



TOPSIM – Insurance

Produktbeschreibung

Version 4.1



Inhalt

1	Überblick	2
2	Inhalte des Planspiels	4
2.1	Generelle Informationen über Markt, Produkte und Zielgruppen in TOPSIM – Insurance	7
2.1.1	Charakteristika des Versicherungsmarktes	7
2.1.2	Der Versicherungsmarkt im Planspiel	8
2.1.3	Kunden- und Zielgruppenstruktur	8
2.1.4	Einflussgrößen auf Vertragsbestandsdaten	9
2.1.5	Einflüsse auf Schadenquote und Stornoquote	10
2.2	Erläuterungen zu den einzelnen Entscheidungsgrößen	11
2.2.1	Entscheidungen zu Versicherungsprodukten	12
2.2.2	Produktunabhängige Entscheidungen	13
2.3	Das Berichtswesen	14
2.3.1	Teilnehmerbericht A: Marktdaten Sparten und Zielgruppen	15
2.3.2	Teilnehmerbericht D: Aufwendungen und Ergebnisse: Sparten kumulativ	16
2.3.3	Teilnehmerbericht E: Aufwendungen und Ergebnisse: Zielgruppen gesamt	16
2.3.4	Teilnehmerbericht J: Geschäftsberichte der Branche	17
3	Teilnehmersystem	18
4	Seminarleitersystem	19
4.1	Auswertungen	19
4.2	Variationsmöglichkeiten	20
5	Technischer Ablauf im Seminar	21
5.1	Seminarablauf ohne Teilnehmersystem	21
5.2	Seminarablauf mit Teilnehmer-PCs	21
5.3	Hardware / Software Aspekte	21
6	Seminarkonzeption	22
7	Zusammenarbeit mit TATA Interactive Systems	23

Das Planspiel TOPSIM – Insurance

1 Überblick



TOPSIM – Insurance ist ein **Versicherungsplanspiel** mit den Schwerpunkten: Marketing, Vertrieb und Controlling in einem **typischen Versicherungsunternehmen** (Erstversicherer). Es werden bis zu vier Versicherungsprodukte für bis zu vier Zielgruppen angeboten. Die Komplexität ist einstellbar. Die Voreinstellungen bezüglich Sparten und Zielgruppen können nach den jeweiligen eigenen Anforderungen geändert werden.

Im Planspiel **TOPSIM – Insurance** übernehmen die Teilnehmer die Rolle von Vorständen einer Versicherung. Ziel ist es, die Versicherungsunternehmen nachhaltig zu entwickeln. Dazu können bis zu acht Geschäftsjahre simuliert werden.

Inhalte

- Prämienstrategien für Produkte und Zielgruppen
- Gezielter Einsatz von Kommunikationsinstrumenten
- Schadenverhütungs- und Schadenregulierungsmaßnahmen
- Risikoselektion
- Außendienststeuerung (eigener und/oder fremder Außendienst)
- Provisions- und Entlohnungsstrategie
- Einstellung, Entlassung und Training im Außen- und im Innendienst
- Rückversicherungspolitik
- Kapitalanlage
- Deckungsbeitragsrechnung
- Gewinn- und Verlustrechnung
- Solvabilitätskennzahl
- Rating und Refinanzierungskosten
- Finanzrechnung
- Bilanz mit Schwankungsrückstellungen und Rückstellungen für noch nicht abgewickelte Versicherungsfälle
- Geschäftsberichte der Branchen
- Kunden- und Konkurrenzanalyse

Zielgruppen	<p>Je nach eingestelltem Komplexitätsgrad:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Führungs- und Führungsnachwuchskräfte einer Versicherung • Außen- und Innendienstmitarbeiter • Auszubildende Versicherungskaufleute • Trainees • Studenten der Versicherungswissenschaft
Lernziele	<ul style="list-style-type: none"> • Marktsituationen und Marktergebnisse richtig interpretieren und in zielorientierte Entscheidungen umsetzen. • Einführung in den Versicherungsgedanken und Vermittlung von versicherungsbezogenem Wissen. • Ganzheitliches, spartenübergreifendes Denken unter Berücksichtigung von Marktorientierung und Controllingaspekten. • Fähigkeit, eine Unternehmenspolitik (Ziel- und Maßnahmenkatalog) zu entwickeln, umzusetzen und anzupassen. • Transparenz für die Folgen getroffener Entscheidungen gewinnen. • Prozesse der Entscheidungsfindung im Team effizient und konstruktiv gestalten.
Seminar- gestaltung	<p>Das Planspiel ist für 8 Perioden ausgelegt. Ein Seminar dauert in der Regel zwei bis vier Tage. Es können 12 bis 25 Personen teilnehmen, die in 4 bis 5 Teams eingeteilt werden. Ein Team besteht in der Regel aus 3 - 5 Teilnehmern und übernimmt die Leitung eines Unternehmens.</p> <p>Die Ausgangssituationen der einzelnen Unternehmen sind gleich. Die einzelnen Gruppen stehen in Konkurrenz zueinander.</p> <p>Das Planspiel ist netzwerkfähig und eignet sich auch gut zum Einsatz als firmeninternes Fernplanspiel.</p>
Hardware / Soft- ware Aspekte	<p>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.</p> <p>Benötigter Festplattenspeicher: Sie benötigen auf der Festplatte rund 10 MB Speicherplatz.</p> <p>Benötigter Arbeitsspeicher (Hauptspeicher): Für die Installation benötigen Sie mindestens 30 MB Hauptspeicher (RAM).</p>
Anmerkung	<p>Das Planspiel ist in deutscher Sprache erhältlich.</p>

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

Das Versicherungsplanspiel **TOPSIM – Insurance** ist eine strategische Entscheidungssimulation, welche die wesentlichen Funktionen und Probleme eines Erstversicherers umfasst in Bezug auf:

- Marketing, Vertrieb
- Rückversicherung
- Anlagegeschäft und
- Controlling.

Sämtliche Daten der gegebenen Marktsituation und die unternehmensinternen Interdependenzen sind zwar fiktiv, aber so wirklichkeitsgetreu wie möglich festgelegt worden.

Durch die vereinfachte aber dennoch realitätsnahe Darstellung des Versicherungsgeschäftes werden die Teilnehmer in die Lage versetzt, aktiv an Entscheidungsprozessen teilzuhaben und deren Wirkungsweisen zu erkennen. Dabei wird gleichzeitig ein sinnvolles Maß an versicherungsspezifischen Grundkenntnissen vermittelt.

Die periodische unterschiedlichen Schadenquoten werden vom Seminarleiter festgelegt, sind aber auch durch Entscheidungen der Teilnehmer beeinflussbar. Dieses Versicherungsplanspiel zeigt gesamtunternehmerische Zusammenhänge über die Grenzen der einzelnen Arbeitsbereiche hinaus. Dies wird durch die geraffte Zeitabfolge der Spielperioden noch gefördert.

2 Inhalte des Planspiels

Bei **TOPSIM - Insurance** haben Sie folgende Entscheidungsbereiche:

- Prämienstrategien für Produkte und Zielgruppen
- Gezielter Einsatz von Kommunikationsinstrumenten
- Schadenverhütungs- und Schadenregulierungsmaßnahmen
- Risikoselektion
- Außendienststeuerung (eigener und freier Außendienst)
- Einstellung, Entlassung und Training des Vertriebspersonals
- Provisions- und Entlohnungsstrategie
- Rückversicherungspolitik
- Kunden- und Konkurrenzanalyse
- Kapitalanlage

Die Entscheidungsbereiche sind untereinander vernetzt, wie die beiden Abbildungen auf den nächsten Seite zeigen.

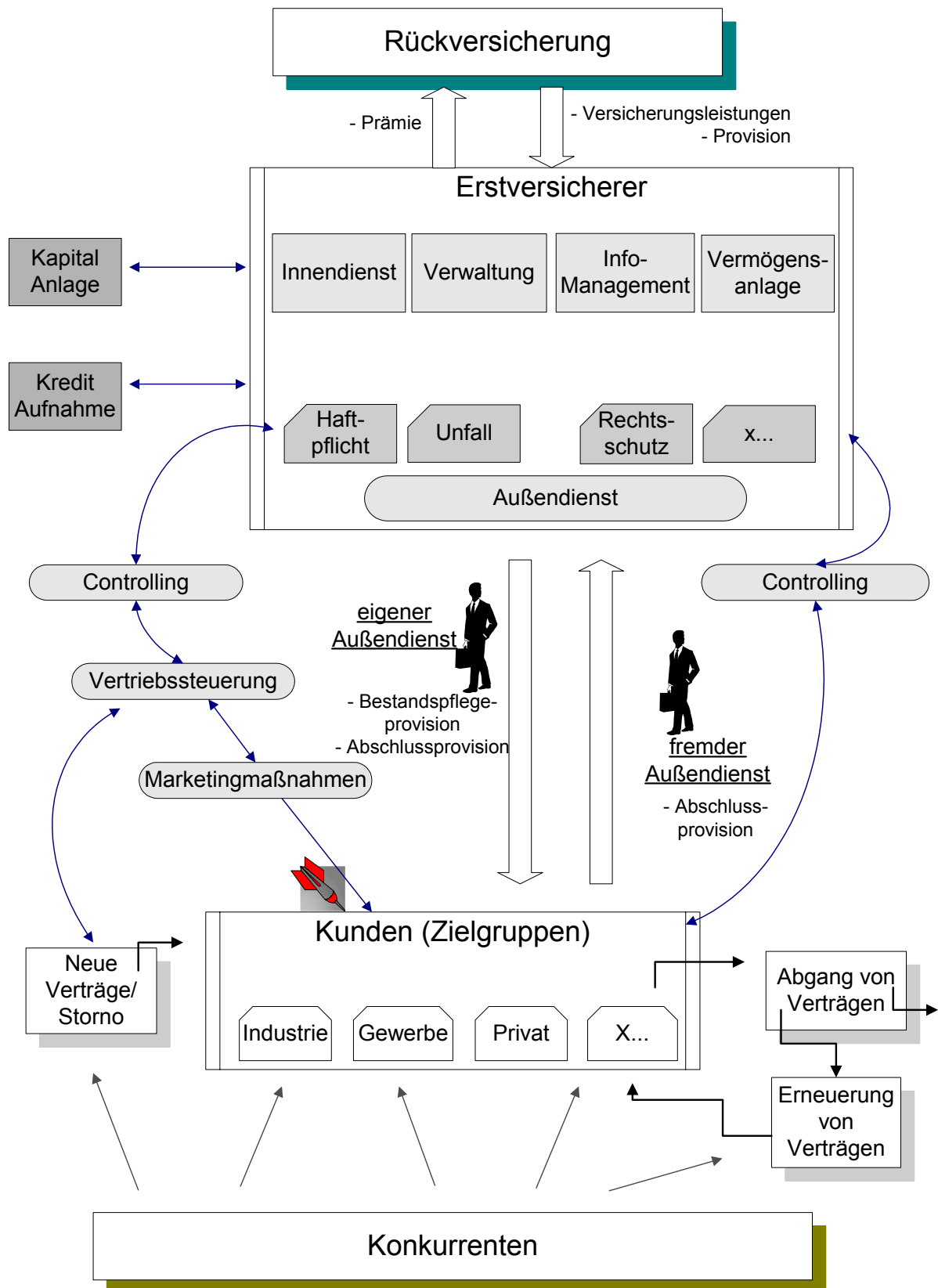


Abb.: Zusammenhang zwischen den Entscheidungsbereichen

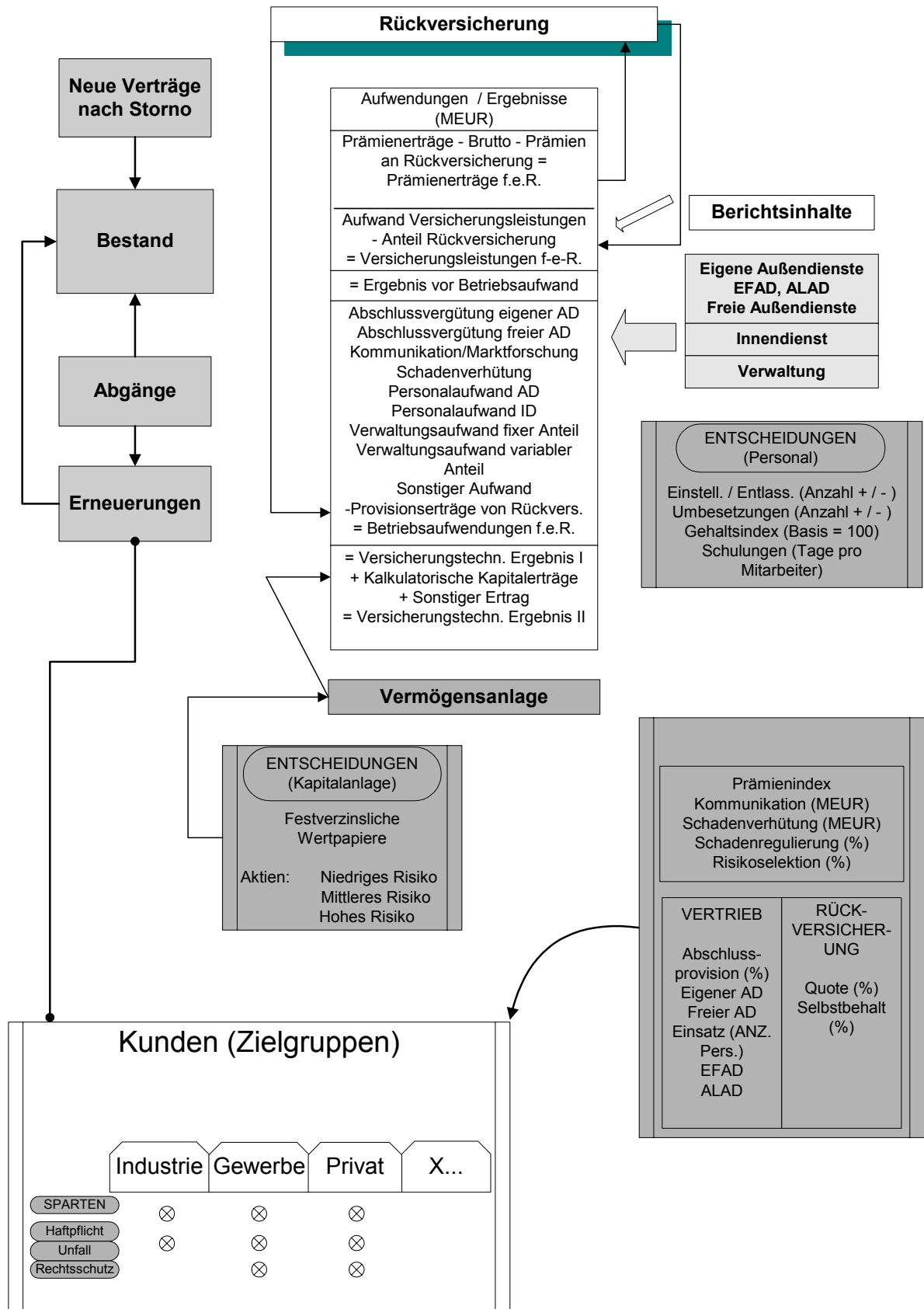


Abb.: Entscheidungen in den einzelnen Bereichen

2.1 Generelle Informationen über Markt, Produkte und Zielgruppen in TOPSIM – Insurance

2.1.1 Charakteristika des Versicherungsmarktes

Am vorliegenden, simulierten Versicherungsmarkt werden ausschließlich Individualversicherungen angeboten. Die Versicherungsverträge richten sich daher individuell nach dem einzelnen Konsumenten, unter Berücksichtigung seiner Bedürfnisse hinsichtlich Versicherungsform und Versicherungssumme.

Grundsätzlich liegt das **Gefahrtragungsprinzip** vor. Der Versicherungsnehmer bezahlt eine Prämie und der Versicherer übernimmt die vertraglich abgegrenzte Gefahr eines zufälligen Schadeneintritts.

Erst durch eine große Anzahl von Risiken gelingt es dem Versicherer, einen **Risikoausgleich** im Kollektiv herzustellen. Diese Tatsache beruht auf dem **Gesetz der großen Zahlen**. Grundlage hierfür ist die Anwendung des **Äquivalenzprinzips**. Der Versicherer versucht einen Ausgleich zwischen den entstehenden Schadenaufwendungen und den Prämieinnahmen herzustellen. Um dieses Ziel zu erreichen, wendet der Versicherer einige Hilfsmittel an.

Zunächst sei die **Selektivität** genannt. Bereits während der Vertragsverhandlungen mit dem künftigen Versicherungsnehmer und der Prüfung des Versicherungsantrags nimmt der Versicherer eine formale Risikoanalyse vor. Grundlage hierfür sind vornehmlich die im Antrag aufgeführten objektiven Risikomerkmale. Subjektive Risikomerkmale sind ausschließlich in der Person des Versicherungsnehmers begründet und fast nur durch Befragung durch den Außendienstmitarbeiter festzustellen. Sie werden aufgrund des hohen Aufwandes selten berücksichtigt. In **TOPSIM - Insurance** entscheiden Sie also, ob jeder Antrag angenommen und hierdurch ein stärkeres Bestandwachstum erzielt werden soll, oder ob durch die Abweisung formal schlechter Risiken ein geringeres Wachstum in Kauf genommen wird.

Weiterhin ist auch die **Schadenregulierung** eine Möglichkeit zur Erleichterung des Risikoausgleiches. Wer im Planspiel Entscheidungen in diesem Bereich trifft, muss damit rechnen, dass großzügigere Schadenabwicklung, als nach den Allgemeinen Versicherungsbedingungen (AVB) üblich, auch bei schlechteren Risiken durchgeführt werden muss. Auf der anderen Seite muss dies mit der größeren Zufriedenheit der Kunden abgewogen werden.

Das Produkt "Versicherungsschutz" war bisher in der Praxis ein homogenes Gut. Gewährleistet wird dies durch die Genehmigungspflicht der Geschäftspläne beim Bundesaufsichtsamt für das Versicherungswesen (BAV). Im Zuge der Bildung eines europäischen Binnenmarktes wird die bisher strenge Aufsicht durch das BAV z.T. stark abgeschwächt.

Das industrielle Geschäft wird künftig eine weitgehende Abschwächung der Aufsicht erfahren, so dass die Versicherungen für die Unternehmen als Versicherungsnehmer individuelle Bedingungen und Verträge aufstellen können.

Aber auch das Massengeschäft wird eine Abschwächung der Aufsicht erfahren. Man beabsichtigt hier die Angebote neuer und günstigerer Produkte. Diese Entwicklung kann jedoch nur dann zum Vorteil der Kunden sein, wenn das Produkt (als Ganzes) annähernd gleich bleibt.

Jeder Kunde hat die Möglichkeit, bei einer Verschlechterung des Services, bei günstigeren Konkurrenzangeboten usw. den Versicherer zu wechseln. Grundsätzlich muss jedoch beachtet werden, dass es sich um Verträge mit einer mehrjährigen Laufzeit handelt. D.h., nicht jeder Kunde hat die Möglichkeit, aus dem Versicherungsbestand einer Gesellschaft ohne Eintritt eines Schadensfalles auszuscheiden.

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 Ingangsetzungsphase relevant sind.

2.1.2 Der Versicherungsmarkt im Planspiel

TOPSIM - Insurance ist ein **Wettbewerbsplanspiel**. Dies zeigt sich auch in der Behandlung des **Prämienindex**. Der Index von 100 stellt zunächst die marktübliche Prämienhöhe dar.

Bei einer Reduzierung des Prämienindex werden die Produkte zu einem unterdurchschnittlichen Preis angeboten. Die Folge ist wahrscheinlich eine Zunahme von neuen Versicherungsanträgen. Umgekehrtes gilt bei einer Erhöhung des Index. Die Aufsichtsbehörden gestatten derzeit keine Erhöhung der Prämie über einen Index von 125.

Versicherungsunternehmen betreiben **Versicherungs-** und **Kapitalanlagegeschäfte**. Das Versicherungsgeschäft lässt sich in das Risiko-, das Spar-/Entspar- und das Dienstleistungsgeschäft unterteilen. In **TOPSIM - Insurance** finden sowohl das Versicherungs- als auch das Kapitalanlagegeschäft Berücksichtigung.

Aus dem Versicherungsgeschäft sind in **TOPSIM - Insurance** das **Risiko-** und das **Dienstleistungsgeschäft** enthalten. Das Spar-/Entspargeschäft wird nicht einbezogen, da dieses vor allem in der Kapitallebens- und Krankenversicherung von Bedeutung ist. Das Risikogeschäft betrifft die Übernahme der Risiken der Versicherungsnehmer und die Regulierung von Schäden. Die Ergebnisse im Risikogeschäft können Sie durch die Bestimmung des Prämienindex, die Schadenverhütungsaufwendungen, die Schadenregulierung, die Risikoselektion und die Rückversicherung beeinflussen. Das Dienstleistungsgeschäft können Sie durch den Kommunikationsaufwand (Werbung), die Anzahl, die Vergütungen und die Qualifikation der Mitarbeiter im Innen- und Außendienst steuern.

Das Kapitalanlagegeschäft beinhaltet die **Anlage von Geldmitteln**, die vorübergehend nicht für Versicherungsgeschäfte benötigt werden, am Kapitalmarkt. Das Ergebnis im Kapitalanlagegeschäft können Sie durch die Auswahl unterschiedlicher Anlageformen gestalten.

2.1.3 Kunden- und Zielgruppenstruktur

Industrieunternehmen (Unternehmen ab 25 Mio. EUR Umsatz): Dieser Bereich erfährt eine engere und individuellere Betreuung als der gewerbliche Bereich. Die Beitragsvolumina je Kunde sind naturgemäß erheblich höher als bei allen anderen Kundengruppen.

Ziel ist es, mit Hilfe eines umfassenden Dienstleistungspakets diese Kunden bestmöglich zu bedienen und an das Haus des Versicherers zu binden. Grundsätzlich gilt, dass die Betreuungsintensität in diesem Bereich sehr hoch ist. Diesem Kundenbereich werden in **TOPSIM - Insurance** anfänglich Haftpflicht- und Unfallversicherungen angeboten.

Gewerbebetriebe sind sog. mittlere Industrieunternehmen. Gem. §15 (2) EStG ist ein Gewerbebetrieb eine selbständige, nachhaltige Betätigung, die mit der Absicht, Gewinn zu erzielen, übernommen wird und sich als Beteiligung am allgemeinen wirtschaftlichen Verkehr darstellt. Dem gewerblichen Bereich werden im **TOPSIM - Insurance** neben Haftpflicht- und Unfallversicherung auch Rechtsschutzversicherungen angeboten.

Die dritte Zielgruppe sind die **Privatpersonen**. Hierunter ist speziell das Massengeschäft und das sog. Kleingeschäft zu verstehen. Eine Betreuung außerhalb der Vertragsabschlussberatungen kann nur in beschränktem Umfang durchgeführt werden. Durch die Vielzahl der Kunden und die relativ geringen Beitragseinnahmen pro Vertrag, liegt der Satz an Verwaltungskosten am höchsten bei dieser Gruppe. Auch hier werden hier drei Versicherungssparten angeboten.

Je nach gewünschter Komplexität kann in späteren Perioden mit den **Freien Berufen** eine weitere Kundengruppe hinzutreten, der alle Versicherungssparten angeboten werden können. Angehörige Freier Berufe erbringen auf Grund besonderer beruflicher Qualifikation Leistungen im Interesse ihrer Auftraggeber und der Allgemeinheit. Ihre Berufsausübung unterliegt in der Regel spezifischen berufsrechtlichen Bindungen. Als Zielgruppe sind sie in ihrer Bedeutung ähnlich einzuschätzen wie die Gewerbebetriebe.

Zusätzlich zu den anfänglich angebotenen Versicherungssparten kann in späteren Perioden die Sparte Feuerversicherung für alle Kundengruppen freigeschaltet werden.

2.1.4 Einflussgrößen auf Vertragsbestandsdaten

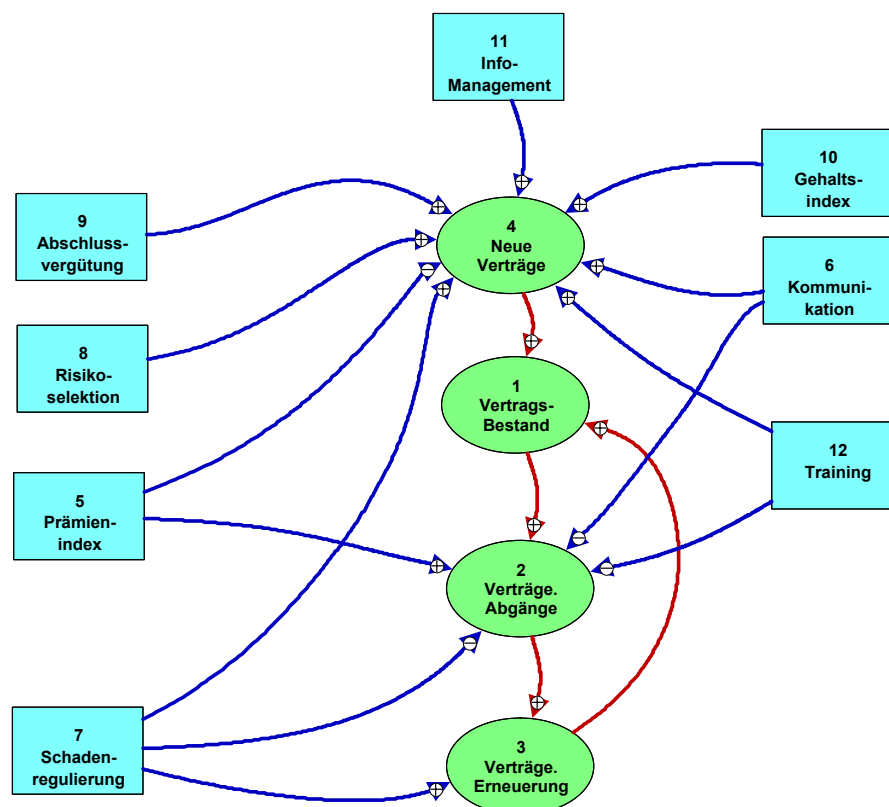


Abb.: Einflussgrößen auf Vertragsbestandsdaten

2.1.5 Einflüsse auf Schadenquote und Stornoquote

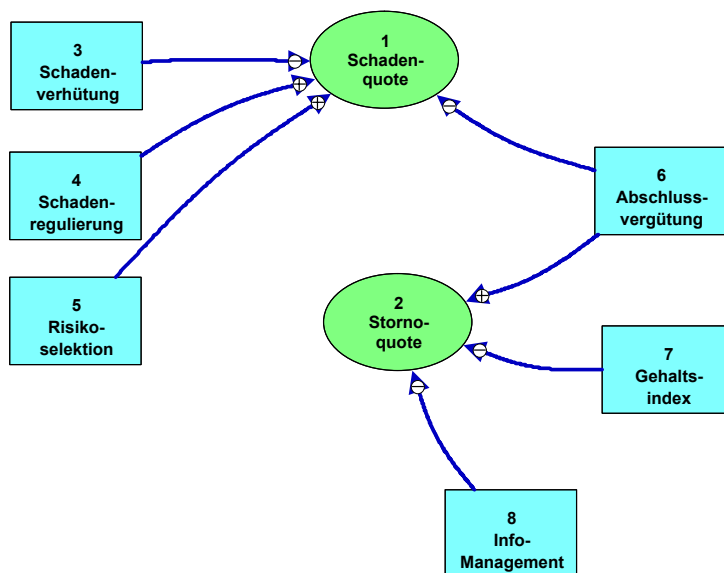


Abb.: Darstellungen der Zusammenhänge erstellt mit GAMMA, einem Werkzeug für vernetztes Denken

2.2 Erläuterungen zu den einzelnen Entscheidungsgrößen

Es gibt ein Entscheidungsformular **je Versicherungssparte**. Im Planspiel können je nach Einstellung des Seminarleiters maximal 4 Sparten behandelt werden.

Hinzu kommt ein Entscheidungsformular für Sparten- und Zielgruppen-unabhängige Entscheidungen.

Die Erläuterungen zu den einzelnen Entscheidungen finden sich auf den nachfolgenden Seiten der Produktbeschreibung.

Entscheidungsformular I :			Haftpflicht		
Entscheidungen			Zielgruppen		
			Industrie	Gewerbe	Privat
Prämienindex			<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>
Kommunikation (MEUR)			<i>1,5</i>	<i>1,5</i>	<i>1,3</i>
Schadenverhütung (MEUR)			<i>2,2</i>	<i>1,5</i>	<i>0,2</i>
Schadenregulierung (%)			<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>
Risikoselektion (%)			<i>100,0</i>	<i>100,0</i>	<i>100,0</i>
Vertrieb	Abschluss-	Eig. AD	<i>20,0</i>	<i>21,0</i>	<i>20,0</i>
	Vergütung	Agent	<i>0,0</i>	<i>0,0</i>	<i>0,0</i>
	(%)	Makler	<i>0,0</i>	<i>0,0</i>	<i>0,0</i>
	Einsatz	EFAD	<i>37</i>	<i>35</i>	<i>1</i>
	(Anz.Pers.)	ALAD	<i>3</i>	<i>24</i>	<i>110</i>
Rückvers.	Quote (%)		<i>45,0</i>	<i>45,0</i>	<i>45,0</i>
	Selbstbehalt (%)		<i>0,0</i>	<i>0,0</i>	<i>0,0</i>
Planwerte	Prämienvol. (MEUR)		<i>160,0</i>	<i>110,0</i>	<i>85,0</i>
	Marktanteil (%)		<i>20,0</i>	<i>20,0</i>	<i>20,0</i>

Abb.: Beispiel für ein Entscheidungsformular

2.2.1 Entscheidungen zu Versicherungsprodukten

Prämienindex:	In der Ausgangssituation beträgt der Index 100.0 Punkte. Eine Erhöhung des Index bedeutet eine Erhöhung der verlangten Prämie und führt zu einem Rückgang des Volumens an Versicherungsverträgen und umgekehrt.
Kommunikation (MEUR):	Festlegung des Kommunikationsaufwandes für z.B. Werbung, PR, Tagungen/Seminare, Messen und Ausstellungen, Verkaufsförderung
Schadenverhütung (MEUR)	Ausgaben für Service und Beratung, um Schadenfälle bei den Kunden zu minimieren. Führt zur Verringerung der Schadenquote.
Schadenregulierung (%)	Restriktive bis großzügige Schadenregulierung. Angabe, wie viel % der gemeldeten Schäden reguliert werden. 100 % stellen den Maximalwert dar. Eine Eingabe von 90% bedeutet z.B., dass nur 90 % der angemeldeten Schäden akzeptiert werden. Restriktive Schadenregulierung verstärkt Abgänge und schwächt Neuzugänge ab.
Risikoselektion (%)	Gezielter Verzicht auf mögliches Neugeschäft durch eine restriktive Risikopolitik: Angabe, wie viel % der Versicherungsanträge akzeptiert werden. Eine Entscheidung von 90 % bedeutet, dass nur 10 % der Anträge abgelehnt werden.
Vertrieb	Eig. AD = Eigener Außendienst
Abschlussprovision (%) Eigene AD Agenten Makler	Diese wird dem Außendienstmitarbeiter als Aufwandsentschädigung und Einkommen für den Abschluss eines bestimmten Vertrages gezahlt. Bei eigenen Außendienstmitarbeitern wird eine Abschlussprovision zusätzlich zur Bestandspflegeprovision (Fixum) gezahlt, liegt also i.a. niedriger als beim freien Außendienst. Eingabe als Prozentsatz des Prämienaufkommens der neu abgeschlossenen Verträge.
Anzahl Personen EFAD / ALAD	Festlegung, mit welcher Kapazität an Mitarbeitern aus welchem Außendienst jeweils eine Zielgruppe zwecks Akquisition von neuen Verträgen/Erneuerungen angesprochen werden soll. (Die Angabe, ausgedrückt in Anzahl Personen, entspricht einer Angabe in Mannjahren).
Rückversicherung	Anteil der Weitergabe des direkten Geschäftes an einen Rückversicherer.
Quote (%)	Angabe, wie viel % der Schäden rückversichert sein sollen.
Selbstbehalt (%)	Angabe der Schadenquote, die zu eigenen Lasten gehen soll.
Planwerte	Erwartungen der Teilnehmer in bezug auf Prämienvolumen und Marktanteile für das Gesamtgeschäft in der betreffenden Periode.

2.2.2 Produktunabhängige Entscheidungen

Einstellungen	Anzahl einzustellender Mitarbeiter.
Entlassungen	Anzahl zu entlassender Mitarbeiter. Hinweis: Der Personalbestand ergibt sich aus Altbestand, Einstellungen, Entlassungen und Fluktuation.
Umbesetzungen	Angabe in welchen Bereichen mehr (+) bzw. weniger (-) Mitarbeiter eingesetzt werden sollen. Die Umbesetzungen (+ / -) müssen einander ausgleichen.
Gehaltsindex (Basis 100.0)	Bei Außendienstmitarbeitern: Entscheidung, wie viel Prozent des Basis-Gehaltes als Bestandspflegeprovision (Fixum) zusätzlich zu den Abschlussprovisionen gezahlt werden. Bei Innendienstmitarbeitern stellt der 100 %-Index den Normalwert dar. Gehaltsindizes < 100 % erhöhen die Fluktuation. Gehaltserhöhungen sind als Indexwerte angegeben (Basis 100 %).
Schulung (Tage pro Mitarbeiter)	Anzahl der Schulungstage pro Mitarbeiter (erhöhen Effizienz sowie Image beim Kunden).
Anschubfinanzierung neue Agenten (EUR/Agent)	Im ersten Jahr erhalten Ihre neu gewonnenen Agenten zusätzlich zur Abschlussprovision eine Anschubfinanzierung. Diese ist entscheidend im Wettbewerb um neue Agenten.
Marktforschungsbericht (Ja/Nein)	Entscheidung, ob ein Marktforschungsbericht bezogen werden soll. Marktforschungsberichte sind kostenpflichtig. Die Kosten sind jeweils Kosten je Versicherungssparte und je Zielgruppe. Sie werden vom Seminarleiter mitgeteilt. Sie betragen zuletzt EUR 50.000,- je Sparte und Zielgruppe.
Informations Management (% vom Prämienvol.)	Entscheidung, wie viel Prozent des Bruttoprämienertes für das Informationsmanagement ausgegeben werden. Der Prozentsatz für Informationsmanagement muss mindestens das 0,8-fache der Vorperiode betragen. Im abgelaufenen Jahr betragen die Ausgaben 1% des Bruttoprämienertes. Das Informationsmanagement ist ein wichtiges Instrument zur Beeinflussung der Kosten und der Produktivität sowie der qualifizierten und zügigen Beratung der Kunden im Neugeschäft.
Entscheidungen Kapitalanlage	Entscheidung über die Anlage am Kapitalmarkt in der betreffenden Periode. Es stehen zur Anlage zur Verfügung: Festverzinsliche Wertpapiere und Aktien unterteilt in: <ul style="list-style-type: none">- niedriges Risiko- mittleres Risiko- hohes Risiko. Sie legen fest, welche Beträge (MEUR) Sie in welcher Anlagegruppe anlegen wollen. Der Seminarleiter teilt pro Periode mit, innerhalb welcher Bandbreiten die Zinsen jeweils schwanken. Hinweis: Aktien können insgesamt nur einen maximalen Anteil von 50% an der Kapitalanlage haben.
Kreditaufnahme	Angabe über die Aufnahme eines kurzfristigen Kredites.

2.3 Das Berichtswesen

Für das jeweils abgelaufene Jahr (entspricht einer Periode in der Simulation) stehen die nachfolgend aufgeführten Berichte mit den Ergebnissen für das Unternehmen zur Verfügung.

Die Ergebnisse entstehen aufgrund

- der eigenen Entscheidungen,
- der Entscheidungen der Konkurrenten und
- der Daten der Seminarleitung, welche auch z.B. Daten über die Nachfrage, Wertewandel, Reaktionen der Zielgruppen, Arbeitsmarkt usw. enthalten.

Es stehen pro Periode zwölf Arten von Berichten zur Verfügung. Diese werden mit Buchstaben des Alphabets von A bis L gekennzeichnet. Es ist möglich, dass der Seminarleiter nicht alle Arten von Berichten gleich zu Beginn des Seminars zur Verfügung stellt.

TYP	Gegenstand	mit Detailberichten zu
A	Marktdaten	Sparten und Zielgruppen Sparte: Haftpflicht Sparte: Unfall Sparte: Rechtsschutz
B	Aufwendungen und Ergebnisse	Sparten und Zielgruppen Sparte: Haftpflicht Sparte: Unfall Sparte: Rechtsschutz
C	Aufwendungen und Ergebnisse	Sparten Gesamt / Kapitalanlagen
D	Aufwendungen und Ergebnisse	Sparten kumulativ
E	Aufwendungen und Ergebnisse	Zielgruppen gesamt
F	Personalbericht	
G	Gewinn- und Verlustrechnung	
H	Bilanz	
I	Finanzrechnung	
J	Geschäftsberichte der Branche	
K	Abweichungsanalyse: Prämienvolumen und Marktanteil	
L	Marktforschungsbericht (kostenpflichtig)	

In Abschnitt 6 dieser Produktbeschreibung (Seiten 19-29) werden die Berichte mit den Werten der Startsituation im Detail gezeigt.

2.3.1 Teilnehmerbericht A: Marktdaten Sparten und Zielgruppen

Sparte: Haftpflicht (A-1)

MARKTDATEN: SPARTEN UND ZIELGRUPPEN						A - 1
SPARTE: HAFTPFLICHT						
ENTSCHEIDUNGEN			ZIELGRUPPEN			SUMME/ DURCH- SCHNITT
			INDUSTRIE	GEWERBE	PRIVAT	
Prämienindex			100,0	100,0	100,0	100,0
Kommunikation (MEUR)			1,5	1,5	1,3	4,3
Schadenverhütung (MEUR)			2,2	1,5	0,2	3,9
Schadenregulierung (%)			100,0	100,0	100,0	100,0
Risikoselektion (%)			100,0	100,0	100,0	100,0
VER- TRIEB	Abschluss- vergütung (%)	Eigene AD	20,0	21,0	20,0	20,3
		Agenten	0,0	0,0	0,0	0,0
	Einsatz (Anz. Personen)	Makler	0,0	0,0	0,0	0,0
		EFAD	37	35	1	73
		ALAD	3	24	110	137
Rück- vers.	Quote (%)		45,0	45,0	45,0	
	Selbstbehalt (%)		0,0	0,0	0,0	
PLAN- WERTE	Prämienvol. (MEUR)		85,0	55,0	45,0	185,0
	Marktanteil (%)		20,0	20,0	20,0	20,0

BESTANDS- UND MARKTDATEN	INDUSTRIE	GEWERBE	PRIVAT		
BESTAND ANFANG PERIODE					
Verträge (Anzahl)	6200	19000	333000		358200
davon Agenten	0	0	0		0
davon Makler	0	0	0		0
Prämienvolumen (MEUR)	86,80	55,10	43,29		185,19
Prämie (EUR/Vertrag)	14000	2900	130		5677
ABGÄNGE					
Verträge (Anzahl)	806	2470	26640		29916
davon Agenten	0	0	0		0
davon Makler	0	0	0		0
Prämienvolumen (MEUR)	10,88	6,92	2,93		20,73
Prämie (EUR/Vertrag)	13500	2800	110		5470
ERNEUERUNGEN					
Verträge (Anzahl)	435	1334	18648		20417
davon Agenten	0	0	0		0
davon Makler	0	0	0		0
Prämienvolumen (MEUR)	6,31	4,07	2,42		12,80
Prämie (EUR/Vertrag)	14500	3050	130		5893
NEUZUGÄNGE (nach Storno)					
Verträge (Anzahl)	208	723	15579		0
davon Agenten	0	0	0		0
davon Makler	0	0	0		0
Prämienvolumen (MEUR)	3,02	2,21	2,03		7,25
Prämie (EUR/Vertrag)	14500	3050	130		5893
Marktanteil (%)	20,0	20,0	20,0		20,0
BESTAND ENDE PERIODE					
Verträge (Anzahl)	6037	18587	340587		365211
davon Agenten	0	0	0		0
davon Makler	0	0	0		0
Prämienvolumen (MEUR)	85,24	54,46	44,81		184,51
Prämie (EUR/Vertrag)	14120	2930	132		5727
Marktanteil (%)	20,0	20,0	20,0		20,0
Vers.summe (MEUR)	120740	139403	1362348		1622491
Schaden - Brutto (EUR/Vertrag)	11570	2432	110		4704
Schaden (MEUR)	69,8	45,2	37,4		152,5
Schadenquote (%)	81,9	83,0	83,5		82,6
STORNO (% von Neuzugängen)					
Eigene AD	9,7	9,7	9,7		
Agenten	0,0	0,0	0,0		
Makler	0,0	0,0	0,0		

2.3.2 Teilnehmerbericht D: Aufwendungen und Ergebnisse: Sparten kumulativ

TATA Interactive Systems GmbH 72070 Tübingen		Copyright (c) 2002 by TATA INTERACTIVE SYSTEMS			
UNTERNEHMENSPLANSPIEL		Gruppe: 1		Periode: 0	
T O P S I M - Insurance		SEMINAR 01		Datum: 4.11.2002	
AUFWENDUNGEN UND ERGEBNISSE: SPARTEN KUMULATIV					D
AUFWENDUNGEN / ERGEBNISSE (MEUR)	VERSICHERUNGSSPARTEN				SUMME
	HAFTPFLICHT	UNFALL	RECHTSSCHUTZ		
Prämien erträge - Brutto	184,51	120,53	92,62		397,66
- Prämien an Rückversicherung	83,03	54,24	41,68		178,95
= Prämien erträge f.e.R.	101,48	66,29	50,94		218,71
Aufwand Versicherungsleistungen	152,48	58,54	67,53		278,55
- Anteil von Rückversicherung	68,62	26,34	30,39		125,35
= Versicherungsleistungen f.e.R.	83,87	32,20	37,14		153,20
= Ergebnis vor Betriebsaufwand	17,62	34,09	13,80		65,51
Abschlussvergüt. eigener Außendienst	1,47	1,76	1,51		4,74
Vergütung Agenten	0,00	0,00	0,00		0,00
Vergütung Makler	0,00	0,00	0,00		0,00
Kommunikation/Marktforschung	4,40	4,35	3,35		12,10
Schadenverhütung	3,90	3,90	0,40		8,20
Personalaufwand Außendienst	14,50	9,26	7,32		31,08
Personalaufwand Innendienst	2,13	2,58	3,11		7,82
Verwaltungsaufwand fixer Anteil	6,05	7,21	3,23		16,48
Verwaltungsaufwand variabler Anteil	1,51	1,09	1,06		3,65
Sonstiger Aufwand	0,00	0,00	0,00		0,00
- Provisionserträge von Rückversich.	13,95	13,56	12,50		40,02
= Betriebsaufwendungen f.e.R.	20,00	16,58	7,47		44,05
= Versicherungstechn. Ergebnis	-2,38	17,51	6,33		21,46
+ Kapitalerträge	3,43	2,24	1,72		7,39
+ Sonstiger Ertrag	0,00	0,00	0,00		0,00
= Ergebnis	1,05	19,75	8,05		28,85

2.3.3 Teilnehmerbericht E: Aufwendungen und Ergebnisse: Zielgruppen gesamt

TATA Interactive Systems GmbH 72070 Tübingen		Copyright (c) 2002 by TATA INTERACTIVE SYSTEMS			
UNTERNEHMENSPLANSPIEL		Gruppe: 1		Periode: 0	
T O P S I M - Insurance		SEMINAR 01		Datum: 4.11.2002	
AUFWENDUNGEN UND ERGEBNISSE: ZIELGRUPPEN GESAMT					E
AUFWENDUNGEN / ERGEBNISSE (MEUR)	ZIELGRUPPEN				SUMME
	INDUSTRIE	GEWERBE	PRIVAT		
Prämien erträge - Brutto	132,06	105,06	160,54		397,66
- Prämien an Rückversicherung	59,43	47,28	72,24		178,95
= Prämien erträge f.e.R.	72,63	57,78	88,30		218,71
Aufwand Versicherungsleistungen	92,38	71,40	114,77		278,55
- Anteil von Rückversicherung	41,57	32,13	51,65		125,35
= Versicherungsleistungen f.e.R.	50,81	39,27	63,12		153,20
= Ergebnis vor Betriebsaufwand	21,82	18,51	25,17		65,51
Abschlussvergüt. eigener Außendienst	1,20	1,23	2,30		4,74
Vergütung Agenten	0,00	0,00	0,00		0,00
Vergütung Makler	0,00	0,00	0,00		0,00
Kommunikation/Marktforschung	3,10	4,40	4,60		12,10
Schadenverhütung	4,40	3,20	0,60		8,20
Personalaufwand Außendienst	4,83	7,61	18,64		31,08
Personalaufwand Innendienst	0,37	1,41	6,03		7,82
Verwaltungsaufwand fixer Anteil	3,32	4,55	8,61		16,48
Verwaltungsaufwand variabler Anteil	0,78	0,86	2,02		3,65
Sonstiger Aufwand	0,00	0,00	0,00		0,00
- Provisionserträge von Rückversich.	11,02	10,24	18,76		40,02
= Betriebsaufwendungen f.e.R.	6,98	13,03	24,03		44,05
= Versicherungstechn. Ergebnis	14,84	5,48	1,14		21,46
+ Kapitalerträge	2,45	1,95	2,98		7,39
+ Sonstiger Ertrag	0,00	0,00	0,00		0,00
= Ergebnis	17,29	7,43	4,12		28,85

2.3.4 Teilnehmerbericht J: Geschäftsberichte der Branche

TATA Interactive Systems GmbH 72070 Tübingen						Copyright (c) 2002 by TATA INTERACTIVE SYSTEMS					
UNTERNEHMENSPLANSPIEL						Gruppe: 1		Periode: 0			
T O P S I M - Insurance						SEMINAR 01		Datum: 4.11.2002			
MARKTFORSCHUNGSBERICHT											L
HAFTPFLICHT	U1	U2	U3	U4	U5	UNFALL	U1	U2	U3	U4	U5
Prämienindex						Prämienindex					
INDUSTRIE	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	INDUSTRIE	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
GEWERBE	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	GEWERBE	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
PRIVAT	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	PRIVAT	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Kommunik. (MEUR)						Kommunik. (MEUR)					
INDUSTRIE	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	INDUSTRIE	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5
GEWERBE	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5	GEWERBE	1,5	1,5	1,5	1,5	1,5
PRIVAT	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3	PRIVAT	1,2	1,2	1,2	1,2	1,2
Marktneu. Neuzug. %						Marktneu. Neuzug. %					
INDUSTRIE	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	INDUSTRIE	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0
GEWERBE	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	GEWERBE	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0
PRIVAT	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	PRIVAT	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0
RECHTSSCHUTZ	U1	U2	U3	U4	U5		U	U	U	U	U
Prämienindex						Prämienindex					
GEWERBE	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0						
PRIVAT	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0						
Kommunik. (MEUR)						Kommunik. (MEUR)					
GEWERBE	1,3	1,3	1,3	1,3	1,3						
PRIVAT	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0						
Marktneu. Neuzug. %						Marktneu. Neuzug. %					
GEWERBE	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0						
PRIVAT	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0						
Personal	U1	U2	U3	U4	U5	Personal	U1	U2	U3	U4	U5
Anzahl Personen						Ausbildungsstand					
- Außendienst 1	140	140	140	140	140	- Außendienst 1	gut	gut	gut	gut	gut
- Außendienst 2	362	362	362	362	362	- Außendienst 2	gut	gut	gut	gut	gut
- Innendienst	167	167	167	167	167	- Innendienst	gut	gut	gut	gut	gut
- Agenten	0	0	0	0	0						
Schadenquote (%)	U1	U2	U3	U4	U5	V.T.E. I (MEUR)	U1	U2	U3	U4	U5
HAFTPFLICHT	82,6	82,6	82,6	82,6	82,6	HAFTPFLICHT	-2,4	-2,4	-2,4	-2,4	-2,4
UNFALL	48,6	48,6	48,6	48,6	48,6	UNFALL	17,5	17,5	17,5	17,5	17,5
RECHTSSCHUTZ	72,9	72,9	72,9	72,9	72,9	RECHTSSCHUTZ	6,3	6,3	6,3	6,3	6,3
Marktneu. gesamt %	U1	U2	U3	U4	U5	V.T.E. II (MEUR)	U1	U2	U3	U4	U5
HAFTPFLICHT	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	HAFTPFLICHT	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
UNFALL	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	UNFALL	19,8	19,8	19,8	19,8	19,8
RECHTSSCHUTZ	20,0	20,0	20,0	20,0	20,0	RECHTSSCHUTZ	8,1	8,1	8,1	8,1	8,1

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.

Das Teilnehmersystem verfügt über integrierte grafische Auswertungen und erlaubt den Teilnehmern eine einfache Entscheidungseingabe und Berichtsausgabe. Das Teilnehmersystem können die Teams vor allem die Planungsrechnung im Sinn einer Vorkalkulation nutzen, die für die Entwicklung von Planungsszenarien sehr wertvoll sein kann.

Entscheidungen - □ ×

Unternehmen: 1 **Periode: 1**

Produkte/Zielgruppen | Personal/Finanzen

PRODUKT: HAFTPFLICHT

			INDUSTRIE	GEWERBE	PRIVAT
Prämienindex			100,0	100,0	100,0
Kommunikation (MEUR)			1,5	1,5	1,3
Schadenverhütung (MEUR)			2,2	1,5	0,2
Schadenregulierung (%)			100,0	100,0	100,0
Risikoselektion (%)			100,0	100,0	100,0
Vertrieb	Abschluß- vergütung (%)	Eigener AD	20,0	21,0	20,0
		Agenten	0,0	0,0	0,0
		Makler	0,0	0,0	0,0
	Einsatz (Anz. Pers.)	EFAD	37	35	1
		ALAD	3	24	110
Rück- versich.	Quote (%)		45	45	45
	Selbstbehalt (%)		0	0	0
Planwerte	Prämienvol. (MEUR)		85,0	55,0	45,0
	Marktanteil (%)		20,0	20,0	20,0

HAFTPFLICHT | UNFALL | RECHTSSCHUTZ | FEUER

Abb.: Beispiel für ein Eingabefeld auf der Teilnehmeroberfläche

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.

4.1 Auswertungen

Die Seminarleitung kann alle Teilnehmerberichte aufrufen und bietet zusätzlich spezielle Seminarleiter-Berichte. In den Seminarleitungsberichten finden sich in kompakter Form die wichtigsten Ergebnisse aus den Teilnehmerberichten sowie weitere Informationen, die bei der Interpretation von Marktergebnissen hilfreich sind.

Daneben steht eine umfangreiche grafische Auswertung bereit, die sich besonders zur Besprechung der Periodenergebnisse im Plenum sehr gut heranziehen lässt.

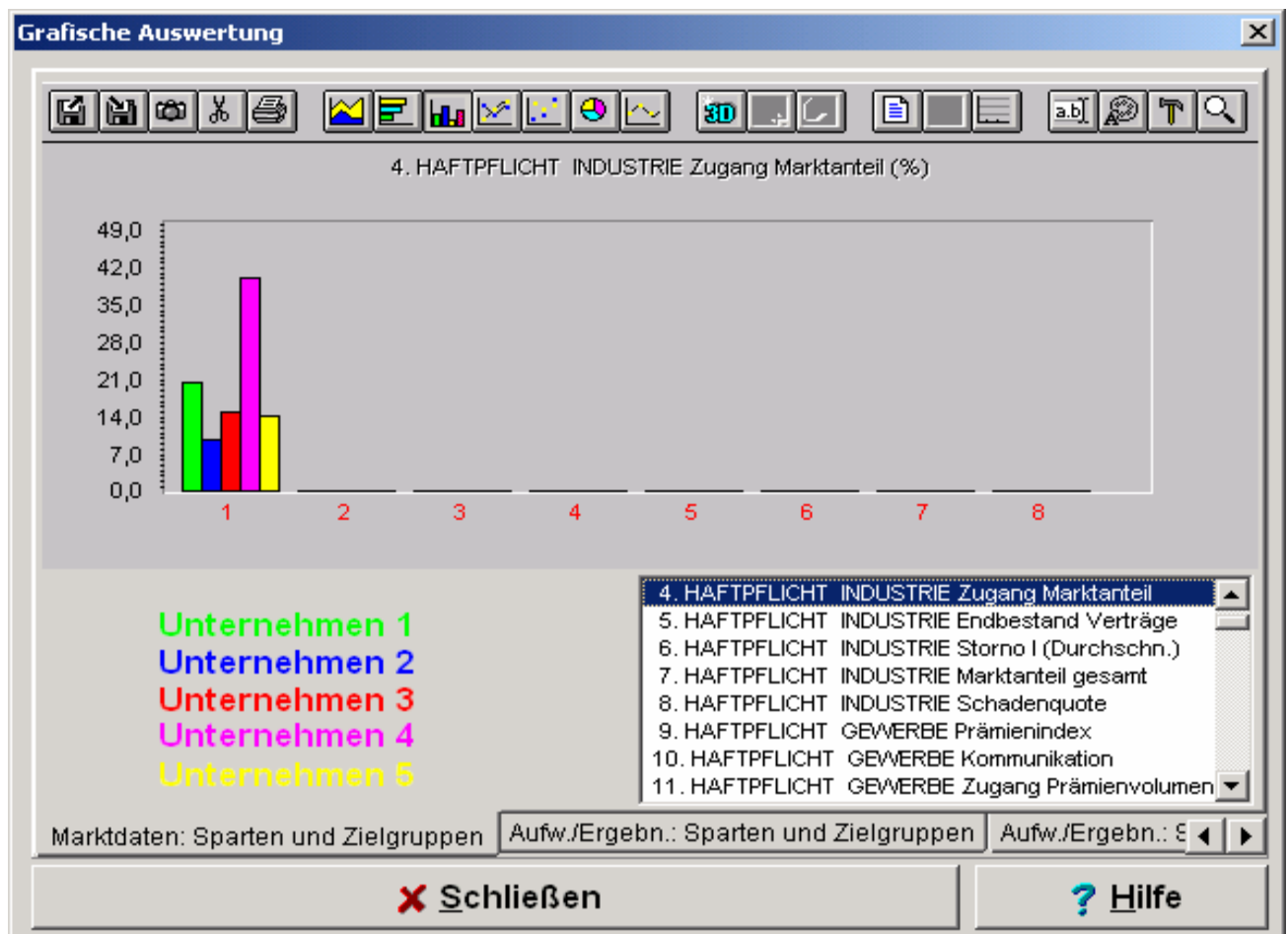


Abb.: Beispiel einer grafischen Auswertung (in Periode 1)

4.2 Variationsmöglichkeiten

Es 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 – Insurance** ist die umfangreiche Möglichkeit zur Variation bezüglich Komplexität und Einstiegszeitpunkt der Simulation.

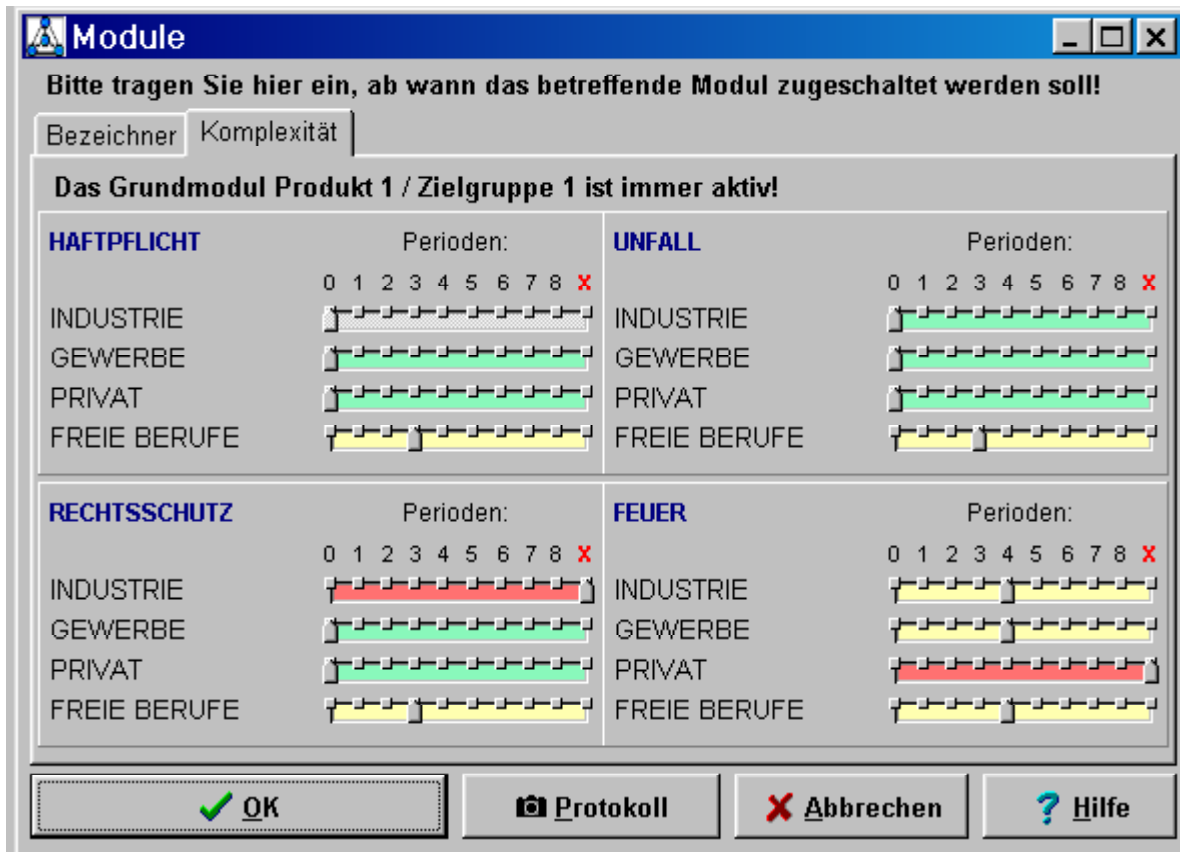
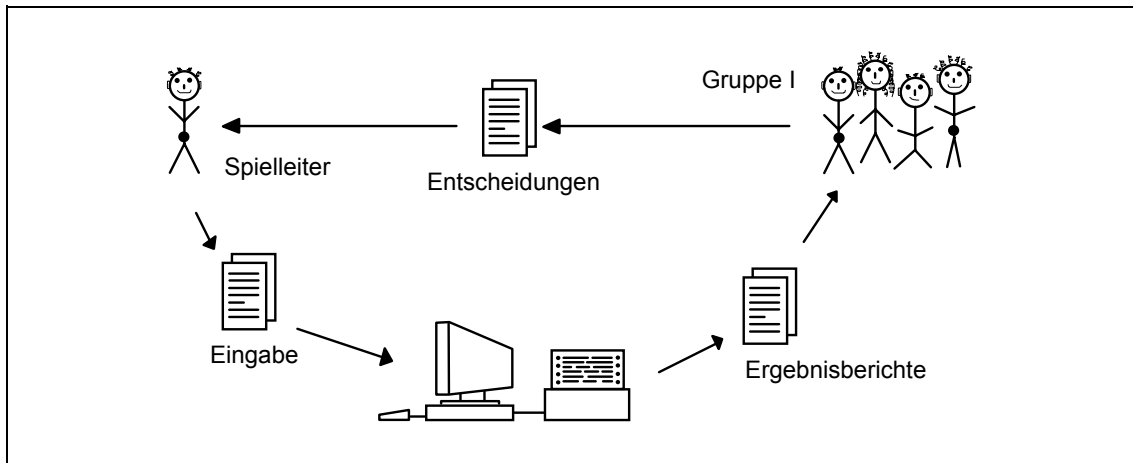


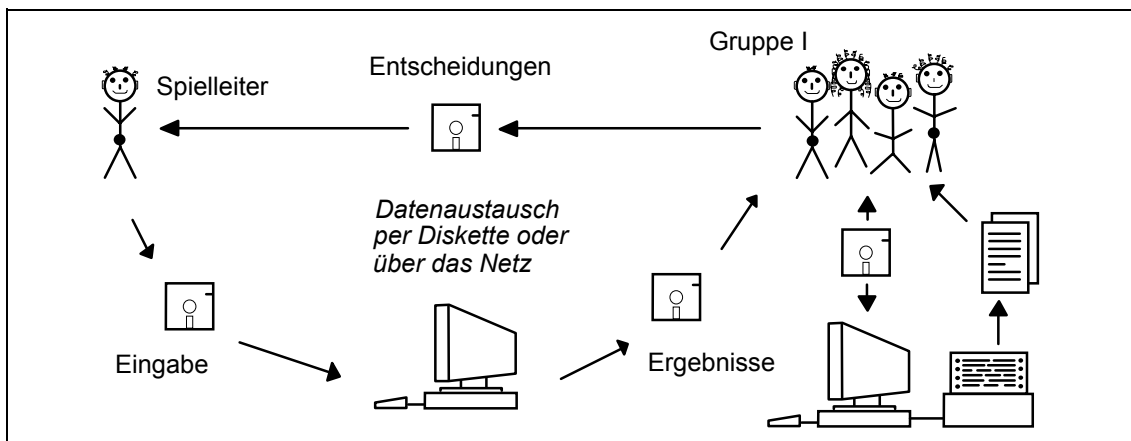
Abb.: Komplexitätsauswahl im Seminarleitersystem

5 Technischer Ablauf im Seminar

5.1 Seminarablauf ohne Teilnehmersystem



5.2 Seminarablauf mit Teilnehmer-PCs



5.3 Hardware / Software Aspekte

Als PC wird ein **PC mit Windows** NT 4.0, 98, 2000, XP sowie ein CD-ROM- oder 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 10 MB Speicherplatz.

Benötigter Arbeitsspeicher (Hauptspeicher): Für die Installation benötigen Sie mindestens 30 MB Hauptspeicher (RAM).

6 Seminarkonzeption

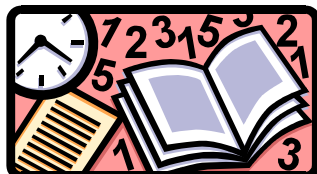
Ablaufplan (Beispiel für ein 3-Tage-Seminar)

	1. Tag	2. Tag	3. Tag
09:00	Begrüßung und Einführung. Lehrgespräch: Die Versicherung als ein vernetztes System	Lehrgespräch Visionen, Ziele und Strategien Strategieimplementierung und -controlling (Plenum)	Lehrgespräch: Externes Rechnungswesen der Versicherung
10:00	(Plenum)		(Plenum)
		Kaffeepause	
10:15	Einführung in das Unter- nehmenssimulationsmodell	Analyse Ergebnisse Periode 2 (Plenum)	Analyse Ergebnisse Periode 4 (Plenum)
12:30	Organisation der Gruppen- arbeit und Entscheidungen für die Periode 1 (Gruppenarbeit)	Entscheidungen Periode 3 (Gruppenarbeit)	Entscheidungen Periode 5 (Gruppenarbeit)
		Mittagessen	
13:30	Lehrgespräch: Kostenentstehung und Kostenmanagement	Lehrgespräch: Finanz- und Cashmanagement	Analyse Ergebnisse Periode 5 (Plenum) Entscheidungen Periode 6 (Gruppenarbeit)
15:00	(Plenum)		
		Kaffeepause	
15:15	Analyse Ergebnisse Periode 1 (Plenum) Entscheidungen	Analyse Ergebnisse Periode 3 (Plenum)	Vorbereitung der Hauptversammlung (Gruppenarbeit)
18:00	Periode 2 Festlegung von Zielen und Strategien für die weiteren Perioden (Gruppenarbeit)	Entscheidungen Periode 4 (Gruppenarbeit)	Hauptversammlung (Plenum) Präsentation der Ergebnisse Gesamtanalyse des Seminarverlaufs

7 Zusammenarbeit mit TATA Interactive Systems

Was passiert konkret, wenn Sie TOPSIM – Insurance einsetzen möchten?

**Lieferung von
TOPSIM – Insurance:**



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.

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