß (% RBW)
A	20,0	40	5000	0,2	100,0	20,0
B	25,0	40	6000	1,0	105,0	25,0
C	30,0	60	8000	1,3	110,0	30,0

OK | Protokoll | Abbruch | Hilfe



Datenphase IV

- Einstellen der Komplexitäten
 - Märkte
 - Berichte
 - Entscheidungen

- Einstellung Faktoren
 - Marktwirkungen und Verrechnungssätze
 - Wichtig bei abweichenden Periodendauern

Wirkungsfaktoren

Diese Faktoren gelten für alle Unternehmen und alle Perioden gleich!

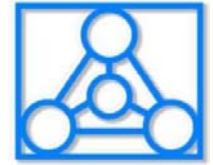
Wirkungs-, Verstärkerfaktoren | Verrechnungssätze

		neu	alt	Max. MEUR	Start MEUR
Werbung		0,70	0,40	16,00	5,00
Vertrieb		0,65	0,37	10,00	3,50
Corporate Identity		1,00	0,50	80,00	1,70

		neu	alt	Max. MEUR	Start MEUR
Technologie	Produkt 1 - alt	1,00	1,00	45,00	6,74
	Produkt 1 - neu	1,00	1,00	45,00	8,00
	Produkt 2 - neu	1,00	1,00	40,00	0,00
Ökologie	Produkt 1 - alt	1,00	1,00	35,00	2,30
	Produkt 1 - neu	1,00	1,00	30,00	2,00
	Produkt 2 - neu	1,00	1,00	40,00	3,00

Faktoren für Produkt 1:

	Werbung	Marktanteil
Relaunch	0,80	1,10
Neueinführung	1,10	1,20



Datenphase V

- Einstellen der periodenspezifischen Seminarleiterdaten
 - Änderungen ggü. der Vorperiode eingeben
 - Sinnvoll: Hochkopieren
- Einstellen der Wirkungskurven
 - Grundsätzliche Änderungen
 - Periodenspezifische Änderungen (höheres Umweltbewusstsein, „Geiz ist geil“).
- Eingabe sinnvoller Teilnehmerentscheidungen
 - Modell sollte eine „stabile“ Ausgangslösung haben
 - Modell sollte „stabil“ hochlaufen
 - Sinnvoll: Hochkopieren



Aufgabe: Szenariotext

In dieser Periode muss wiederum mit schleppender Geschäftstätigkeit gerechnet werden. Preiswettbewerb ist auch weiterhin ein Thema, sowohl Unternehmen als auch Privatkunden befinden sich auf der Suche nach Schnäppchen. Für besonders fortgeschrittene Technologien zahlen einige Kunden aber auch gerne einen Aufschlag.

Sie müssen für Produkt 1 (sowohl in Markt 1 wie in Markt 2) mit einem Nachfragerückgang von etwa 5% im Vergleich zur vorangegangenen Periode rechnen.

Etwa 10% der Nachfrage nach Produkt 1 wird sich in beiden Märkten zu Produkt 2 verlagern. 1 FCU ist 1,80 Euro wert.

Da MAXX-LUXX noch recht große Lagerbestände hat, möchte das Unternehmen keine Einheiten von Produkt 1 kaufen. Eine regionale Einkaufskooperation für Büromaterialien möchte jedoch 50 Geräte vom Typ Produkt 1 für 2.100 Euro je Geräte erstehen.

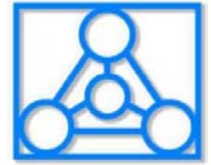
Ausschreibung: Eine neue Kinokette "Cinema-on-demand" hat um ein Angebot für 3.000 Produkt 1-Beamer gebeten, die in Periode 6 geliefert werden sollen. Ihr Geschäftsmodell (kleine Kinos für etwa 20 Personen in Shopping Malls, Hotels oder Tankstellen aufzubauen) soll Kinoatmosphäre zu einem geringeren Preis als im regulären Kino bieten.

Die zunehmende Arbeitslosigkeit bereitet der Öffentlichkeit Sorgen. Ihr Betriebsrat stimmt zu, für dieses Jahr keine Forderungen nach Lohn- und Gehaltserhöhung zu stellen. Dafür verpflichten Sie sich, in dieser Periode keine Arbeitnehmer in der Fertigung zu entlassen. Außerdem dürfen Sie bis auf weiteres keine Überstunden arbeiten lassen.

Ihr Lieferant für Produkt 2 erhöht seine Preise für kleine Mengen um 10% und um 3% bei größeren Mengen.

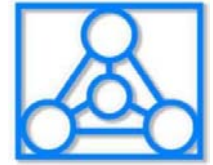
Fremdfertigung	0	<	5.000 Einheiten	6250
Produkt 2	5.000	<	7.000 Einheiten	5500
	7.000	<	20.000 Einheiten	5000
(Euro/Einheit)		Mehr als	20.000 Einheiten	4635

Der Hersteller von Fertigungsstraße Typ B entscheidet sich, sein Geschäftsmodell zu ändern. Von nun an können Sie seine Maschinen nur leasen und zwar zu einem Preis von 5 Millionen Euro pro Periode inkl. Fixkosten. Dies betrifft nur die neu gekauften Anlagen. Achtung: Auch wenn Sie die Maschinen leasen, sind Sie selbst für deren Instandhaltung verantwortlich.



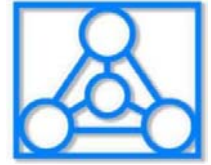
Aufgabe V

- Beurteilen Sie die möglichen Auswirkungen des Szenarios. Welche weiteren Daten sind ggf. zu ändern ?



Umsetzung

- Handbücher
- Beschreibung
- Bilder
- Copyrighthinweise
- alternative Einführungen
 - Expertengruppen mit Rollenkonzepten
 - „Materialsammlung“
 - „Alter Vorstand hat sich abgesetzt – Hier sind die Berichte und fragen Sie die Mitarbeiter“
- Powerpointfolien

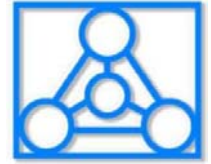


Umsetzung: Testen

- Formaltest
- Pizzatest
- Produktivtest (Pilotseminar)



Zusammenfassung



- Ein neues Szenario ist zu 10% BWL und VWL-Know-How ...
- ... zu 10% Sorgfalt
- ... und zu 80% Kreativität ...