



1
2
3
KOMPLEXITÄT

TOPSIM® - General Management

Cloudbasiertes Industrieplanspiel

Unternehmen sind vielschichtige Systeme mit komplexen Strukturen und verschiedensten Aufgaben. Für eine erfolgreiche Unternehmenstätigkeit benötigen Entscheidungsträger ein Verständnis für innerbetriebliche Zusammenhänge und Wechselwirkungen der verschiedenen unternehmensinternen und -externen Einflussgrößen. MISSION Business strategy verdeutlicht den Seminarteilnehmenden diese Herausforderungen nach dem Grundsatz «learning by

ÜBER TOPSIM-Generalmanagement

MISSION Business strategy ist eine **Unternehmenssimulation**, in welcher sechs Unternehmen auf zwei Märkten gegeneinander antreten. Dabei wird der **Geldfluss**, die **Kosten**, die **Finanzsituation** und die **Strategie** eines Unternehmens auf einfache Art und Weise gut verständlich dargestellt. Dies erlaubt es, die Führung eines Unternehmens praktisch zu erleben und gleichzeitig das theoretische Instrumentarium der Betriebswirtschaftslehre anzuwenden und zu vertiefen. Wenn der Vorgesetzte in der Produktion die Probleme des Verkaufs und der Finanzabteilung versteht und der Verkaufschef die Zusammenhänge zwischen Investition, Produktionsplanung, Logistik und Lieferbereitschaft erlebt hat, werden sie zu echten Teamplayern!

LERNINHALTE

Aus den Bereichen allgemeine Betriebswirtschaftslehre insbesondere Unternehmensführung ...

- Wertorientierte Unternehmensführung
- Unternehmensleitbild (Vision, Mission, Zielbildung)
- Strategisches Marketing (mit Konkurrenzanalyse, Marketing-Mix, Produktlebenszyklen, Corporate Identity)
- Geschäftsfelderentwicklung
- Personalplanung und -qualifikation
- Produktmanagement
- Beschaffungsmanagement (Make or buy)
- Ökologische Produktion, Rationalisierung
- Investitions- und Auslastungsplanung
- Finanz- und Rechnungswesen (Kostenrechnung, Break-Even-Analyse, Finanzplanung, Bilanz, GuV, Cash-Flow Statement und Kennzahlensysteme)

KOMPLEXITÄTSSTUFEN

1	VERSTÄNDNIS
2	WISSEN
3	ANALYSE
	ANWENDUNG
	EVALUATION
	SYNTHESE

EINSATZBEREICHE

- Kadermitarbeiter aus allen Unternehmensbereichen
- (Nachwuchs-) Führungskräfte, Trainees
- Master- oder fortgeschrittene Bachelorstudiengänge der Wirtschaftswissenschaften
- Maturanden mit Vertiefung Wirtschaft

SEMINARABLAUF

- Dauer: 2 – 3 Tage
- Maximal 8 Perioden (Jahre)
- Teilnehmerzahl: 6 – 40
- Sprachen: deutsch, englisch

KONTAKT

Hat TOPSIM-General Management Ihr Interesse geweckt? Bitte nehmen Sie Kontakt mit mir auf. Ich freue mich auf Ihr Email, Ihren Anruf oder Ihren Brief.

simConsulting

Schürweidstrasse 21

CH-8912 Obfelden

fon +41 (0)76 366 22 22

Email juerg.gubler@simconsulting.ch

www.simconsulting.ch

MODELLBESCHRIEB

Das Planspiel-Seminar TOPSIM – General Management ist in verschiedene Phasen gegliedert. Die Teilnehmenden müssen in den Entscheidungsphasen die operativen Entscheidungen für ihr Unternehmen treffen. In den Auswertungsphasen analysieren sie die Ergebnisse der Vorperiode und überprüfen ihre generelle Spielstrategie.

Das Unternehmen produziert bei Simulationsbeginn ein hochwertiges Farbkopiergerät. Die Seminarteilnehmenden haben drei Entscheidungsbereiche zur Verfügung:

Entscheidungsbereich Vertrieb & Produktentwicklung

Im Vertriebsbereich besteht die Hauptaufgabe darin, einen wirkungsvollen Marketing-Mix zu gestalten. Entscheidungen in den Bereichen **Produkt-, Preis-, Kommunikations-** und **Distributionspolitik** sind die zentralen Einflussfaktoren für die Bestimmung des potenziellen Absatzes.

Auszug Entscheidungsbereich Vertrieb & Produktentwicklung

PREIS / WERBUNG	
COPY Classic	
Preis Markt 1 (EUR)	<input type="text" value="3.000"/>
Preis Markt 2 (FCU)	<input type="text" value="0"/>
Werbung Markt 1 (MEUR)	<input type="text" value="6,00"/>
Werbung Markt 2 (MEUR)	<input type="text" value="0,00"/>

VERTRIEB	
Markt 1	
Vertrieb (Anz. Personen)	<input type="text" value="100"/>

Kopiergeräte werden regelmäßig von einem Fachmagazin untersucht und unter anderem nach technologischen Gesichtspunkten bewertet. Der Technologieindex setzt sich aus Produktmerkmalen wie Kopiergeschwindigkeit, Kopierqualität und Bedienungsfreundlichkeit zusammen. Das

Gerät liegt dabei im Vergleich mit anderen Geräten im Mittelfeld hinsichtlich der technologischen Ausstattung. Je höher der Technologieindex ist, desto größer ist die Akzeptanz des Produktes am Markt. Für die Verbesserung der Produktmerkmale ist der Bereich F&E verantwortlich.

Durch Werbung und Ausgaben in Corporate Identity werden die Bekanntheit des Unternehmens und des Produktes erhöht.

Entscheidungsbereiche Einkauf & Fertigung

Der Einkauf kauft Einsatzstoffe für die Produktion des Basisgerätes und muss dabei Mengenstaffelungen für die bestmöglichen Rabatte beachten.

In späteren Perioden kann ein Budget-Farbkopiergerät ins Sortiment aufgenommen werden. Das Budget-Gerät kann entweder selbst produziert oder von einem anderen Hersteller fremdgefertigt werden.

Auszug Entscheidungsbereich Einkauf und Fertigung

EINKAUF		
COPY Classic		
Einsatzstoffe/Teile (Einheit)	<input type="text" value="0"/>	
Bezug Fremdfertigung (Stück)	<input type="text"/>	

FERTIGUNG	
COPY Classic	
Fertigungsmenge (Stück)	<input type="text" value="40.000"/>

FERTIGUNGSANLAGEN		
Typ A		
Investition (Anz. neue Anlagen)	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="0"/>
Budget Rationalisierung (MEUR)	<input type="text" value="0,00"/>	<input type="text" value="0,00"/>
Instandhaltung pro Fertigungsanlage (MEUR)	<input type="text" value="1,00"/>	<input type="text" value="1,00"/>

In der Fertigung müssen Entscheidungen über die Produktionskapazitäten gefällt werden. Dabei können unterschiedliche Fertigungsanlagen mit verschiedenen Produktivitäts-

levels gekauft oder geleast werden. Ausbildungs- oder Prozessoptimierungsmassnahmen haben unter anderem Einfluss auf die Fertigungsleistungen des Personals.

Entscheidungsbereiche Finanzen & Planwerte

Im Finanzbereich muss über Kredite mit unterschiedlichen Laufzeiten für die notwendige Liquidität gesorgt werden. Überschüssige Liquidität kann zur Rückzahlung von Krediten oder zum Kauf von langfristigen Wertpapieren verwendet werden.

Auszug Entscheidungsbereich Finanzen und Planwerte

FINANZEN	
	Betrag
Kurzfristiger Kredit (MEUR)	<input type="text" value="0,00"/>
Langfristiger Kredit (MEUR)	<input type="text" value="0,00"/>
Kauf von Wertpapieren (MEUR)	<input type="text" value="0,00"/>
Dividende absolut (MEUR)	<input type="text" value="0,00"/>

PLANWERTE	
	Betrag
Angenommener Absatz Classic Markt 1 (Stück)	<input type="text" value="50.000"/>
Angenommener Absatz Budget Markt 1 (Stück)	<input type="text" value="0"/>
Angenommener Absatz Classic Markt 2 (Stück)	<input type="text" value="0"/>
Angenommener Absatz Budget Markt 2 (Stück)	<input type="text" value="0"/>
Geplante Eigenkapitalrendite (%)	<input type="text" value="20,00"/>
Geplanter operativer Cashflow (MEUR)	<input type="text" value="20,00"/>

Den Seminarteilnehmenden steht eine lehrreiche **Planungshilfe** zur Verfügung, mit der die einzelnen Perioden vorausgeplant werden können.

RATING

Das Simulationsunternehmen ist einem Rating durch die Hausbank unterworfen. Ein gutes Rating verbessert die Kreditkonditionen, ein Absinken des Ratings dagegen bringt eine Erhöhung der Fremdkapitalzinsen in der nächsten Periode mit sich.