



TOPSIM – Car

Produktbeschreibung

Version 4.0



Inhalt

1	Überblick	3
2	Die betriebswirtschaftlichen Inhalte und Einflussgrößen von TOPSIM – Car.....	5
3	Die Produkte der Niederlassung	6
3.1	Das Fahrzeuggeschäft (zu Beginn der Simulation)	6
3.1.1	Die Entscheidungen im Fahrzeugbereich	7
3.1.2	Die Eingabemaske für die Entscheidungen	7
3.2	Das Werkstatt- und Servicegeschäft	7
3.2.1	Die Entscheidungen im Werkstattgeschäft	8
3.2.2	Die Entscheidungsmaske des Servicebereichs	8
4	Investitionen, Finanzierung und Planung	9
4.1	Investitionen in Modernisierung	9
4.2	Finanzen und Planung (zuschaltbar)	9
4.3	Die Entscheidungsmaske	9
5	Organisationsüberblick Niederlassung.....	10
6	Entscheidungsformular	11
7	Die Auswertungsmöglichkeiten	13
7.1	Teilnehmerberichte	13
7.1.1	Beispiel eines Berichts	14
7.1.2	Erläuterungen des Berichts	15
7.2	Seminarleiterberichte	16
7.3	Grafische Übersichten	17
8	Die Einstellmöglichkeiten des Seminarleiters (Auszug).....	18
8.1	Komplexitätsmatrix:	18
8.2	Wirkungsdiagramme	18
9	Ein Seminar mit TOPSIM – Car	19
10	Zusammenarbeit mit TATA Interactive Systems.....	20

Das Planspiel TOPSIM – Car

1 Überblick



TOPSIM – Car ist ein typisches **Autohandelsplanspiel**, welches das Geschäftsmodell eines Autohauses simuliert. Dabei werden Themen wie Rabattsteuerung, Produkt-Portfolio, Kommunikation, Serviceaspekte, Incentivepolitik etc. behandelt.

Die Teilnehmer haben die Aufgabe, eine **Niederlassung zu führen** und die verschiedenen **Absatz-, Personal-, Einkaufs- und Investitionsentscheidungen aufeinander abzustimmen**. Ein komfortables und detailliertes Berichtswesen liefert die Informationen für deren Entscheidungen.

Das Planspiel ist modular aufgebaut. Je nach Zielgruppe können gezielt einzelne Bereiche ein- und ausgeblendet werden.

Inhalte

- Reverse Preisgestaltung (Rabattierung, Überbewertung, Kulenzen)
- Neuwagen-, Gebrauchtwagen-, Nutzfahrzeug-, Zubehör- und Werkstattgeschäft mit den zugrundeliegenden Zusammenhängen
- Mehrstufige Deckungsbeitragsrechnung
- Werbung, Maßnahmen zur Verkaufsförderung und Unternehmensimage· Konkurrenzanalyse
- Kundenzufriedenheit
- Einkaufs- und Sortimentsplanung
- Personaleinsatzplanung und Mitarbeiterqualifikation
- Produktlebenszyklen
- Finanzplanung und Bilanzierung

Zielgruppen

- Leiter von Autohäusern
- Mitarbeiter (Verkäufer und Verwaltungspersonal) von Autohäusern
- Nachwuchskräfte (auch Auszubildene) im Handel insbesondere Autohandel
- Studierende im Handel (Vertiefungsrichtung Handel)

Lernziele

- Erkennen von gesamtunternehmerischen Zusammenhängen und Einführung in betriebswirtschaftliche Grundlagen und Denkweisen.
- Erreichen vorgegebener Ziele durch das Umsetzen von Plänen in Strategien und konkrete Maßnahmen.
- Führen und Lenken von einzelnen Produktgruppen und Serviceangeboten.· Prozesse der Entscheidungsfindung im Team effizient und konstruktiv gestalten.

Seminar-gestaltung

Mit dem Planspiel können bis zu 8 Geschäftsjahre simuliert werden (8-Perioden-Szenario). Ein Seminar dauert in der Regel zwischen zwei und vier Tagen. Es können zwischen 15 und 50 Personen daran teilnehmen. Alle Teilnehmer werden in Teams zu je 3- 5 Personen eingeteilt von denen jedes Team eine Niederlassung führt. Die Niederlassungen stehen in Konkurrenz zueinander. Insgesamt können bis zu 10 Teams in einem Markt agieren.

Die Ausgangssituation aller Unternehmen ist identisch. Somit haben alle Teams die gleichen Startbedingungen.

Die Simulation ist modular aufgebaut. Die Anzahl an Entscheidungen kann variiert werden. Damit kann der Leiter des Seminars die Komplexität des Modells steuern. Es sind zwischen 37 und 89 Entscheidungsmöglichkeiten vorhanden.

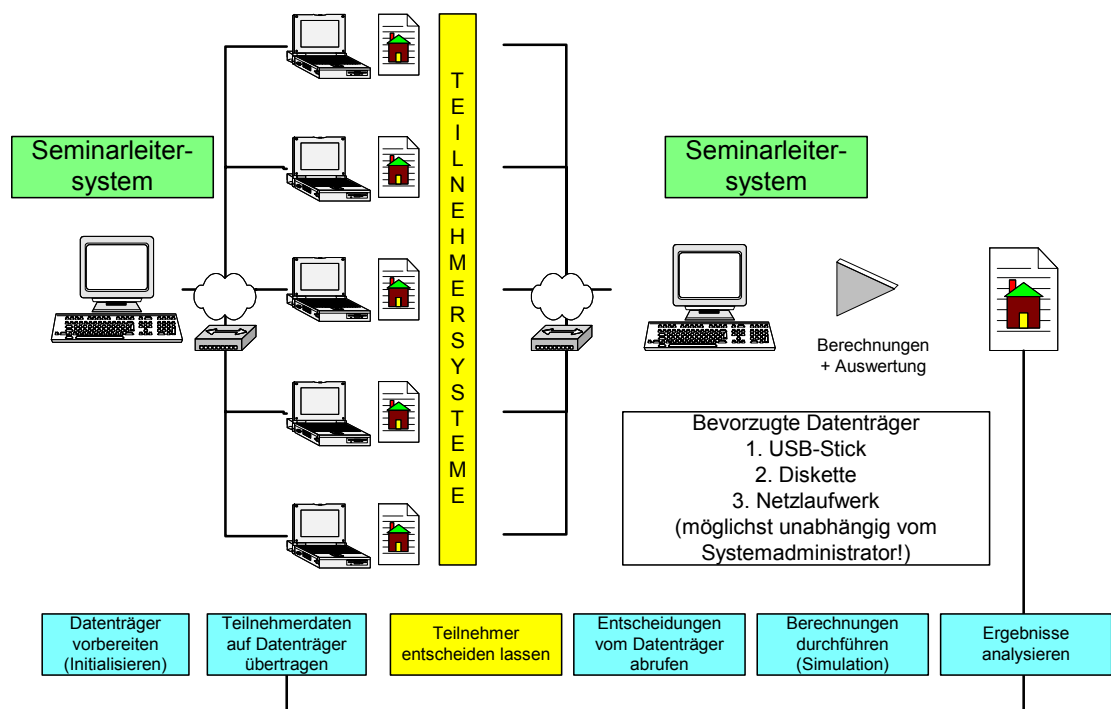
Hardware- und Softwareaspekte

Benötigt wird ein handelsüblicher PC oder ein Notebook (128 MB Arbeitsspeicher, 100 MB Festplattenspeicher empfohlen). Als Betriebssysteme unterstützen wir Windows 2000 und XP.

Zur Durchführung des Planspiels benötigen Sie einen Drucker und einen Beamer für die Präsentation der grafischen Auswertungen.

Die Teilnehmer können auf eigenen Teilnehmerrechnern (1 Rechner pro Team) die Ergebnisse einsehen und auch Ihre Entscheidungen treffen. Grundsätzlich ist das Planspiel teilnehmerseitig auf Papier spielbar. Werden die Teilnehmer mit PCs ausgestattet, dann gelten die gleichen Systemvoraussetzungen wie für den Spielleiter.

Der Datentransfer (Übermittlung der Spieldaten) kann mit beliebigen Datenträgern (Diskette, USB-Stick, Netzwerk) erfolgen. Hier der Ablauf eines Seminars in der Übersicht:



2 Die betriebswirtschaftlichen Inhalte und Einflussgrößen von TOPSIM – Car



TOPSIM - CAR



Unternehmensziele

- Planen und Setzen unternehmerischer Ziele
- Kontrolle der Zielerreichung

Absatz

- Konkurrenzanalyse
- Marketing-Mix
- Deckungsbeitragsrechnung als Informationsgrundlage für Vertriebsentscheidungen

Werkstattführung

- Personalplanung
- Marketing und Service

Einkaufspolitik

- Neuwagen
- Gebrauchtwagen
- Ersatzteile
- Zubehör-Sortiment

Finanz- und Rechnungswesen

- Finanzplanung
- Investitionsplanung
- externes Rechnungswesen
- internes Rechnungswesen

Personal

- Bedarfsermittlung und Personalbeschaffung
- Schulung

Wirtschaftliche Rahmenbedingungen

- Geldmarkt und Zinsen
- Arbeitsmarkt
- Bevölkerungsentwicklung der Region und Gesamtnachfrage

3 Die Produkte der Niederlassung

3.1 Das Fahrzeuggeschäft (zu Beginn der Simulation)

Classic	Sport	Nutzfahrzeuge
		
<ul style="list-style-type: none"> • Klassische Limousinen und Kombis (z. B. Mercedes-Benz A, C, E, S-Klasse) • Listenpreis 35.000 Euro • Stagnierendes bis rückläufiges Segment • Segment wird zunehmend preissensibler • Trotzdem wichtig, da hier ein guter Teil des Deckungsbeitrags erwirtschaftet wird. 	<ul style="list-style-type: none"> • Coupés, Roadster und Cabrios (z.B. Mercedes-Benz CLK und SLK) • Listenpreis 50.000 Euro • eher kleines, aber feines Segment • stabiles bis leicht wachsendes Segment (weitere Modellneuheiten angekündigt) • relativ gute Deckungsbeiträge, weniger preissensibel 	<ul style="list-style-type: none"> • werden sowohl bei Unternehmen der Region, Gewerbetreibenden, in den letzten Jahren aber auch vermehrt Privatkunden mit zusätzlichem Platzbedarf nachgefragt • Im Gegensatz zu den PKWs scheint die Bedeutung der Marke des Herstellers geringer zu sein • Marktanteile in diesem Segment werden klar durch die Nettopreise erzielt • Der Listenpreis von 35.000 Euro ist somit eher ein theoretischer Wert
Gebrauchtwagen		
<ul style="list-style-type: none"> • Die Kategorie „Gebrauchte“ hat in den letzten Jahren enorm an Bedeutung gewonnen • Während in der Vergangenheit die Inzahlungnahme von Gebrauchtfahrzeugen lediglich den Absatz von Neufahrzeugen stützen sollte, so hat sich hier in den letzten Jahren ein eigener und zudem recht margenstarker Geschäftsbereich entwickelt • Neben dem Weiterverkauf der Inzahlung genommenen PKWs spielt das Handelsgeschäft eine immer größere Rolle • Ein erheblicher Teil der verkauften Gebrauchtfahrzeuge sind junge Gebrauchte, welche in erster Linie beim Hersteller angekauft werden • Typischerweise handelt es sich dabei um Geschäfts- und Jahreswagen sowie Leasing-Rückläufer 		

Im Laufe des Spiels ist eine weitere Fahrzeugklasse zuschaltbar.

3.1.1 Die Entscheidungen im Fahrzeugbereich

- Preispolitik**
- Rabatte
 - Promotionen und Kulanzen
 - Überbewertung von Gebrauchtwagen
 - Preise für Gebrauchtwagen
- Beratung**
- Anzahl Verkäufer
 - Provisionen für Verkäufer
 - Schulung für Verkäufer
 - Anzahl Probefahrzeuge
- Werbung**
- Klassische Werbung
 - Corporate Identity
- Einkauf/Abnahme**
- Neuwagen je Klasse
 - Gebrauchtwagen

3.1.2 Die Eingabemaske für die Entscheidungen

Markt I	Classic	Sport	Transporter
Rabatt (% vom Listenpreis)	6	4	20
Promotion/Kulanzen (EUR pro Fahrzeug)	500	250	100
Überbewertungen (EUR pro Fahrzeug)	1.000	1.500	1.500
Abnahmemengen (Anzahl Fahrzeuge)	700	300	400
Provision (%)	1	1	1

Markt II	Gebrauchtwagen
Preis (EUR pro Fahrzeug)	14.500
Promotion/Kulanzen (EUR pro Fahrzeug)	500
Ankauf (Anzahl Fahrzeuge)	900
Provision (%)	2

Vertrieb	PKW	Transporter	Gebrauchtwagen
Werbung (TEUR)	33	15	18
Verkäufer (Endbestand)	11	5	6

Probefahrzeuge

Verfügbarkeit

Sonstiges	
Corporate Identity (TEUR)	30
Schulung Verkäufer (TEUR)	50

3.2 Das Werkstatt- und Servicegeschäft

Allgemein

Neben dem Verkauf von Fahrzeugen ist die Werkstatt ein zusätzliches Geschäftsfeld für das die Teilnehmer entscheiden müssen. Die Nutzung der Werkstattkapazitäten hängt ab von der Anzahl an verkauften Neuwagen, die im Rahmen von Garantie und Kulanzfällen Kapazitäten beanspruchen.

Mit dem Ersatzteil- und Zubehörgeschäft und verbundenen Aktionen können zusätzliche Werkstattleistungen verkauft werden und stellen somit ebenfalls ein einträgliches Geschäft dar.

Ersatzteile

Ersatzteile sind abhängig zum einen vom Neuwagenverkauf zum anderen aber auch von den Werbe- und Promotionaktionen über die die Teams entscheiden. Je besser die Dienstleistung vom Kunden wahrgenommen wird (Preise, Werbung, Wartezeiten, Verfügbarkeit der Ersatzteile) desto höher ist die Kundenzufriedenheit und damit auch die Nachfrage nach Werkstatt und Ersatzteilgeschäft

Zubehör

Hierbei handelt es sich um typische Handelsware, welche die Kunden nachfragen. Unter Zubehör verbirgt sich sozusagen fahrzeugspezifische Produkte, welche den Kunden angeboten werden. Das Sortiment reicht vom Modellauto für 4,99 Euro bis hin zum teuren Aluräder-Komplettsatz für 2.000 Euro. Exemplarische Artikel sind dabei Dachträger- und boxen, Winterräder, Schneeketten und Freisprecheinrichtungen. Ein Teil des Zubehörverkaufs (z.B. Winterräder) zieht zudem Werkstattgeschäft nach sich.

3.2.1 Die Entscheidungen im Werkstattgeschäft

Preispolitik

- Arbeitsstunden (Arbeitswert)
- Ersatzteile
- Zubehör

Verfügbarkeit

- Ersatzteile
- Zubehör

Personal

- Verkäufer Zubehör
- Werkstatt Mitarbeiter
- Schulung Werkstattmitarbeiter

Werbung

- Sonderaktionen
- Werbung Werkstatt
- Werbung Zubehör

3.2.2 Die Entscheidungsmaske des Servicebereichs

Werkstatt	
Preis pro Arbeitswert (EUR)	6
Werbung (TEUR)	25
Aktionsbudget (TEUR)	25
Einstellungen (direkte Mitarbeiter)	3
Entlassungen (direkte Mitarbeiter)	0
Schulungen (TEUR)	50

Zubehör	
Preis (EUR)	220
Werbung (TEUR)	5
Verkäufer (Anzahl)	3

Verfügbarkeit Zubehör

Verfügbarkeit	durchschnittlich ▼
---------------	--------------------

Ersatzteile

Preis (EUR)	200
-------------	-----

Verfügbarkeit Ersatzteile

Verfügbarkeit	durchschnittlich ▼
---------------	--------------------

4 Investitionen, Finanzierung und Planung

4.1 Investitionen in Modernisierung

Das Autohaus ist räumlich in die 3 Bereiche Verkaufsraum, Service und Verwaltung aufgeteilt. In allen Bereichen wurden in der Vergangenheit bereits Beträge investiert:



Verwaltung

Restbuchwert 1.0 Mio. €



Service/Werkstatt

Restbuchwert 3.0 Mio. €



Verkauf

Restbuchwert 3.0 Mio. €

Investitionen in den Bereich Verwaltung führen zu effizienteren Abläufen und erhöhen so die Kapazität eines Verwaltungsmitarbeiters.

Investitionen in den Service erhöhen die Kapazität und über die Qualität des Werkstattbereiches die Kundenzufriedenheit.

Ein höherwertiger Verkaufsraum führt zu einem schöneren Ambiente, einer besseren Präsentation der Produkte und erhöht die Qualität des Käuferlebnisses der Kunden. Somit sollte ein höherwertiger Verkaufsraum auch indirekt zu höheren Absatzzahlen führen.

4.2 Finanzen und Planung (zuschaltbar)

Die Liquiditätssteuerung der Unternehmen kann vom Seminarleiter zugeschaltet werden. Dann entscheiden die Teilnehmer über eventuell aufzunehmende Kredite und darüber, ob sie sich langfristig verschulden oder entschulden möchten.

Auch die Planung spielt in der Simulation eine Rolle. Die Planungsgenauigkeit gibt Auskunft darüber, ob die Ergebnisse der Teams zufälliger Natur sind oder ob Sie das Ergebnis eines strategischen und zielführenden Prozesses sind.

4.3 Die Entscheidungsmaske

Investitionen	Verkauf	Werkstatt	Verwaltung		
TEUR	250	250	100		
Planung	PKW	Transporter	Gebrauchtwagen	Zubehör	Werkstatt
Umsatz (TEUR)	10.000	5.000	5.000	2.000	7.000
Finanzen	kurzfristiger Kredit	langfristiger Kredit	Wertpapiere		
Finanzen (TEUR)	7.500	0	0		

5 Organisationsüberblick Niederlassung

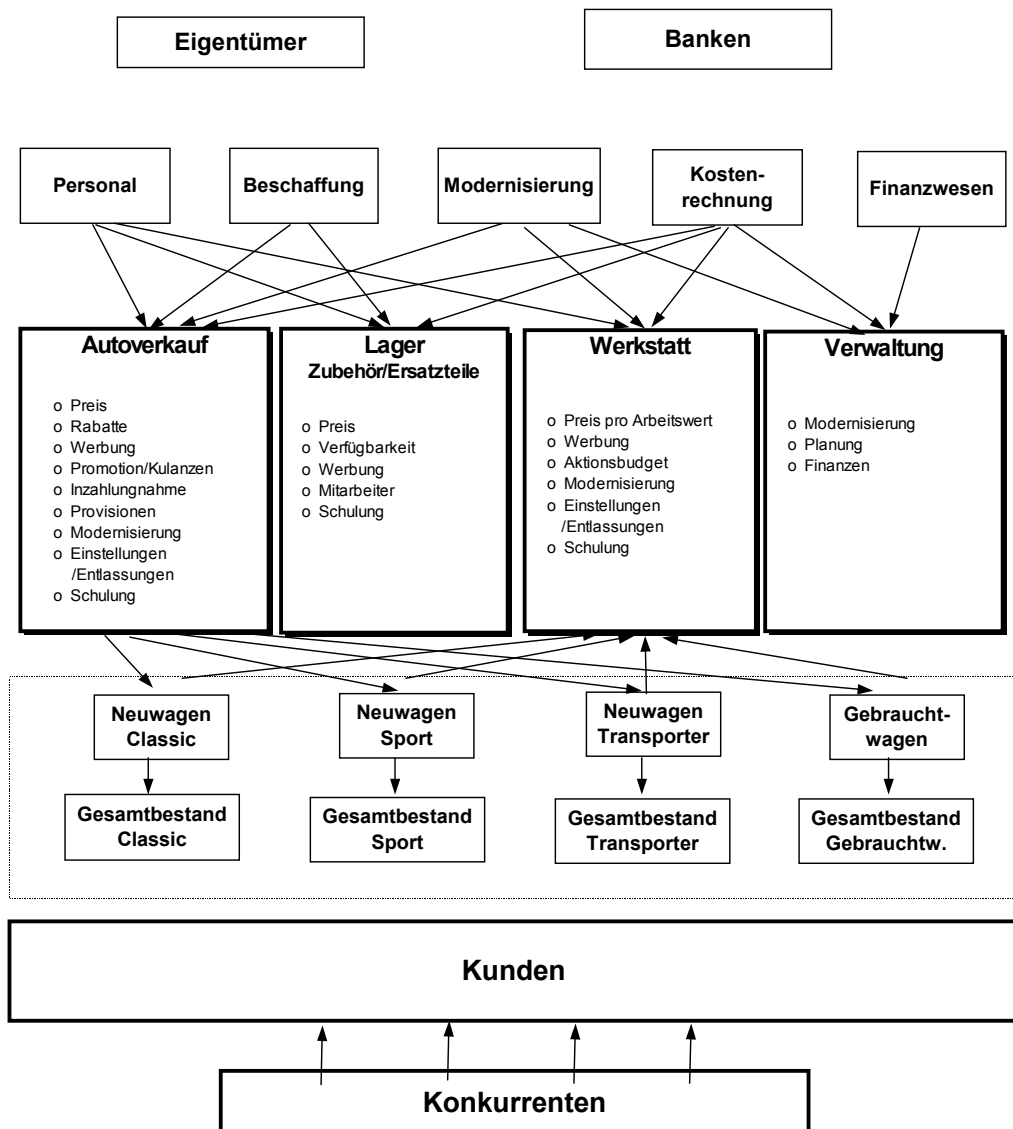


Abb.: Die verschiedenen Bereiche der Niederlassung und ihre Vernetzung in der Organisationsstruktur.

6 Entscheidungsformular

Das Entscheidungsformular wird verwendet, wenn die Teilnehmer keinen Rechner zur Verfügung gestellt bekommen.

Markt I	Classic	Sport	Transporter	Markt II	Gebrauchtwagen
Rabatt (%) (% vom Listenpreis)	6	4	20	Preis (EUR pro Fahrzeug)	15.000
Promotionen/Kulanz (EUR pro Fahrzeug)	500	250	100		500
Überbewertungen (EUR pro Fahrzeug)	1.000	1.500	1.500		
Abnahmemengen (Anzahl Fahrzeuge)	700	300	400	Ankauf (Anzahl Fahrzeuge)	900
Provision (%)	1	1	1		2

Vertrieb	PKW	Transporter	Gebrauchtwagen
Werbung (TEUR)	33	15	18
Verkäufer (Endbestand)	11	5	6

Probefahrzeuge (Verfügbarkeit)	sehr gering	gering	X durschn.	hoch	sehr hoch
--	-------------	--------	----------------------	------	-----------

Sonstiges	
Corporate Identity (TEUR)	30
Schulung Verkäufer (TEUR)	50

Werkstatt	Preis pro AW (EUR)	Werbung (TEURO)	Aktionsbudget (TEURO)	Einstellungen (direkte MA)	Entlassungen (direkte MA)	Schulungen (TEURO)
	6	25	25	3	0	50

Zubehör	Preis (EUR)	Werbung (TEUR)	Verkäufer (Anzahl)		
	220	5	3		
Verfügbarkeit	<input type="checkbox"/> sehr gering	<input type="checkbox"/> gering	<input checked="" type="checkbox"/> durchsch.	<input type="checkbox"/> hoch	<input type="checkbox"/> sehr hoch

Ersatzteile	Preis (EUR)				
	200				
Verfügbarkeit	<input type="checkbox"/> sehr gering	<input type="checkbox"/> gering	<input checked="" type="checkbox"/> durchsch.	<input type="checkbox"/> hoch	<input type="checkbox"/> sehr hoch

Planung	PKW	Transporter	Gebrauchtwagen	Zubehör	Werkstatt
Bruttoumsatz (TEUR)	40.000	15.000	20.000	1.000	8.000

7 Die Auswertungsmöglichkeiten

7.1 Teilnehmerberichte

Die Simulation bietet folgende Berichte an:

Teilnehmerbericht	Inhalt
Nr. 1	Executive Summary
Nr. 2	Marktbericht und Lagerbericht
Nr. 3	Personal und Infrastruktur
Nr. 4	Servicebericht
Nr. 5	Kostenarten-, Kostenstellenrechnung
Nr. 6	Deckungsbeitragsrechnung Fahrzeugverkauf
Nr. 7	Deckungsbeitragsrechnung Service
Nr. 8	Finanzbericht und Bilanz
Nr. 9	Gewinn- und Verlustrechnung
Nr. 10	Marktforschungsbericht
Nr. 11	Geschäftsbericht der Branche

Der Seminarleiter entscheidet, welche Berichte von den Teilnehmern eingesehen werden können. Somit kann die Seminarleitung auch Komplexität variabel steuern und z.B. in einem Seminar getrennt auf internes und externes Rechnungswesen eingehen.

Seminarleiterbericht	Inhalt
Nr. 1	Executive Summary
Nr. 2	Marktforschungsbericht
Nr. 3	Geschäftsbericht der Branche
Nr. 4	Interne Abläufe
Nr. 5	Deckungsbeiträge
Nr. 6	Entscheidungsprotokoll

7.1.1 Beispiel eines Berichts

TATA Interactive Systems GmbH - D-72070 Tübingen		Copyright (c) 2005 by TATA Interactive Systems	
UNTERNEHMENSPLANSPIEL TOPSIM - Car Datum: 03.06.2005		Unternehmen: 1 Name:	Periode: 1 U 1 Beispiel.sp
TEILNEHMERBERICHT 2:		Marktbericht und Lagerbericht	

Marktbericht und Fahrzeugverkäufe						
	PKW			Transport	Gebraucht	Durchschnitt Summe
	Class Classic	Class Sport	Class SUV			
Listenpreis (Euro/Stück)	35000	50000	0	35000	14500	33750
Rabatt (Euro/Stück)	2100	2000	0	7000	0	2775
Promotion/Kulanz (Euro/Stück)	500	250	0	100	500	338
Nettopreis (Euro/Stück)	32400	47750	0	27900	14000	30513
Verkauf (Stück)	700	300	0	400	1350	2750
Nachfrage (Stück)	700	300	0	400	1350	2750
Rabatte Bestandsfahrz. (TEuro)	251	162	0	146	339	899
Umsatzerlöse (TEuro)	22429	14163	0	11014	18561	66166
Marktanteil (in %)	10 %	10 %	0 %	10 %	10 %	10 %
Eingetauschte Gebrauchte (Stück)	245	90	0	115		450
Kundenbasis (Fahrzeuge)	6325	2794	0	5886		15005
Marktanteil Kundenbasis (in %)	10 %	10 %	0 %	10 %		10 %

Qualität Verkaufsräume	1,00	Qualität Verkauf/Beratung PKW	1,00
Qualität Verkauf/Beratung Transporter	1,01	Qualität Verkauf/Beratung Gebrauchtwagen	1,01

Bestands- und Lagerbericht Fahrzeugverkäufe							
Classic	Anzahl	Wert/Ein. (TEuro)	Gesamtwert (TEuro)	Sport	Anzahl	Wert/Ein. (TEuro)	Gesamtwert (TEuro)
Anfangsbestand	30	27,0	810,0	Anfangsbestand	15	31,3	469,5
+ Zugang	700	30,5	21350,0	+ Zugang	300	42,5	12750,0
- Abgang	700	30,3	21249,3	- Abgang	300	41,9	12590,0
= Endbestand	30	30,3	910,6	= Endbestand	15	41,9	629,5
SUV	Anzahl	Wert/Ein. (TEuro)	Gesamtwert (TEuro)	Transporter	Anzahl	Wert/Ein. (TEuro)	Gesamtwert (TEuro)
Anfangsbestand	0	0,0	0,0	Anfangsbestand	30	29,0	870,0
+ Zugang	0	0,0	0,0	+ Zugang	400	30,5	12200,0
- Abgang	0	0,0	0,0	- Abgang	400	30,4	12158,1
= Endbestand	0	0,0	0,0	= Endbestand	30	30,4	911,8
Gebrauchtwagen	Anzahl	Wert/Ein. (TEuro)	Gesamtwert (TEuro)	SUMME	Anzahl	Wert/Ein. (TEuro)	Gesamtwert (TEuro)
Anfangsbestand	100	10,0	1000,0	Anfangsbestand	175	18,0	3149,5
+ Eintausch	450	12,0	5400,0	+ Eintausch	450	12,0	5400,0
+ Zugang	900	12,0	10800,0	+ Zugang	2300	24,8	57100,0
- Abgang	1350	11,8	16013,7	- Abgang	2750	22,5	62011,2
= Endbestand	100	11,8	1186,2	= Endbestand	175	20,7	3638,2

Der Markt- und Lagerbericht in der Simulation TOPSIM - Car

7.1.2 Erläuterungen des Berichts

Der Marktbericht gibt Auskunft über die Absatz- und Umsatzzahlen der einzelnen Segmente. Im Lagerbericht lassen sich Bestandsänderungen und Bestände des Lagers einsehen. Hier die Erläuterung der Berichte aus dem Teilnehmerhandbuch

Marktbericht und Fahrzeugverkäufe	
Listenpreis	Die Listenpreise für Ihre Produkte
Rabatt	Die von Ihnen gewährten Rabatte
Promotion / Kulanzen	Die von Ihnen gewährten Kulanzen bzw. Promotion
Nettopreis	Listenpreis – Rabatt – Promotion / Kulanzen
Verkauf	Ihr Absatz im Markt
Nachfrage	Nachfrage nach Ihren Produkten
Rabatte Bestandsfahrz.	Gewährte Rabatte bei Verkauf von Fahrzeugen aus dem Bestand
Umsatzerlöse	Listenpreis * Absatz – Rabatte Bestandsfahrzeug
Marktanteil	
Eingetauschte Ge- brauchte	
Kundenbasis	Anzahl der Kunden, die Ihre Serviceleistungen in Anspruch nehmen werden pro Fahrzeugtyp
Marktanteil Kundenbasis	
Qualität Verkaufsräume	Die Qualität wird mit einem Index gemessen. Eine bessere Qualität drückt sich in einem höheren Index aus.
Qualität / Beratung	Die Qualität der Beratung pro Fahrzeugtyp wird mit einem Index gemessen. Eine bessere Qualität drückt sich in einem höheren Index aus.
Bestands- und Lagerbericht Fahrzeugverkäufe	
	Ausgewiesen wird jeweils die Anzahl, der Wert pro Fahrzeug und der Gesamtwert.
Anfangsbestand	Zu Beginn der Periode

Zugang	Eingekaufte Zugänge
Abgang	Absatz
Endbestand	Am Ende der Periode
	Anmerkung: Bei Gebrauchtfahrzeugen gibt es neben dem Einkauf noch Zugänge durch Eintausch im Zusammenhang mit Neuwagenkäufen.

7.2 Seminarleiterberichte

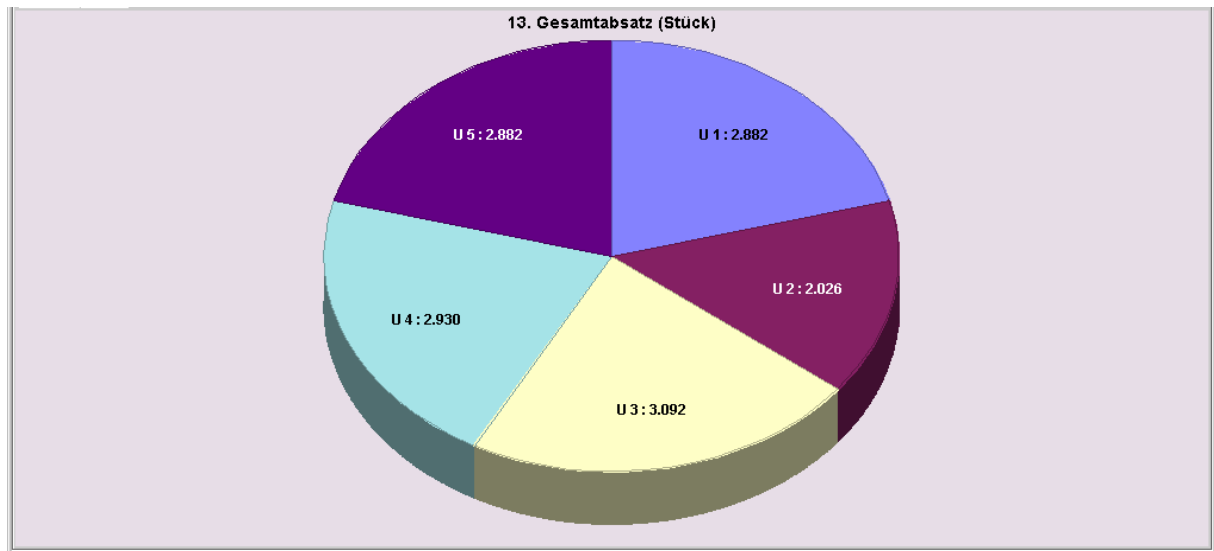
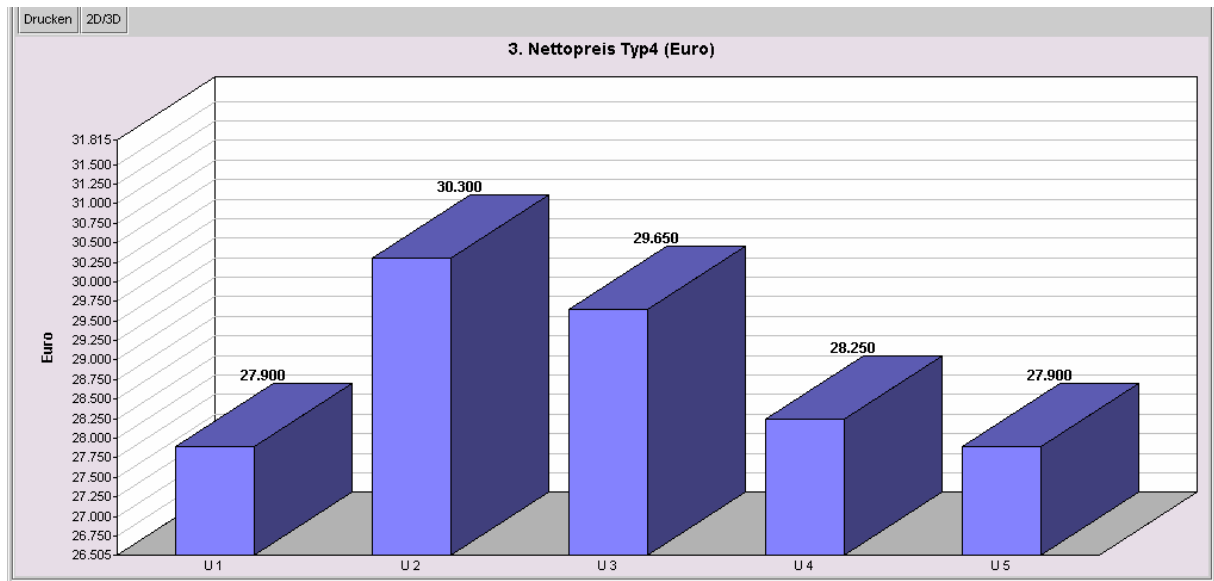
Die Seminarleitung erhält aus der Simulation generierte Berichte, die ihr einen schnellen Überblick über die Lage der einzelnen Unternehmen gibt. Als Beispiel ist hier der Deckungsbeitragsbericht abgebildet.

TATA Interactive Systems - D-72070 Tübingen		Copyright (c) 2005 by TATA Interactive Systems	
UNTERNEHMENSPLANSPIEL		Periode: 1	
TOPSIM - Car		Beispiel.sp Datum: 06.06.2005	
SEMINARLEITUNGSBERICHT IV:		Deckungsbeiträge	

VERKAUF (in % vom Umsatz)	UNTERNEHMEN				
	1	2	3	4	5
Rohüberschuss Classic	5,24	5,24	5,24	5,24	5,24
Rohüberschuss Sport	10,09	10,09	10,09	10,09	10,09
Rohüberschuss Transporter	-9,12	-9,12	-9,12	-9,12	-9,12
Rohüberschuss Gebrauchtwagen	16,46	16,46	16,46	16,46	16,46
Rohüberschuss (Durchschnitt)	5,67	5,67	5,67	5,67	5,67
Deckungsbeitrag I Classic	2,22	2,22	2,22	2,22	2,22
Deckungsbeitrag I Sport	7,98	7,98	7,98	7,98	7,98
Deckungsbeitrag I Transporter	-11,09	-11,09	-11,09	-11,09	-11,09
Deckungsbeitrag I Gebrauchtwagen	10,37	10,37	10,37	10,37	10,37
Deckungsbeitrag I (Durchschnitt)	2,37	2,37	2,37	2,37	2,37
Deckungsbeitrag II PKW	3,32	3,32	3,32	3,32	3,32
Deckungsbeitrag II Transporter	-12,55	-12,55	-12,55	-12,55	-12,55
Deckungsbeitrag II Gebrauchtwagen	8,28	8,28	8,28	8,28	8,28
Deckungsbeitrag II (Durchschnitt)	-0,32	-0,32	-0,32	-0,32	-0,32
Deckungsbeitrag III PKW	1,79	1,79	1,79	1,79	1,79
Deckungsbeitrag III Transporter	-14,51	-14,51	-14,51	-14,51	-14,51
Deckungsbeitrag III Gebrauchtwagen	6,60	6,60	6,60	6,60	6,60
Deckungsbeitrag III (Durchschnitt)	-2,04	-2,04	-2,04	-2,04	-2,04
Deckungsbeitrag IV	-1,25	-1,25	-1,25	-1,25	-1,25

SERVICE (in % vom Umsatz)	UNTERNEHMEN				
	1	2	3	4	5
Deckungsbeitrag I Werkstatt	67,53	67,53	67,53	67,53	67,53
Deckungsbeitrag I Zubehör	27,27	27,27	27,27	27,27	27,27
Deckungsbeitrag I (Durchschnitt)	33,76	33,76	33,76	33,76	33,76
Deckungsbeitrag II Werkstatt	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00
Deckungsbeitrag II Zubehör	19,49	19,49	19,49	19,49	19,49
Deckungsbeitrag II (Durchschnitt)	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00
Deckungsbeitrag III (Service)	27,54	27,54	27,54	27,54	27,54
Deckungsbeitrag IV (Service)	18,37	18,37	18,37	18,37	18,37

7.3 Grafische Übersichten



Grafische Auswertungen können im Plenum mit Hilfe eines Beamers präsentiert werden und helfen einen schnellen Überblick über die verschiedenen Ergebnisse der Unternehmen zu bekommen.

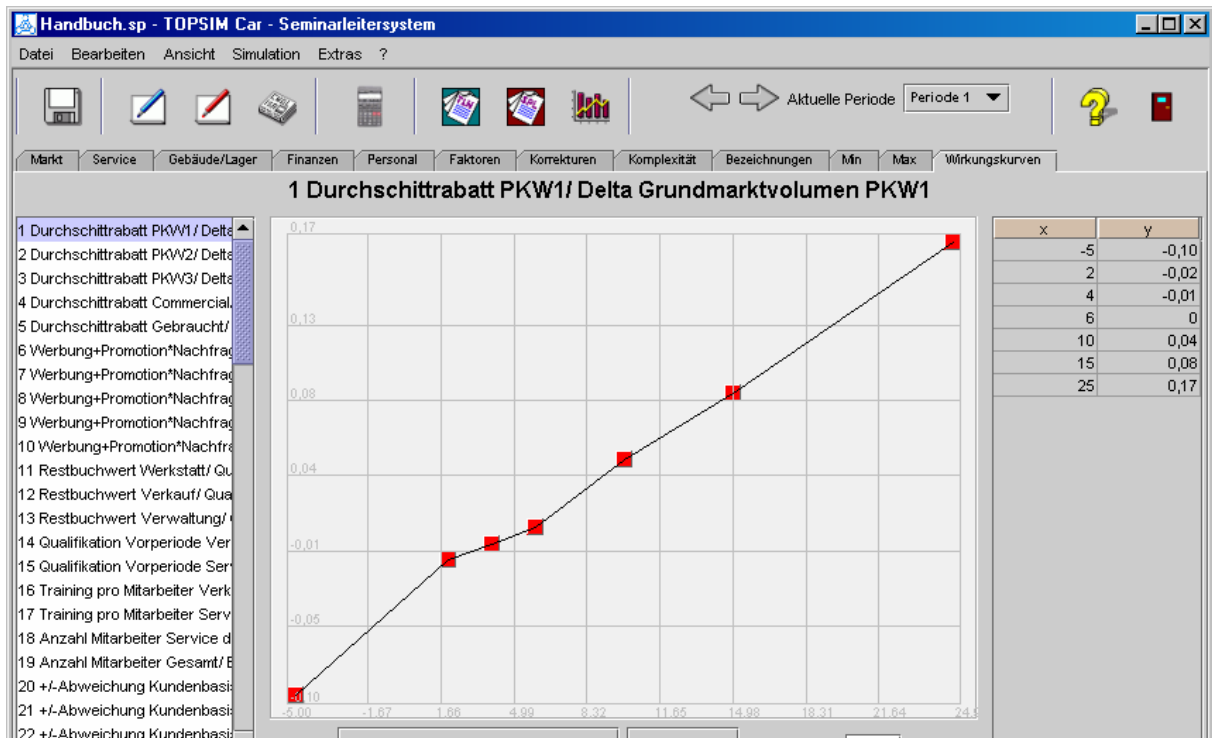
8 Die Einstellmöglichkeiten des Seminarleiters (Auszug)

8.1 Komplexitätsmatrix:

Markt	Service	Gebäude/Lager	Finanzen	Personal	Faktoren	Korrekturen	Komplexität	Bezeichnungen	Min	Max	Wirkungskurven
Produkte/Märkte											
SUV	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Transporter	<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"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Provisionen	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Service											
Werbung/Aktionsbudget	<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"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Finanzbereich											
Entscheidung Investitionen	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Entscheidung Planung	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Entscheidung Finanzen	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Finanzbericht	<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"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

Hier können weitere Produktklassen und Entscheidungsbereiche zu- und abgeschaltet werden.

8.2 Wirkungsdiagramme



Die Wirkungsdiagramme sind das Kernstück der Simulation, da sie die Marktgegebenheiten und das Zusammenwirken einzelner Entscheidungen abbilden.

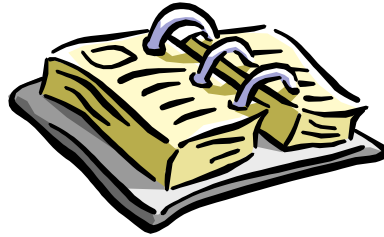
9 Ein Seminar mit TOPSIM – Car

	1. Tag	2. Tag	3. Tag
08:30	Begrüßung & Einführung Lehrgespräch (optional): „Das Unternehmen als vernetztes System“ (Plenum) Expertenteams arbeiten sich in die Niederlassung ein	Analyse Ergebnisse Periode 2 (Plenum) Entscheidung Periode 3 (Gruppenarbeit)	Analyse Ergebnisse Periode 5 (Plenum) Entscheidung Periode 6 (Gruppenarbeit)
10:30			
Kaffeepause			
10:45	Expertengruppen berichten über die Niederlassungsbereiche (Plenum) Organisation der Gruppenarbeit Entscheidung Periode 1 (Gruppenarbeit)	Analyse Ergebnisse Periode 3 (Plenum) Entscheidung Periode 4 (Gruppenarbeit)	Vorbereitung Hauptversammlung (Gruppenarbeit)
12:30			
Mittagessen			
13:30	Lehrgespräch: Grundlagen der Kostenrechnung Kostenarten, Kostenstellen- Kostenträgerrechnung (Plenum)	Inputeinheit Analyse Ergebnisse Periode 4 (Plenum)	Analyse Ergebnisse Periode 6 (Plenum) Hauptversammlung Team-Feedback
15:00			
Kaffeepause			
15:15	Analyse Ergebnisse Periode 1 (Plenum) Entscheidung Periode 2 Festlegung von Zielen & Strategien (Gruppenarbeit)	Entscheidung Periode 5 (Gruppenarbeit) Problemlösung mit der Methode des Vernetzten Denkens (Gruppenarbeit) (optional)	
18:00			

10 Zusammenarbeit mit TATA Interactive Systems

Was passiert konkret, wenn Sie TOPSIM – Car erwerben oder mieten?

Lieferung



Trainerhandbuch und CD-ROM.

Einweisung

Pilotseminar oder Teilnahme am 2-Tage-Training bei TATA Interactive Systems. Termine etwa zweimal jährlich. Wichtig: einander kennenlernen.

Erfahrungsaustausch

Ad-hoc-Mitteilungen von TATA Interactive Systems, Newsletter, TOPSIM – Anwendertreffen (1x jährlich)

Hotline-Service

TATA Interactive Systems bietet an Werktagen einen kostenlosen Hot-line-Service für TOPSIM - Planspiele von 08:30 Uhr bis 18:00 Uhr an. Bei Bedarf können auch abweichende Zeiten vereinbart werden.

Kurzportrait TOPSIM

TOPSIM ist der Markenname aller Standard Simulationen der TATA Interactive Systems GmbH. Die TOPSIM – Planspiele gehen zurück auf UNICON, die 1982 in Meersburg gegründet wurde und sich seitdem zu Deutschlands Spezialisten für PC-gestützte Simulationsmodelle entwickelt hat. Seit 2006 gehören die TOPSIM – Planspiele zum Portfolio der TATA Interactive Systems, einem der weltweit führenden e-Learning Anbieter.

Hat unser Angebot Ihr Interesse gefunden? Sicher ist bei Ihnen die ein oder andere Frage offen geblieben. Bitte nehmen Sie Kontakt mit uns auf. Wir freuen uns auf Ihre Email, Ihren Anruf oder Ihren Brief

TATA Interactive Systems GmbH

Neckarhalde 55,
72070 Tübingen

Postfach 2671, 72016 Tübingen

+49 (0)7071 – 79 42 0

fax +49 (0)7071 – 79 42 29

info@topsim.com

www.topsim.com