

- Fragen der Woche
- Problemstellung in Per4: Lager voll – Kasse leer! Wie funktioniert das Marketing im Planspiel und in der Realität?
- die nähere Zeitplanung

# Fragen der Woche

- Mir ist aufgefallen, dass ich die Eingabe der dritten Periode **verpasst** habe. Leider bin ich davon ausgegangen, dass wir jede zweite Woche eine Entscheidung treffen müssen. Wir würden Sie nun bitten, unsere Angaben nachzutragen oder sind wir damit durchgefallen.
  - wie in den Vorperioden wird **eine** fehlende Entscheidung toleriert, aber keine zwei! Statt dieser Entscheidung wird dann eine Standardentscheidung eingefügt, allerdings passt diese auf unterschiedliche Unternehmen unterschiedlich gut (das ist eben der Preis für eine verpasste Entscheidung).
  - zum „nachtragen“: Ich trage prinzipiell **keine** Entscheidungen nach, die sich auf die Verteilung der Marktverteilung in abgeschlossenen Perioden auswirken.
- Hat es Auswirkungen auf die ganze Gruppen, wenn eine Person aus der Gruppe die BWL-Module nicht macht bzw. nicht besteht?
  - Bestehen/nicht bestehen ist individuell, d.h. wenn eine Person bei den BWL-Fragemodulen durchfällt und dadurch das Planspiel nicht besteht, hat die keine Auswirkungen auf den Rest der Gruppe.

# Problemstellung in Per4...

„Wir konnten ein Teil unserer Spülmaschinen in Per4 nicht absetzen. Werden diese Maschinen für den Preis, den wir für die Per4 bestimmt haben angeboten oder für den Preis der Per5?“

Aktiva		Passiva	
<b>A. ANLAGEVERMÖGEN</b>		<b>A. EIGENKAPITAL</b>	
I. Sachanlagen		I. Gezeichnetes Kapital	2.500.000
1. Gebäude	1.000.000	II. Kapitalrücklage	0
2. Maschinen	1.310.400	III. Gewinnrücklage	0
<b>B. UMLAUFVERMÖGEN</b>		IV. Bilanzgewinn/Bilanzverlust	-575.946
I. Vorräte		<b>B. VERBINDLICHKEITEN</b>	
1. Blech	117.391	I. Langfristig	0
2. Elektronik	659.760	II. Kurzfristig	2.437.056
3. Unfertige Erzeugnisse	0		
4. Fertigerzeugnisse	1.273.559		
II. Flüssige Mittel			
1. Bank/Kasse	0		
2. Tagesgeldkonto	0		
<b>BILANZSUMME</b>	<b>4.361.111</b>	<b>BILANZSUMME</b>	<b>4.361.111</b>

Die Absatzmenge im Planspiel ist abhängig von drei verschiedenen Entscheidungen:

- Preis – derzeit zu 42%
- Werbewirkung – derzeit zu 28%
- Qualitätswirkung – derzeit zu 30%

Wie wird im Planspiel der Marktanteil errechnet?

- Abstände zum höchsten Preis/niedrigsten Qualitäts-/Werbewirkungen im Markt

## Beispiel bei drei Unternehmen im Markt:

*fiktionaler Höchstpreis:* 530 €

Preis Unternehmen 1: 515 € Abstand: 15 = 30% Marktanteil

Preis Unternehmen 2: 505 € Abstand: 25 = 50% Marktanteil

Preis Unternehmen 3: 520 € Abstand: 10 = 20% Marktanteil

---

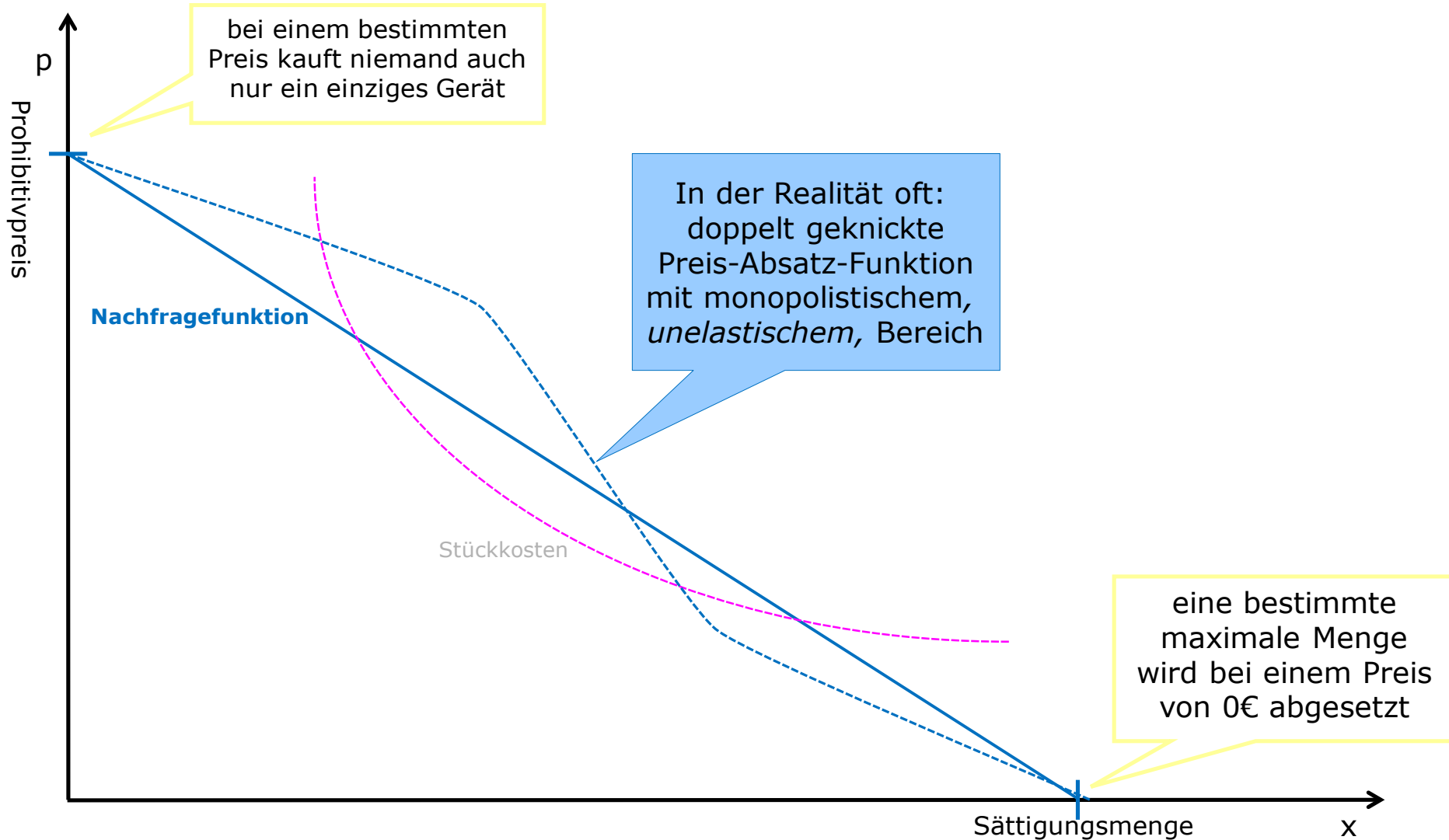
Summe: 50 = 100% Marktanteil,  
gewichtet mit 42% für den  
Faktor Verkaufspreis

- Analog dazu: Abstand zu fiktionalen Tiefstwert bei Qualität und Werbung

Die absatzpolitischen Bemühungen eines Unternehmens setzen sich in der Realität zusammen aus:

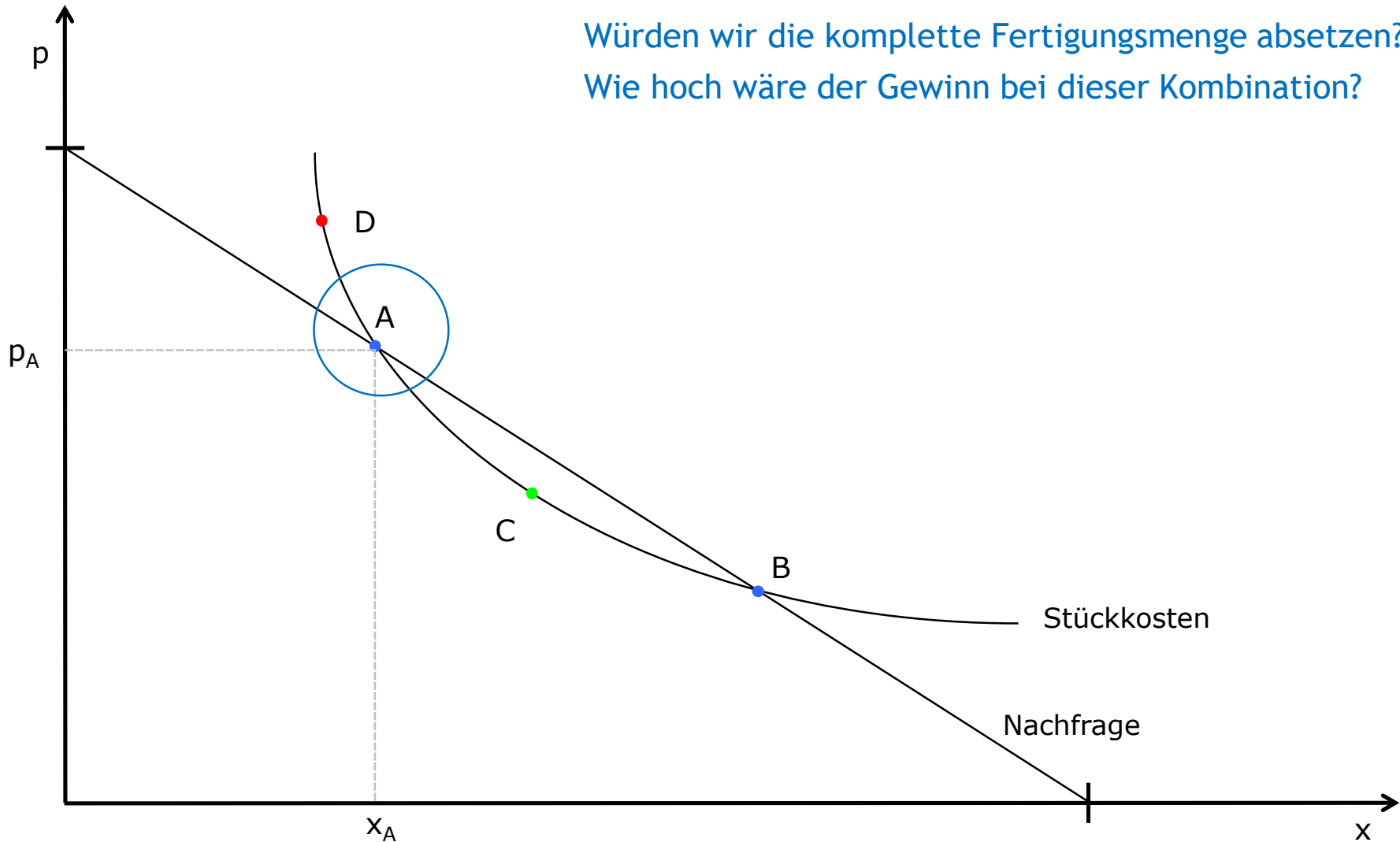
- Preispolitik
    - Stückkosten
    - Zahlungsbereitschaft der Nachfrager
    - Preise der Konkurrenten
    - des weiteren: Rabatte, Zahlungskonditionen
  - Kommunikationspolitik
  - Produktpolitik
  - Distributionspolitik
- „magisches Dreieck der Preispolitik“*

# Kostenorientierte Preispolitik



# Welche Preis-Mengen-Kombination macht Sinn? UNIVERSITÄT SIEGEN

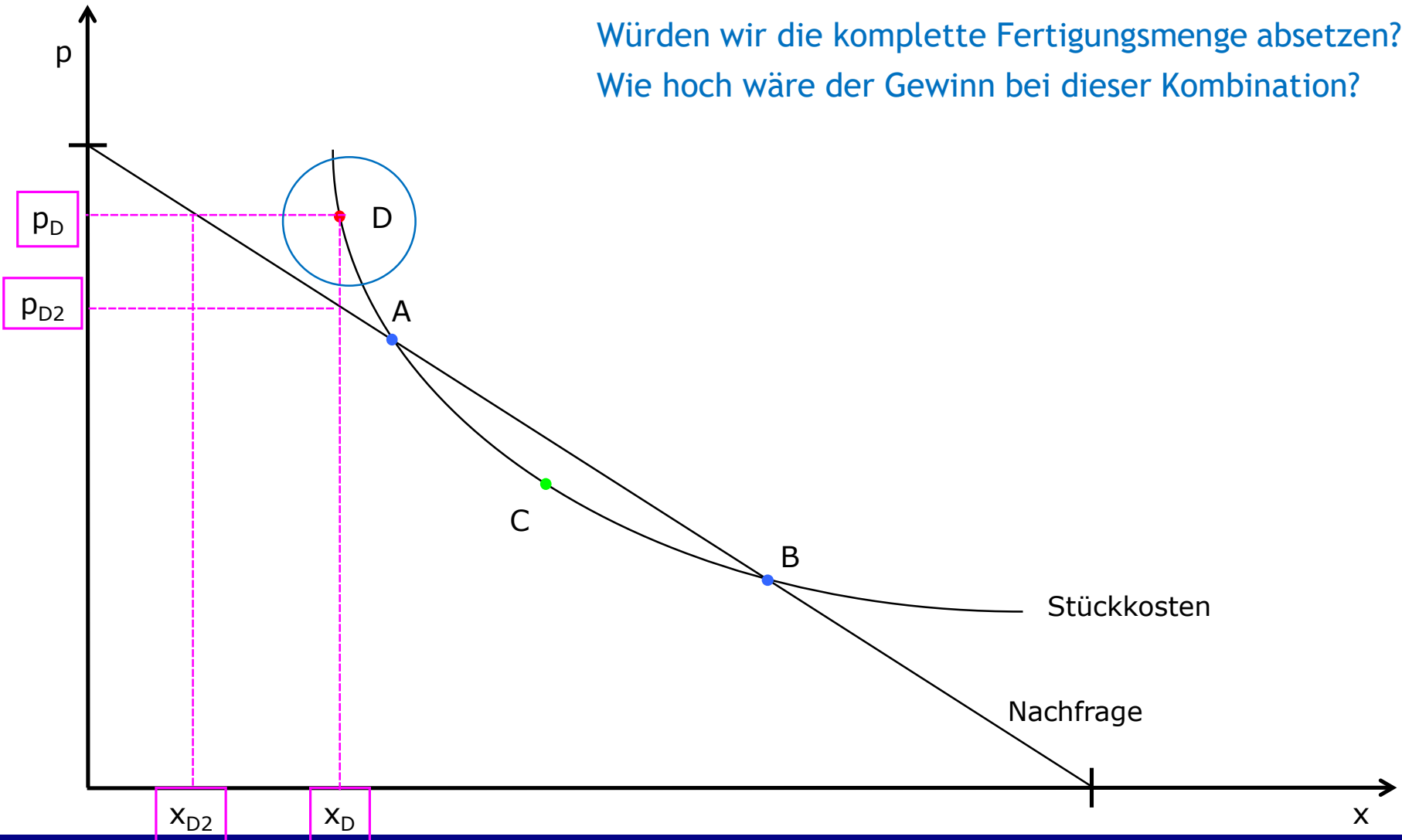
Würden wir die komplette Fertigungsmenge absetzen?  
Wie hoch wäre der Gewinn bei dieser Kombination?

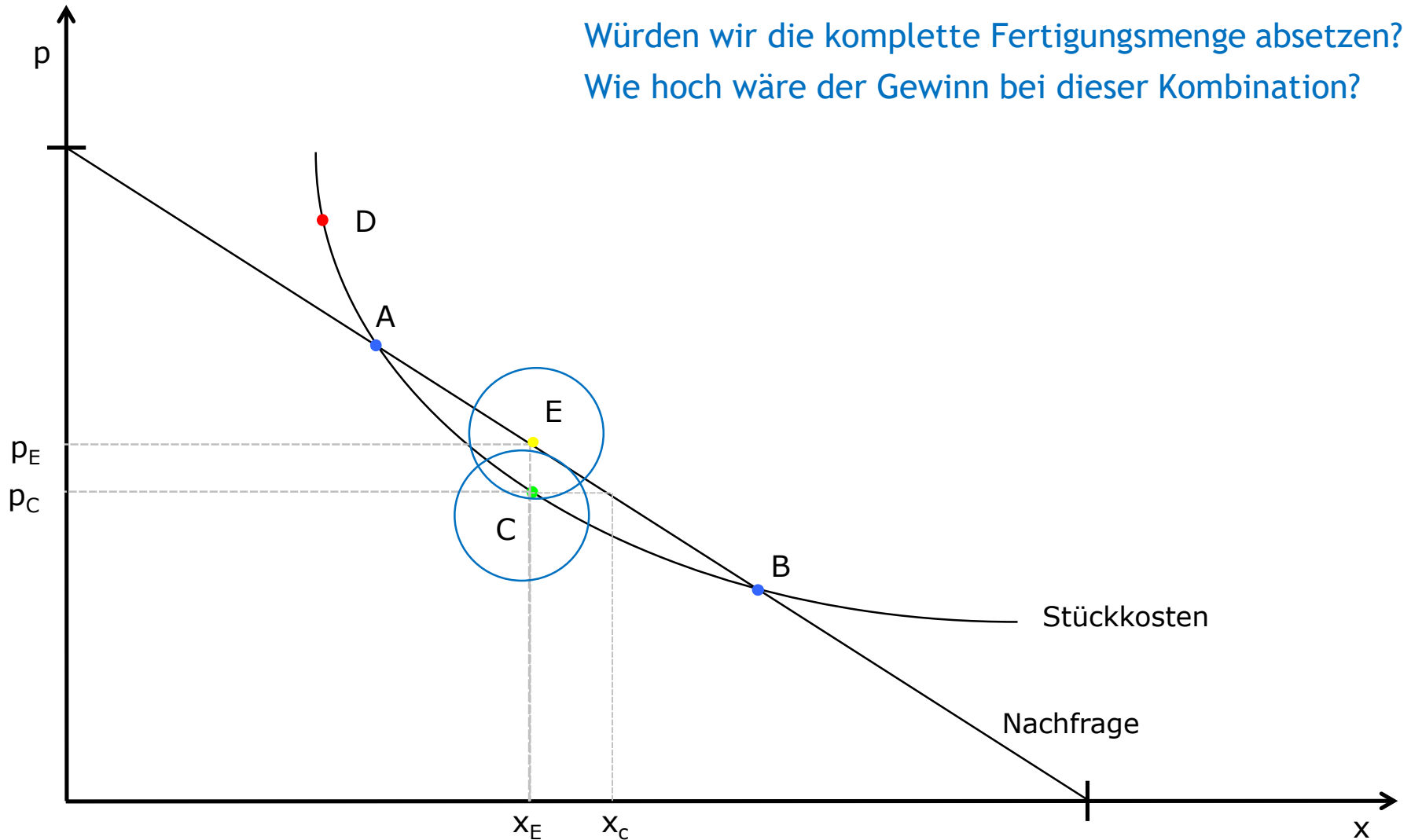




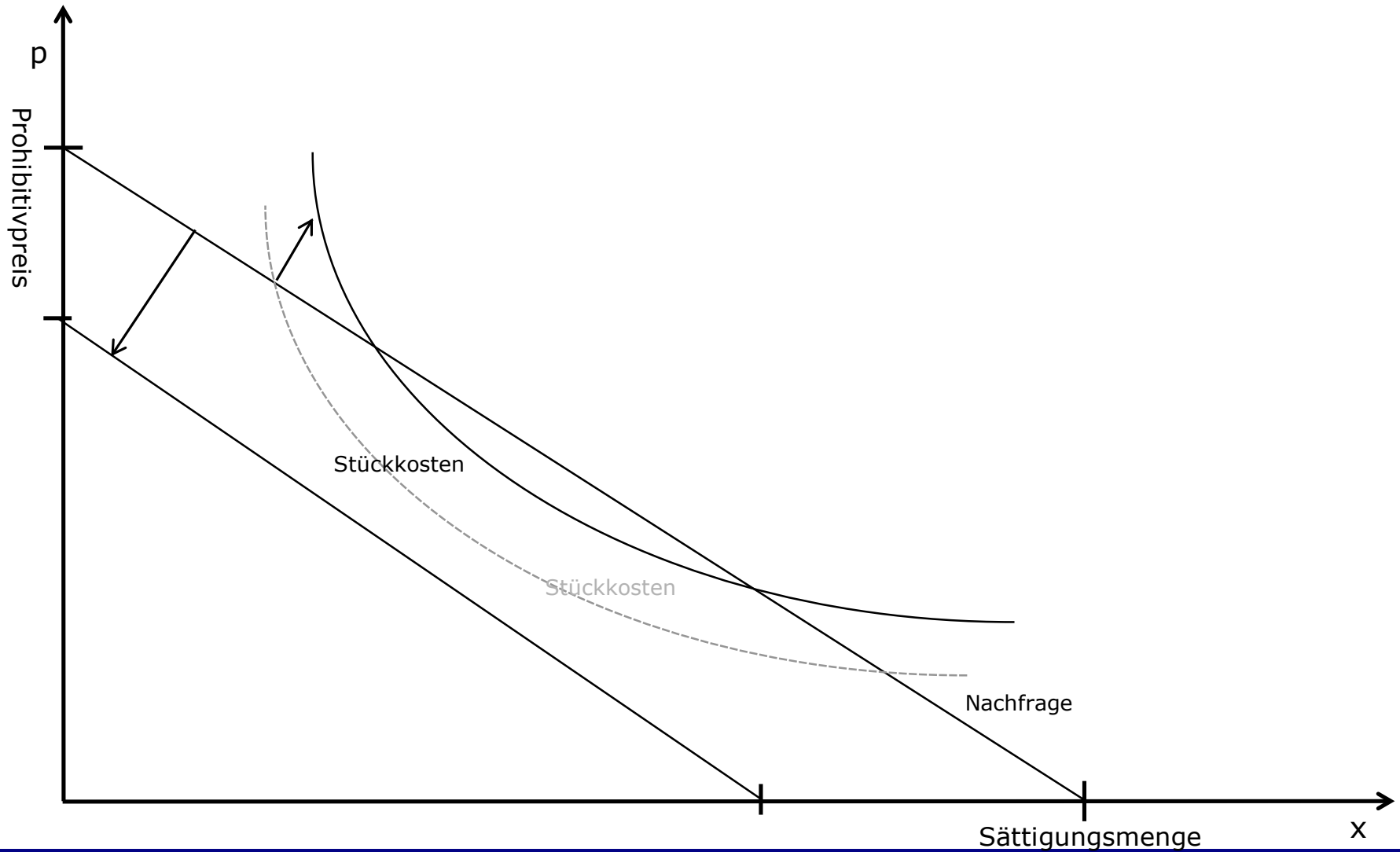
# Welche Preis-Mengen-Kombination macht Sinn?

Würden wir die komplette Fertigungsmenge absetzen?  
Wie hoch wäre der Gewinn bei dieser Kombination?





# Alles bleibt anders...



Die absatzpolitischen Bemühungen eines Unternehmens setzen sich in der Realität zusammen aus:

- Preispolitik
  - Kommunikationspolitik
    - ‚klassische‘ Werbung in Medien
    - Direktwerbung
    - ‚below the line‘-Werbung
    - Verkaufsförderung
    - Öffentlichkeitsarbeit
  - Produktpolitik
  - Distributionspolitik
- } Werbung
- } Public Relations

Die absatzpolitischen Bemühungen eines Unternehmens setzen sich in der Realität zusammen aus:

- Preispolitik
- Kommunikationspolitik
- Produktpolitik; Zweck: Unterscheidbarkeit zu ähnlichen Produkten
  - Markenzeichen
  - Patente (Schutzfrist: 20 Jahre)
  - (geschützte) Ursprungs-/Herkunftsbezeichnung/  
Gattungsbezeichnungen/Beschaffenheitsangaben
  - Verpackung
  - Sortiment
  - Service
- Distributionspolitik

# Lohnen sich die MA- Qualifizierungsmaßnahmen?

<b>Beispiel 1</b>	<u>Ausg. Quali</u>	<u>Restsatz. Quali</u>	<u>Wirkung Quali</u>
Per2	300.000 €		300.000 €
Per3	300.000 €	60%	480.000 €
Per4	300.000 €	60%	588.000 €
Per5	300.000 €	60%	652.800 €
Per6	300.000 €	60%	691.680 €
Per7	300.000 €	60%	715.008 €
Per8	300.000 €	60%	729.005 €

Rechenbeispiele

# Lohnen sich die MA- Qualifizierungsmaßnahmen?

Kosten 1 Maß	50000				
<b>Beispiel 1</b>	<u>Ausg. Quali</u>	<u>Ausgaben MA-Qualif.</u>	<u>Restsatz. Quali</u>	<u>Wirkung Quali</u>	<u>Diff</u>
Per2	300.000			300.000	0
Per3	300.000	0	60%	480.000	0
Per4	300.000	50.000	61%	592.800	4.800
Per5	300.000		61%	661.608	8.808
Per6	300.000		61%	703.581	11.901
Per7	300.000		61%	729.184	14.176
Per8	300.000		61%	744.802	15.798
		<b>50.000</b>			<b>55.483</b>

Fazit Nr. 1: je früher, desto eher lohnen sich die Maßnahmen.

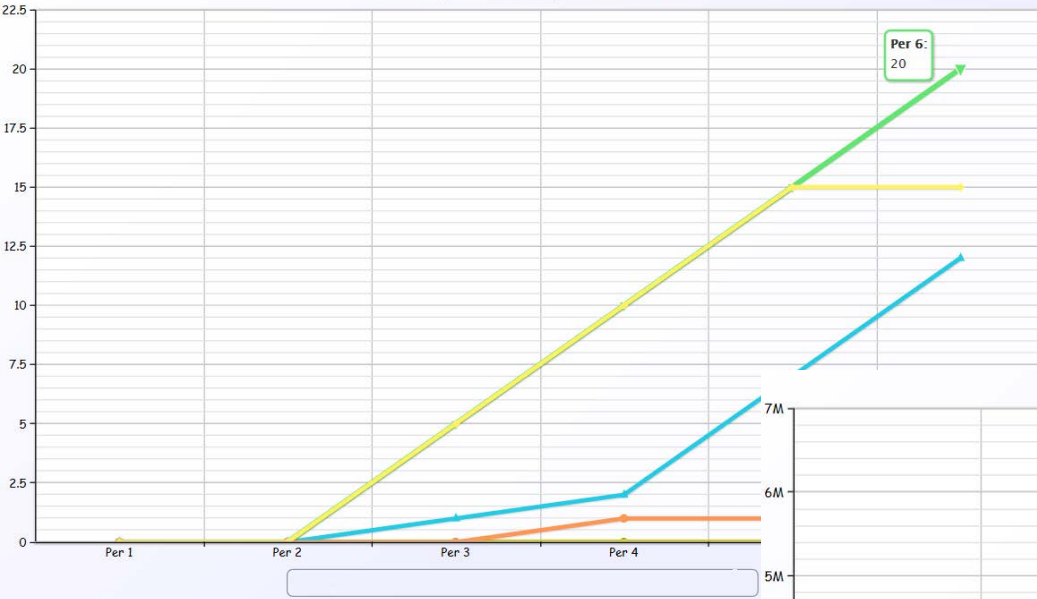
# Lohnen sich die MA- Qualifizierungsmaßnahmen?

<b>Beispiel 2</b>	<u>Ausg. Quali</u>	<u>Ausgaben MA-Qualif.</u>	<u>Restsatz. Quali</u>	<u>Wirkung Quali</u>	<u>Diff. zu 2a</u>
Per2	900.000			900.000	0
Per3	900.000	0	60%	1.440.000	0
Per4	900.000	0	60%	1.764.000	0
Per5	900.000	0	60%	1.958.400	0
Per6	900.000	0	60%	2.075.040	0
Per7	900.000	50.000	61%	2.165.774	20.750
Per8	900.000	0	61%	2.221.122	34.108
		<b>50.000</b>			<b>54.858</b>

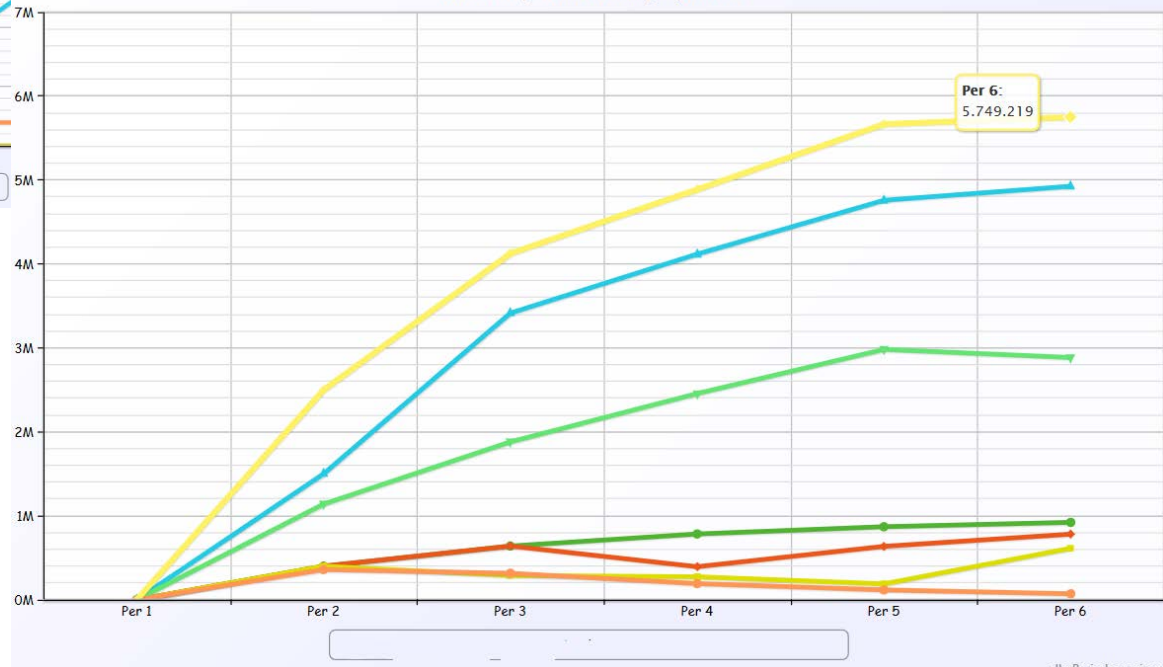
Fazit Nr. 2: Je höher die Quali-Wirkung schon ist, desto eher lohnt sich die Maßnahme.



Marktvergleich Anz. QualiMaßnahmen



Marktvergleich Wirkung Qualität



alle Perioden zeigen

Die absatzpolitischen Bemühungen eines Unternehmens setzen sich in der Realität zusammen aus:

- Preispolitik
- Kommunikationspolitik
- Produktpolitik
- Distributionspolitik (Vertriebspolitik)
  - werkseigen vs. werksgebunden vs. offen (V.-System)
  - indirekt über Großhandel vs. direkt an Verbraucher (V.-Wege)

# Berechnen der Passung von Nachfrage und Angebotsmenge des Unternehmens im Planspiel

Aktiva		Passiva	
<b>A. ANLAGEVERMÖGEN</b>		<b>A. EIGENKAPITAL</b>	
I. Sachanlagen		I. Gezeichnetes Kapital	2.500.000
1. Gebäude	1.000.000	II. Kapitalrücklage	0
2. Maschinen	1.310.400	III. Gewinnrücklage	0
		IV. Bilanzgewinn/Bilanzverlust	-575.946
<b>B. UMLAUFVERMÖGEN</b>		<b>B. VERBINDLICHKEITEN</b>	
I. Vorräte		I. Langfristig	0
1. Blech	117.391	II. Kurzfristig	2.437.056
2. Elektronik	659.760		
3. Unfertige Erzeugnisse	0		
4. Fertigerzeugnisse	1.273.559		
II. Flüssige Mittel			
1. Bank/Kasse	0		
2. Tagesgeldkonto	0		
<b>BILANZSUMME</b>	<b>4.361.111</b>	<b>BILANZSUMME</b>	<b>4.361.111</b>

ENTSCHEIDUNGEN AKTUELLE PERIODE		TATSÄCHLICHE FERTIGUNG	
Fertigung Stufe I	14.400	Aktive Maschinen in %	100
Fertigung Stufe II	14.400	Fertigung Stufe I	14.400
Qualitätsausgaben	380.000	Fertigung Stufe II	14.400
Werbeausgaben	430.000	<b>MARKT</b>	
Ausgaben für Mitarbeiterqualifikationsmaßnahmen	0	Qualitätswirkung	608.000
	518	Werbewirkung	602.000
	0	Absatz	13.432
	0	<b>BESTAND AM PERIODENENDE</b>	
	500.000		12.000
			15
			3.600
			75
<b>...FÜR DIE NÄCHSTE PERIODE</b>			0
Einkaufsmenge Blech			3.306
Einkauf Fertigungsmaschinen			
Verkauf Fertigungsmaschinen	0		
Einkauf Elektronik	14.400		
Einstellung Mitarbeiter	0		
Freisetzung Mitarbeiter	0		

Bei einem linearen Zusammenhang galt in Per3 c.p.:  
 $380.000 \text{ €} / 13.432 \text{ St.} = 28,29 \text{ €/St.}$  und  
 $430.000 \text{ €} / 13.432 \text{ St.} = 31,01 \text{ €/St.}$

c.p. gilt daher für eine Nachfragemenge von 14.400:  
 $28,29 * 14.400 = 407.376 \text{ Euro}$   
 $31,01 * 14.400 = 446.544 \text{ Euro}$

Falls ich nun in den kommenden drei Rudnden jeweils 1.000 Stück vom Lager zusätzlich verkaufen wollen würden, gilt c.p. daher für eine Nachfragemenge von 15.400:  
 $28,29 * 15.400 = 435.666 \text{ Euro}$   
 $31,01 * 15.400 = 477.554 \text{ Euro}$

**Langfristig vs. kurzfristige Wirkung:**

Preispolitik...

Qualitäts(-anmutung)...

Werbung...

Produktion...

- in den 50er/60er Jahren: **Vertrieb**
- ~70er Jahre: **Absatz**
- ab 80er Jahre: **Marketing**
- *welche unterschiedlichen Denkweisen stecken wohl dahinter?*



# Jetzt sind Sie dran: „...kann man das noch retten oder nicht? Und wenn ja – wie?“

15.334
11
16.140
7.820.340

Nachfrage nach den Geräten des Unternehmens in Per3: 16.140 St.

<b>UMSATZERLÖSE</b>	7.820.340
+ Bestandsänderungen	
o Fertige Erzeugnisse	-127.257
o Unfertige Erzeugnisse	0
- Materialaufwand	
o Blech	495.000
o Elektronik	2.750.953
= <b>ROHERGEBNIS</b>	4.447.131
- Löhne und Gehälter	1.608.000
- Abschreibungen	105.000
- Sonstige Betriebliche Aufwendungen	2.782.603
- Zinsaufwendungen	87.500
Festgeldzinsen	0
<b>ERGEBNIS DER GEWÖHNLICHEN GESCHÄFTSTÄTIGKEIT</b>	-135.973
Ausserordentlicher Aufwand	0
- Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	0
= <b>PERIODENÜBERSCHUSS / PERIODENFEHLBETRAG</b>	-135.973
- Verlustvortrag aus der Vorperiode	-882.557
+ Entnahmen aus der Kapitalrücklage	0
- Einstellungen in die Gewinnrücklage	0
= <b>BILANZGEWINN / BILANZVERLUST</b>	-1.018.530

Aktiva		Passiva	
<b>A. ANLAGEVERMÖGEN</b>		<b>A. EIGENKAPITAL</b>	
I. Sachanlagen		I. Gezeichnetes Kapital	2.500.000
1. Gebäude	1.000.000	II. Kapitalrücklage	0
2. Maschinen	1.597.400	III. Gewinnrücklage	0
<b>B. UMLAUFVERMÖGEN</b>		IV. Bilanzgewinn/Bilanzverlust	-1.018.530
I. Vorräte		<b>B. VERBINDLICHKEITEN</b>	
1. Blech	0	I. Langfristig	3.500.000
2. Elektronik	0	II. Kurzfristig	0
3. Unfertige Erzeugnisse	0		
4. Fertigerzeugnisse	0		
II. Flüssige Mittel			
1. Bank/Kasse	2.384.070		
2. Tagesgeldkonto	0		
<b>BILANZSUMME</b>	4.981.470	<b>BILANZSUMME</b>	4.981.470

ENTSCHEIDUNGEN AKTUELLE PERIODE		TATSÄCHLICHE FERTIGUNG	
Fertigung Stufe I	15.000	Aktive Maschinen in %	100
Fertigung Stufe II	15.000	Fertigung Stufe I	15.000
Qualitätsausgaben	450.000	Fertigung Stufe II	15.000
Werbeausgaben	600.000	<b>MARKT</b>	
Ausgaben	0	Qualitätswirkung	834.000
Mitarbeiterqualifikationsmaßnahmen	0	Werbewirkung	792.000
Verkaufspreis	510	Absatz	15.334
Ausgaben Marktinfo	15.000	<b>BESTÄNDE AM PERIODENENDE</b>	
Kreditaufnahme	0	Blech	0
Kreditkündigung	500.000	Maschinen	18
Festgeld Anlage	0	Elektronik	0
Festgeld Kündigung	0	Mitarbeiter	67
<b>...FÜR DIE NÄCHSTE PERIODE</b>		Halbfertigerzeugnisse	0
Einkaufsmenge Blech	45.000	Fertigerzeugnisse	0
Einkauf Fertigungsmaschinen	0		
Verkauf Fertigungsmaschinen	0		
Einkauf Elektronik	15.000		
Einstellung Mitarbeiter	0		
Freisetzung Mitarbeiter	0		

- Per 5:            Jetzt noch Maschinen kaufen - Lohnt sich das? - Investition und Finanzierung.
- Per 6:            Konjunktur - Was mache ich, wenn die Nachfrage lahmt?
- Per 7 & 8:        nur Fragerunde