



GEFÖRDERT VOM



Bundesministerium
für Bildung
und Forschung

HANDBUCH PLANSPIEL

für die Teilnehmerinnen und Teilnehmer

INHALT

1.0 Das Planspiel.....	3
1.1 Methode Planspiel.....	3
1.2 Start-up Simulator von JUGEND GRÜNDET.....	4
2.0 Spielverlauf.....	5
2.1 Ausgangssituation.....	5
3.0 Szenarien.....	7
4.0 Deine Entscheidungsfelder.....	9
4.1 Produktpolitik.....	10
4.1.1 Mitarbeiter in der Produktentwicklung.....	10
4.1.2 Prozessoptimierung, Wertanalyse, Training.....	10
4.2 Distributionspolitik: AnzahlVertriebsmitarbeiter.....	11
4.3 Kommunikationspolitik: Werbung und Verkaufsförderung.....	11
4.4 Preispolitik.....	11
4.4.1 Preis im Markt 1.....	11
4.5 Planung Einkaufsmenge.....	12
4.6 Marktforschung.....	12
4.7 Strategische Entscheidungen.....	12
5.0 Berichte.....	13
5.1 Executive Summary.....	13
5.2 Berichte des eigenen Unternehmens.....	14
5.2.1 Markt.....	15
5.2.2 Personalinformationen.....	16
5.2.3 Exkurs: Die Deckungsbeitragsrechnung.....	17
5.2.4 Kalkulation im Periodenvergleich.....	19
5.2.5 Betriebsergebnis im Marktvergleich.....	20
5.2.6 Betriebsergebnis im Periodenvergleich.....	21
5.2.7 Betriebsergebnis im Marktvergleich.....	22
6.0 Erfolgskriterium und Bewertung.....	23
6.1 Balanced Scorecard (BSC).....	23
7.0 Einbettung in den Gesamtwettbewerb.....	27

1.0

DAS PLANSPIEL

1.1 Methode Planspiel

Beim Planspiel handelt es sich um eine digitale Unternehmenssimulation. Planspiele sind eine handlungsorientierte Lernmethode, die auf spielerische Weise komplexe Zusammenhänge vermittelt. Im Planspiel wird die Realität vereinfacht dargestellt, aber die Mechanismen des Marktes erlebbar gemacht - und das möglichst realitätsnah.

Durch den Rollenwechsel vom Wissensempfänger zum Akteur und Entscheider bietet die Simulation Schülerinnen und Schülern eine Selbstwirksamkeitserfahrung und fördert Kompetenzen, wie Selbständigkeit, strategisches Denken und Entscheidungsfähigkeit. Durch systematische Reflexion der Erfahrungen aus dem Planspiel können die Lehrinhalte besser verankert werden.



1.2 Start-up Simulator von JUGEND GRÜNDET

Das Planspiel von JUGEND GRÜNDET ist eine kostenfreie, online verfügbare Unternehmenssimulation. Im Startup Simulator werden die ersten acht Jahre eines frisch gegründeten Unternehmens simuliert.

JUGEND GRÜNDET ist ein Wettbewerb, der aus zwei Phasen besteht:

- Businessplanphase und
- Planspielphase.

Die Teilnahme am Planspiel ist auch unabhängig vom Gesamtwettbewerb möglich. Der Hintergrund deines Unternehmens ist beschrieben im Dokument „Dein Unternehmen“, welches Du in deinem Planspielbüro findest. Dieser dient allen Teilnehmenden als Grundlage - egal ob du in der Businessplanphase einen eigenen Businessplan erarbeitet hast oder erst zum Planspiel in den Wettbewerb eingestiegen bist. Diese gemeinsame Ausgangssituation dient der Chancengleichheit und der Vergleichbarkeit unter den Teilnehmenden.

Im Startup Simulator trittst du gegen von der KI gesteuerte Konkurrenzunternehmen an. Es werden acht Geschäftsjahre simuliert, in denen du - mit deinem Team - die Entscheidungen für dein eigenes Unternehmen triffst. Deine Aufgabe zu Beginn ist es, dein Unternehmen in den Markt einzuführen, es am Markt erfolgreich gegenüber der Konkurrenz zu entwickeln und zu etablieren. Dafür solltest du dein eigenes Unternehmen und den Markt gut verstehen. Dabei können dir die Angaben in diesem Handbuch helfen. Auch eine sorgfältige Analyse der Periodenberichte, die du nach jeder Berechnung erhältst, ist entscheidend für den Erfolg. Denn deine Aufgabe ist es auch, auf konjunkturelle Veränderungen und das Verhalten der Konkurrenz zu reagieren. Passe deine Strategie an und setze dich mit klugen Entscheidungen am Markt durch.

Bei JUGEND GRÜNDET gilt: aus Fehlern lernen. Daher hat jedes Team die Möglichkeit, die acht Perioden des Planspiels fünf Mal zu spielen. Aber Achtung: Nicht der beste, sondern der letzte Versuch zählt! Sobald das Planspiel neu gestartet wird, ist der vorherige Versuch gelöscht. Und: Die Konjunktur lässt sich nicht immer vorausplanen. Im Startup Simulator wird mit jedem neuen Spiel eines von drei Konjunktur-Szenarien zufällig ausgewählt. Die Konjunkturverläufe können sich also von Spiel zu Spiel unterscheiden.

Das vorliegende Handbuch gibt dir Tipps und Informationen über die folgenden Bereiche:

- die Ausgangssituation deines Unternehmens (U1) und die Situation deiner Konkurrenten am Markt
- welche Entscheidungen im ersten Jahr und in den folgenden Geschäftsjahren zu treffen sind
- die Wirkungen deiner Entscheidungen und welche Schlussfolgerungen du daraus Jahr für Jahr ziehen kannst, um deine Entscheidungen immer weiter zu optimieren

1.3 Planspiel Sonderpreis - unterstützt von der Volkswagen AG

Als modernes Tool für Entrepreneurship Education wird das Planspiel von der Volkswagen AG unterstützt. Die Volkswagen AG lobt daher einen Sonderpreis für das Team mit dem besten Planspiel-Ergebnis aus: Der Preis ist eine Reise in das Headquarter der Volkswagen AG nach Wolfsburg. Relevant für die Wettbewerbsteilnahme bei JUGEND GRÜNDET und für den Sonderpreis ist die Planspiel-Phase von Anfang Februar bis Mitte Mai.

2.0

SPIELVERLAUF

2.1 Ausgangssituation

In den folgenden acht Jahren bist du Chef/in bzw. die Geschäftsleitung deines eigenen Unternehmens. Dein Ziel ist es, das Unternehmen erfolgreich am Markt zu positionieren. Dazu triffst du in jedem Jahr neue Entscheidungen. Am Ende ermittelt ein Erfolgswert basierend auf einer Balanced Scorecard dein Endergebnis (mehr dazu in Kapitel 7).

Du bekommst für die ersten Jahre nach der Gründung einen Coach zur Seite gestellt, der dir in den „Berichten für die kommende Periode“ wertvolle Tipps liefert, damit du dein Unternehmen erfolgreich am Markt positionieren kannst. Für deine ersten Entscheidungen erstellt der Coach dir eine Benchmark mit Unternehmen vergleichbarer Größe und Geschäftstätigkeit. Das liefert dir wertvollen Input und eine Orientierung für dein erstes Geschäftsjahr.

Folgende Faktoren sind als Startgrößen vordefiniert:

- Der Preis bei der Markteinführung bzw. im ersten Jahr deiner Unternehmertätigkeit.
- Die Absatzmenge für das erste Jahr. Auf Grundlage der Marktgegebenheiten werden von der Simulation das Marktvolumen der Branche und die Absatzmengen der Konkurrenz ermittelt und dementsprechend viele Produkte eingekauft.
- Dein erwarteter Umsatz in der ersten Periode. Aus diesem Planumsatz errechnet das System eine sinnvolle Anzahl von Mitarbeitern in der Verwaltung. Die Anzahl der Mitarbeiter in der Verwaltung steigt also mit zunehmendem Umsatz. Die Simulation passt die Mitarbeiterzahl der Verwaltung im gesamten Planspiel automatisch an.

Unten ist ein beispielhafter Auszug der Ergebnisse zu sehen, die dein Gründungscoach dir nach getaner Recherche liefert.

Lege dir diese Prognose am besten neben dein Entscheidungsformular des ersten Jahres und gleiche die Werte ab. Durch Analyse deiner Kostenstruktur kannst du dir selbst einen Überblick über deine anstehenden Kosten verschaffen.

A] Ihre Kostenstruktur

	Dimension	Plan Beschaffungskosten	Tatsächliche Beschaffungskosten	Auswirkungen Prozessoptimierung &
Variable Materialkosten	Euro/Stück	277	269	8
Variable Fertigungskosten	Euro/Stück	119	115	3

Ihre Ausgaben für Prozessoptimierung beliefen sich in im vergangenen Geschäftsjahr auf 180.000 Euro. Kumuliert liegen Ihre Ausgaben bei 180.000 Euro.

B] Ihre Mitarbeiterpolitik

Durch Ihre Entscheidungen stehen Ihnen zu Beginn der Folgeperiode 4 Vertriebsmitarbeiter und 5 Mitarbeiter für die Produktentwicklung zur Verfügung. Sie erwirtschafteten im vergangenen Geschäftsjahr einen Umsatz von 2.528.460 Euro. Die Anzahl Ihrer Verwaltungsmitarbeiter für das nächste Jahr beträgt 4 .

Für Ihre Planung stehen Ihnen für das nächste Geschäftsjahr folgende Mitarbeiterdaten zur Verfügung:

	Dimension	Produktentwicklung	Vertrieb	Verwaltung
Einstellungskosten	Euro	5.000	5.000	5.000
Entlassungskosten	Euro	2.600	2.600	2.600
Gehaltskosten	Euro	55.182	45.084	39.168
Fluktuation	in %	8	6	6
Personalnebenkosten	in %	21	21	21

C] Marktentwicklung

Experten sagen in diesem Jahr einen Marktrückgang von 5 % auf Ihrem Stammmarkt (Markt 1) voraus. Berücksichtigen Sie hierbei, dass das Marktwachstum innerhalb Ihres Sektors von der volkswirtschaftlichen Entwicklung abweichen kann.

Bei gleichbleibenden Vertriebs- und Marketingentscheidungen und passenden Einkaufsentscheidungen bedeutet dies einen Absatz von 2426 Einheiten. Aber Vorsicht: Wie im Handbuch beschrieben können Marktgeschehnisse und Konkurrenten Ihren potenziellen Absatz darüber hinaus beeinflussen.

Orientiere dich vor allem bei der Mitarbeiterpolitik an den Vorgaben deines Gründungscoaches. Die Marktentwicklung gibt dir einen Anhaltspunkt mit welchem Absatz du in der Folgeperiode rechnen kannst.

3.0

SZENARIEN

Zu Beginn jedes Jahres erhältst du eine Übersicht der Rahmenbedingungen in Form von allgemeinen Wirtschaftsnachrichten.

Wachstumsprognose, Inflation, Arbeitsmarkt, Investitionsverhalten und viele weitere Eckdaten helfen dir, deine Personalpolitik, Vertriebspolitik und alle anderen unternehmerischen Entscheidungen zu planen, um diese dann in die Entscheidungsmaske einzugeben.

Der Gründungscoach stellt dir zudem spezifische Nachrichten zur Verfügung. Diese enthalten detaillierte Aussagen über das Geschehen in deinem Markt. Weiterhin gibt dir der Coach regelmäßig Hinweise, worauf in einer konkreten Situation geachtet werden sollte, um die richtigen Entscheidungen zu treffen. Er wird dich immer wieder auf die Bedeutung einer geradlinigen Strategie hinweisen.

Informationen zu den strategischen Entscheidungen, die in jedem Jahr getroffen werden müssen, werden ebenfalls in den Szenari-ent-Texten vermittelt. Hier findest du einen Ausschnitt aus einem früheren Jahr:

1. JAHR

1.1 ALLGEMEINE WIRTSCHAFTSNACHRICHTEN

Die Weltwirtschaft trotz derzeit allen Unsicherheiten und zeigt sich robust. Der Handelskrieg zwischen den Vereinigten Staaten und China hemmt den internationalen Handel und sorgt ebenso wie der bevorstehende Brexit für Unruhe, doch die robuste Binnen-nachfrage in den großen Industrienationen sowie die aufstrebenden Schwellenländer in Asien halten den Motor am Laufen. Doch wie lange noch? Sowohl in den USA als auch in Europa deutet sich eine strengere Notenbankpolitik an und eine baldige Erhöhung des Leitzinses scheint unausweichlich.

Von Innovation wenig zu sehen: Deutschland wird zur Digitalwüste. Immer lautstarker melden sich Industrieverbände zu Wort und warnen, Deutschland falle beim Thema Digitalisierung immer weiter zurück. Es fehle an Infrastruktur und Fachkräften.

Die Beschäftigungsquote hingegen ist weiter erfreulich hoch und der Staat freut sich über saftige Steuereinnahmen.

Übersicht über die wichtigsten Kennzahlen

Brutto-Inlandsprodukt	+ 2,6%	Inflation	+ 1,7%
Investitionen	+ 3,4%	Lohnkosten	+ 2%
Konsumklimaindex	+ 3%	Arbeitslosenquote	- 3,5%

1.2 SEKTORSPEZIFISCHE WIRTSCHAFTSNACHRICHTEN UND HINWEISE IHRES GRÜNDUNGS-COACHES

Ihr Produkt profitiert von der demografischen Entwicklung und der Alterung der Gesellschaft. Denn während sich in früheren Generationen noch häufiger Familien um die Pflege Ihrer Angehörigen gekümmert haben, findet Pflege heute häufiger in professio-

1.3 STRATEGISCHE ENTSCHEIDUNG - GRUNDSTEINLEGUNG

Bevor Sie so richtig loslegen, müssen Sie sich erst einmal die passende Umgebung für Ihr Unternehmen aussuchen. Sie sollten bei dieser Wahl verschiedene Aspekte berücksichtigen. Bedenken Sie, dass es nicht den perfekten Standort gibt, sondern wägen Sie ab, welcher Standort für Sie und Ihre Strategie geeignet ist. Expansionsmöglichkeiten, die Akzeptanz bei Mitarbeitern und Kunden, das Prestige und selbstverständlich die Kosten sind Faktoren, welche Sie berücksichtigen müssen. Fördergelder und Synergien mit anderen ortsansässigen Unternehmen, Hochschulen oder Universitäten können die Auswahl beeinflussen. Eine Ihrer Mitarbeiterinnen hat sich in letzter Zeit intensiv mit dem Thema befasst und drei Alternativen für Sie als Entscheidungsgrundlage aufbereitet:

Alternative 1: Eigenbau in ländlichem Gebiet



Ein eigenes Fleckchen Erde - nicht nur privat gibt eine eigene Immobilie Sicherheit, auch als Unternehmer sehen Sie Vorteile. Das Grundstück in einer ländlichen Gemeinde liegt in der Nähe einer größeren Verkehrsstraße. Davon abgesehen sehen Sie wenige Störquellen, die ein konzentriertes Arbeiten beeinträchtigen könnten. Die ländliche Gegend abseits des hektischen Großstadtrubels bietet zahlreiche umliegende

Naherholungsziele und die Fluktuation Ihrer Mitarbeiter liegt hier vermutlich im unteren Bereich - zumindest bei den erfahreneren Mitarbeitern. Die Investition in diese Alternative bedeutet eine langfristige Entscheidung. Dafür können Sie das Gebäude nach Ihren Vorstellungen erschaffen und sind vor Mietpreisschwankungen gefeit. Die Niederlassung zeigt zudem Ihre Identifikation mit der Gemeinde und sowohl aus der regionalen Politik als auch von Wirtschaftspartnern der Region können Sie mit Wohlwollen rechnen. Auf Ihre Bekanntheit dürfte sich dieser Standort dagegen kaum positiv auswirken. Auch die logistische Versorgung mit Einsatzstoffen und Bauteilen könnte eine größere Herausforderung sein als in der Großstadt. Grundstückskauf und Bau finanzieren Sie über einen Kredit, die jährliche Rate für Zinsen und Tilgung beträgt 35.000 €. (Sondertilgungen sind vertraglich

Nutze in jedem Geschäftsjahr die bereitgestellten Wirtschaftsprognosen, die hilfreiche Hinweise zur Mitarbeiter- und Marktentwicklung geben. Besonders der Wert, wie sehr dein Markt wächst bzw. schrumpft, dient dir zur Planung deiner künftigen Entscheidungen.

A] Ihre Kostenstruktur

	Dimension	Plan Beschaffungskosten	Tatsächliche Beschaffungskosten	Auswirkungen Prozessoptimierung &
Variable Materialkosten	Euro/Stück	277	254	23
Variable Fertigungskosten	Euro/Stück	119	109	10

Ihre Ausgaben für Prozessoptimierung beliefen sich im vergangenen Geschäftsjahr auf 200.000 Euro. Kumuliert liegen Ihre Ausgaben bei 380.000 Euro.

B] Ihre Mitarbeiterpolitik

Durch Ihre Entscheidungen stehen Ihnen zu Beginn der Folgeperiode 6 Vertriebsmitarbeiter und 6 Mitarbeiter für die Produktentwicklung zur Verfügung. Sie erwirtschafteten im vergangenen Geschäftsjahr einen Umsatz von 2.582.000 Euro. Die Anzahl Ihrer Verwaltungsmitarbeiter für das nächste Jahr beträgt 4.

Für Ihre Planung stehen Ihnen für das nächste Geschäftsjahr folgende Mitarbeiterdaten zur Verfügung:

	Dimension	Produktentwicklung	Vertrieb	Verwaltung
Einstellungskosten	Euro	5.000	5.000	5.000
Entlassungskosten	Euro	2.600	2.600	2.600
Gehaltskosten	Euro	55.182	45.084	39.168
Fluktuation	in %	6	6	9
Personalnebenkosten	in %	21	21	21

C] Marktentwicklung

Experten sagen in diesem Jahr einen Marktrückgang von 1 % auf Ihrem Stammmarkt (Markt 1) voraus. Berücksichtigen Sie hierbei, dass das Marktwachstum innerhalb Ihres Sektors von der volkswirtschaftlichen Entwicklung abweichen kann.

Bei gleichbleibenden Vertriebs- und Marketingentscheidungen und passenden Einkaufsentscheidungen bedeutet dies einen Absatz von 2556 Einheiten. Aber Vorsicht: Wie im Handbuch beschrieben können Marktgeschehnisse und Konkurrenten Ihren potenziellen Absatz darüber hinaus beeinflussen.

4.0

DEINE ENTSCHEIDUNGSFELDER

Entscheidungen für Periode 3 Versuch 1

Produktpolitik

Experten Mitarbeiter Endbestand

Prozessoptimierung, Wertanalyse, Training Euro im Jahr

Distributionspolitik

Vertriebsmitarbeiter Mitarbeiter Endbestand

Kommunikationspolitik

Werbung und Verkaufsförderung Euro im Jahr

Preispolitik

Preis Markt 1 Euro pro Stück

Planung

Bestellmenge Markt 1 Stück im Jahr

Strategische Entscheidungen

Strategische Entscheidung 5 ▾

Strategische Entscheidung 6 ▾

Die Entscheidungen über die verschiedenen Bereiche in den einzelnen Geschäftsjahren werden in einer Entscheidungsmaske eingegeben (siehe oben).

4.1 Produktpolitik

4.1.1 Mitarbeiter in der Produktentwicklung

Die Mitarbeiter in der Produktentwicklung entwickeln dein Produkt weiter.

Du musst entscheiden, wie viele Mitarbeiter in der Produktentwicklung tätig sein sollen. Wichtig dabei ist, dass du über den Endbestand entscheidest.

Je mehr Mitarbeiter in der Produktentwicklung eingesetzt werden, desto höher ist dein Innovationsindex.

Der Innovationsindex bildet die Qualität bzw. den technologischen Entwicklungsstand deines Produktes ab. Nach der Markteinführung in Jahr 0 liegen zu Beginn des Planspiels alle vier Unternehmen am Markt gleichauf. Die Produkte sind also marktreif, haben ihr Potential aber noch nicht ausgeschöpft. Vor allem in den ersten Jahren lohnt es sich, stark in die Verbesserung des Angebots zu investieren, möchte man Konsument:innen mit Qualität überzeugen. Im Verlauf deiner Geschäftstätigkeit kannst du einen Innovationsindex von maximal 390 Punkten erreichen.

Verbesserte Produkteigenschaften können ein wichtiges Unterscheidungsmerkmal zur Konkurrenz werden. Mit der Festlegung des Personalendbestandes im Bereich Weiterentwicklung werden die Anzahl der Einstellungen und Entlassungen sowie die damit zusammenhängenden Kosten ermittelt. Zusätzlichen Einfluss auf die Kosten hat die Fluktuation. Diese wird zum einen durch die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen vorgegeben, kann aber auch durch deine strategischen Entscheidungen (s. 5.6) beeinflusst werden.

4.1.2 Prozessoptimierung, Wertanalyse, Training

Durch Entscheidungen im Bereich Prozessoptimierung, Wertanalyse und Training kannst du Einfluss auf die Entwicklung deiner variablen Kosten nehmen.

- Prozessoptimierung: Methodenverbesserung der betrieblichen Abläufe und damit Senkung der variablen Fertigungskosten.
- Wertanalyse: Reduzierung des Materialeinsatzes pro Stück.
- Training: Qualifizierungsmaßnahmen für deine Mitarbeiter.

Die Wirkung der Entscheidungen zu diesem Bereich wird im Produktivitätsindex des Unternehmens abgebildet. Dieser ist zu Beginn des Planspiels 100 und kann in den Folgeperioden steigen. Beachten Sie jedoch: Dieser Index steigt nicht linear mit den entsprechenden Ausgaben für Prozessoptimierung, Wertanalyse und Training an, sondern es liegt ein abnehmender Grenznutzen vor. Dies bedeutet – ähnlich wie bei den Werbe-Ausgaben, dass zu wenige Investitionen kaum einen Effekt mit sich bringen, zu viele Ausgaben jedoch verpuffen – irgendwann ist sprichwörtlich die „Grenze des (weiteren) Nutzens“ erreicht.

Deine Kostenstruktur ergibt sich zu Beginn deiner Geschäftstätigkeit aus dem im vorgegebenen Businessplan festgelegten Preis. In der Wirtschaftsprognose bekommst du in jedem Jahr die Kostenstruktur deines Unternehmens aufgelistet (siehe auch Grafik Seite 7). Dabei siehst du genau, wie deine Beschaffungskosten ohne Investitionen in Prozessoptimierung wären, im Vergleich zu den tatsächlich für dein Unternehmen anfallenden Kosten.

4.2 Distributionspolitik: Anzahl Vertriebsmitarbeiter

Hier wird analog zu den Experten im Bereich Weiterentwicklung über die Anzahl der Vertriebsmitarbeiter entschieden. Zusätzliche Mitarbeiter in diesem Bereich verbessern die Qualität der Kundenberatung, erhöhen die Kundenbindung, führen zu einem besseren Image des Unternehmens und erhöhen letztendlich die Absatz-

mengen in den Märkten. Einzugeben ist der Endbestand der Vertriebsmitarbeiter im jeweiligen Jahr. Mit der Festlegung des Personalendbestandes im Bereich Vertrieb werden die Anzahl der Einstellungen und Entlassungen sowie die damit zusammenhängenden Kosten ermittelt. Zusätzlich Einfluss hat auch hier die Fluktuation.

4.3 Kommunikationspolitik: Werbung und Verkaufsförderung

Du entscheidest über die Höhe des Jahresbudgets für Werbung. Mit Werbung erhöht sich u.a. die Bekanntheit des Unternehmens und des Produktes. Werbung hilft, potenzielle Neukunden über die Vorzüge des Produktes und die Zuverlässigkeit des

Unternehmens zu informieren. Ab dem fünften Geschäftsjahr bewegst du dich auf zwei Märkten. Dabei ist zu beachten, dass die Werbung auf unterschiedlichen Märkten unterschiedlich wirkt. Die Hauptwerbewirkung liegt auf Markt 1, das heißt

auf deinem Hauptabsatzmarkt, auf dem du Einzelabnehmer bedienst. Bei Großabnehmern (Markt 2) wirst du durch zusätzliche Werbung keine bedeutenden Absatzsteigerungen erwirken. Einzugeben ist das Budget für Werbung in Euro pro Jahr.

4.4 Preispolitik

In der ersten Periode wird keine Preisentscheidung getroffen. Der im Standardbusinessplan angegebene Preis ist dein Produktpreis für die erste Periode.

4.4.1 Preis im Markt 1

Ab dem zweiten Jahr kannst du deinen Preis in Euro pro Stück als Entscheidung eingeben. Die Preisentscheidung hat einen großen Einfluss auf die Marktentwicklung und den Marktanteil und damit auf deine Absatzmenge.

4.4.2 Preis Großabnehmer im Markt 2

Ab einem späteren Jahr kann das Produkt zusätzlich an einen Großabnehmer (= Markt 2) verkauft werden. Dieser Großabnehmer nimmt eine bestimmte, nach oben jedoch begrenzte Menge ab. Genauere Hinweise zu Absatzpotenzial und Höhe des erwarteten Angebotspreises werden in der aktuellen Wirtschaftsprognose genannt.

Großabnehmer wollen im Normalfall einen geringeren Preis am Markt durchsetzen. Sie erwarten Mengenrabatte. Das Budget für Werbung wirkt sich auf Markt 2 nicht direkt aus. Im Gegenzug legen die Großabnehmer-Kunden aber mehr

Wert auf eine gute Beratung, d.h. die Bedeutung der Vertriebsmitarbeiter ist hier höher. Eine intensive Beratungstätigkeit bleibt nicht unbemerkt und wirkt sich im Planspiel auch auf die Bekanntheit deines Unternehmens aus. Und der Bekanntheitsgrad wiederum hat auch Auswirkungen auf den Absatz auf Markt 2.

Bitte beachte, dass für die Menge des Großabnehmers variable Sondereinzelkosten, z.B. für Verpackungs- und Transportkosten, im Planspiel geltend gemacht werden

4.5 Planung Einkaufsmenge

Ab dem zweiten Geschäftsjahr musst du festlegen, wie viele Einheiten des Produktes eingekauft werden. Liegt die eingekaufte Menge über der Nachfrage, werden die nicht verkauften Produkte an den Lieferanten zurück gesendet – denn du hast keine Möglichkeit, Ware langfristig zu lagern. Kommt dies häufig vor, wird der Lieferant seine Preise erhöhen. Liegt die eingekaufte Menge unter der Nachfrage, dann gehen 75 Prozent der nichtbeliefernten Kunden zur Konkurrenz (sofern die Konkurrenz noch etwas auf Vorrat hat). Nicht belieferte Kunden wirken sich negativ auf die Kundenzufriedenheit aus. In den Berichten findest du in den Bereichen Marktbericht und Marktforschung den potentiellen und den tatsächlichen Absatz (vgl. Abschnitt 6.3).

Du bekommst Punkte für die Planungsqualität d.h. je besser deine eingekaufte Menge mit der potenziellen Absatzmenge übereinstimmt (ohne zusätzlichen Umsatz durch Lieferunfähigkeiten der Konkurrenz), desto mehr Punkte bekommst du – nach acht Perioden sind es maximal 300.

4.6 Marktforschung

Ab dem zweiten Geschäftsjahr hast du die Möglichkeit in Marktforschung zu investieren. Es kann zwischen drei Budgets gewählt werden. Je größer das Budget, desto mehr Informationen über die Konkurrenz (inklusive deren strategische Entscheidungen) bekommst du. Wählst du eine günstigere Variante, bleiben dir Werte wie z.B. der Innovations- oder auch Bekanntheitsgrad der Konkurrenten im folgenden Berichtswesen verborgen.

4.7 Strategische Entscheidungen

Du solltest dir während deiner gesamten Geschäftstätigkeit Gedanken über deine strategische Ausrichtung machen. In jedem Jahr (Ausnahme: im letzten Jahr) stehen dir dafür zwei strategische Entscheidungen mit unterschiedlichen Themen zur Verfügung. Du hast jeweils drei Alternativen pro Entscheidung zur Auswahl. Wäge jede Alternative sorgfältig ab und prüfe, was zu deinem Unternehmen und deiner Strategie passt. Bedenke, dass deine Entscheidungen langfristig, also auch in den Folgeperioden wirken können. Manche Entscheidungen können vorteilhafter sein als andere.

Die Kosten der strategischen Entscheidungen werden in den Verwaltungskosten aufgeführt. Ein Beispiel hierfür sind anfallende Zusatzkosten durch ein höheres Gehalt bei einer Neueinstellung oder die bei der Einstellung anfallenden Kosten, deren Höhe erst nach dem gesamten Geschäftsjahr für dich transparent wird.

Natürlich können, wie im echten Leben auch, unerwartete Ereignisse in den Folgeperioden auftreten. So ist es durchaus möglich und realistisch, dass Verträge auslaufen, dass eine Alternative einmal unerwartet wirkt oder höhere Kosten als erwartet entstehen. Derlei Informationen erhältst du im Berichtswesen immer unter dem Punkt „Weitere Ereignisse der letzten Periode“ (siehe auch das nachfolgende Kapitel).

5.0

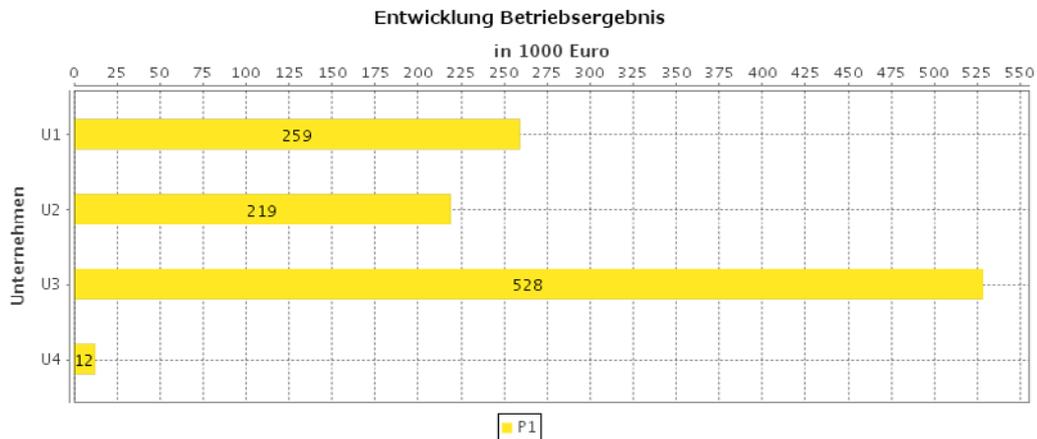
BERICHTE

5.1 Executive Summary

In der Executive Summary erhältst du einen Überblick über die wichtigsten Kennzahlen deines Unternehmens und deiner Konkurrenten. Das von dir geführte Unternehmen wird immer als U1 bezeichnet, die U2, U3 und U4 sind deine KI-gesteuerte Konkurrenz. Die Kennzahlenübersicht ist folgendermaßen aufgebaut: Auf der ersten Seite bekommst du Informationen über die Preis- und Absatzentwicklung. Der Verlauf des Betriebsergebnisses über die Jahre wird in einem Diagramm dargestellt. Im Folgenden ein beispielhafter Auszug:

Markt und Absatz

Ihr Produktabsatz von Ihrem GARDIFIX im regulären Markt betrug 2.554 Einheiten bei einem Preis von 990 Euro. Dies entspricht einem Marktanteil von 22 %. Die Preise der Branche lagen zwischen 950 und 1.040 Euro.



Interne Abläufe und Prozesse

Im Folgenden wird Ihr Unternehmen im Branchenvergleich betrachtet. Beachten Sie jedoch, dass Sie Ihre Punktwerte laufend verbessern sollten und dass ein ausgezeichneter Wert im Vergleich zur Branche nicht bedeutet, dass Sie keine Weiterentwicklungsmöglichkeit mehr haben. Im Handbuch finden Sie Informationen darüber mit welchen Werten das Optimum erreicht wird.

Ihr Werbebudget betrug in diesem Jahr 160.000 Euro. Das macht 6 % Ihres Gesamtumsatzes aus, was angemessenen Werbeanstrengungen entspricht.

Sie beschäftigen derzeit 4 Vertriebsmitarbeiter mit einem Qualifikationsniveau von 90. Die Unternehmen der Branche beschäftigen zwischen 4 und 6 Vertriebsmitarbeitern. Deren Qualifikationsniveaus liegen zwischen 90 und 92.

Im Anschluss folgen unter dem Punkt „Weitere Ereignisse der letzten Periode“ außerdem Informationen zu deinen Strategischen Entscheidungen und deren Auswirkungen.

5.2 Berichte des eigenen Unternehmens

Der Bericht über das eigene Unternehmen umfasst Tabellen mit Informationen zu

- Markt,
- Personal,
- Kalkulation und
- Betriebsergebnis.

5.2.2 Personalinformationen

Personalbericht (Beispiel)

	Einkauf/Verwaltung	Experten	Vertriebsmitarbeiter	Summe
Qualifikationsindex	84	84	90	
Anfangsbestand Personal	0	0	0	0
- Fluktuation	0	0	0	0
- Entlassungen	0	0	0	0
+ Einstellungen	4	5	4	13
= Endbestand Personal	4	5	4	3
Gehaltskosten in Euro	156.672	275.910	180.336	612.918
Entlassungskosten in Euro	0	0	0	0
Einstellungskosten in Euro	24.000	30.000	24.000	78.000
Personalnebenkosten in Euro	32.901	57.941	37.871	128.713
gesamte Personalkosten in Euro/Jahr	213.573	363.851	242.207	819.631
Produktivitätsindex				103

Qualifikationsindex Der Qualifikationsindex verändert sich mit der Höhe der Ausgaben, die du für Prozessoptimierung, Wertanalyse und Training in der Entscheidungsmaske einträgst

Anfangsbestand Personal Endbestand der Vorperiode wird übernommen

Fluktuation Anzahl der Mitarbeiter, die aus eigenem Antrieb das Unternehmen verlassen

Entlassungen Anzahl der Mitarbeiter, denen gekündigt wurde

Einstellungen Anzahl der Mitarbeiter, die neu eingestellt wurden

Endbestand Personal Anzahl der Mitarbeiter am Ende der Periode

Personalnebenkosten Arbeitgeberanteil zur gesetzlichen Sozialversicherung

Entlassungskosten Kosten für Abfindungen

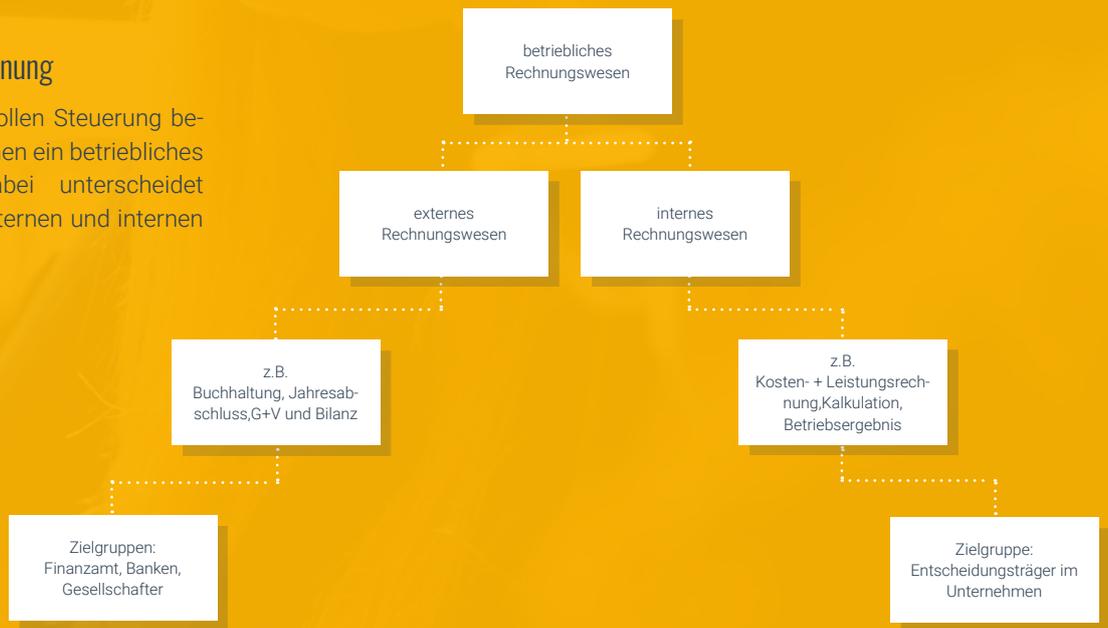
Einstellungskosten Kosten für Einarbeitung, Zeitungsanzeigen, Headhunting etc.

gesamte Personalkosten Summe aller Kosten für dein Personal

Produktivitätsindex Der Produktivitätsindex verändert sich mit der Höhe der Ausgaben, die du für Prozessoptimierung, Wertanalyse und Training in der Entscheidungsmaske einträgst

5.2.3 Exkurs: Die Deckungsbeitragsrechnung

Zur ökonomisch sinnvollen Steuerung benötigt jedes Unternehmen ein betriebliches Rechnungswesen. Dabei unterscheidet man zwischen dem externen und internen Rechnungswesen:



Bei JUGEND GRÜNDET wird unter Berücksichtigung der Vorkenntnisse der Teilnehmer auf die Darstellung des externen Rechnungswesens vollständig verzichtet. Vielmehr konzentriert sich das Planspiel Startup Simulator auf das interne Rechnungswesen. Dabei wird ein entscheidungsorientierter Ansatz gewählt, der als Teilkosten- bzw. Deckungsbeitragsrechnung bekannt geworden ist. Der Begriff Teilkostenrechnung deutet schon auf das wesentliche Merkmal dieses Verfahrens hin. Die Kosten werden aufgeteilt in variable und fixe Kosten. Variable Kosten sind mengenabhängig und im vorliegenden Planspiel auch immer direkt proportional.

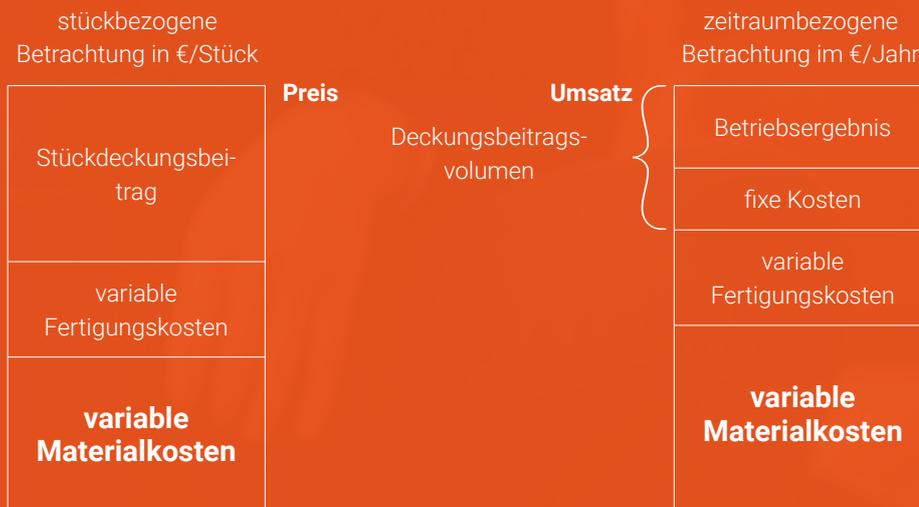
Dies bedeutet z.B., dass die Materialkosten einer Periode sich verdoppeln, wenn auch die Menge eines produzierten Artikels sich verdoppelt. Die variablen Kosten pro Stück sind also konstant. Anders ist es bei den fixen Kosten. Diese sind unabhängig von der produzierten Menge und entscheidungsabhängig, d.h. fixiert für einen bestimmten Zeitraum. Ein einfaches Beispiel hierfür sind die Mietkosten nach Abschluss eines Mietvertrages.

Mit Hilfe der Teilkostenrechnung ist es nun möglich, für viele, insbesondere sich schon

kurzfristig auswirkenden Entscheidungen, ein ökonomisch sinnvolles Optimum zu finden. Hierfür wird als Ergebniskennzahl der so genannte Deckungsbeitrag verwendet. Dieser errechnet sich sehr leicht aus der Differenz zwischen Preis bzw. Umsatz und den entsprechenden variablen Kosten. Der Deckungsbeitrag kann also stück- oder periodenbezogen ermittelt und dargestellt werden:



Diese Zusammenhänge lassen sich auch graphisch als Stapelbalken übersichtlich darstellen:



Die stückbezogene Betrachtung gibt Auskunft über die von einem Stück des produzierten Artikels verursachten Kosten. Dies nennt man Kalkulation, die häufig für die Festsetzung eines Preisangebotes benötigt wird. Der hier berechnete Stückdeckungsbeitrag dient natürlich letztendlich zur Deckung der fixen Kosten eines Zeitraums und zur Erzielung eines (möglichst positiven) Ergebnisses. Sehr deutlich wird dieser Zusammenhang bei der zeitraumbezogenen Betrachtung des Deckungsbeitrags. Hierzu werden die Stückdeckungsbeiträge mit den entsprechenden Stückzahlen eines Zeitraums multipliziert. Von diesem sich so ergebenden Deckungsbeitragsvolumen werden nun die gesamten Fixkosten des Zeitraums abgezogen. Den verbleibenden Rest nennt man Betriebsergebnis. Dies ist eine enorm wichtige Kennzahl zur operativen Führung eines Unternehmens. Es gilt nun:

- Deckungsbeitragsvolumen > Fixkosten = positives Betriebsergebnis
- Deckungsbeitragsvolumen = Fixkosten = Betriebsergebnis = 0
- Deckungsbeitragsvolumen < Fixkosten = negatives Betriebsergebnis

Zur Berechnung der Deckungsbeiträge benötigt man den Anteil der variablen Kosten am Preis eines Produktes. Für die Periode 1 des Planspiels gilt:

variable Materialkosten	277 €/Stück
variable Fertigungskosten	119 €/Stück
Preis	990 €/Stück
Anteiliger Stückdeckungsbeitrag dient zur Deckung der fixen Kosten und zur Erzielung eines (möglichst positiven) Ergebnisses	594 €/Stück oder auch 60% des Preises

In den nachfolgenden Perioden kann der hier genannte Anteil des Deckungsbeitrages sich verändern, z.B. durch:

- Veränderung des Preises
- Veränderung der Stückkosten, z.B. für Material

Der Deckungsbeitrag und insbesondere das Betriebsergebnis in den gespielten Perioden haben großen (aber nicht alleinigen) Einfluss auf das Erfolgskriterium in der Balanced Scorecard.

Die nachfolgenden Berichtsbeispiele sollen den beschriebenen Sachverhalt nochmals erläutern:

- Kalkulation im Periodenvergleich
- Betriebsergebnis im Marktvergleich
- Betriebsergebnis im Periodenvergleich

Weitere wichtige Kennzahlen, insbesondere die der Wettbewerber, können aus dem Marktforschungsbericht entnommen werden.

5.2.4 Kalkulation im Periodenvergleich

Kalkulation im Periodenvergleich		
	Dimension	Aktuelle Periode
Produktivitätsindex		103
Variable Materialkosten	Euro/Stück	277
+ Variable Fertigungskosten	Euro/Stück	119
= Summe variable Stückkosten	Euro/Stück	396
Preis Markt 1	Euro/Stück	990
Stückdeckungsbeitrag im Markt 1	Euro/Stück	594

Produktivitätsindex	Der Produktivitätsindex verändert sich mit der Höhe der Ausgaben, die du für Prozessoptimierung, Wertanalyse und Training in der Entscheidungsmaske einträgst
Variable Materialkosten	Materialverbrauch unter Berücksichtigung von Prozessoptimierung, Wertanalyse und Training in der Produktion
variable Fertigungskosten	Bewerteter Einsatz von Leihmitarbeitern und gemieteten Maschinenkapazitäten
variable Sondereinzelkosten	Verpackungs- und Transportkosten
Summe variable Stückkosten	Summe der vorgenannten Kostenarten
Preis im Markt 1	Der von dir in der Entscheidungsmaske festgelegte Preis
Stückdeckungsbeitrag im Markt 1	Differenz zwischen Preis im Markt 1 und variablen Stückkosten im Markt 1. Siehe dafür und für die Berechnung des Deckungsbeitrags Kapitel 6.2.3
Preis im Markt 2	Der vom Großabnehmer festgesetzte Preis
Stückdeckungsbeitrag im Markt 2	Differenz zwischen Preis im Markt 2 und variablen Stückkosten im Markt 2 abzüglich der zusätzlichen Sondereinzelkosten im Markt 2

5.2.5 Betriebsergebnis im Marktvergleich

Betriebsergebnis im Marktvergleich

	Dimension	Markt 1	Gesamt
Stückdeckungsbeitrag	Euro/Stück	594	
* Absatz	Stück/Jahr	2.554	2.554
= Deckungsbeitragsvolumen 1	Euro/Jahr	1.517.076	1.517.076
- Fixkosten im Bereich Vertrieb	Euro/Jahr	242.207	242.207
- Fixkosten im Bereich Werbung	Euro/Jahr	160.000	160.000
= Deckungsbeitragsvolumen 2	Euro/Jahr		1.114.869
- Fixkosten im Bereich Verwaltung	Euro/Jahr		491.785
- Fixkosten im Bereich der Entwicklung	Euro/Jahr		363.851
= Betriebsergebnis	Euro/Jahr		259.234

Stückdeckungsbeitrag	Differenz zwischen Preis und variablen Stückkosten
Absatz	Verkaufte Menge
Deckungsbeitragsvolumen 1	Produkt aus Stückdeckungsbeitrag und Absatz
Fixkosten im Bereich Vertrieb	Gesamte Personalkosten im Bereich Vertrieb für Markt 1
Fixkosten im Bereich Werbung	Budget für Werbung im Markt 1
Deckungsbeitragsvolumen 2	Deckungsbeitrag nach direkt zuordenbaren Fixkosten (Vertrieb & Werbung).
Fixkosten im Bereich Entwicklung	Summe aus dem Budget für Prozessoptimierung, Wertanalyse und Training sowie den gesamten Personalkosten im Bereich Entwicklung, die du in der Entscheidungsmaske eingegeben hast.
Fixkosten im Bereich Verwaltung	Summe aus den gesamten Personalkosten im Bereich Verwaltung und Kosten aus strategischen Entscheidungen.
Betriebsergebnis	Differenz aus dem gesamten Deckungsbeitragsvolumen und den gesamten Fixkosten (Vertrieb, Werbung, Entwicklung und Verwaltung).

5.2.6 Betriebsergebnis im Periodenvergleich

Betriebsergebnis im Periodenvergleich

	Dimension	Aktuelle Periode
Produktivitätsindex	Euro/Stück	103
Stückdeckungsbeitrag Markt 1	Stück/Jahr	2.594,00
* Absatz Markt 1	Euro/Jahr	2.554
= Deckungsbeitragsvolumen Markt 1	Euro/Jahr	1.517.076
= gesamtes Deckungsbeitragsvolumen	Euro/Jahr	1.517.076
- Fixkosten im Bereich der Entwicklung	Euro/Jahr	363.851
- Fixkosten im Bereich Vertrieb	Euro/Jahr	242.207
- Fixkosten im Bereich Werbung	Euro/Jahr	160.000
- Fixkosten im Bereich Verwaltung	Euro/Jahr	491.785
= Betriebsergebnis		259.234

Produktivitätsindex	Wird beeinflusst vom Budget für Prozessoptimierung, Wertanalyse und Training, das du in der Entscheidungsmaske eingegeben hast. Wirkt auf die variablen Kosten und auf den Qualifikationsindex der Mitarbeiter.
Stückdeckungsbeitrag im Markt 1 bzw. 2	Differenz zwischen Preis und variablen Stückkosten im Markt 1 bzw. 2
Absatz in Markt 1 bzw. 2	Verkaufte Menge im Markt 1 bzw. 2
Deckungsbeitragsvolumen im Markt 1 bzw. 2	Produkt aus Stückdeckungsbeitrag und Absatz im Markt 1 bzw. 2
gesamtes Deckungsbeitragsvolumen	Summe aus den Deckungsbeiträgen aus Markt 1 und 2
Fixkosten im Bereich Entwicklung	Summe aus dem Budget für Prozessoptimierung, Wertanalyse und Training sowie den gesamten Personalkosten im Bereich Entwicklung.
Fixkosten im Bereich Vertrieb	Gesamte Personalkosten im Bereich Vertrieb
Fixkosten im Bereich Werbung	Budget für Werbung
Fixkosten im Bereich Verwaltung	Summe aus den gesamten Personalkosten im Bereich Verwaltung und Kosten aus strategischen Entscheidungen.
Betriebsergebnis	Differenz aus dem gesamten Deckungsbeitragsvolumen und den gesamten Fixkosten.

5.2.5 Betriebsergebnis im Marktvergleich

Der Marktforschungsbericht vergleicht die miteinander konkurrierenden Unternehmen. Dabei werden insbesondere Marktdaten, Ergebniswerte und Indizes der Konkurrenten gegenüber gestellt. Wie bereits oben beschrieben, kannst du ab der zweiten Periode zwischen drei Marktforschungs-Budgets wählen – dementsprechend vollständig – oder eben auch nicht – wird dieser Bericht ausfallen

	Dimension	U1	U2	U3	U4
pot. Absatz Markt 1	Stück	2.554	3.327	3.082	2.529
tats. Absatz Markt 1	Stück	2.554	3.327	3.082	2.529
Preis Markt 1	Euro/Stück	990	1.040	950	1.000
Umsatz Markt 1	Euro	2.528.460	3.460.080	2.927.900	2.529.000
gesamte Kosten	Euro	2.269.226	3.241.139	2.399.553	2.516.617
Betriebsergebnis aktuelle Periode	Euro	259.234	218.941	528.347	12.383
kumuliertes Betriebsergebnis	Euro	259.234	218.941	528.347	12.383
Innovation	Punkte	50	60	50	51
Bekanntheit	Punkte	81	88	82	79
Kundenzufriedenheit	Punkte	90	95	89	89
Werbudget aktuelle Periode	Euro	160.000	267.300	160.380	213.840
Anzahl der Mitarbeiter	Anzahl	13	12	12	16
Stückdeckungsbeitrag Markt 1	Euro/Stück	594,00	644,00	554,00	604,00

6.0

ERFOLGSKRITERIUM UND BEWERTUNG

6.1 Balanced Scorecard (BSC)

Das Erfolgskriterium für die Planspiel-Phase ist die JUGEND GRÜNDET Balanced Scorecard, die das Unternehmen von verschiedenen Perspektiven beleuchtet. Durch deine Entscheidungen kannst du in jedem Jahr Punkte für die einzelnen Bereiche sammeln. Dein Ergebnis siehst du nach jeder Periode im Bericht auf der vorletzten Seite.

Nachfolgend erhältst du einige Informationen über die einzelnen Kriterien:



Kriterium	Einflussfaktor (teilweise vereinfacht erklärt)	Maximale Punktzahl
Durchschnittliche Umsatzrendite	Errechnet sich aus dem kumulierten Betriebsergebnis (die Addition der Betriebsergebnisse aller vergangenen Geschäftsjahre) geteilt durch den kumulierten Umsatz (die Addition aller erwirtschafteten Umsätze aller vergangenen Geschäftsjahre).	400 Punkte
Gesellschaftliche Bedeutung	Ausgewählte strategische Entscheidungen sowie eine konstante Entwicklung deines Unternehmens (sichtbar in Investitionen, Arbeitsplätzen, Qualifikation der Mitarbeiter, Entwicklung Innovationsindex) wirken auf dieses Kriterium.	320 Punkte
Geschaffene Arbeitsplätze	Arbeitsplätze der aktuellen Periode im Verhältnis zu den Arbeitsplätzen der Vorperiode. Achte auf deine Einstellungs- und Entlassungspolitik.	270 Punkte
Nachhaltigkeit	Deine Nachhaltigkeit wird durch deine Bekanntheit und durch eine langfristig ausgelegte Personalpolitik beeinflusst. Zusätzlich kannst du strategische Entscheidungen zur Nachhaltigkeit treffen.	320 Punkte
Planungsqualität	Plane in jedem Jahr deinen Absatz und zeige, ob du den Markt und deine eigene Stellung sowie deinen potenziellen Absatz (ohne zusätzlichen Umsatz durch Lieferunfähigkeiten der Konkurrenz) gut einschätzen kannst.	300 Punkte
Innovationsindex	Hier bekommst du Punkte für den Entwicklungsstand deiner Dienstleistung.	390 Punkte
BSC Wert des Unternehmens	Die Addition der sechs Indizes ergibt zwar theoretisch eine höhere Punktzahl, aber weil die Werte zum Teil in direkter Konkurrenz zueinander stehen, beträgt das voraussichtliche Maximum 1.800 Punkte.	max. 2.000 Punkte

Du erhältst einen Bericht, der dir auf der einen Seite einen Überblick über deine BSC gibt und dich auf der anderen Seite auf weitere Kennzahlen deines Unternehmens hinweist.

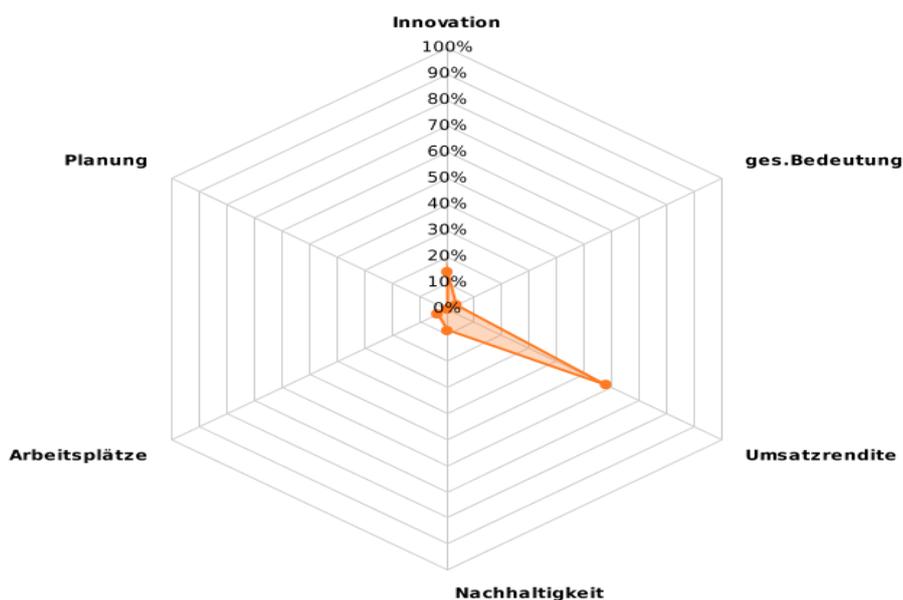
Im ersten Teil des Berichtes siehst du auf einen Blick, wie sich deine Bewertungskriterien und die dadurch entstehende Balanced Scorecard deines Unternehmens und die deiner Konkurrenten entwickelt haben. Der Vergleich zur Vorperiode ermöglicht dir abzuschätzen, ob und in welchem Bereich Verbesserungen bzw. Verschlechterungen stattgefunden haben. Die Spinnennetz-Grafik zeigt dir besonders in den späteren Perioden anschaulich, wo noch Punkte zu holen sind und wo du – vielleicht bald – das Maximum erreicht hast.

Die JUGEND GRÜNDET Balanced Scorecard

	Aktuelle Periode
Innovationsindex	50
Gesellschaftliche Bedeutung	10
Durchschnittliche Umsatzrendite	231
Nachhaltigkeit	23
Geschaffene Arbeitsplätze	10
Planungsgenauigkeit	0
BSC des Unternehmens	324

BSC aller Unternehmen

	U1	U2	U3	U4
Innovationsindex (max. 390 P.)	50	60	50	51
Gesellschaftliche Bedeutung (max. 320 P.)	10	3	2	13
Durchschnittliche Umsatzrendite (max. 400 P.)	231	208	265	42
Nachhaltigkeit (max. 320 P.)	23	26	22	26
Geschaffene Arbeitsplätze (max. 270 P.)	10	32	10	21
Planungsgenauigkeit (max. 300 P.)	0	0	0	0
BSC des Unternehmens	324	329	349	153

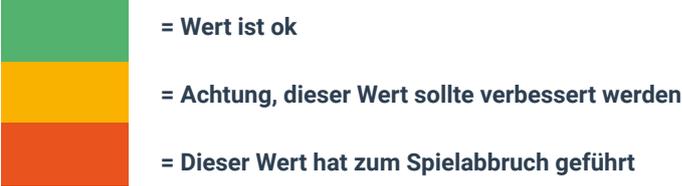


Für das Fortbestehen deines Unternehmens sind folgende Punkte entscheidend:

- 1) Betriebsergebnis in der jeweiligen Periode
- 2) Kumuliertes Betriebsergebnis
- 3) Deckungsbeitrag der aktuellen Periode
- 4) Kumulierter Deckungsbeitrag

Du wirst mittels einer Übersicht in jeder Periode über diese vier Kriterien informiert. Die Tabelle ist nach dem Ampelprinzip aufgebaut (grün, gelb, rot). Bitte beachte: Sobald die Ampel in einem der Kriterien auf Rot steht, ist die Fortführung deines Unternehmens nicht mehr möglich.

Hinweise

Kriterium/Periode	1	
Betriebsergebnis		
Kumuliertes Betriebsergebnis		
Deckungsbeitragsvolumen der aktuellen Periode		
Kumuliertes Deckungsbeitragsvolumen		

Betriebsergebnis der aktuellen Periode

- Grün: Solange das Betriebsergebnis positiv ist. (in Periode 1 und 2 darf das Betriebsergebnis noch negativ sein)
- Gelb: (ab Periode 3) Warnung, sobald das Betriebsergebnis negativ ist.

Kumuliertes Betriebsergebnis

- Grün: Solange das kumulierte Betriebsergebnis positiv ist. (In Periode 1 und 2 darf das kumulierte Betriebsergebnis noch negativ sein)
- Gelb: (ab Periode 3) Warnung, sobald das kumulierte Betriebsergebnis negativ ist.
- Rot: Spielende bzw. Spielneustart wenn das kumulierte Betriebsergebnis drei Perioden in Folge negativ ist, d.h. frühestens nach Periode 5.

1. Deckungsbeitragsvolumen der aktuellen Periode

- Grün: Wenn der Deckungsbeitrag positiv ist.
- Gelb: Ist der Deckungsbeitrag negativ, erfolgt eine Warnung.

2. Kumuliertes Deckungsbeitragsvolumen

- Grün: Bei positivem kumuliertem Deckungsbeitrag. (In Periode 1 und 2 darf der kumulierte Deckungsbeitrag noch negativ sein)
- Gelb: Warnung, sobald der kumulierte Deckungsbeitrag negativ ist.
- Rot: Spielende bzw. Spielneustart wenn der kumulierte Deckungsbeitrag drei Perioden in Folge negativ ist, d.h. frühestens nach Periode 3.

Deine virtuellen Konkurrenten können zwar (rein theoretisch) insolvent gehen, sie werden dann aber sofort von einem Investor übernommen.

7.0

EINBETTUNG IN DEN GESAMTWETTBEWERB

JUGEND GRÜNDET ist ein Wettbewerb, der aus zwei Phasen besteht:

- der Businessplanphase und
- der Planspielphase.

Sofern du am Gesamtwettbewerb JUGEND GRÜNDET teilnimmst, hast du die Businessplanphase inzwischen erfolgreich gemeistert. Deine innovative Geschäftsidee hast du in einem eigenen Businessplan zusammengefasst. Dein Businessplan wird nach der Abgabe von der unabhängigen JUGEND GRÜNDET - Jury bewertet. Die Maximalpunktzahl liegt bei 2.000 Punkten.

Im Planspiel können theoretisch ebenfalls bis zu 2.000 Punkte erreicht werden. Alle Teilnehmenden starten hier mit der gleichen Ausgangsposition – unabhängig von der Bewertung ihres Businessplans. So hast du auch als „Quereinsteiger“ in der Simulation keine Nachteile.

Für den Gesamtwettbewerb JUGEND GRÜNDET ist dann die Summe der Punkte aus beiden Phasen entscheidend.

Und nun wünschen wir dir und deinem Team viel Freude und viel Erfolg bei JUGEND GRÜNDET! Bei Fragen steht das JUGEND GRÜNDET-Team gerne zur Verfügung.

E-Mail: info@jugend-gruendet.de, Tel: 07231 42446-27.

