



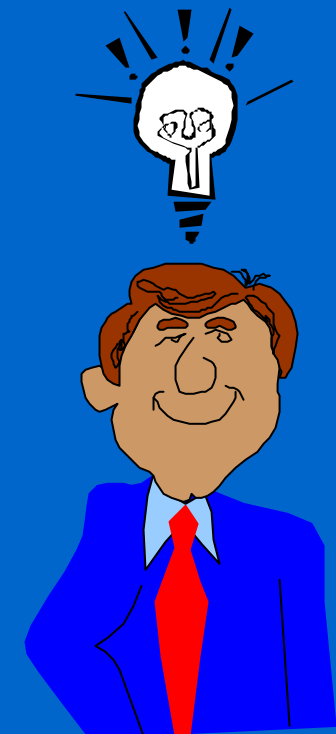
# Planspiel TOPSIM-Marketing



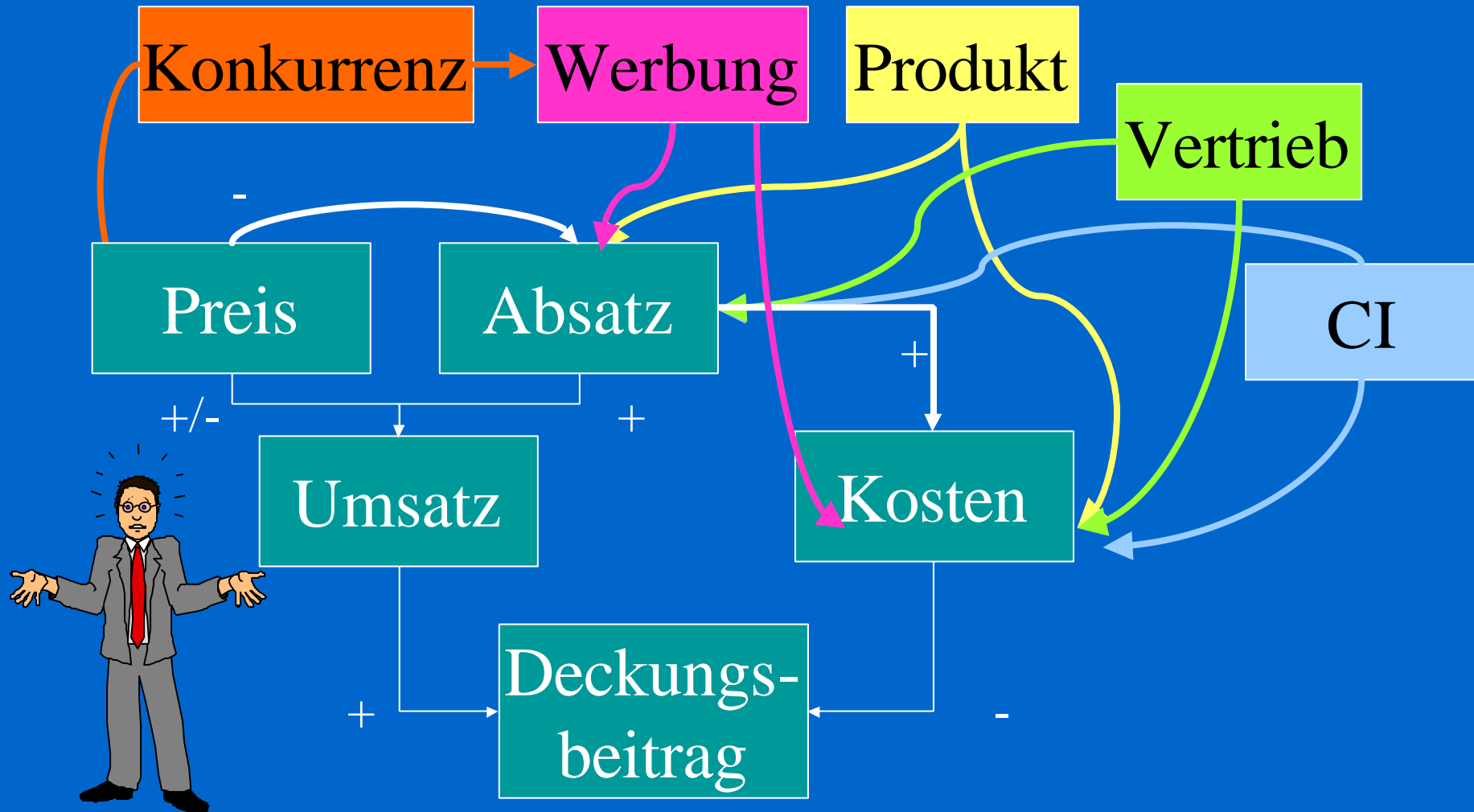
Strategisches Marketing  
im Europäischen  
Armbanduhrenmarkt



# Lineares Denken



# Vernetztes Denken

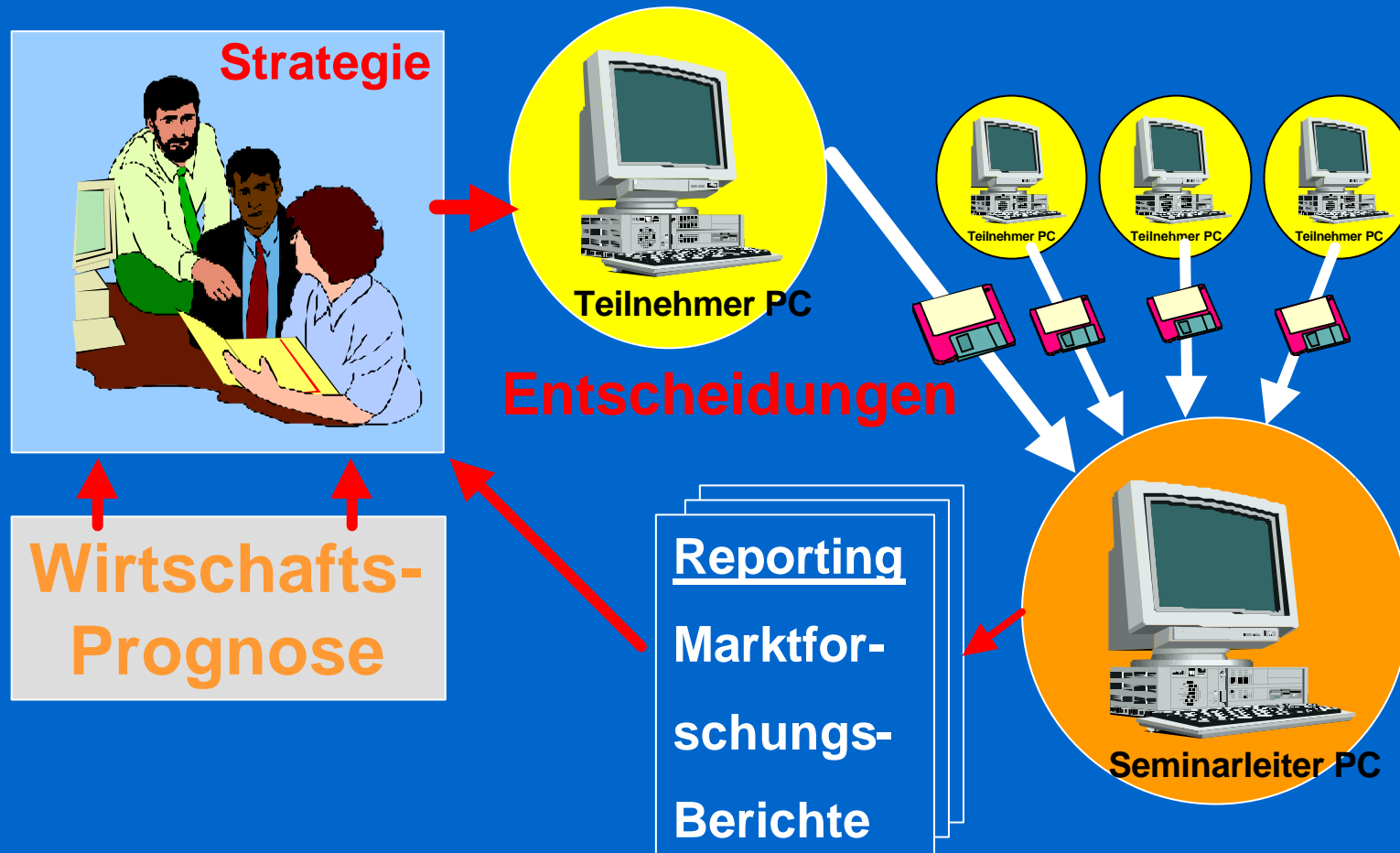


# Planspiele

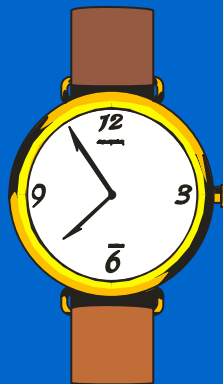
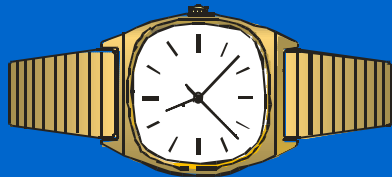
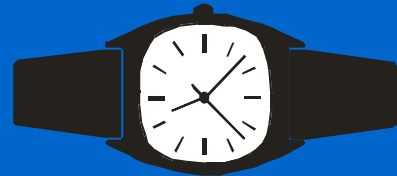
- simulieren realistische Entscheidungs-Situationen
- fördern vernetztes Denken
- vertiefen Erlerntes
- sind didaktisch modern
- machen einfach Spaß



# Ablauf eines Planspiels

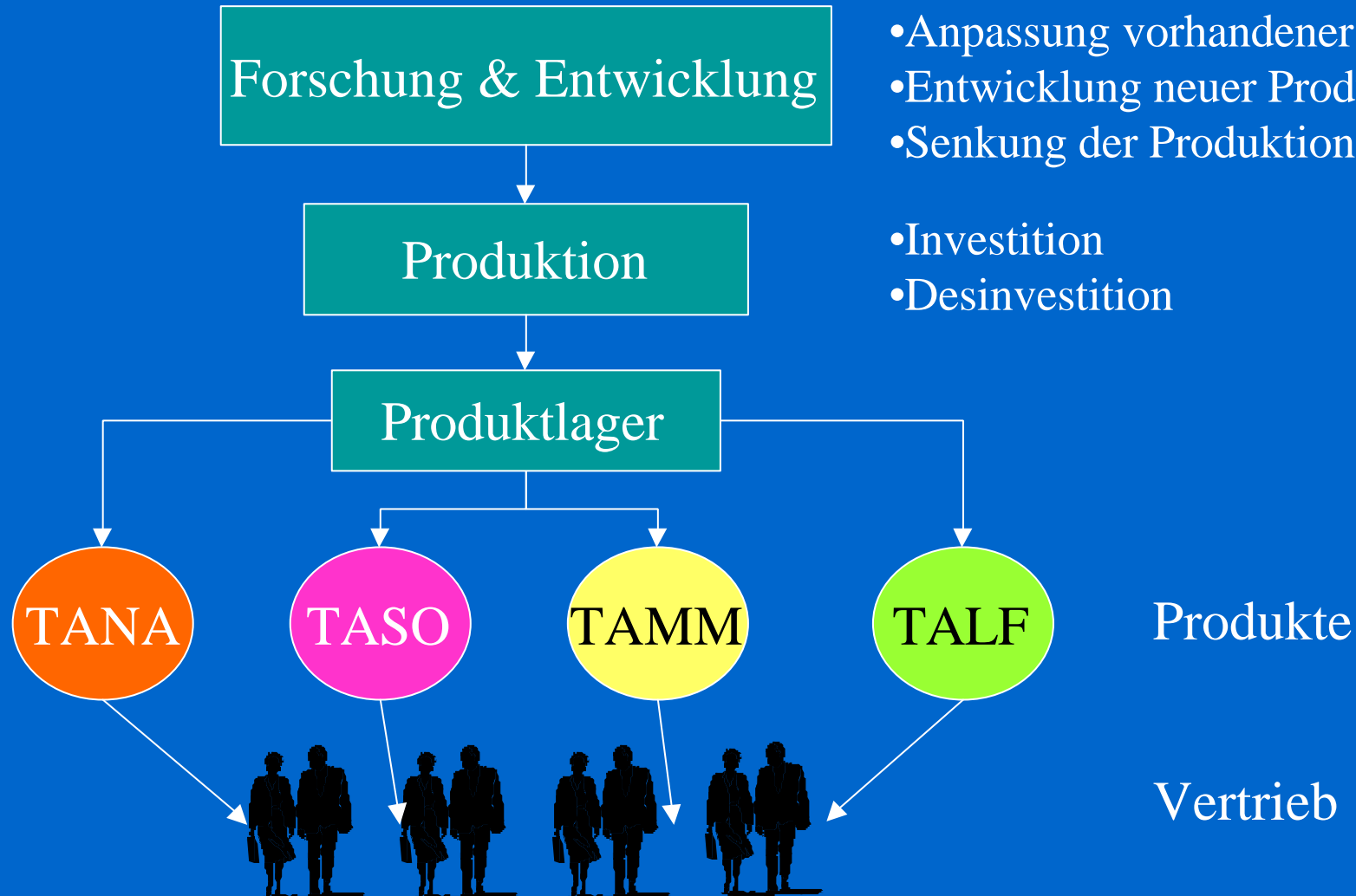


# Die Produktmerkmale



- **Design**  
konservativ-Klassisch bis poppig (Trendsetter)
- **Größe**  
Durchmesser, Gewicht
- **Qualität**  
z.B. Lebensdauer, Robustheit, Genauigkeit, Dichtigkeit
- **Batterie**  
Lebensdauer der Batterie, Energieverbrauch

# Marketing: Inhalte des Planspiels



Vertrieb



A-Geschäfte

B-Geschäfte

C-Geschäfte

Einkaufsgewohnheiten

Design

K  
O  
N  
K  
U  
R  
R  
E  
N  
Z



Werbung  
Promotion  
CI

Preis

Semantische Differentiale



# Teilnehmerentscheidungen 1

Produkte

Entscheidungen

Unternehmen: 1 Periode: 3

Produkte: Vertrieb / Fertigung Projekte

Bezeichner	Produktname Projektzuordnung (Name)	TANA	TASO		
Preis	Produktpreis (DM/Einh.)	38,90	45,20	0,00	0,00
Werbung (MDM)	Printmedien	2,2	3,0	0,0	0,0
	TV	4,0	3,0	0,0	0,0
	Radio	5,0	1,5	0,0	0,0
	Werbungsforschung	1,5	1,3	0,0	0,0
Promotion	Sales Promotion (MDM)	1,0	1,3	0,0	0,0
	Neue Kunden Prom. (MDM)	1,5	1,0	0,0	0,0
Rabatte (%)	A-Geschäfte	5,0	3,0	0,0	0,0
	B-Geschäfte	3,0	2,0	0,0	0,0
	C-Geschäfte	2,0	1,0	0,0	0,0
Produktion	Volumen (Tsd. Einh.)	3800	2200	0	0
Planwerte	Absatz (Tsd. Einh.)	4000	2400	0	0
	Deckungsbeitrag I (MDM)	27,0	37,0	0,0	0,0

OK Protokoll Abbruch Hilfe

- Preis
- Werbung
- Promotion
- Rabatte
- Produktion
- Planwerte

# Teilnehmerentscheidungen 2

Vertrieb/Fertigung

Entscheidungen

Unternehmen: 1      Periode: 3

Produkte      **Vertrieb / Fertigung**      Projekte

Marktforschung	Marktforschungsberichte:	<input checked="" type="checkbox"/> #1	<input checked="" type="checkbox"/> #2	<input checked="" type="checkbox"/> #3	<input checked="" type="checkbox"/> #4
Produktionsanlagen	Erweiterung (+) / Stilllegung (-)	Anzahl	0		
	Rationalisierung	MDM	0,00		
Vertrieb		A-Geschäfte	B-Geschäfte	C-Geschäfte	
	Vertreter (Anzahl)	10	31	47	
	Provision (%)	0,50	2,00	3,00	
	Training		MDM	0,20	
Corporate Identity	Ausgaben für Corporate Identity	MDM	1,80		

OK     
  Protokoll     
  Abbruch     
  Hilfe

• Marktforschung

• Produktionsanlagen

• Vertrieb

• Corporate Identity

# Teilnehmerentscheidungen 3

Projekte

Entscheidungen

Unternehmen: 1      Periode: 3

Produkte      Vertrieb / Fertigung      **Projekte**

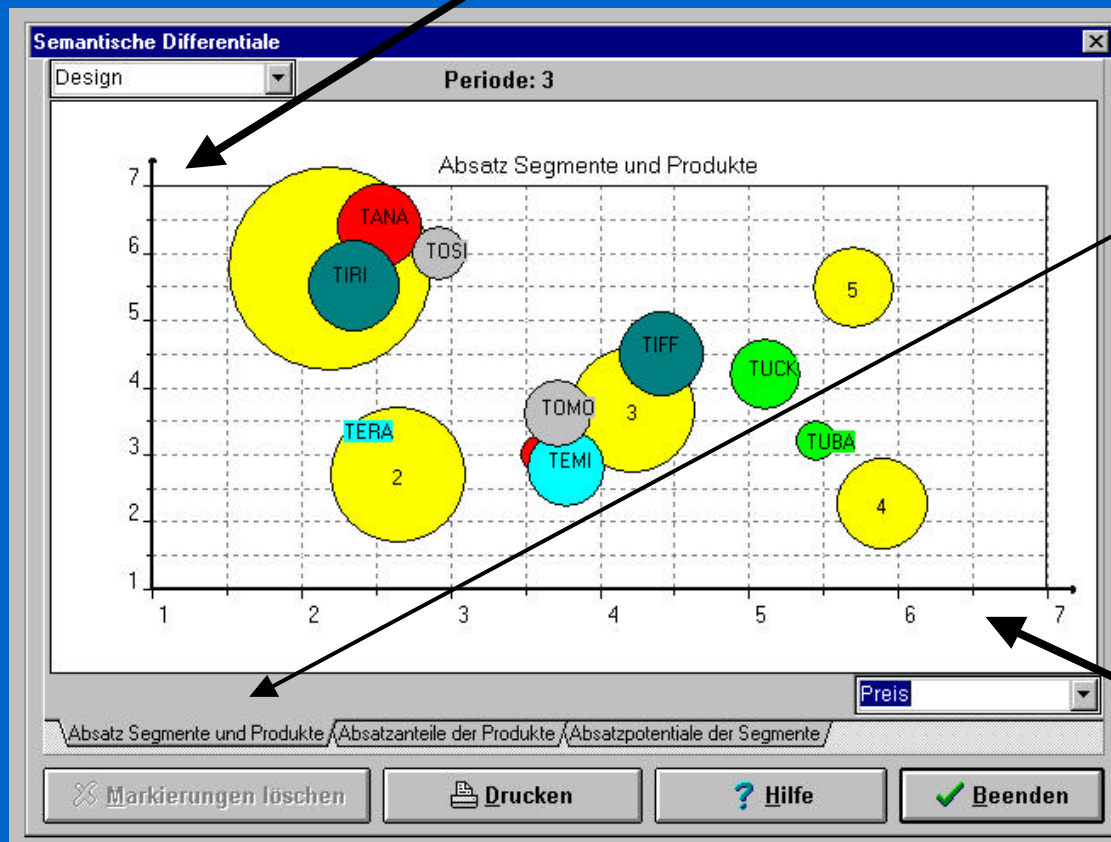
Projekt-Name	Budget (MDM)	Angestrebte Merkmale			
		Design	Größe	Qualität	Batterie
PTACO	20,00	80	50	55	15
	0,00	0	0	0	0
	0,00	0	0	0	0
	0,00	0	0	0	0

Neue Projekte:

- Projektname
- Budget
- Produktmerkmale

# Absatzwerte

Design



Absatz Segment  
und Produkte:

Die Kreis-Flächen  
entsprechen dem  
Absatzvolumen

Preis

# Konsumentengruppen

**Gruppe 1:** modische Uhr, groß, preiswert, Qualität/Batterieverbrauch zweitrangig.



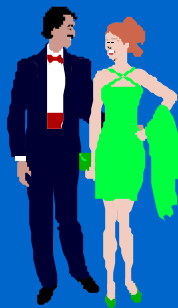
**Gruppe 2:** konventionelle Uhr, relativ groß, preiswert, Qualität/Batterie zweitrangig.



**Gruppe 3:** normale Uhr, mittlere Preisklasse, gute Qualität, normaler Batterieverbrauch.



**Gruppe 4:** kleine Uhr, konservativ-klassisch, obere Preisklasse, hohe Qualität, niedriger Batterieverbrauch.



**Gruppe 5:** moderne Uhr, exklusiv, obere Preisklasse, nicht groß, sehr hohe Ansprüche an Qualität und Batterieverbrauch.



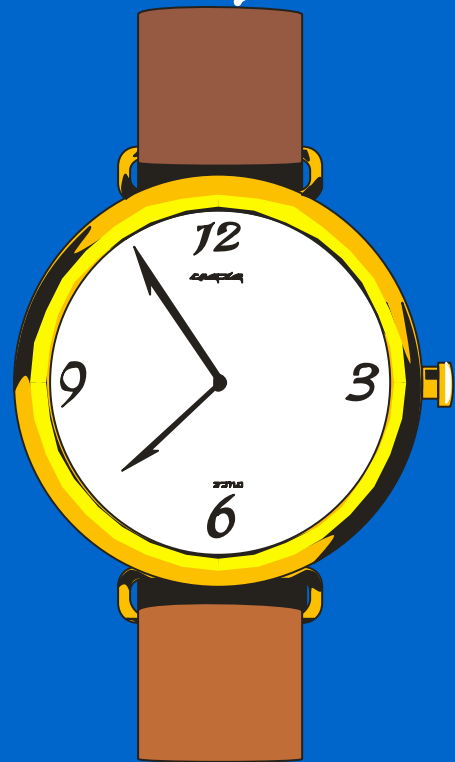
# Medien-Werbung



Wirkung der Werbemaßnahmen bei den Zielgruppen:

Zielgruppen	Print-Medien	TV	Radio	Kaufpotenzial
Segment 1	Mäßig	Gut	Sehr gut	37%
Segment 2	Mäßig	Sehr gut	Gut	20%
Segment 3	Gut	Sehr gut	Mäßig	17%
Segment 4	Sehr gut	Mäßig	Mäßig	15%
Segment 5	Sehr gut	Gut	Mäßig	11%

# F & E - Projekte



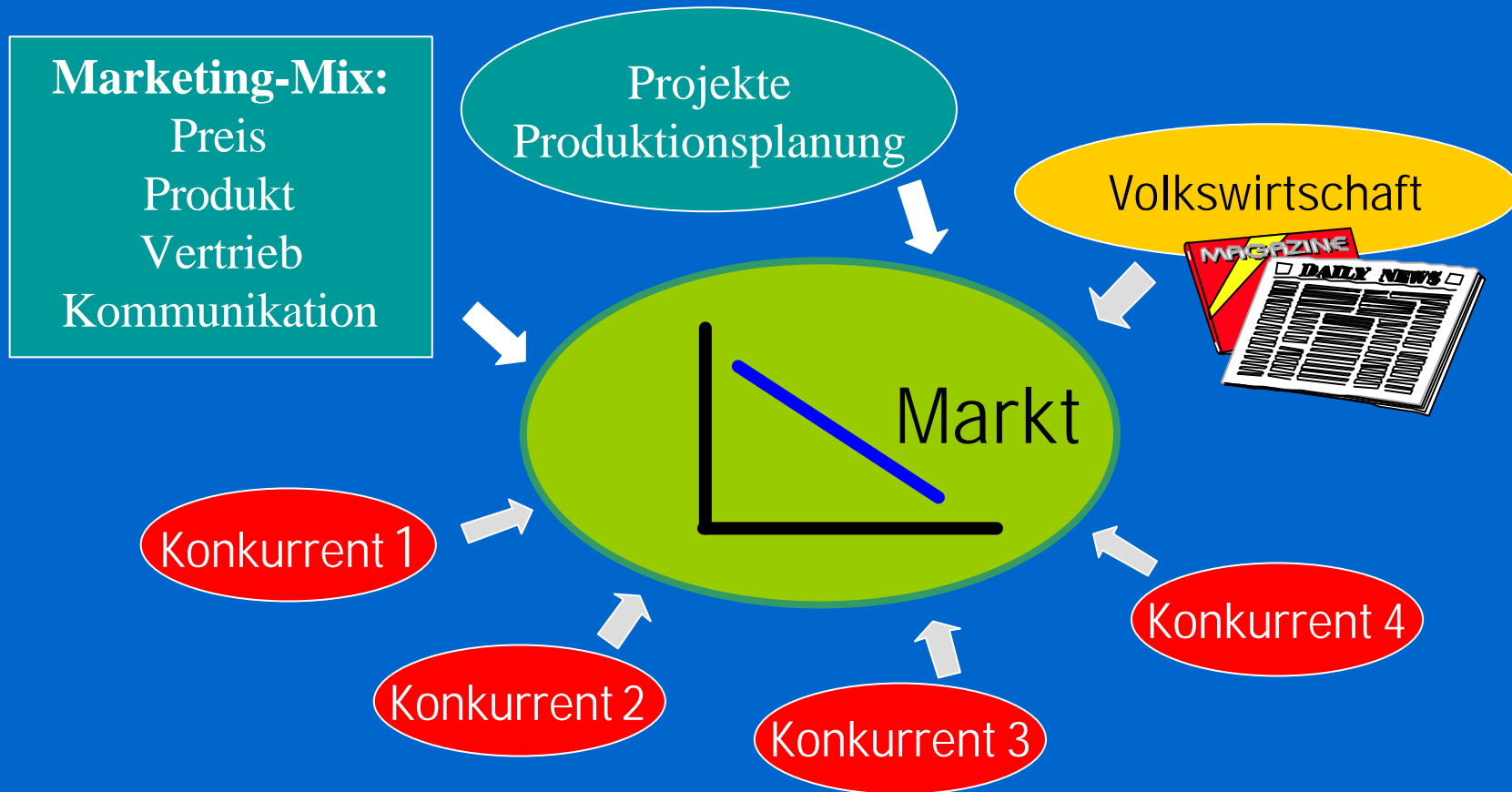
Veränderung vorhandenes  
Produkt

Entwicklung neues Produkt

Kostensenkungsprojekt



# Komplexität



# Kreativität Spielleiter/in



→ Einstieg: Gruppenvortrag

→ Künstliche Informations-Armut

→ Unternehmen 5 = Sanierungsfall

→ Gruppen-Umverteilung

→ Ausgangs-Situation ändern: Vorsicht!

→ Begleitende Lehrgespräche, Work-Shops