



TOPSIM – IMMO Makler – Takeoff

Produktbeschreibung

Version 2.0



Inhalt

1	Überblick	1
2	Inhalte des Planspiels	3
2.1	Phasen der Unternehmensführung	3
2.2	Makler-Takeoff Web	4
2.3	Business-Plan	4
2.4	Erläuterungen zu den einzelnen Entscheidungsgrößen	5
2.4.1	Beziehungsmanagement	6
2.4.2	Internetportal	6
2.4.3	Maklerverband	6
2.4.4	Objektspezifische Entscheidung	6
2.4.5	Personal	7
2.4.6	Büroräume	8
2.4.7	Finanz- und Rechnungswesen	8
2.5	Das Berichtswesen	9
2.5.1	Objekt- und Marktbericht	9
2.5.2	Personalbericht, Leistungsnachweis	10
2.5.3	Kostenartenrechnung	11
2.5.4	Deckungsbeitragsrechnung	12
2.5.5	Gewinn- und Verlustrechnung und Cashflow	13
2.5.6	Finanzbericht	14
2.5.7	Marktforschungsbericht	15
2.5.8	Geschäftsberichte der Branche	16
3	Teilnehmersystem	17
4	Seminarleitersystem	19
4.1	Auswertungen	19
4.2	Variationsmöglichkeiten	20
4.3	Hardware / Software Aspekte	20
5	Seminarkonzepte	21
5.1	Technischer Ablauf im Seminar	21
5.2	Beispiel für ein 4-Tage-Seminar	22
6	Zusammenarbeit mit TATA Interactive Systems	23

Das Planspiel TOPSIM – IMMO Makler-Takeoff

1 Überblick



TOPSIM – IMMO Makler-Takeoff ist ein strategisches Planspiel zur Simulation des **Betriebes einer Maklerunternehmung**. Es ist als Kooperationsprojekt mit der Fachhochschule Geislingen (Fachbereich Immobilienwirtschaft) und der TATA Interactive Systems GmbH Tübingen entstanden.

Im Planspiel **TOPSIM – IMMO Makler-Takeoff** übernehmen die Teilnehmer die **Rolle eines Maklerteams**. Ziel ist es, die bestehende Unternehmung auf einen nachhaltigen Wachstumspfad zu bringen. Je nach Definition der Lernziele kann aber auch der Aufbau einer Unternehmung im Bereich Maklerwesen nachvollzogen werden und in diesem Rahmen alle Prozesse von der Darstellung einer Geschäftsidee über das Ausarbeiten eines Business-Plans, bis hin zum Markteintritt und der anschließenden Markttätigkeit durchlaufen werden.

Kurzbeschreibung

Innerhalb des Planspiels liegt der Schwerpunkt auf der Abbildung typischer Problemstellungen, die für heutige Maklerbüros kennzeichnend sind. Jede der einzelnen Perioden enthält besondere betriebswirtschaftliche, technische und soziale Herausforderungen. Markt- und Konkurrenzanalysen, die für das jeweilige Immobilienobjekt geeignete Preispolitik, die Höhe der Werbeausgaben und eine abgestimmte Personalpolitik sind kritische Erfolgsfaktoren beim Einsatz dieser Simulation.

Der Makler als Dienstleister befindet sich im Vergleich zu anderen Serviceunternehmen in einer besonderen Situation. Er ist Mittler zwischen zwei Parteien und erbringt seine Leistungen beiden Marktseiten gegenüber, dem Anbieter von Immobilienobjekten ebenso wie dem Nachfrager.

In Verbindung mit Marktwachstum und den saisonalen Schwankungen sowie den spezifischen Gegebenheiten der Immobilienbranche entsteht im Spiel eine starke Dynamik, die den Spielverlauf realitätsnah macht und notwendige Kenntnisse sowie eine nachhaltige Erfahrung über das Marktgeschehen in der Immobilienwirtschaft unter Konkurrenzbedingungen vermittelt.

Die Teilnehmer können eine Vielzahl von Informationen über einen eigens für dieses Planspiel konzipierten virtuellen Marktplatz abrufen. Dieser ist einem normalen Internetauftritt nachempfunden. Die Teilnehmer erhalten darüber hinaus aktuelle Wirtschaftsnachrichten, ein umfangreiches Berichtswesen (internes Rechnungswesen mit detaillierter Kostenrechnung, externes Rechnungswesen, ausführliche Marktforschungsberichte), auf deren Grundlage die Entscheidungen zu fällen sind.

Während des Spielverlaufs können sowohl das Immobilienangebot und die Immobiliennachfrage variiert als auch die in der Simulation vorhandenen Immobilienobjektkategorien erweitert werden.

Zielgruppen

- Studenten der Betriebswirtschaftslehre, v.a. Fachbereiche der Immobilienwirtschaft
- Selbstständige Makler
- Kaufmännische und technische Mitarbeiter in Immobilienverwaltungsunternehmen
- Nachwuchskräfte / Trainees
- Mitarbeiter an Projekten in der Immobilien- und Baubranche

Lernziele

- Marktsituationen und Marktergebnisse richtig interpretieren und in zielorientierte Entscheidungen umsetzen
- Erkennen der Zusammenhänge und Erfolgsfaktoren zwischen Preissetzung, Werbeausgaben, Bekanntheit, Qualität und Anspruch der erbrachten Dienstleistungen und generierter Nachfrage/generiertem Angebot auf dem Immobilienmarkt
- Vorhalten ausreichender Personalkapazitäten und andererseits Vermeidung teurer Überkapazitäten
- Bewältigung des Wachstums und saisonaler Schwankungen
- Transparenz für die Folgen von getroffenen Entscheidungen gewinnen
- Prozesse der Entscheidungsfindung im Team effizient und konstruktiv gestalten

Das Planspiel macht vernetzte Zusammenhänge im Unternehmen für die Teilnehmer „hautnah“ erlebbar. Die wichtigsten Prozesse im Maklergeschäft werden durch die eigene Erfahrung transparenter. Die Gruppen lernen dabei mit Zielkonflikten umzugehen, die bei der Gründung und Führung eines Unternehmens auftreten.

Seminar-gestaltung

Das Planspiel ist für 6 Perioden ausgelegt. Ein Seminar dauert in der Regel zwei bis drei Tage. Es können 15 bis 25 Personen teilnehmen, die in 3 bis 5 Teams eingeteilt werden. Ein Team besteht in der Regel aus 3 - 5 Teilnehmern und übernimmt die Leitung eines Unternehmens.

Die Ausgangssituationen der einzelnen Unternehmen sind gleich. Die einzelnen Gruppen stehen in **Konkurrenz** zueinander.

Das Planspiel ist netzwerkfähig und eignet sich auch gut zum Einsatz als firmeninternes Fernplanspiel.

Hardware / Software Aspekte

Es wird ein **PC mit Windows** NT, 2000 oder XP sowie ein CD-ROM- und ein Diskettenlaufwerk benötigt. Das Disketten-Laufwerk ist nur nötig, soweit der Datentransfer nicht über ein Netzwerk sondern über Disketten erfolgt.

Benötigter Festplattenspeicher: Sie benötigen auf der Festplatte rund 30 MB Speicherplatz.

Benötigter Arbeitsspeicher (Hauptspeicher): Für die Installation benötigen Sie mindestens 128 MB Hauptspeicher (RAM).

Anmerkung

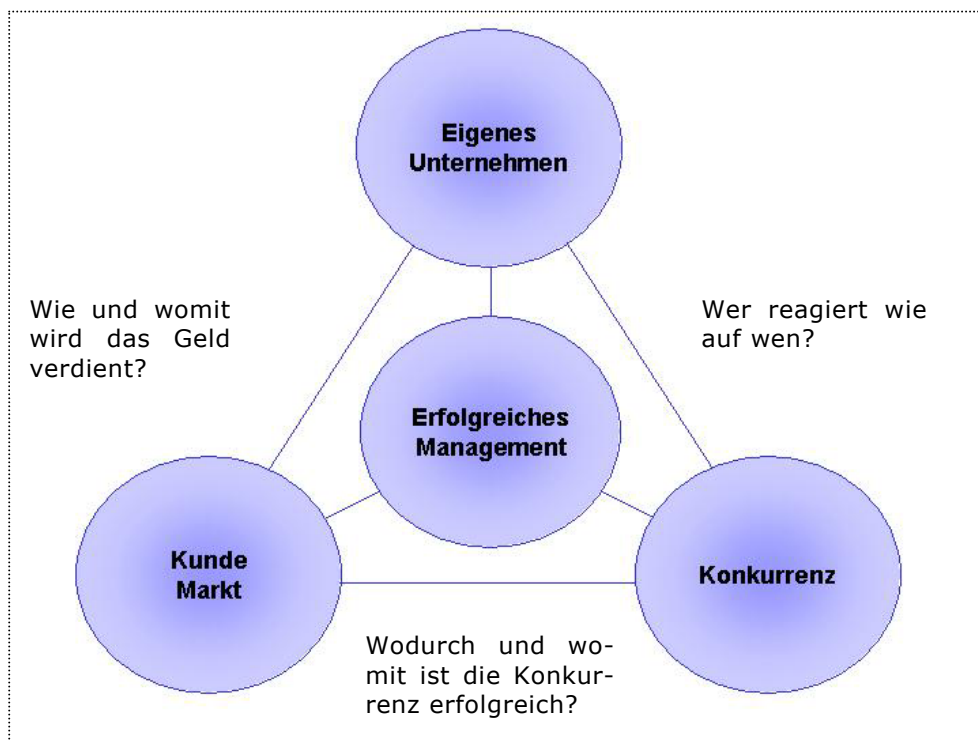
Das Planspiel ist in deutscher Sprache erhältlich.

2 Inhalte des Planspiels

2.1 Phasen der Unternehmensführung

Die Teilnehmer durchlaufen im Planspiel normalerweise die Phasen „Markteintritt/Geschäftsbetrieb“ und „Etablierung“. Es können aber auch die ersten drei Entwicklungsphasen vorgeschaltet werden.

1. **Recherche:** Im Vordergrund steht die Entwicklung eines Dienstleistungskonzeptes. Zielgruppen und deren Bedürfnisse müssen ermittelt, das Nachfragepotenzial beurteilt und die relevanten Wettbewerber identifiziert und beurteilt werden. Das Makler-Takeoff Web dient dabei als Informationsgrundlage und bietet Hinweise auf weitere Recherchemöglichkeiten.
 2. **Business-Plan:** Mit Hilfe eines Business-Plan-Assistenten soll aufgrund der beschafften Information und deren Analyse ein aussagekräftiger Plan erstellt werden. Der Business-Plan-Assistent hilft bei der Strukturierung der Geschäftsidee hinsichtlich Servicekonzept, Marktbeurteilung, Strategie, Personalentscheidungen und Finanzplanung.
 3. **Ingangsetzung:** Für den Aufbau sind zahlreiche konstitutive Entscheidungen zu treffen. So muss u.a. eine Standortwahl getroffen, die Höhe der benötigten Kredite geklärt und über Einstellungen entschieden werden.
-
4. **Markteintritt/Geschäftsbetrieb:** Mit dem Markteintritt beginnt die Bewährungsprobe für das erarbeitete Konzept bzw. für die strategischen Vorüberlegungen. Der reale Wettbewerb entspricht nicht unbedingt den vorher getroffenen Annahmen; Kunden verhalten sich nicht so wie man es vorausgesehen hat und eventuell werden bereits jetzt Kapazitäten knapp. Jetzt kommt es darauf an, dass die Gruppen in der Lage sind, kritische Punkte zu erkennen und trotz des Zeitdrucks gemeinsam zu konsistenten Entscheidungen finden.
 5. **Etablierung:** Insgesamt können bis zu 8 Perioden (=Quartale) simuliert werden. Die Teilnehmer erleben verschiedene Konjunkturszenarien, können sich aber, wenn sie gut geplant haben und flexibel auf Veränderungen reagieren, nicht nur am Markt etablieren sondern auch überdurchschnittliche Wachstumserfolge erzielen. Ein umfangreiches Berichtswesen hilft bei der Analyse von Defiziten und Erfolgsfaktoren und dient zum Vergleich mit den Wettbewerbern, so dass mit zunehmender Spieldauer die Entscheidungssicherheit zunimmt.



2.2 Makler-Takeoff Web

Das Makler-Takeoff Web ist die zentrale Bezugsquelle für Informationen, die zur Erstellung des Business-Plans benötigt werden. Es handelt sich um eine Nachbildung des Internets mit hauptsächlich lokalen Links. Zur Nutzung ist daher ein Webbrowser aber **keine externe Anbindung an das wirkliche Internet (WWW) notwendig**. Das Takeoff Web enthält zum einen Grundlagenwissen und bietet zum anderen konkrete Informationen zum Maklerwesen, die in der Inangangsphase relevant sind.



Abb.: Ausschnitt aus dem Makler-Takeoff Web

2.3 Business-Plan

Nachdem sich die Teilnehmer aus dem Makler-Takeoff Web die benötigten Informationen besorgt haben, geht es an die Erstellung des Business-Plans. Der Plan fordert sowohl qualitative Angaben, wie z.B. eine Beschreibung des Servicekonzeptes oder der persönlichen Qualifikationen des Gründerteams, als auch genaue quantitative Planung, z.B. des Kapitaldienstes. Zusätzlich sind Absatzprognosen zu treffen und die Zukunftsaussichten zu bewerten.

Der „Business-Plan Assistent“ strukturiert dabei das Vorgehen und die Eingabewerte und unterstützt die Teilnehmer bei der Finanzplanung, der Erstellung der Planbilanz und der Plan-GuV. Anhand dieser Werte wird anschließend der Unternehmenswert berechnet.

Alle Informationen und Kennzahlen, die bei der Erstellung des Business-Plans erarbeitet werden, können anschließend vom Seminarleiter ausgewertet werden. Er kann die Pläne akzeptieren oder abändern. Bei ihm liegt letztendlich die Entscheidung über die Bewilligung von Krediten und Förderdarlehen.

2.4 Erläuterungen zu den einzelnen Entscheidungsgrößen

Im Folgenden sollen alle Entscheidungsgrößen, über welche die Teilnehmer im Spiel zu befinden haben, kurz vorgestellt werden. Die von den Gruppen gefällten Entscheidungen werden, je nach technischer Ausstattung bzw. je nach erwünschter Lernumgebung, entweder in das computergestützte Teilnehmersystem (siehe Punkt 3.) oder in Entscheidungsformulare eingetragen.

Personal Makler	Einstellungen (Anz.)	
	Training (Euro)	
Personal Verwaltung	Einstellungen (Anz.)	
	Training (Euro)	
Handels- vertreter	Zusammenarbeit	

Abb.: Ausschnitt aus dem Entscheidungsformular für die Periode 1 – 8

Die Gestaltung der Entscheidungsbereiche spiegelt in realistischer Weise die besonderen Bedingungen wider, unter denen ein Makler als Anbieter hochwertiger Dienstleistungen handelt.

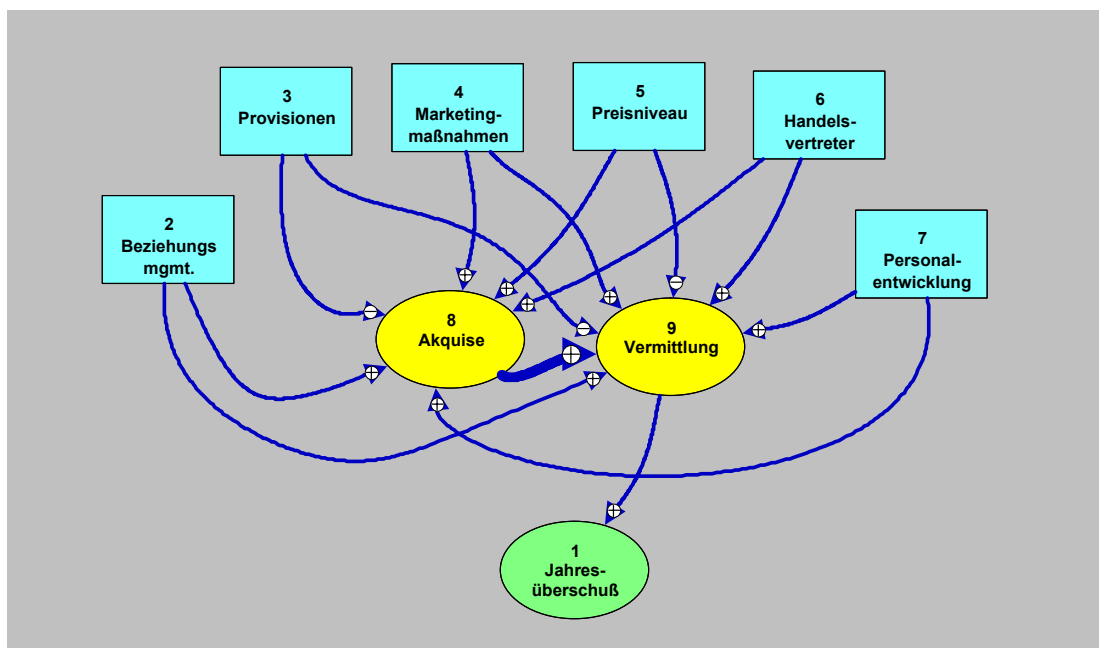


Abb.: Zusammen hänge zwischen den wichtigsten Entscheidungsgrößen und dem Akquise- und Vermittlungserfolg. Erstellt mit **GAMMA** (PC-Werkzeug für Vernetztes Denken).

2.4.1 Beziehungsmanagement

Für einen Makler sind die Außenwirkung und die Kontaktpflege wesentliche Faktoren für den Geschäftserfolg. Die Akquisitions- und Vermittlungsarbeit lebt von persönlichen Kontakten. Das Beziehungsmarketing und die Imagepflege ist dabei ein konstanter Prozess, der sich über das gesamte Fortbestehen eines Maklerbetriebes hinziehen muss.

Es sind folglich in jeder Periode Entscheidungen darüber treffen, wie viel Stunden für Beziehungsmarketing, d.h. für Kontaktpflege und das Knüpfen neuer Kontakte investiert wird und welches Budget für diese Art von Tätigkeit zur Verfügung gestellt werden soll.

2.4.2 Internetportal

Die Entscheidung, ein Internetportal einzurichten oder sich an einem bestehenden mit eigenen Angeboten zu beteiligen, hat eine positive Außenwirkung und erhöht die Akquisitions- und Vermittlungsreichweite des Maklerunternehmens.

2.4.3 Maklerverband

Die Zugehörigkeit zu einem Maklerverband unterstreicht die Seriosität und Professionalität eines Maklers und hilft ihm gleichzeitig, neue Kontakte zu knüpfen und ggf. mit anderen Maklerbüros zusammenzuarbeiten.

Wer sich für den Beitritt zu einem Maklerverband entscheidet, dem entstehen dadurch Kosten in Höhe des Verbandsbeitrages. Den Kosten eines Maklerverbandes steht ein vielfältiger Nutzen für das Maklerunternehmen gegenüber. Ein Nachweis der Zugehörigkeit zu einem Maklerverband ist ein Zeichen für fachliche Kompetenz, wirtschaftliche Leistungsfähigkeit und Verantwortungsbewusstsein in Immobilienangelegenheiten und damit ein direktes Verkaufsargument bei der Auftragsbeschaffung.

Voraussetzung einer Mitgliedschaft ist die fachliche Qualifikation, d.h. in den ersten Quartalen müssen Qualifizierungs-Nachweise erworben werden und erst dann kann man einem Maklerverband als ordentliches Mitglied beitreten.

Ein Maklerverband bietet seinen Mitgliedern umfangreiche Serviceleistungen wie Aus- und Weiterbildung der Beschäftigten und der Makler, betriebswirtschaftliche Vergleiche, Brancheninformationen, Marktforschung, Marktberichte, Messen, Wettbewerbsbeobachtung, Gemeinschaftsgeschäfte, Beteiligung an Internetportalen, zentrale Datenbanken mit Mitgliederinformationen, Öffentlichkeitsarbeit, Verkaufsunterstützung, Werbung, Unternehmensberatung, u.v.m.

2.4.4 Objektspezifische Entscheidung

Im Bereich objektspezifische Entscheidungen bestimmen die Teilnehmer die konkrete Ausgestaltung der Vermittlungen von Immobilien in den einzelnen Kategorien

Alleinaufträge

Man kann sich dafür entscheiden, dass das Maklerunternehmen nur Immobilien vermittelt, für die Alleinaufträge bestehen.

Für die Objektvermittlung eines Maklerbetriebes ist ein wesentlicher Faktor, ob die zu vermittelnden Objekte im Alleinauftrag (qualifizierter Alleinauftrag) oder in Konkurrenz mit anderen Maklerbüros vermittelt werden. Sind noch andere Konkurrenten tätig, so fällt der gesamte Aufwand für die Akquisition und Vermittlung der Objekte an, die Erlöse sind jedoch ungewiss. Auf der anderen Seite generiert die Akquisition von Objekten ohne Alleinauftrag Nachfrage nach den Dienstleistungen des Maklers und erhöht damit dessen Bekanntheit. Besonders für junge Maklerbüros ist es eine schwierige strategische Entscheidung, notfalls auf Erlöse zu verzichten, um zunächst einmal in der Gründungsphase und den ersten Geschäftsjahren Bekanntheit zu generieren.

Provisionssätze

Für die Vermittlung und Akquisition müssen Provisionssätze für Verkäufer und Käufer von Immobilienobjekten festgelegt werden. Je höher die Bekanntheit, das Image und die Qualität der Dienstleistungen eines Maklers sind, desto höhere Provisionssätze können auch durchgesetzt werden.

Werbung

Um für ein neu gegründetes Maklerunternehmen eine größere Bekanntheit zu erlangen und Immobilien zu akquirieren, stehen verschiedene Werbeinstrumente zur Verfügung. Innerhalb der Simulation existieren zwei Arten von Printmedien, in denen Inserate geschaltet werden können. Die Kosten für Inserate sind dabei abhängig von der Größe und Platzierung und bilden einen teilweise erheblichen Kostenblock im Geschäftsjahr eines Maklers.

Die Teilnehmer können in ihren Entscheidungen nach Akquise- und Vermittlungsinseraten unterscheiden und die Aufwendungen pro Objektkategorie festlegen. Dadurch wird auch die Steuerung einer strategischen Positionierung des Maklerbüros möglich.

Preissetzung

Für jede Immobilienobjektkategorie kann ein Durchschnittspreis festgelegt werden. Damit wird ein objektgruppenspezifisches Preisniveau (in Euro/Objekt) bestimmt. Die Wirkung des Preisniveaus auf den Markt ist abhängig vom Preisniveau der Konkurrenz. Werden zu einem relativ günstigen Preis Immobilien vermittelt, so kann eine höhere Anzahl an vermittelten Objekten erzielt werden. Ist dagegen das Preisniveau gegenüber der Konkurrenz eher hoch, wird weniger vermittelt.

Zeitbudget pro Exposé

Um qualitativ hochwertige Immobilienexposés erstellen zu können, ist auch ein entsprechender Zeitaufwand für die Makler und Verwaltungsangestellten, die den Makler bei der Erstellung der Exposés unterstützen, notwendig.

Durch die Festlegung, wie viel Zeit für die Erstellung von Exposés in den einzelnen Objektkategorien aufgewendet wird, kann unmittelbar die Exposéqualität beeinflusst werden.

2.4.5 Personal

Personalentscheidungen können einen wesentlichen Beitrag zum Unternehmenserfolg leisten.

Einstellungen / Entlassungen von Maklern

Auf Grundlage der aktuellen Wirtschaftsprognosen kann der Bedarf an Maklern für das laufende Geschäftsjahr prognostiziert werden. Entsprechend diesen Prognosen können neue Makler eingestellt bzw. auch entlassen werden.

Einstellungen / Entlassungen von Verwaltungsangestellten

Die angestellten Makler sind darauf angewiesen, von Routinetätigkeiten entlastet zu werden und die Erreichbarkeit während der eigentlichen Marktaktivität (Kundenbesuche, Immobilienbesichtigungen,...) sicherzustellen. Durch die Einstellung von Verwaltungsangestellten kann erreicht werden, dass die Makler sich so intensiv wie möglich auf ihre Kunden konzentrieren können.

Bei jeder Einstellung und Entlassung fallen pro Mitarbeiter fixe Kosten in bestimmter Höhe an.

Training

Um die Qualität der Arbeitsleistungen aufrecht erhalten, bzw. verbessern zu können, sind Trainingsmaßnahmen für Angestellte notwendig. Durch Festlegung eines bestimmten Budgets an Geldmitteln entscheiden die Teilnehmer über die Intensität der Trainingsmaßnahmen in jeder Geschäftsperiode.

Zusammenarbeit mit Handelsvertretern

Um die Personalkapazität des Maklerunternehmens zu erhöhen, kann man sich an Stelle von Neueinstellungen von Maklern auch zur Zusammenarbeit mit Handelsvertretern entschließen. Diese Handelsvertreter sind dann im Namen des Kooperationspartners auf dem jeweiligen Immobilienmarkt tätig. Als Entgelt für ihre Tätigkeit erhalten die Handelsvertreter Provisionssätze.

2.4.6 Büroräume

Die Teilnehmer haben bei dieser Entscheidungskategorie die Wahl zwischen drei unterschiedlichen Arten von Büroräumen. Diese unterscheiden sich in den monatlichen fixen Kosten, da Büros in zentraler Lage natürlich mehr Kosten als ein Geschäftsräume in einer Einliegerwohnung verursachen. Der Vorteil eines Büros in zentraler Lage ist jedoch, dass hierdurch die Bekanntheit des Maklerunternehmens gesteigert werden kann.

2.4.7 Finanz- und Rechnungswesen

Kurzfristiger Kredit

Kurzfristige Kredite mit einer Laufzeit von einem Quartal können in jeder Periode aufgenommen werden. Der Kredit wird automatisch in der Folgeperiode zurückgezahlt. Mit einem steigenden Verschuldungsgrad (gemessen am Eigenkapital) steigen aufgrund des höheren Risikos die Zinssätze deutlich.

Überziehungskredit / Kassenmindestbestand

Am Ende jeder Periode müssen die Unternehmen einen Kassenmindestbestand von 50.000 Euro aufweisen. Reichen die Einzahlungen einschließlich des Kassenanfangsbestandes in einer Periode nicht aus, um die diesen Kassenbestand nach Auszahlung aller Beträge zu decken, wird automatisch ein Überziehungskredit in der erforderlichen Höhe zur Verfügung gestellt. Ein negativer Kassenbestand oder die Zahlungsunfähigkeit wird so vermieden.

Kapitalanlage / Wertpapiere

Finanzmittelüberschüsse einer Periode können in kurzfristigen, festverzinslichen Wertpapieren angelegt werden. Die Rückzahlung erfolgt automatisch in der Folgeperiode. Die Zinserträge werden in der aktuellen Periode gutgeschrieben. Damit kann kurzfristig Liquidität geparkt werden.

Den Teilnehmern steht ein aussagekräftiges Berichtswesen mit einer Fülle von Informationen zur Verfügung. Es umfasst folgende Berichtsarten:

- Objekt-/Marktbericht
- Personal-/Leistung
- Internes Rechnungswesen
 - Kostenartenrechnung
 - Kostenträgerrechnung
 - Deckungsbeitragsrechnung
- Externes Berichtswesen
 - Gewinn- und Verlustrechnung
 - Finanzbericht und Bilanz
 - Geschäftsbericht der Branche
 - Marktforschungsberichte

2.5 Das Berichtswesen

2.5.1 Objekt- und Marktbericht

Dieser Bericht liefert eine Übersicht über die Immobilienobjekte und den Markt.

TATA Interactive Systems D-72070 Tübingen	Copyright © 2001 by TATA Interactive Systems
UNTERNEHMENSPLANSPIEL T O P S I M - Makler-Takeoff Datum: 04.01.2002	Unternehmen: 1 Periode: 1 Name: U 1 test0104.sp
Teilnehmerbericht 1: OBJEKT- UND MARKTBERICHT	

OBJEKTBERICHT	Objektkategorie			
	BESTANDSBERICHT OBJEKTE	Familienhäu	Eigentumswo	Mietwohnung
ANFANGSBESTAND (Anzahl)	0	0	0	0
+ Zugänge eigene Akquise (Anzahl)	2	4	15	21
+ Zugänge Handelsvertreter Akquise (Anzahl)	1	1	5	7
= BEARBEITETE OBJEKTE (Anzahl)	3	5	20	28
- Abgänge durch eigene Vermittlung (Anzahl)	1	2	5	8
- Abgänge durch Handelsvertreterverm. (Anzahl)	0	2	10	12
- Abgänge ohne Erfolg (Anzahl)	0	1	4	5
= ENDBESTAND (Anzahl)	2	0	1	3
UMSCHLAGSHÄUFIGKEIT (Prozent)	41	60	71	58
ERFOLGSQUOTE (akt. Periode)	41	60	70	57
(kumuliert)	41	60	70	57
NICHTERFOLGSQUOTE (akt. Periode)	20	20	20	20
(kumuliert)	20	20	20	20
WERBEEERFOLGSANALYSE				
.. Anzahl Exposeeanforderungen (Anzahl)	8	17	82	106
.. Anzahl erstellter Exposees (Anzahl)	2	6	20	28
.. Qualitätsindex Exposees (Index)	1,60	1,35	0,60	1,18
ANZAHL OBJEKTBERESICHTIGUNGEN (Anzahl)	7	18	59	84

MARKTBERICHT	Objektkategorie			
	UMSÄTZE	Familienhäu	Eigentumswo	Mietwohnung
Umsatzerlöse pro Stück von Käufer (Euro)	7350	4545	750	12645
Umsatzerlöse pro Stück von Verkäufer (Euro)	7350	4545	750	12645
Umsatzerlöse gesamt (Euro)	13971	30460	21515	65945
PROVISIONEN				
gez. Prov. Handelsvertreter Akquise (Euro)	558	830	813	2200
gez. Prov. Handelsvertr. Vermittlg. (Euro)	511	1412	1471	3394
WERBEAUFWENDUNGEN				
Werbeaufwendungen Medium I (Euro)	4000	11000	1500	16500
Werbeaufwendungen Medium II (Euro)	6000	11000	1500	18500
Aufwendungen Internetportal (Euro)				600
BEZIEHUNGSMANAGEMENT				
Zeitbudget (Stunden)				30
Ausgaben (Euro)				1500
TATSÄCHL. DURCHSCHNITTSPREIS OBJEKTE (Euro)	275605	152504	489	
MARKTDATEN DES UNTERNEHMENS				
Bekanntheitsgrad (Anteil)				0,90
Maklerimage (Index)				0,86
Kundenzufriedenheit				0,59
Qualität Internetportal				1,17

2.5.2 Personalbericht, Leistungsnachweis

Dieser Bericht gibt Auskunft über die Personalsituation und die Aufteilung der Personalressourcen nach Tätigkeitsfeldern.

TATA Interactive Systems GmbH - D-72070 Tübingen		Copyright © 2001 by TATA Interactive Systems	
UNTERNEHMENSPLANSPIEL T O P S I M - Makler-Takeoff Datum: 04.01.2002		Unternehmen: 1 Name:	Periode: 1 U 1 test0104.sp
Teilnehmerbericht 2: PERSONALBERICHT, LEISTUNGSNACHWEIS			

PERSONALBERICHT	Kostenstellen		
	Verwaltung	Makler	SUMME
Personalanfangsbestand	2	1	3
+ Einstellungen	2	0	2
- Entlassungen	0	0	0
- Fluktuation	0	0	0
= Personalendbestand	4	1	5
Löhne/ Gehälter	20000	10000	30000
+ Einstellungen/ Entlassungen/ Training	10000	0	10000
+ Personalnebenkosten	7400	3700	11100
+ Pensionsrückstellungen	1000	500	1500
= Summe Personalkosten	38400	14200	52600

STUNDENNACHWEIS	Objektkategorie				allgemein	Summe	% vom ges. Zeitbudget
	Familienhä	Eigentumsw	Mietwohnun				
VERWALTUNG							
.. Allg. Verwaltungstätigkeit (Std)	-	-	-	207,68	207,68	7,00	
.. Zeitaufwand Akquisition (Std)	3,60	8,66	14,77	-	27,03	0,91	
.. Zeitaufwand Exposees (Std)	12,59	21,64	0,00	-	34,23	1,15	
.. Zeitaufwand Objektwerbung (Std)	7,20	12,99	14,77	-	34,95	1,18	
.. Zeitaufwand Ämtergänge (Std)	13,49	25,97	0,00	-	39,46	1,33	
.. Zeitaufw. Kundenverw. pro Obj. (Std)	3,60	8,66	29,54	-	41,80	1,41	
.. Zeitaufwand Vertragsabwicklung (Std)	7,20	12,99	7,39	-	27,57	0,93	
SUMME	47,67	90,90	66,48	207,68	412,72	13,91	
MAKLER							
.. Allg. Verwaltungstätigkeit (Std)	-	-	-	-	0,00	0,00	
.. Zeitaufwand Akquisition (Std)	-	-	-	1326,70	1326,70	44,72	
.. Zeitaufwand Marktanalyse (Std)	9,22	22,18	40,75	-	72,15	2,43	
.. Zeitaufwand Exposeentwurf (Std)	3,60	6,49	0,00	-	10,09	0,34	
.. Zeitaufwand Beziehungsmgmt. (Std)	-	-	-	30,00	30,00	1,01	
.. Zeitaufw. Abschlussverhandlung (Std)	3,01	3,59	0,91	-	7,52	0,25	
SUMME	15,83	32,27	41,66	1356,70	1446,46	48,75	

BERECHNUNG D. KOMMUNIKATIONSKOSTEN	Objektkategorie				allgemein	Summe	% vom ges. Zeitbudget
	STUNDEN PRO KATEGORIE	Familienhä	Eigentumsw	Mietwohnun			
VERWALTUNG							
.. Verwaltungstätigkeit (Std)	47,67	90,90	66,48	207,68	412,72	13,91	
MAKLER							
.. Verwaltungstätigkeit (Std)	-	-	-	0,00	0,00	0,00	
.. Markttätigkeit (Std)	15,83	32,27	41,66	1356,70	1446,46	48,75	
KOSTEN PRO KATEGORIE							
VERWALTUNG							
.. Verwaltungstätigkeit (Euro)	47,67	90,90	66,48	207,68	412,72	-	
MAKLER							
.. Verwaltungstätigkeit (Euro)	-	-	-	0,00	0,00	-	
.. Markttätigkeit (Euro)	47,49	96,81	124,97	4070,11	4339,38	-	
SUMME							
.. Verwaltungstätigkeit (Euro)	95,16	187,71	191,44	4277,78	4752,09	-	
.. Markttätigkeit (Euro)	47,67	90,90	66,48	207,68	412,72	-	
	47,49	96,81	124,97	4070,11	4339,38	-	

2.5.4 Deckungsbeitragsrechnung

Aus der Deckungsbeitragsrechnung wird ersichtlich, welche Immobilienkategorien in welchem Ausmaß zum Unternehmenserfolg beigetragen haben.

Die Deckungsbeitragsrechnung erfolgt aufgeschlüsselt nach absoluten Geldbeträgen und pro vermitteltem Objekt. Als Verrechnungsgrundlage dient das vermittelte Objekt, da nur dadurch Umsatzerlöse korrekt zuordenbar sind.

TATA Interactive Systems D-72070 Tübingen Copyright © 2001 by TATA Interactive Systems			
UNTERNEHMENSPLANSPIEL		Unternehmen: 1	Periode: 1
T O P S I M - Makler-Takeoff		Name:	U 1
Datum: 04.01.2002			test0104.sp
Teilnehmerbericht 4: DECKUNGSBEITRAGSRECHNUNG			

GESAMTOBJEKTE (in TEURO)	OBJEKTKATEGORIE			SUMME / DURCHSCHN.
	Familienhäu	Eigentumswo	Mietwohnung	
BRUTTOUMSATZ	13,97	30,46	21,52	65,95
Umsatz von Käufern	6,99	15,23	10,76	32,97
Umsatz von Verkäufern	6,99	15,23	10,76	32,97
- Prov.zahlg. Hdl.vertr. (Akquise)	0,56	0,83	0,81	2,20
- Prov.zahlg. Hdl.vertr. (Vermittlung)	0,51	1,41	1,47	3,39
= NETTOUMSATZ	12,90	28,22	19,23	60,35
- Werbung	10,00	22,00	3,00	35,00
- Porto-, Kommunikations-, Fuhrparkkosten	0,22	0,47	1,02	1,71
= DECKUNGSBEITRAG I (DB I)	2,69	5,74	15,21	23,64
- Personalkosten	4,11	7,36	6,18	17,66
= DECKUNGSBEITRAG II (DB II)	-1,43	-1,62	9,03	5,98
- Sonst. Personalkosten	7,61	15,96	11,37	34,94
- Sonst. Porto-, Kommunik., Fuhrpkkosten	0,91	2,00	1,36	4,28
- Mietkosten	0,40	0,86	0,59	1,85
- Sonst. Verwaltungskosten	0,02	0,04	0,03	0,10
- Beziehungsmanagementkosten/MaFo	0,91	1,98	1,35	4,23
- Abschreibung AIEG	0,53	1,17	0,80	2,50
- Abschreibungen	1,34	2,92	1,99	6,25
= DECKUNGSBEITRAG III (DB III)	-13,15	-26,56	-8,46	-48,17

PRO VERMITTELTEM OBJEKT (in TEURO)	OBJEKTKATEGORIE			SUMME / DURCHSCHN.
	Familienhäu	Eigentumswo	Mietwohnung	
BRUTTOUMSATZ	0,75	1,63	1,15	3,54
Umsatz von Käufern	0,37	0,82	0,58	1,77
Umsatz von Verkäufern	0,37	0,82	0,58	1,77
- Prov.zahlg. Hdl.vertr. (Akquise)	0,03	0,04	0,04	0,12
- Prov.zahlg. Hdl.vertr. (Vermittlung)	0,03	0,08	0,08	0,18
= NETTOUMSATZ	0,69	1,51	1,03	3,24
- Werbung	0,54	1,18	0,16	1,88
- Porto-, Kommunikations-, Fuhrparkkosten	0,01	0,03	0,05	0,09
= DECKUNGSBEITRAG I (DB I)	0,14	0,31	0,82	1,27
- Personalkosten	0,22	0,39	0,33	0,95
= DECKUNGSBEITRAG II (DB II)	-0,08	-0,09	0,48	0,32
- Sonst. Personalkosten	0,41	0,86	0,61	1,87
- Sonst. Porto-, Kommunik., Fuhrpkkosten	0,05	0,11	0,07	0,23
- Mietkosten	0,02	0,05	0,03	0,10
- Sonst. Verwaltungskosten	0,00	0,00	0,00	0,01
- Beziehungsmanagementkosten/MaFo	0,05	0,11	0,07	0,23
- Abschreibung AIEG	0,03	0,06	0,04	0,13
- Abschreibungen	0,07	0,16	0,11	0,34
= DECKUNGSBEITRAG III (DB III)	-0,71	-1,42	-0,45	-2,58

2.5.5 Gewinn- und Verlustrechnung und Cashflow

Die Gewinn- und Verlustrechnung ermittelt das Unternehmensergebnis durch Gegenüberstellung von Aufwendungen und Erträgen. Die Quellen der Aufwendungen und Erträge werden dargestellt.

TATA Interactive Systems GmbH Copyright © 2001 by TATA Interactive Systems		
UNTERNEHMENSPLANSPIEL	Unternehmen: 1	Periode: 1
T O P S I M - Makler-Takeoff	Name:	U 1
Datum: 04.01.2002		test0104.sp
Teilnehmerbericht 5: GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG UND CASH-FLOW		

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG (in TEURO)	TEURO
Nettoumsatz	60,35
- Personalaufwand	
" Löhne und Gehälter	30,00
" Einstellungs- / Entlassungskosten	10,00
" Pensionsrückstellungen	1,50
" Sonstige Personalkosten	11,10
- Abschreibungen AIEG	2,50
- Abschreibungen Vermögensgegenstände	6,25
- Sonstiger Aufwand	41,18
- Porto-, / Kommunikations-, und Fuhrparkkosten	5,99
= BETRIEBSERGEBNIS (I)	-48,17
+ Erträge aus Wertpapieren	0,00
- Zinsen und ähnliche Aufwendungen	9,57
= ERGEBNIS DER GEWÖHNLICHEN GESCHÄFTSTÄTIGKEIT (II)	-57,74
Außerordentliche Erträge	0,00
- Außerordentliche Aufwendungen	0,00
= AUSSERORDENTLICHES ERGEBNIS (III)	0,00
GESAMTERGEBNIS (II+III)	-57,74
- Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	0,00
= PERIODENÜBERSCHUSS/PERIODENFEHLBETRAG	-57,74

ERGEBNISVERWENDUNG	TEURO
Periodenüberschuss / Periodenfehlbetrag	-57,74
± Gewinn- / Verlustvortrag aus der Vorperiode	0,00
- Einstellungen in Gewinnrücklagen	0,00
= BILANZGEWINN / BILANZVERLUST	-57,74
- auszuschüttender Betrag	0,00
= GEWINNVORTRAG / VERLUSTVORTRAG	-57,74

CASH-FLOW	TEURO
Periodenüberschuss	-57,74
+ Abschreibungen	6,25
+ Pensionsrückstellungen	1,50
- Gewinnausschüttung Vorperiode	0,00
= CASH-FLOW NACH STEUERN	-49,99

2.5.6 Finanzbericht

Der Finanzbericht stellt die Einzahlungen und Auszahlungen einer Periode gegenüber und bietet Ihnen somit eine Orientierungsmöglichkeit für die Liquiditätsplanung.

TATA Interactive Systems - D-72070 Tübingen		Copyright © 2001 by TATA Interactive Systems	
UNTERNEHMENSPLANSPIEL		Unternehmen: 1	Periode: 1
T O P S I M - Makler-Takeoff		Name:	U 1
Datum: 04.01.2002			test0104.sp
Teilnehmerbericht 6: FINANZBERICHT UND BILANZ			

FINANZBERICHT (in TEURO)	Aktuelle Periode	Planung nächs- te Periode
KASSENANFANGSBESTAND	0,00	
EINZAHLUNGEN		
Einzahlungen aus Umsatz der aktuellen Periode	52,76	
+ Einzahlungen aus Umsatz der Vorperiode	0,00	
+ Einzahlungen Kapitalerhöhungen	100,00	
+ Verkauf von Wertpapieren	0,00	
+ Zinserträge	0,00	
+ Außerordentliche Erträge	0,00	
+ Kurzfristige und langfristige Kredite	0,00	
+ Überziehungskredit	95,68	
= SUMME EINZAHLUNGEN	248,43	
AUSZAHLUNGEN		
Personalaufwand (ohne Pensionsrückstellungen)	51,10	
+ Provisionszahlungen an Handelsvertreter	5,59	
+ Sonstige Aufwendungen	41,18	
.. Mietaufwendungen	1,40	
.. Werbeaufwendungen/ MaFo/ Beziehungsmanagement	39,23	
.. Sonstige Verwaltungskosten	0,00	
.. Sonstige Verwaltungskosten Mieträume	0,50	
.. Druckkosten	0,05	
+ Porto- und Kommunikationskosten	4,98	
+ Fuhrparkkosten	1,01	
+ Rückzahlung kurzfristige Kredite + Überziehungskredit	130,00	
+ Zinsaufwand	9,57	
+ Kauf von BGA/EDV/Fuhrpark	0,00	
+ Kauf von Wertpapieren	0,00	
+ Steuern	0,00	
+ Gewinnauszahlung (aus Vorperiode)	0,00	
+ Außerordentliche Aufwendungen	0,00	
= SUMME AUSZAHLUNGEN	243,43	
KASSENENDBESTAND	5,00	

2.5.7 Marktforschungsbericht

Der Marktforschungsbericht enthält bedeutende Entscheidungsdaten der Konkurrenzunternehmen. Der Marktforschungsbericht ist eine Hilfe für Entscheidungen und bei der Beurteilung von Strategien sein.

TATA Interactive Systems GmbH - D-72070 Tübingen		Copyright © 2001 by TATA Interactive Systems	
UNTERNEHMENSPLANSPIEL		Unternehmen: 1	Periode: 1
T O P S I M - Makler-Takeoff		Name:	U 1
Datum: 04.01.2002		test0104.sp	
Teilnehmerbericht 7: MARKTFORSCHUNGSBERICHT			

VERMITTELTE OBJEKTE (in Stück)	OBJEKTKAT. Familienhäus	OBJEKTKAT. Eigentumswoh	OBJEKTKAT. Mietwohnungen	GESAMT
Unternehmen 1	1	3	14	18
Unternehmen 2	1	3	17	21
Unternehmen 3	7	22	222	251
Unternehmen 4	7	23	48	78
Unternehmen 5	7	23	48	78
Restliche Branche	7	23	48	78
Durchschnitt	5,00	16,17	66,17	87,33

PREISSETZUNGEN (in TEURO)	OBJEKTKAT. Familienhäus	OBJEKTKAT. Eigentumswoh	OBJEKTKAT. Mietwohnungen	GESAMT
Unternehmen 1	245,00	151,50	0,50	-
Unternehmen 2	275,00	180,00	0,25	-
Unternehmen 3	375,00	151,50	0,50	-
Unternehmen 4	245,00	151,50	0,50	-
Unternehmen 5	245,00	151,50	0,50	-
Restliche Branche	245,00	151,50	0,50	-
Durchschnitt	271,67	156,25	0,46	-

PROVISIONSSÄTZE KÄUFER (in %)	OBJEKTKAT. Familienhäus	OBJEKTKAT. Eigentumswoh	OBJEKTKAT. Mietwohnungen	GESAMT
Unternehmen 1	3,00	3,00	150,00	-
Unternehmen 2	3,00	3,00	3,00	-
Unternehmen 3	3,00	3,00	3,00	-
Unternehmen 4	3,00	3,00	3,00	-
Unternehmen 5	3,00	3,00	3,00	-
Restliche Branche	3,00	3,00	3,00	-
Durchschnitt	3,00	3,00	27,50	-

PROVISIONSSÄTZE VERKÄUFER (in %)	OBJEKTKAT. Familienhäus	OBJEKTKAT. Eigentumswoh	OBJEKTKAT. Mietwohnungen	GESAMT
Unternehmen 1	3,00	3,00	150,00	-
Unternehmen 2	3,00	3,00	3,00	-
Unternehmen 3	3,00	3,00	3,00	-
Unternehmen 4	3,00	3,00	3,00	-
Unternehmen 5	3,00	3,00	3,00	-
Restliche Branche	3,00	3,00	3,00	-
Durchschnitt	3,00	3,00	27,50	-

WERBUNG (in TEURO)	OBJEKTKAT. Familienhäus	OBJEKTKAT. Eigentumswoh	OBJEKTKAT. Mietwohnungen	GESAMT
Unternehmen 1	10,00	22,00	3,00	35,00
Unternehmen 2	30,00	22,00	3,00	55,00
Unternehmen 3	30,00	22,00	3,00	55,00
Unternehmen 4	30,00	22,00	3,00	55,00
Unternehmen 5	30,00	22,00	3,00	55,00
Restliche Branche	30,00	22,00	3,00	55,00
Durchschnitt	26,67	22,00	3,00	51,67

SONSTIGE DATEN (Indizes)	PERSONAL- QUAL.-INDEX	BEKANNTHEIT	MAKLERIMAGE	QUALITÄT EXPOSEES	QUALITÄT INTERNET
Unternehmen 1	-0,12	0,90	0,86	1,18	1,17
Unternehmen 2	-0,12	0,90	0,86	1,18	1,17
Unternehmen 3	-0,12	0,90	1,04	1,18	1,17
Unternehmen 4	-0,12	0,90	1,04	1,18	1,17
Unternehmen 5	-0,12	0,90	1,04	1,18	1,17
Restliche Branche	-0,12	0,90	1,04	1,18	1,17
Summe/ Durchschnitt	-0,12	0,90	0,98	1,18	1,17

2.5.8 Geschäftsberichte der Branche

Die Geschäftsberichte der Branche enthalten die Gewinn- und Verlustrechnungen sowie die Bilanzen aller konkurrierenden Unternehmen. Es ist somit möglich, einen Überblick über den Erfolg der einzelnen Unternehmen zu bekommen.

TATA Interactive Systems - D-72070 Tübingen		Copyright © 2001 by TATA Interactive Systems	
UNTERNEHMENSPLANSPIEL		Unternehmen: 1	Periode: 1
T O P S I M - Makler-Takeoff		Name:	U 1
Datum: 04.01.2002		test0104.sp	
Teilnehmerbericht 8:		GESCHÄFTSBERICHTE DER BRANCHE	

GEWINN- UND VERLUSTRECHNUNG (TEURO)	UNTERNEHMEN				
	1	2	3	4	5
Nettoumsatz	60,35	53,10	326,17	309,52	309,52
- Personalaufwand	52,60	52,60	52,60	52,60	52,60
- Abschreibungen AIEG	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50
- Abschreibungen Vermögensgegenstände	6,25	6,25	6,25	6,25	6,25
- Sonstiger Aufwand	41,18	60,48	58,99	59,08	59,08
- Porto-, Kommunik.-, Fuhrparkkosten	5,99	3,32	24,41	9,62	9,62
= BETRIEBSERGEBNIS	-48,17	-72,05	181,42	179,47	179,47
+ Erträge aus Wertpapiergeschäften	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
- Zinsen und ähnliche Aufwendungen	9,57	11,94	0,00	0,00	0,00
= ERGEBNIS D. GEW. GESCHÄFTSTÄTIGKEIT	-57,74	-83,98	181,42	179,47	179,47
+ Außerordentliches Ergebnis	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
= GESAMTERGEBNIS	-57,74	-83,98	181,42	179,47	179,47
- Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	0,00	0,00	7,26	7,18	7,18
= PERIODENÜBERSCHUSS / -FEHLBETRAG	-57,74	-83,98	174,16	172,29	172,29

BILANZ (TEURO)	UNTERNEHMEN				
	1	2	3	4	5
AKTIVA					
AUFW. INGANGS./ERW.GESCHÄFTSBETRIEBS	37,50	37,50	37,50	37,50	37,50
ANLAGEVERMÖGEN	93,75	93,75	93,75	93,75	93,75
Sachanlagen					
Grundstücke/Bauten	-	-	-	-	-
BGA/EDV/Fuhrpark	93,75	93,75	93,75	93,75	93,75
UMLAUFVERMÖGEN	18,19	15,62	154,41	152,54	152,54
Forderungen aus Lief. und Leistungen	13,19	10,62	71,81	61,90	61,90
Wertpapiere	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Kassenbestand	5,00	5,00	82,60	90,63	90,63
BILANZSUMME	149,44	146,87	285,66	283,79	283,79
PASSIVA					
EIGENKAPITAL	52,26	26,02	284,16	282,29	282,29
Gezeichnetes Kapital	110,00	110,00	110,00	110,00	110,00
Kapitalrücklage	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Gewinnrücklage	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Gewinn- / Verlustvortrag	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Periodenüberschuss / -fehlbetrag	-57,74	-83,98	174,16	172,29	172,29
PENSIONS-RÜCKSTELLUNGEN	1,50	1,50	1,50	1,50	1,50
VERBINDLICHKEITEN					
Verbindlichkeiten ggüb. Kreditinst.	95,68	119,35	0,00	0,00	0,00
Restlaufzeit über 5 Jahre	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Restlaufzeit unter 1 Jahr	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Überziehungskredit	95,68	119,35	0,00	0,00	0,00
BILANZSUMME	149,44	146,87	285,66	283,79	283,79

Die Teilnehmerberichte werden im Seminarleitersystem automatisch als Pdf-Datei generiert und können am Ende jeder Periode ausgedruckt werden. Daneben besteht aber für die Teilnehmer, sofern die Gruppen mit einem PC arbeiten, die Möglichkeit das gesamt Berichtswesen in ihrem Teilnehmersystem einzusehen.

3 Teilnehmersystem

Das Teilnehmersystem ist ein zusätzliches Hilfsmittel im Seminar, das eingesetzt werden kann, falls die Teilnehmer je Gruppe über einen PC verfügen. Mit dieser Software können sich die Teilnehmer in die Ausgangssituation ihres Unternehmens einarbeiten und während des Planspiels Berichte der vergangenen Perioden einsehen oder ausdrucken.

Der Datenaustausch zwischen Seminarleitersystem und Teilnehmersystemen:

- Über die sog. Teilnehmer-Transferdisketten. Mit diesen Disketten geben die Teilnehmer ihre Entscheidungen an den Seminarleiter und erhalten von diesem die Ergebnisse (Berichte) der jeweils vorangegangenen Perioden. In dieser Konstellation ist das Planspiel in jedem Seminarraum ohne besonderen technischen Aufwand durchführbar.
- Über ein Netz. In diesem Fall erfolgt der Datenaustausch direkt über ein lokales Netzwerk.

The screenshot shows the 'Teilnehmerberichte' application window. At the top, it displays 'Aktuelle Periode: Periode 1' and a menu with options like 'Objekt-/Marktbericht', 'Personal/Leistung', etc. Below the menu, there are navigation controls for page 1 of 1 and a zoom level of 145. The main content area shows a report header for 'TERTIA Edusoft GmbH' and 'UNTERNEHMENSPLANSPIEL T O P S I M - IMMO Makler-Takeoff'. The report title is 'Teilnehmerbericht 1: OBJEKT- UND MARKTEBERICHT'. The main table is titled 'OBJEKTBERICHT' and is categorized by 'Objektkategorie'. The table has columns for 'EFH', 'ETW', 'Mietwng', and 'SUMME / %'. The data rows include 'ANFANGSBESTAND', 'Zugänge eigene Akquise', 'Zugänge Handelsvertreter Akquise', 'BEAREITETE OBJEKTE', 'Abgänge durch eigene Vermittlung', 'Abgänge durch Handelsvertreterverm.', 'Abgänge ohne Erfolg', 'ENDEBESTAND', 'UMSCHLAGSHÄUFIGKEIT', 'ERFOLGSQUOTE', 'ERFOLGR. VERMITTELTE OBJEKTE', and 'WERBEEERFOLGSANALYSE'.

OBJEKTBERICHT	Objektkategorie	EFH	ETW	Mietwng	SUMME / %
RESTANDSBERICHT OBJEKTE					
ANFANGSBESTAND (Anzahl)		0	0	0	0
+ Zugänge eigene Akquise (Anzahl)		6	9	30	45
+ Zugänge Handelsvertreter Akquise (Anzahl)		0	0	0	0
= BEAREITETE OBJEKTE (Anzahl)		6	9	30	45
- Abgänge durch eigene Vermittlung (Anzahl)		4	6	18	28
- Abgänge durch Handelsvertreterverm. (Anzahl)		0	0	0	0
- Abgänge ohne Erfolg (Anzahl)		2	3	10	15
= ENDEBESTAND (Anzahl)		0	0	2	2
UMSCHLAGSHÄUFIGKEIT (Prozent)		64	68	61	64
ERFOLGSQUOTE (akt. Periode)		64	68	61	64
(kumuliert)		64	68	61	64
ERFOLGR. VERMITTELTE OBJEKTE (akt. Periode)		4	6	18	9
(kumuliert)		4	6	18	9
WERBEEERFOLGSANALYSE					
• Anzahl Expressanforderungen (Anzahl)		483	1124	1466	3074

Abb.: Berichtsanzeige im Teilnehmersystem



Abb.: Hilfefunktion im Teilnehmersystem



Abb.: Ausschnitt aus den Entscheidungsdaten im Teilnehmersystem

4 Seminarleitersystem

Das Seminarleitersystem ist das eigentliche Planspiel. Mit dieser Software alleine können Sie das gesamte Planspiel durchführen, d.h. Entscheidungen der Teilnehmergruppen eingeben, die Perioden rechnen und Berichte ausgeben. Die eigentliche Simulation (Periode rechnen) findet nur mit dem Seminarleitersystem statt.



Abb.: Grundmenü

Das Grundmenü bietet Ihnen alle Funktionen, die Sie als Seminarleiter während eines Planspiels nutzen können.

4.1 Auswertungen

Die Seminarleitung kann alle Teilnehmerberichte aufrufen erhält aber zusätzlich noch spezielle Seminarleiter-Berichte. In den Seminarleitungsberichten finden Sie in kompakter Form die wichtigsten Ergebnisse aus den Berichten der Teilnehmer sowie weitere Informationen, die bei der Interpretation von Marktergebnissen hilfreich sind. Daneben steht eine umfangreiche grafische Auswertung mit über 25 darstellbaren Einzelgrößen bereit, die sich besonders zur Besprechung der Periodenergebnisse im Plenum sehr gut heranziehen lässt.

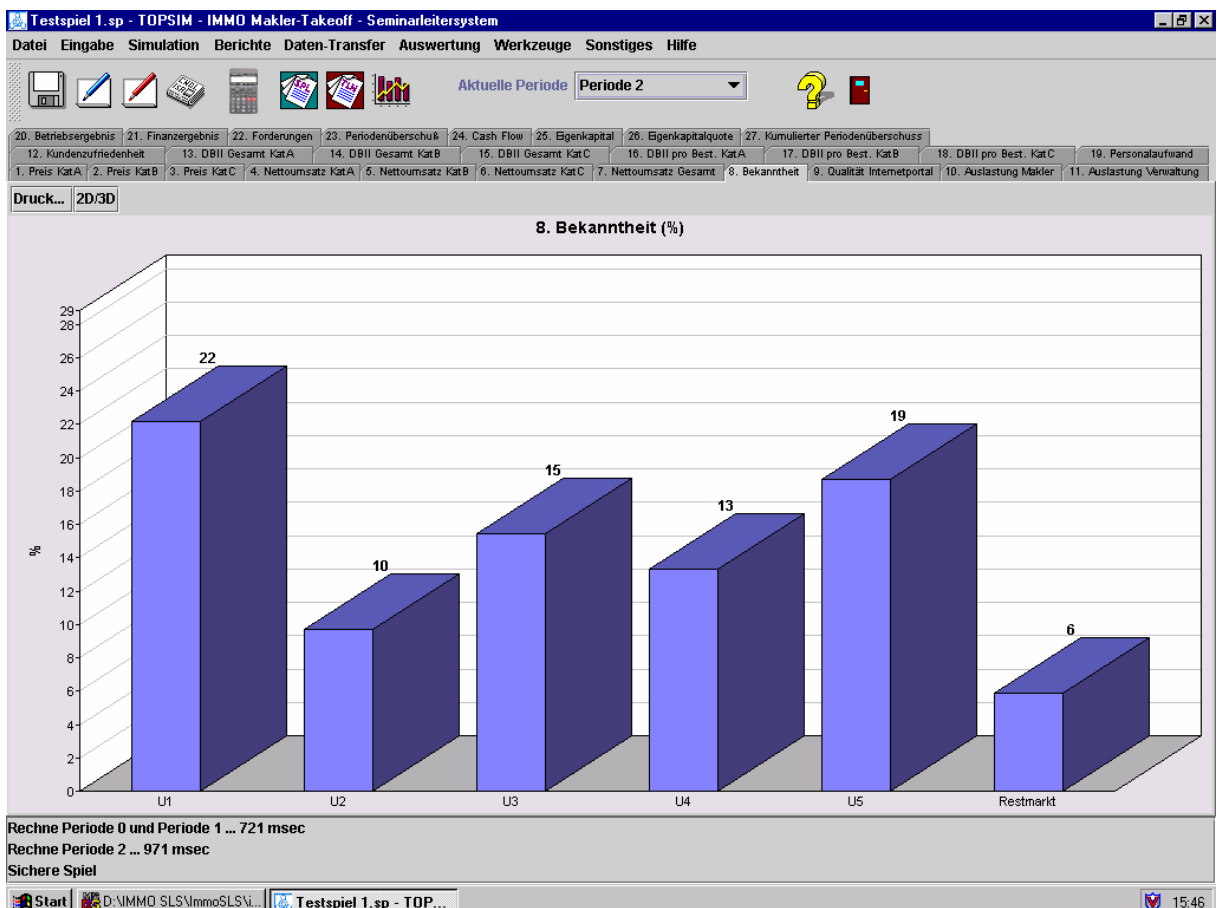


Abb.: Beispiel einer grafischen Auswertung

4.2 Variationsmöglichkeiten

In TOPSIM – IMMO Makler-Takeoff wird ein Standard-Spielverlauf mitgeliefert

Darüber hinaus können beliebig viele eigene (leicht oder stark veränderte) Szenarien auf Festplatte oder Diskette gespeichert werden, um später eigene Szenarien oder alte Spiel-Daten laden zu können.

Eine Besonderheit von TOPSIM – Immo ist die umfangreiche Möglichkeit zur Variation bezüglich Komplexität und Einstiegszeitpunkt der Simulation. Das Planspiel kann sowohl zur Simulation eines bereits am Markt agierenden Maklerbetriebes eingesetzt werden oder die Inangsetzung eines Geschäftsbetriebes einschließen. Des weiteren kann das Komplexitätsniveau zwischen 20 und 47 Entscheidungsgrößen bestimmt werden.

4.3 Hardware / Software Aspekte

Es wird ein **PC mit Windows** NT 4.0, 98, 2000 bzw. XP sowie ein CD-ROM- und ein Diskettenlaufwerk benötigt. Das Disketten-Laufwerk ist nur nötig, soweit der Datentransfer nicht über ein Netzwerk sondern über Disketten erfolgt.

Benötigter Festplattenspeicher: Sie benötigen auf der Festplatte rund 30 MB Speicherplatz.

Benötigter Arbeitsspeicher (Hauptspeicher): Für die Installation benötigen Sie mindestens 128 MB Hauptspeicher (RAM).

5 Seminarkonzepte

5.1 Technischer Ablauf im Seminar

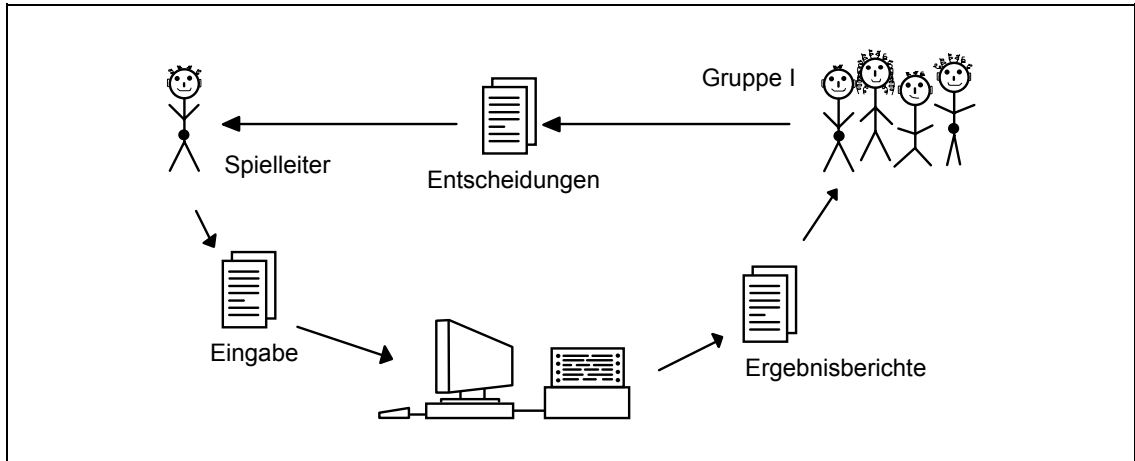


Abb.: Seminarablauf ohne Teilnehmersysteme

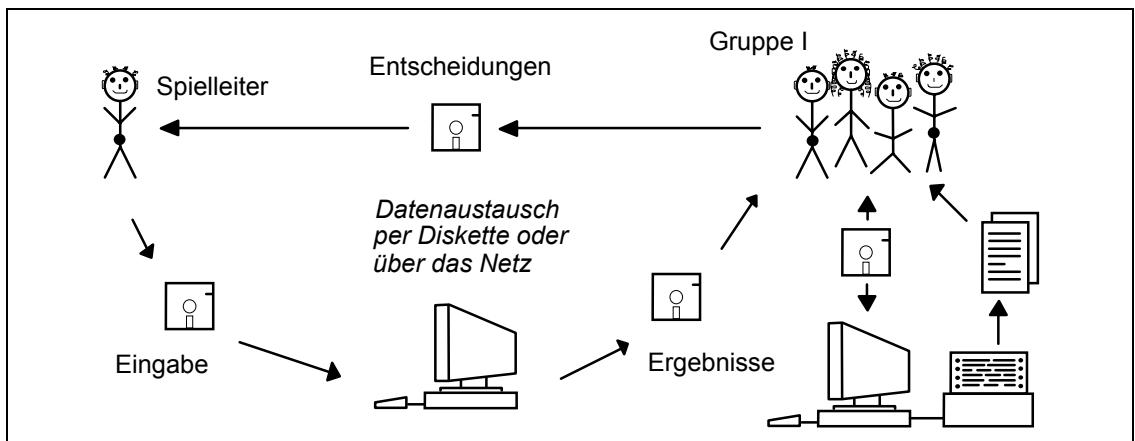


Abb.: Seminarablauf mit Teilnehmer-PCs

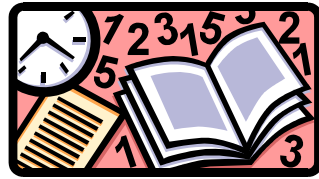
5.2 Beispiel für ein 4-Tage-Seminar

	Tag 1	Tag 2	Tag 3	Tag 4
08:30	Einführung in das Seminar. Schwerpunkt: Informationsbeschaffung in einer Aufbruchsphase	Lehrgespräch zum Thema Rechtsform, (Finanzierung, Haftung, Rechte + Pflichten, etc.)	Lehrgespräch zum Thema Extern. Rechnungsw., GuV, Bilanz, Finanz- und Liquiditätsplanung. (Plenum)	Lehrgespräch zum Thema intern. Rechnungswesen, Erfolgsmessung und Controlling, Erfolgsplanung.
	Kaffeepause			
10:30	Organisation der Gruppenarbeit Phase 1: Informationsbeschaffung und Prüfung der Geschäftsidee	Ingangsetzung des Unternehmens, ggf. Anpassung der Business-Pläne, Beantragung von Krediten und Förderdarlehen.	Entscheidungen der Periode 4	Entscheidungen der Periode 7
	Mittagessen			
14:00	Phase 2: Business-Plan	Entscheidungen der Periode 1	Kreativphase: Vorbereitung einer Presseerklärung und/oder eines Werbekonzeptes.	Entscheidungen der Periode 8, Vorbereitung einer kurzen Abschlusspräsentation
	Kaffeepause			
16:00	Phase 2 : Fortsetzung des Business-Plan	Entscheidungen der Periode 2	Entscheidungen der Periode 5	Abschlussbesprechung
	Abendessen			
20:00	Präsentation der Business-Pläne,	Entscheidungen der Periode 3	Entscheidungen der Periode 6	
21:30				

6 Zusammenarbeit mit TATA Interactive Systems

Was passiert konkret, wenn Sie TOPSIM – IMMO Makler-Takeoff einsetzen möchten?

Lieferung von TOPSIM – IMMO Makler-Takeoff:



Trainerhandbuch und CD-ROM.

- Einweisung:** Pilotseminar oder Teilnahme am 2-Tage-Training bei TATA Interactive Systems. Termine etwa zweimal jährlich. Ziel: Kennen lernen der Inhalte der jeweiligen Simulation. Wichtig auch: einander kennen lernen.
- Erfahrungsaustausch:** Anwendertreffen und Ad-hoc-Mitteilungen von TATA Interactive Systems.
- Update-Service:** Anwender erhalten in regelmäßigen Abständen kostenlose Updates mit kleineren Programmverbesserungen evtl. Fehlerkorrekturen und Lehrgesprächen. Die Planspiele und die Materialien dazu werden kontinuierlich weiterentwickelt.
- Upgrade-Angebote:** Anwender können Upgrades (weitere Module, Sprachversionen, zusätzliche Szenarien, etc.) erwerben.
- Hotline-Service:** TATA Interactive Systems bietet an Werktagen einen kostenlosen Hotline-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
fon +49 (0)7071 – 79 42 0
fax +49 (0)7071 – 79 42 29
info@topsim.com
www.topsim.com