

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

- 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.

„Warum bin ich in die kurzfristigen Kredite gerutscht, obwohl ich einen Gewinn gemacht habe?“

ENTSCHEIDUNGEN AKTUELLE PERIODE		TATSÄCHLICHE FERTIGUNG	
Fertigung Stufe I	20.400	Aktive Maschinen in %	100
Fertigung Stufe II	20.400	Fertigung Stufe I	20.400
Qualitätsausgaben	612.000	Fertigung Stufe II	20.400
Werbeausgaben	1.020.000		
Ausgaben Mitarbeiterqualifikationsmaßnahmen	0	MARKT	
Verkaufspreis	535	Qualitätswirkung	936.000
Ausgaben Marktinfo	0	Werbewirkung	1.380.000
		Absatz	18.546
Kreditaufnahme	0		
Kreditkündigung	250.000	BESTÄNDE AM PERIODENENDE	
Festgeld Anlage	0	Blech	62.410
Festgeld Kündigung	0	Maschinen	17
		Elektronik	0
...FÜR DIE NÄCHSTE PERIODE		Mitarbeiter	85
Einkaufsmenge Blech	0	Halbfertigerzeugnisse	0
Einkauf Fertigungsmaschinen	0	Fertigerzeugnisse	4.411
Verkauf Fertigungsmaschinen	0		
Einkauf Elektronik	20.400		
Einstellung Mitarbeiter	0		
Freisetzung Mitarbeiter	0		

„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	
A. ANLAGEVERMÖGEN		A. EIGENKAPITAL	
I. Sachanlagen		I. Gezeichnetes Kapital	2.500.000
1. Gebäude	1.000.000	II. Kapitalrücklage	1.000.000
2. Maschinen	965.300	III. Gewinnrücklage	0
B. UMLAUFVERMÖGEN		IV. Bilanzgewinn/Bilanzverlust	-3.078.827
I. Vorräte		B. VERBINDLICHKEITEN	
1. Blech	0	I. Langfristig	4.500.000
2. Elektronik	4.175	II. Kurzfristig	4.236.061
3. Unfertige Erzeugnisse	2.184		
4. Fertigerzeugnisse	7.185.575		
II. Flüssige Mittel			
1. Bank/Kasse	0		
2. Tagesgeldkonto	0		
BILANZSUMME	9.157.234	BILANZSUMME	9.157.234

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

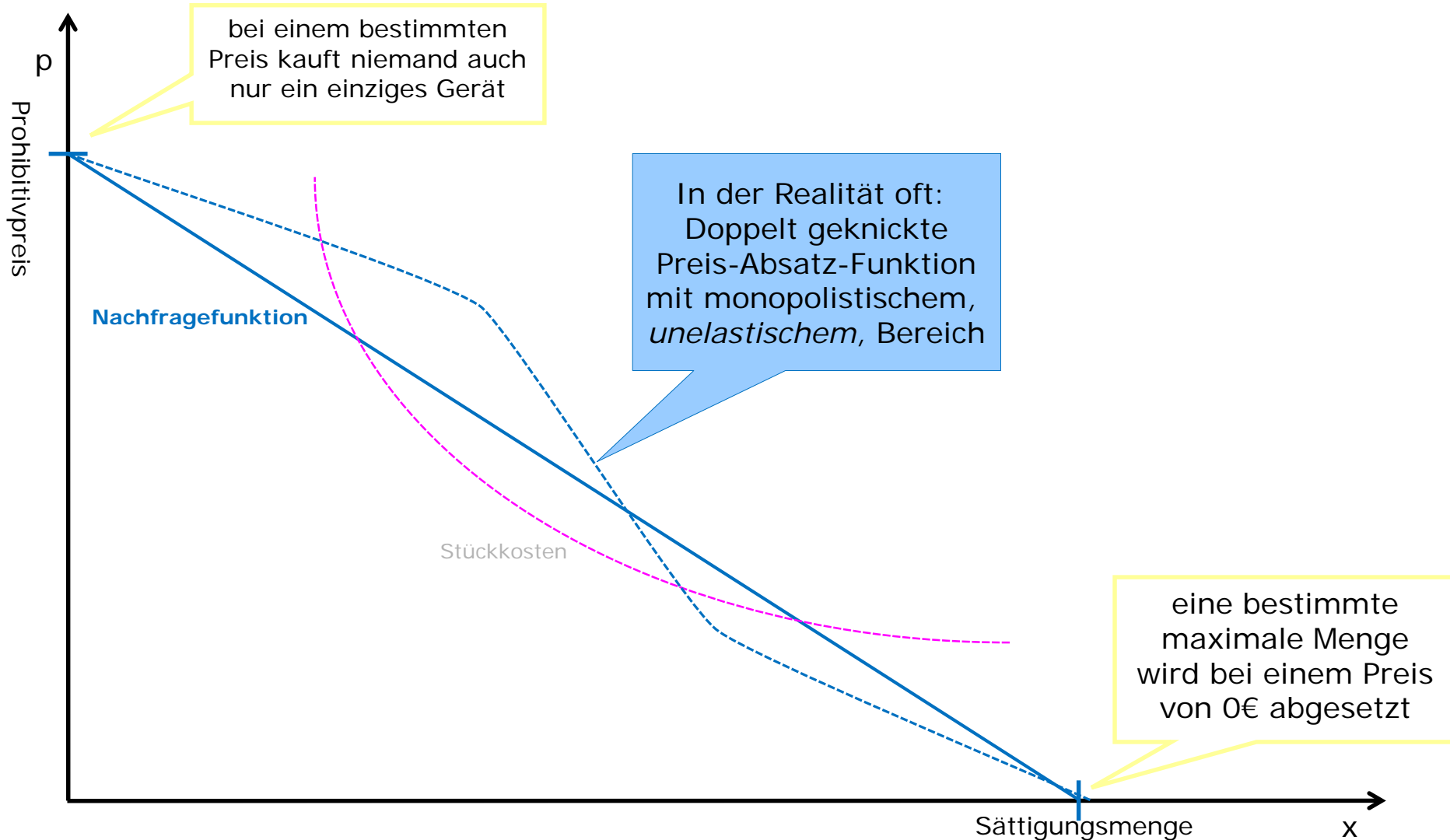
Preis Unternehmen 3: 520 € Abstand: 10 = 20% Marktanteil

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

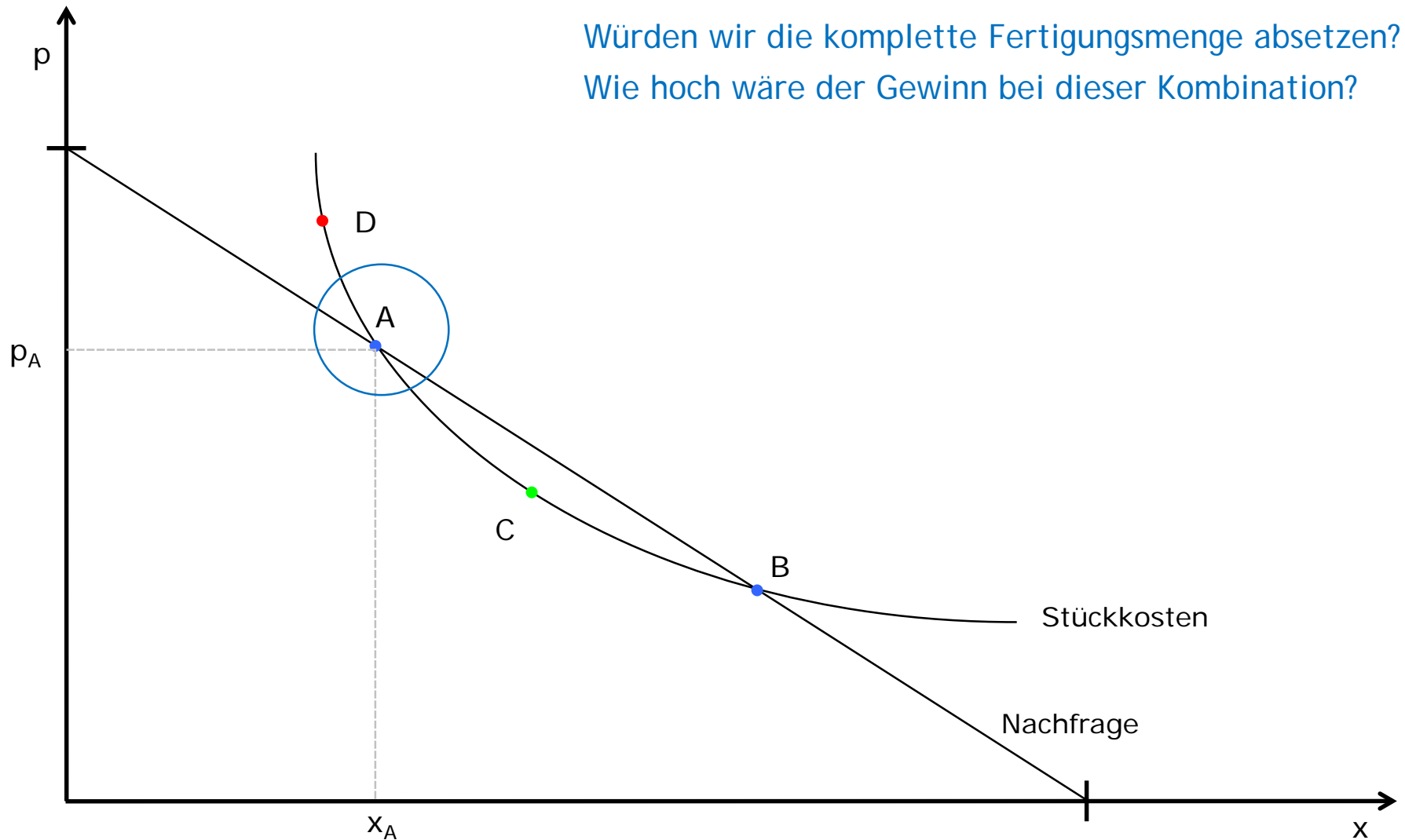
- Analog dazu: Abstand zu fiktionalen Tiefstwert bei Qualität und Werbung

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“

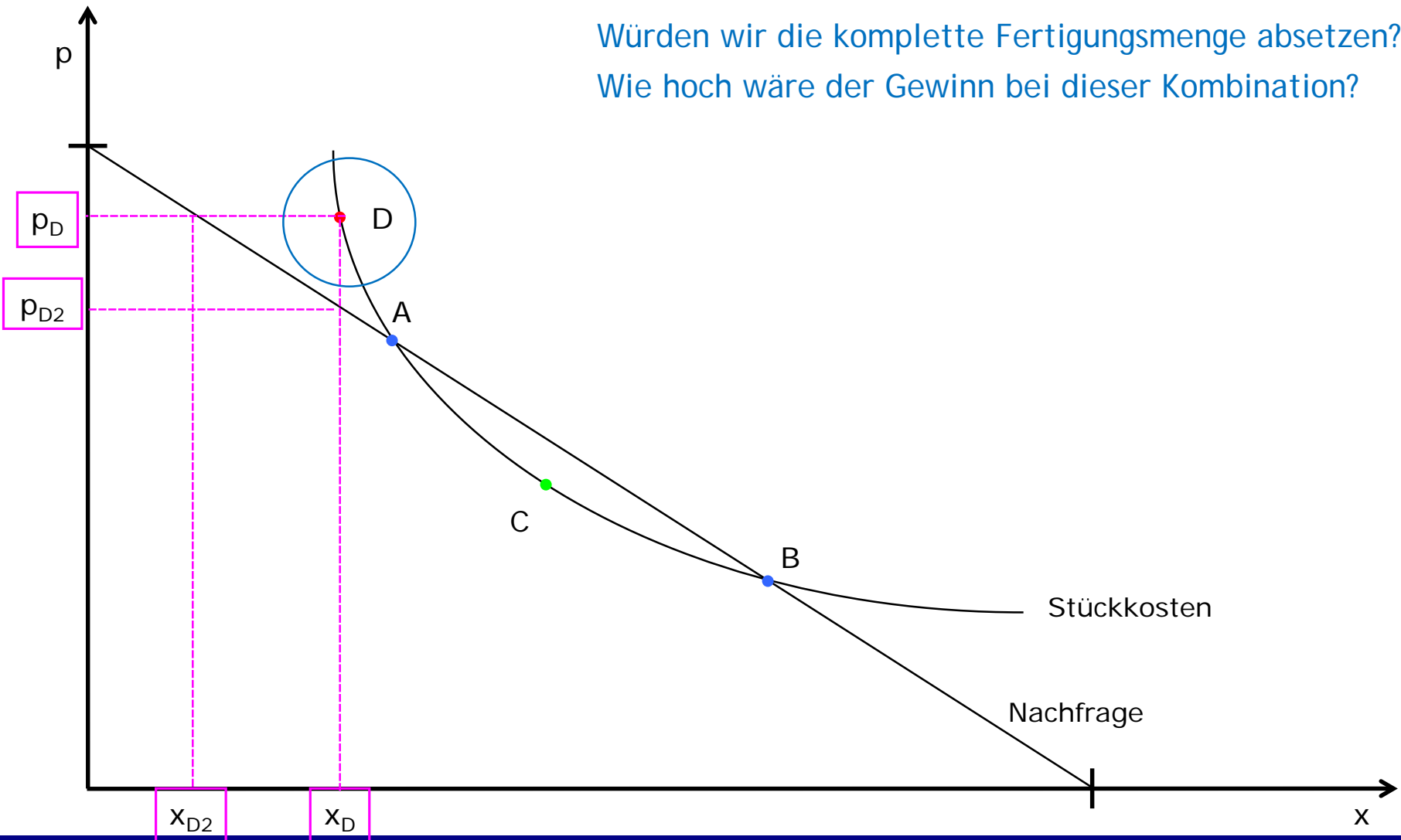


Welche Preis-Mengen-Kombination macht Sinn?

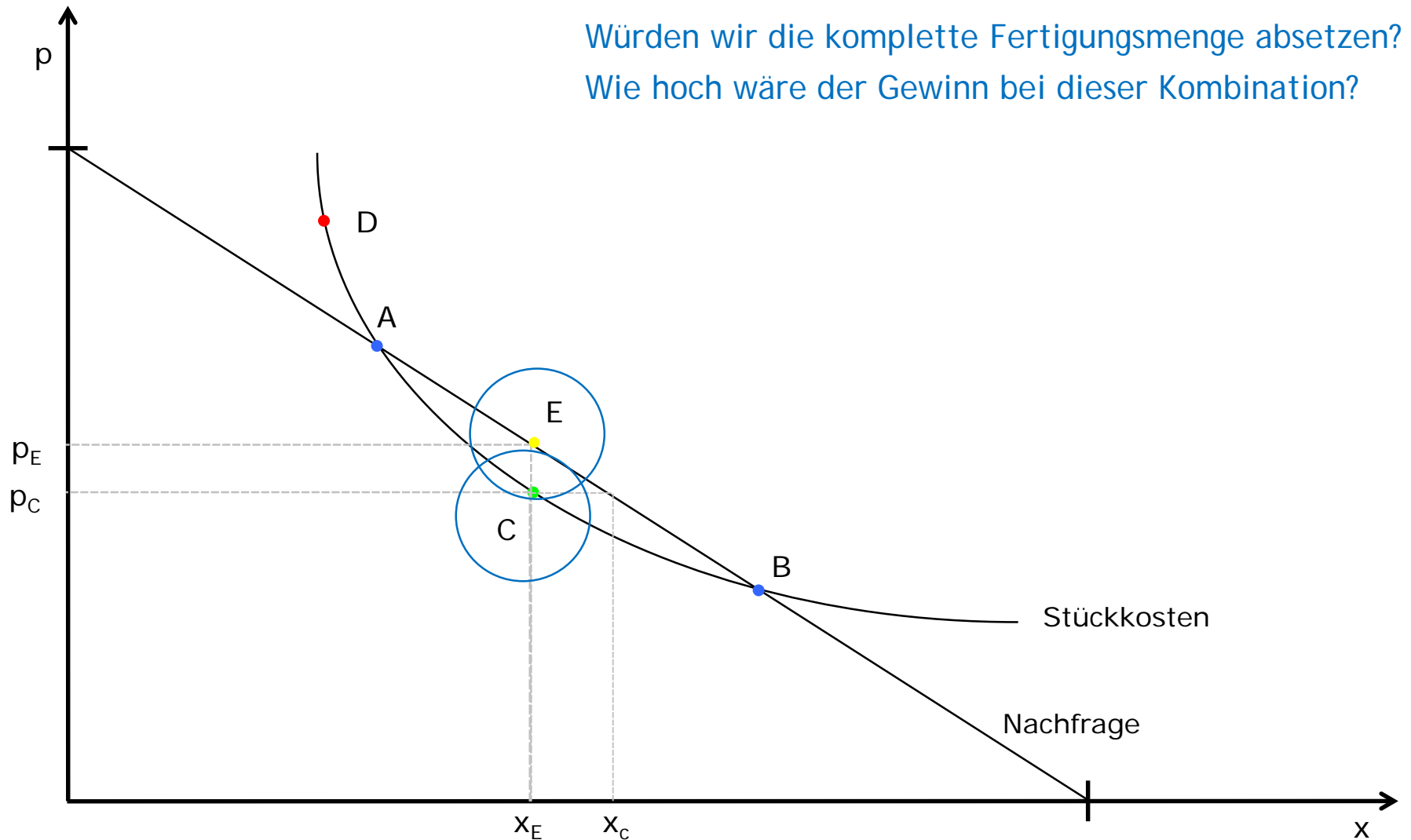


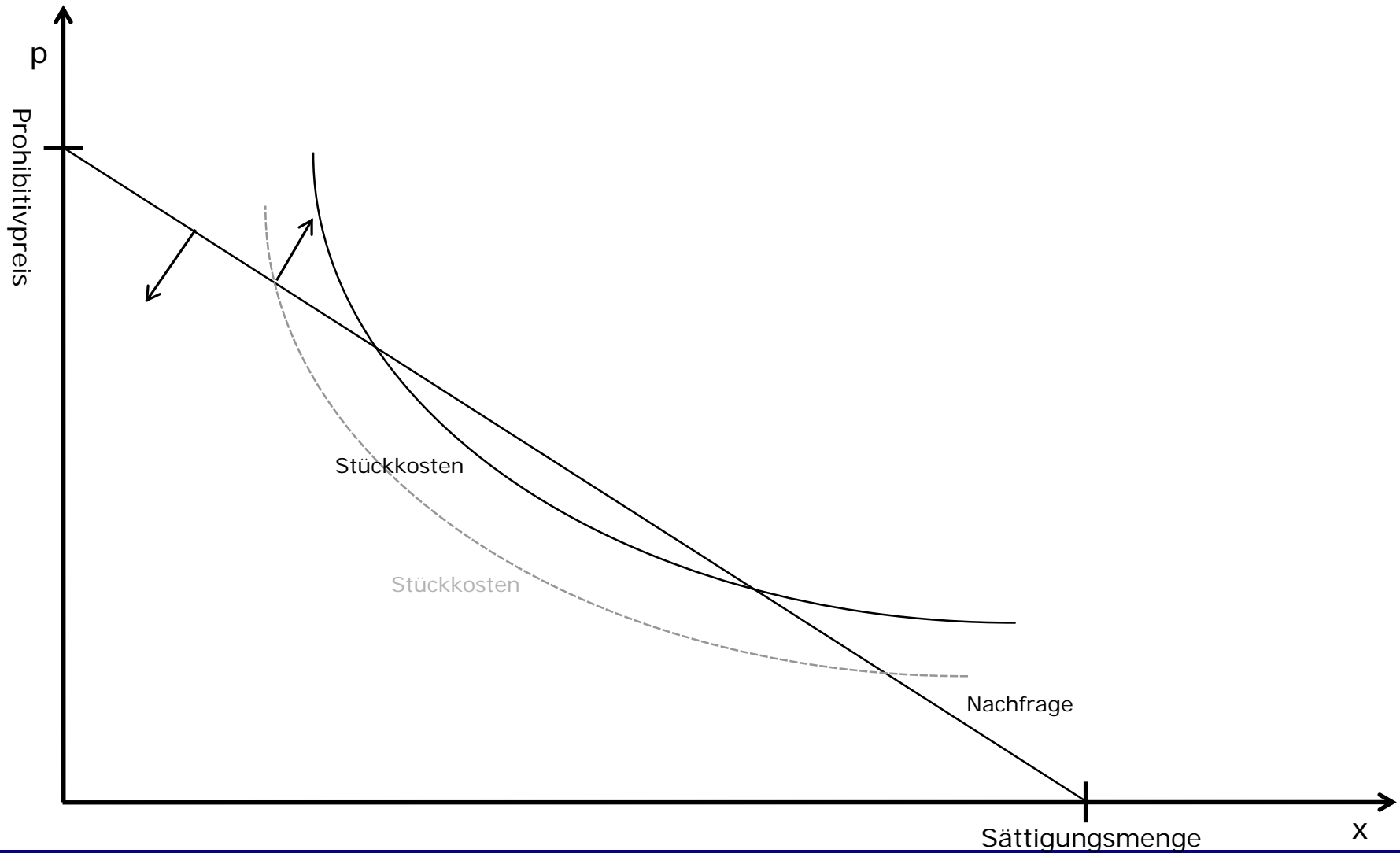
Welche Preis-Mengen-Kombination macht Sinn?

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



Welche Preis-Mengen-Kombination macht Sinn?





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?

Beispiel 1	<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				
Beispiel 1	<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
		50.000			55.483

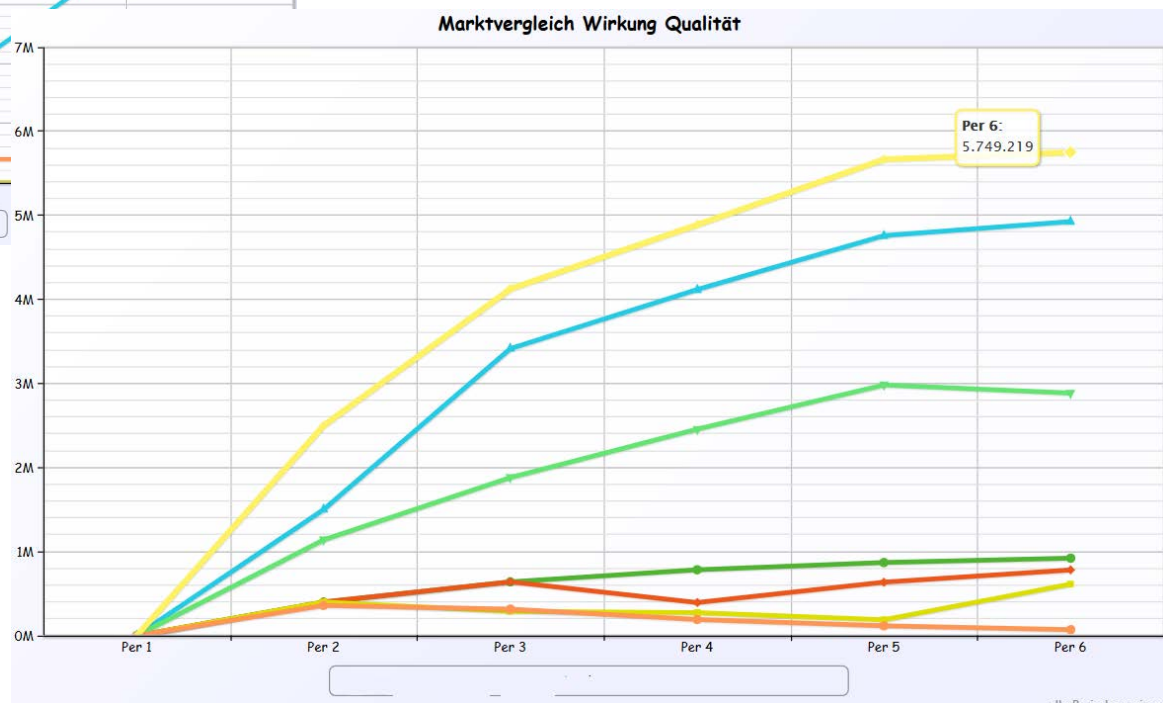
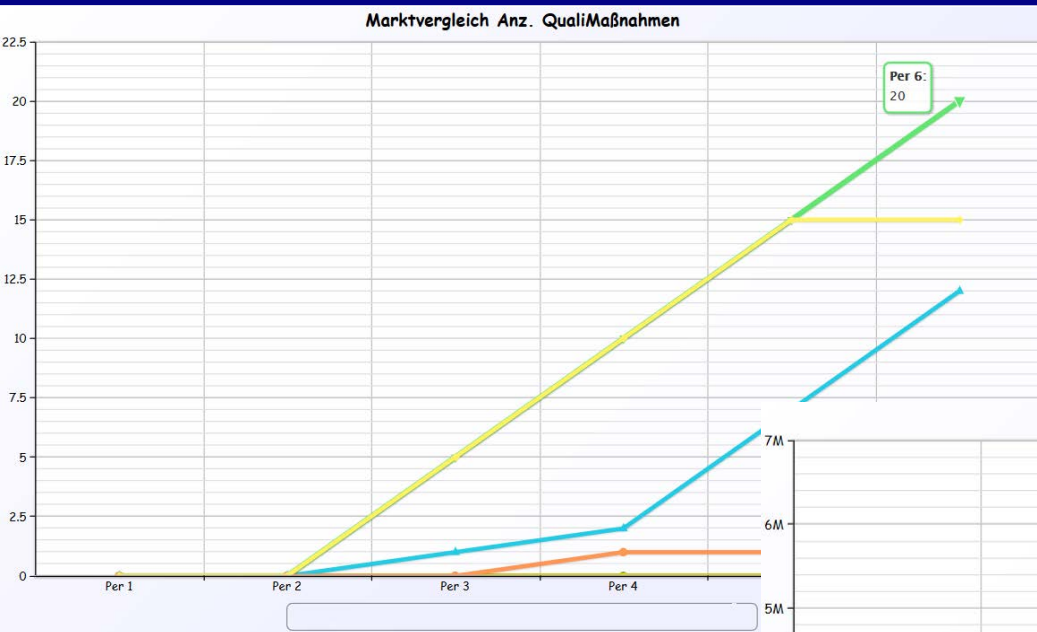
Fazit Nr. 1: je früher, desto eher lohnen sich die Maßnahmen.

Lohnen sich die MA-Qualifizierungsmaßnahmen?

Kosten 1 ▶	50000				
Beispiel 1	<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	0	60%	588.000	0
Per5	300.000	0	60%	652.800	0
Per6	300.000	0	60%	691.680	0
Per7	300.000	50.000	61%	721.925	6.917
Per8	300.000	0	61%	740.374	11.369
		50.000			18.286

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

MA-Qualifikation (hier: Per6, anderes Planspiel)



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)

Langfristig vs. kurzfristige Wirkung:

Preispolitik...

Qualitäts(-anmutung)...

Werbung...

Produktion...

Der Email zweiter Teil – jetzt brauchen wir einen Rückgriff auf letzte Woche!

Email einer Kommilitonin:

„Besteht außerdem die Möglichkeit in Per5 nicht zu produzieren, um erst einmal den Bestand aus vorherigen Perioden zu vermarkten?“

Aktiva		Passiva	
A. ANLAGEVERMÖGEN		A. EIGENKAPITAL	
I. Sachanlagen		I. Gezeichnetes Kapital	2.500.000
1. Gebäude	1.000.000	II. Kapitalrücklage	1.000.000
2. Maschinen	965.300	III. Gewinnrücklage	0
B. UMLAUFVERMÖGEN		IV. Bilanzgewinn/Bilanzverlust	-3.078.827
I. Vorräte		B. VERBINDLICHKEITEN	
1. Blech	0	I. Langfristig	4.500.000
2. Elektronik	4.175	II. Kurzfristig	4.236.061
3. Unfertige Erzeugnisse	2.184		
4. Fertigerzeugnisse	7.185.575		
II. Flüssige Mittel			
1. Bank/Kasse	0		
2. Tagesgeldkonto	0		
BILANZSUMME	9.157.234	BILANZSUMME	9.157.234

Aktiva		Passiva	
A. ANLAGEVERMÖGEN		A. EIGENKAPITAL	
I. Sachanlagen		I. Gezeichnetes Kapital 2.500.000	
1. Gebäude	1.000.000	II. Kapitalrücklage 0	
2. Maschinen	2.111.200	III. Gewinnrücklage 0	
B. UMLAUFVERMÖGEN		IV. Bilanzgewinn/Bilanzverlust -1.407.848	
I. Vorräte		B. VERBINDLICHKEITEN	
1. Blech 0		I. Langfristig 6.000.000	
2. Elektronik 0		II. Kurzfristig 4.361.988	
3. Unfertige Erzeugnisse 0			
4. Fertigerzeugnisse 8.342.941			
II. Flüssige Mittel			
1. Bank/Kasse 0			
2. Tagesgeldkonto 0			
BILANZSUMME	11.454.141	BILANZSUMME	11.454.141

ENTSCHEIDUNGEN AKTUELLE PERIODE		TATSÄCHLICHE FERTIGUNG	
Fertigung Stufe I	28.000	Aktive Maschinen in %	100
Fertigung Stufe II	28.000	Fertigung Stufe I	28.000
Qualitätsausgaben	840.000	Fertigung Stufe II	28.000
Werbeausgaben	980.000	MARKT	
Ausgaben Mitarbeiterqualifikationsmaßnahmen	0	Qualitätswirkung	1.060.800
Verkaufspreis	540	Werbewirkung	1.108.000
Ausgaben Marktinfo	0	Absatz	16.727
Kreditaufnahme	0	BESTÄNDE AM PERIODENENDE	
Kreditkündigung	0	Blech	0
Festgeld Anlage	0	Maschinen	24
Festgeld Kündigung	0	Elektronik	0
... FÜR DIE NÄCHSTE PERIODE		Mitarbeiter	117
Einkaufsmenge Blech	0	Halbfertigerzeugnisse	0
Einkauf Fertigungsmaschinen	0	Fertigerzeugnisse	21.148
Verkauf Fertigungsmaschinen	0		
Einkauf Elektronik	0		
Einstellung Mitarbeiter	0		
Freisetzung Mitarbeiter	0		

UMSATZERLÖSE	9.032.580
+ Bestandsänderungen	
o Fertige Erzeugnisse	4.337.456
o Unfertige Erzeugnisse	0
- Materialaufwand	
o Blech	1.428.000
o Elektronik	4.645.000
= ROHERGEBNIS	7.297.036
- Löhne und Gehälter	2.808.000
- Abschreibungen	196.000
- Sonstige Betriebliche Aufwendungen	4.537.843
- Zinsaufwendungen	210.000
+ Festgeldzinsen	0
= ERGEBNIS DER GEWÖHNLICHEN GESCHÄFTSTÄTIGKEIT	-454.808
- Ausserordentlicher Aufwand	0
- Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	0
= PERIODENÜBERSCHUSS / PERIODENFEHLBETRAG	-454.808
- Verlustvortrag aus der Vorperiode	-953.040
+ Entnahmen aus der Kapitalrücklage	0
- Einstellungen in die Gewinnrücklage	0
= BILANZGEWINN / BILANZVERLUST	-1.407.848

- Stückkosten: ca. 481 €

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

- 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