

## Unternehmensplanspiel „ARTARIS AG“



### Lernziel

Begreifbar machen, wie ein Industrieunternehmen funktioniert und wie es im harten Wettbewerb durch unternehmerisches Verhalten rentabel wachsen kann

[www.management-innovation.com](http://www.management-innovation.com)

Im Hopfengarten 31 • 65812 Bad Soden am Taunus  
Telefon: 06196-23048  
E-Mail: mail@inmi.de



## Konzeption

Die Teilnehmer lernen, wie ein Unternehmen als Ganzes funktioniert und worauf es ankommt, damit es im Wettbewerb erfolgreich bestehen kann. Sie treffen strategische und operative unternehmerische Entscheidungen, analysieren die wirtschaftlichen Konsequenzen ihrer Aktionen und versuchen, die Geschäftsprozesse und ihr Entscheidungsverhalten zu optimieren. In diesem Planspiel können die Teilnehmer das neu erworbene betriebswirtschaftliche Wissen genauso einüben, wie der Pilot seine Fähigkeiten im Flugsimulator trainiert.

## Inhalte

- Wie entstehen markt-, kunden- und wettbewerbsorientierte Potentiale und Ziele?
- Was sind grundlegende „Messgrößen“ wie Produktivität, Wirtschaftlichkeit, Rentabilität und Liquidität, und welche Bedeutung haben diese Kennzahlen?
- Welche Auswirkungen haben unternehmerische Entscheidungen auf die Bilanz, die Gewinn- und Verlustrechnung und auf die Liquidität?
- Was ist Wertschöpfung, und wie funktioniert das Zusammenspiel betrieblicher Prozesse wie zum Beispiel Beschaffung, Produktion, Verkauf und Finanzierung?
- Wie entwickelt, implementiert und lebt man eine Strategie bei sich rasch verändernden wirtschaftlichen und konjunkturellen Rahmenbedingungen?
- Wie entdeckt man (unternehmerische) Chancen, und wie setzt man sie um?

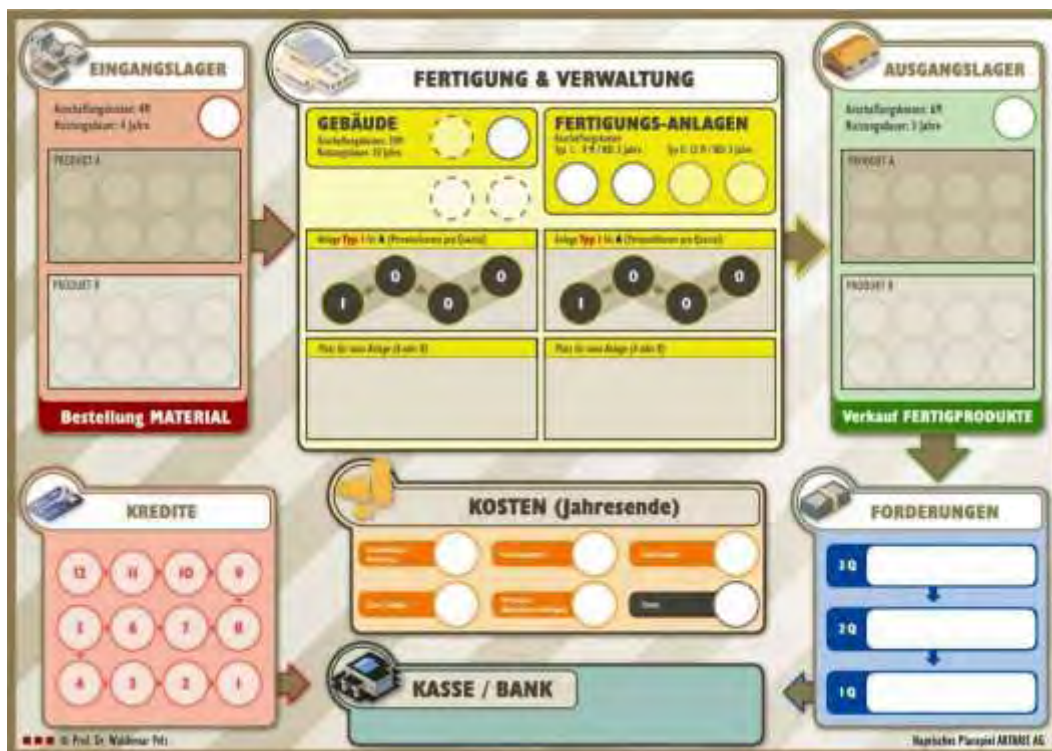
## Ablauf

Bei dem Planspiel übernimmt jeweils ein Team die Verantwortung für den Geschäftserfolg seines Unternehmens. Die Unternehmen konkurrieren um Marktanteile und finanzielle Ressourcen. Gleichzeitig müssen sie unternehmerische Chancen erkennen, diese konsequent umsetzen und gleichzeitig die Erwartungen der Investoren erfüllen. Das Besondere an dieser haptischen Simulation besteht darin, dass die Geschäftsprozesse auf einem „Spielbrett“ nachgebildet sind. Dadurch kann man sie im wörtlichen Sinne besser „begreifen“ und nachvollziehen. Die Visualisierung, der hohe Leistungsdruck und die Notwendigkeit zur effizienten Teamarbeit bewirken ein starkes Engagement aller Teams. Ergebnis: Die Teilnehmer erleben und erlernen die wirtschaftlichen Zusammenhänge intensiver, schneller und nachhaltiger als bei den meisten anderen Lernmethoden oder Planspielen.

## Referenzen (Auswahl)

ADG, Audi, BASF, Bayer, Baxter, Deutsche Telekom, Merck, Süwag, Viessmann

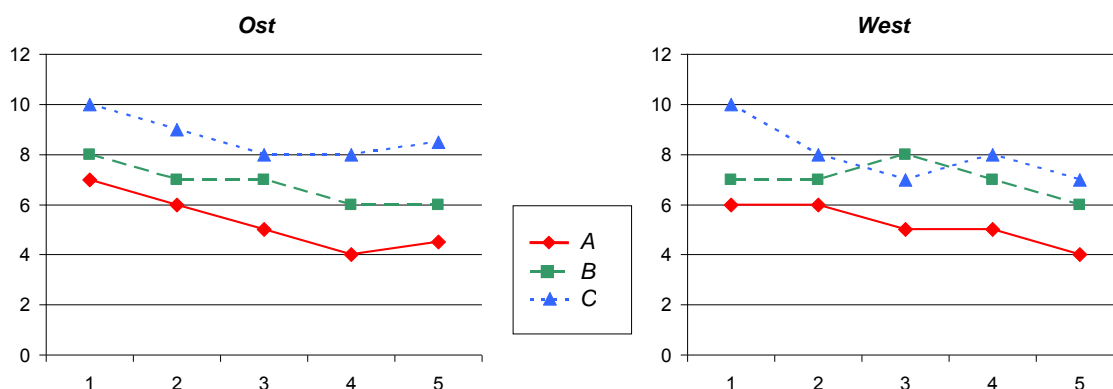
## Das „Spielbrett“



## Die Aufgabe

Entscheidend für den Erfolg ist die „richtige“ Kombination von Märkten, Kunden, Produkten und Technologien. Außerdem kommt es darauf an, unternehmerische Chancen frühzeitig zu erkennen und umzusetzen.

### Auszug Marktforschungsbericht: Erwartete Preisentwicklung nach Regionen



---

## Arbeitsteilung im Unternehmen

### **Das Team**

- Ziele festlegen (Eigenkapitalrendite, Umsatzrendite, Marktanteil, Wachstum etc.)
- Strategie vereinbaren (wie sollen die Ziele erreicht werden?)
- Jahresabschluss (Vorjahr) analysieren und die wichtigsten Informationen zur Ertragslage, zur finanziellen Situation und zur Kostenstruktur feststellen
- Am Jahresende: Erfolgskontrolle und „Manöverkritik“ (was wollen wir besser machen?)

### **Marketingleiter**

- Zielmärkte und Markterschließungsstrategie erarbeiten
- Aufträge hereinholen
- Die Marktlage beobachten und im Team diskutieren
- Deckungsbeitragsrechnung (zur Identifizierung „attraktiver“ Produkte und Märkte)
- Preiskalkulation
- Portfolio-Analyse und -steuerung
- Planung von Absatz und Umsatz

### **Finanzleiter**

- Planung und Erstellung der Gewinn- und Verlustrechnung
- Planung und Erstellung der Bilanz
- Soll-Ist-Abweichung analysieren und Vorschläge erarbeiten
- Prognose des Finanzbedarfs / Finanzplanung

### **Produktionsleiter**

- Planung der Produktionsmengen und Kapazitäten
- Investitionsplanung / Wirtschaftlichkeitsrechnung
- Kosten-Nutzen-Analyse
- Durchlaufzeiten, Vermeidung von Engpässen
- Gebundenes Vermögen (Läger, Anlagen etc.) optimieren.

## Auszug aus der Gewinn- und Verlustrechnung

	1. Jahr	2. Jahr	3. Jahr	4. Jahr
<b>Umsatzerlöse</b>	_____	_____	_____	_____
- Materialaufwand	_____	_____	_____	_____
- Lohnkosten (Fertigung)	_____	_____	_____	_____
<b>= Zwischenergebnis</b>	_____	_____	_____	_____
- Instandhaltung und Versicherung	_____	_____	_____	_____
- Mieten	_____	_____	_____	_____
- Verwaltungskosten	_____	_____	_____	_____
- Produktentwicklung	_____	_____	_____	_____
- Markterschließung	_____	_____	_____	_____
- usw.				

## Auszug aus der Bilanz

<b>AKTIVA</b>	1. Jahr	2. Jahr	3. Jahr	4. Jahr
<b>Anlagevermögen</b>				
<b>Gebäude</b>				
- Produktion und Verwaltung	_____	_____	_____	_____
- Läger	_____	_____	_____	_____
<b>Maschinen/Ausstattungen</b>				
- Gruppenfertigung	_____	_____	_____	_____
- <i>Fließfertigung</i>	_____	_____	_____	_____
<b>Summe Anlagevermögen</b>	_____	_____	_____	_____
<b>Umlaufvermögen</b>				
Rohstoffe/Material	_____	_____	_____	_____
Halbfertige und fertige Erzeugnisse	_____	_____	_____	_____
Forderungen	_____	_____	_____	_____
Kasse/Bankguthaben	_____	_____	_____	_____
usw.				

---

## Checkliste Strategische Planung

Bei der Ausarbeitung Ihrer Strategie können Sie sich an folgenden Fragen orientieren:

### 1. Quantitative Aspekte der Strategie (die finanzielle Grundlage):

- Was ist die Mindestverzinsung des eingesetzten Kapitals, und wie hoch muss der jährliche Gewinn sein?
- Welcher Umsatz, Marktanteil und Umsatzrendite sind notwendig um die Verzinsung des eingesetzten Kapitals zu erreichen?
- Wie schätzen Sie die Rahmenbedingungen ein und welche Erwartungen der „Stakeholder“ (Eigentümer, Kunden, Mitarbeiter, Lieferanten, Fiskus, Gesellschaft) wollen oder müssen Sie erfüllen?

### 2. Legen Sie die folgenden quantitativen Ziele für das letzte Jahr fest (Ihr Commitment):

- Umsatz \_\_\_\_\_
- Eigenkapital \_\_\_\_\_
- Marktanteil \_\_\_\_\_
- Wie hoch müssen
  - die Durchschnittspreise, Stückkosten und
  - der verkaufte Stückzahl seinum die finanziellen (quantitativen) strategischen Ziele (Rendite, Umsatz, Marktanteil) zu erreichen?

### 3. Qualitative Aspekte der Strategie (überzeugende Aussagen, wie man die Ziele erreichen will):

- Wie sieht das zukünftige (angestrebte) Markt-, Produkt- und Kundenportfolio aus, mit dem Sie die Ziele erreichen wollen?
- Wie sieht die strategische Positionierung aus (z. B. Qualitätsführer, Preisführer, Nischenanbieter)?
- Formulieren Sie vier bis fünf Aussagen, die Ihre Strategie charakterisieren und die Sie als Grundlage der Kommunikation nach innen und außen verwenden wollen?
- Sie können eine Vision definieren und sich einen charakteristischen Firmennamen geben.

 **Notizen:**