

Ökonomische Bildung und digitale Spiele

Capitalism II

Allgemeine Informationen zum Spiel

- komplex, realistische Simulation eines Unternehmenskonglomerats
- Viele Möglichkeiten: Einzelhandel, Fabriken, Landwirtschaft, Bergbau, Immobilien, Aktien
- Verschiedene Städte mit unterschiedlichen Rahmenbedingungen (Kaufkraft, Lohnniveau, Grundstückskosten, ...)
- Nachfrage abhängig von Gütereigenschaften, Konkurrenz, volkswirt. Rahmenbedingungen

Relevante Aspekte des Bildschirms

- Toolbox, inkl. Geschwindigkeit (Tasten 0-5)
- Mini Map – bei Häfen (C und I) kann man sich die verfügbaren Produkte ansehen; Landwert wichtig für Standortwahl
- World Map für Stadtinformationen
- Informationen
- Zurück

Verkaufsgeschäfte - allgemein

- Arten: Allgemeine vs. spezialisierte Geschäfte
- Vorteil allgemeiner Geschäfte: viele Produktgruppen, Flexibilität
- Vorteil spezialisierter Geschäfte: höhere Nachfrage (tend. niedrigere Kosten) ABER darauf achten, dass genügend Produkte verfügbar sind (Information/Product Summary Report, vgl. spätere Folie)
- Lagefaktoren:
 - Kundenfrequenz: möglichst zentral mit hohem Landwert (siehe Mini Map)
 - Transportkosten: Bei Produkten mit relevanten Transportkosten in Nähe des Lieferanten/Hafen
- Empfehlung zu Beginn: Geschäft für das mehrere Produkte verfügbar sind in Stadt mit hohem ‚spending level‘ in teurer Lage mit geringen Abrisskosten bauen

Verkaufsgeschäfte – einrichten

- Durch Doppelklick kann das Geschäft geöffnet werden
- Dort sollten bis zu 9 spezifische Einheiten eingerichtet werden, um Güter einkaufen, verkaufen und bewerben zu können (es gibt noch weitere Funktionen, aber dies ist zunächst nicht wichtig)
- Sinnvolles Setup:
 - Eine Werbeeinheit im Zentrum
 - Pro Einkaufseinheit für ein Produkt möglichst zwei Verkaufseinheiten in unmittelbarer Nähe
 - Die Einheiten müssen durch Verbindungslinien miteinander verbunden werden
- Empfehlung:
 - zunächst nur eine Einkaufseinheit mit einer Verkaufseinheit (und die Werbeeinheit im Zentrum) auswählen;
 - sobald die Verkaufseinheit ausgelastet ist, zweite hinzunehmen
 - Wenn ein Produkt einigermaßen läuft, weiteres hinzunehmen

Beispielsetup mit zwei Produkten (ein weiteres Produkt wäre unten möglich)

The screenshot displays a business simulation interface for a 'Department Store'. At the top, the store's name 'U1 Paris Ursus CEO & Chairman' is shown alongside a logo. Key financial metrics include 'Firm Profit' and 'Firm Revenue', both at \$1 over the past 12 months. A navigation menu on the right allows switching between 'Firm', 'Corp.', 'This City', 'My Firm', and 'Product' views, with 'Offer to Sell Firm' and 'Demolish Firm' options.

The main area features a grid of product tiles. The 'Camera' product is highlighted, showing a cost of \$81.00 + \$3.48, a quality of 48, and a brand of 0. It includes a 'Link', 'Supplier', and 'Stop Purchase' button. Below it, the 'Purchase Unit' is shown with a unit level of 1, zero stock, and 0% utilization. A 'Training' icon is also visible.

On the right, a network of activity boxes is shown, including 'Purchase 1 Elegant Watch', 'Sales 1', 'Sales 1', 'Sales 1', 'Advertise 1 R :35.10%', 'Purchase 1 Camera', and 'Sales 1'. A status bar at the bottom indicates a cash balance of \$46,295,476, a profit of \$0, and the date Jan 2, 1990.

Ic - Verkaufsgeschäfte – Sortiment ergänzen

- Produkt aufnehmen:
 - Eine Einkaufseinheit auswählen
 - Im linken Fensterteil auf „Link“ klicken
 - Produkt auswählen (es werden nur Produkte angezeigt, die im ausgewählten Geschäftstyp verfügbar sind)
 - Bei Wahl berücksichtigen: Preis, Transportkosten, Qualität, Angebotsmenge, ggf. Nachfragemenge
- Etwas warten, bis Produkte im Geschäft ankommen und verkauft werden
- *Empfehlung für später:* Vor Wahl eines Produkts seine Details ansehen (Information/Product Details) → **Konkurrenz**, Zusammensetzung der Produktpräferenzen der Kunden, Necessity Index

Verkaufsgeschäfte – Informationen Hauptfenster 1

The screenshot displays a business simulation interface. At the top, it shows the company name 'Department Store', CEO 'U1 Paris Ursus', and financial metrics: 'Firm Profit' at \$0 and 'Firm Revenue' at \$760,000, both for the past 12 months. A navigation menu includes 'Firm', 'Corp.', 'This City', 'My Firm', and 'Product'. Below this, three product cards are visible: watches, a camera (highlighted with a yellow border), and a vase. The camera card shows a price of 8,100 and a line graph of sales over 12 months. A detailed view of the camera is shown below, with a 'CAMERA' header and tabs for 'Profit' and 'Market Share'. The 'Profit' tab shows a line graph with a peak of \$110,000. The 'Market Share' tab shows a bar chart. A 'View Supplier' button is at the bottom left. A text box with arrows pointing to the product cards contains the following text:

Produkte des Geschäfts (max. 4)

- Links: Angebot + Nachfrage
- Mitte: Absatzentwicklung
- Rechts:
 - Product rating: Preis + Qualität + Marke
 - Marktanteil

Verkaufsgeschäfte – Informationen Hauptfenster 2

The screenshot displays a business simulation interface. At the top, it shows the company name 'Department Store', CEO 'U1 Paris Ursus', and a logo. Two line graphs show 'Firm Profit' at \$0 and 'Firm Revenue' at \$760,000 over the past 12 months. A control panel includes buttons for 'Firm', 'Corp.', 'This City', 'My Firm', and 'Product', along with 'Offer to Sell Firm' and 'Demolish Firm'.

The middle section features three product cards. The first shows watches with a profit of 52. The second, highlighted in yellow, shows a camera with a profit of 8,100. The third shows various containers. Each card includes a line graph for profit over the past 12 months.

The bottom section provides detailed information for the selected 'CAMERA' product. It includes a line graph for Profit (P), Revenue (R), and Sales (Q) over the past 12 months, with a peak profit of \$110,000. A pie chart shows the Market Share. Key financial data includes: Selling Price: \$102, Total Cost: \$79.08, and New Price: \$102. A 'Confirm' button and price adjustment controls (+/-) are present.

Below the camera details, a comparison table shows the product's performance relative to the city average:

Category	Product Value	City Overall Average
Brand	16	23
Quality	48	34
Price	\$102	\$103
Overall Rating	56	46

A 'View Supplier' button is located at the bottom of the camera details section.

Produktdetails

- Diagramm für Gewinn (P), Umsatz (R) oder Absatz (Q)
- Marktanteil
- Lieferant (grau=Hafen)
- **Preis, hier veränderbar**
- Produkt rating im Vergleich zu Wettbewerbern

Verkaufsgeschäfte – Produktdetails (über Doppelklick)

Corporate Summary Report
Corporate Detail Report
Product Summary Report

Camera

Product Class: Photography Product
Necessity Index: 30%

Manila (1,545,990)
Paris (1,756,548)

	LOCAL:	AVERAGE:	CONCERN:
Price	\$108.36	\$103.2	28%
Quality	27	34	38%
Brand	28	23	34%
Overall	43	46	

Quality: 18, Brand: 16, Overall: 56

	Quality	Brand	Price
Product Quality	48	Brand Strategy Unique Brand	Selling Price \$102
		Brand Rating 16	Total Cost \$79.08
		Brand Awareness 13	New Price \$102
		Brand Loyalty 3	<input type="button" value="Confirm"/>
		Advertising Spending \$230,392	

Revenue Graph | Quantity Sold Graph | Previous | Next | Go

Cash: \$43,776,512 | Profit: (\$2,059,078) | May 24 1990

Necessity Rating: Wie wichtig ist das Produkt für die Menschen? Je höher der Wert, desto weniger gut muss das Product Rating sein

Product Rating:

- Wie wichtig ist dem durchschnittlichen Kunden dieser Stadt der Preis, die Qualität und die Marke?

Verkaufsgeschäfte – Informationen Hauptfenster 2

The screenshot displays a business simulation interface with the following components:

- Top Left:** Department Store information: U1 Paris Ursus CEO & Chairman, with a portrait and a stylized 'S' logo.
- Top Middle:** Firm Profit: \$0 (\$600,000) Past 12 months, with a line graph showing a sharp decline.
- Top Right:** Firm Revenue: \$760,000 Past 12 months, with a line graph showing an upward trend.
- Right Side:** Navigation buttons: Firm Corp. This City, My Firm Product, Offer to Sell Firm, Demolish Firm.
- Middle Section:** Inventory charts for watches (52 units) and cameras (8,100 units), both showing 'Past 12 months' trends.
- Bottom Section:** Product details for a Camera:
 - Cost+Freight: \$75.60+\$3.48
 - Quality: 48 (green bar)
 - Brand: 16 (orange bar)
- Bottom Right:** A grid of functional units (FU) for 'Elegant Watch' and 'Camera', including Purchase, Sales, and Advertise actions.
- Bottom Center:** Profit: (\$2,059,078)
- Bottom Right:** Date: May 24 1990

A light blue callout box with the text 'Funktionale Einheiten' and a list of functional units is overlaid on the bottom section. An arrow points from the callout box to the 'Sales Camera' unit in the grid.

Funktionale Einheiten

- Lager
- Angebot
- Nachfrage
- Auslastung

Department Store | Firm Profit | Firm Revenue | 1 | Firm | Corp. | This City

U1 Paris Ursus CEO & Chairman

52
Past 12 months

Details Einkaufseinheit

- Kosten und andere Infos
- Geschäftslevel
- Produktwechsel: clear stock, wenn Lager leer → Link

Cost+Freight : \$75.60+\$3.48
Quality : 48
Brand : 16
Supply :
Demand :
Link **Supplier** **Stop Purchase**

Purchase Unit
Unit Level : 1
Stock : 0
Utilization : 54%

Elegant Watch | Elegant Watch | Camera
Sales Elegant Watch | Advertise R:35.26% | Purchase Camera
Purchase Leather Belt | Sales | Sales Camera

Cash: \$43,626,512 | Profit: (\$2,059,078) | May 24 1990

Ic - Verkaufsgeschäfte – Verkaufszahlen beeinflussen

- Verkaufszahlen hängen ab von
 - Kapazitäten
 - Engpass der Lieferanten
 - Engpass der eigenen Einrichtungen → Utilization=100; dann weitere Einrichtungen bauen oder Level durch
 - Product Rating (insbes. im Verhältnis zur Konkurrenz)
 - und weiteren Faktoren wie Necessitiy Index, Wirtschaftslage
- Product rating im Verhältnis zur Konkurrenz
 - Qualität – abhängig vom jeweiligen Lieferanten seiner Forschung
 - Preis
 - **Marke** (Brand) → Werbung (spätere Folie), xx Anzahl gleicher Geschäfte??, Marketingstrategie?
 - Strategy
 - Rating
 - Awareness

Flaschenhals-Analyse

Supply and Demand Utilization	Bottleneck
Supply < demand, utilization = 100	Capacity is peak
Supply > demand, utilization = 100	Capacity is peak
Supply < demand, utilization < 100	Insufficient supply
Supply > demand, utilization < 100	Low demand

- Capacity is peak → Kapazitäten (oder Preise) erhöhen
- Insufficient supply → Angebot (oder Preise) erhöhen
- Low demand → Product rating verbessern

Qualifikation der Mitarbeiter

- Wichtig für Effizienz und Kapazität
- Erhöhbare durch Training und Erfahrung bzw. Auslastung ihres Arbeitsbereichs

Marketing – Brand Rating

- Marke ist relevant für Product Rating, Relevanz bei den Produkten unterschiedlich
- Brand = Brand Awareness + Brand Loyalty
- Brand Awareness (Bekanntheit) --> Werbung, Zeit auf dem Markt, oft bzw. in vielen Geschäften verkauft, viele Kunden
- Brand Loyalty (Markenbindung) → Produktqualität, (Bekanntheit), Markenstrategie

Markenstrategien

- Corporate Brand: Eine Marke für alle Produkte → neue Produkte profitieren von etablierter Marke; Marke wird als nicht spezialisiert/fokussiert wahrgenommen und deshalb niedrigere Brand Loality
- Range Brand: Eine Marke pro Produktgruppe
- Unique Brand: Eine Marke pro Produkt

- Einstellbar in Corporate Details Report / Brand (möglichst nur zu Beginn, sonst gehen alle Werte verloren)

Werbung

- Erhöht Bekanntheit
- langfristig nur in Kombination mit Produktqualität sinnvoll, sonst zwar bekannt aber unbeliebt

Training

- Die Effizienz der Mitarbeiter und Kapazität der Einheiten lässt sich durch Training erhöhen (in Kombination mit Auslastung=Erfahrung)

- Zur Rohstoffgewinnung
- Mine auf entsprechendem Land errichten
(siehe Symbole auf Mini Map)
- Benötigt: Mining Unit und Sales Unit (nicht vergessen: miteinander verbinden)

The screenshot displays a game interface for managing a mine. At the top, a blue header bar contains the following information:

- Mine:** U1 Paris Ursus, CEO & Chairman (with a portrait icon).
- Firm Profit:** \$1 (Past 12 months).
- Firm Revenue:** \$1 (Past 12 months).
- Navigation:** 57 Firm Corp. All Cities, 57 My Firm Product.
- Actions:** Offer to Sell Firm, Demolish Firm.

The main area shows a grid of icons for various units. The 'Silver' unit is highlighted, showing:

- Silver:** Quality : 84, Reserve : 44.
- Clear Stock** button.

The 'Mining Unit' is also visible, showing:

- Mining Unit:** Unit Level : 1, Stock : 0, Utilization : 0%.
- Visual representation of workers and a mining machine.
- Training** icon.

At the bottom, a status bar displays:

- Cash:** \$21,803,548
- Profit:** (\$1,202,912)
- Date:** Jul 13 | 1992

- Zunächst: sind alle benötigten Vorprodukte verfügbar? →
 - Handbuch + Hafen Industry
 - Manufacturers Guide +Hafen Industry
 - Layout Plan Library → Folgefolie
 - ggf. selbst Vorprodukt für einfache Güter herstellen (z.B. Silberkette benötigt Silber, Goldring Gold; die meisten Produkten benötigen bis zu 3 Inputs)
- Und: Wie ist die Konkurrenz? → Product Details
- Fabrik bauen (Empfehlung: zunächst kleine Fabrik in Nähe der Rohstoffe bzw. Häfen)
- Einheiten
 - zwingend: Purchase, Manufacturing, Sales
 - sinnvoll: Advertisement, Inventory (inbes. bei saisonalen Waren)

Fabriken: Herstellbare Produkte

- Layout Plan Library, dann ‚Show Plans with inputs available‘
- Plan kann übernommen zwar werden; jedoch besser Fabrik selbst zu definieren; dabei ansehen, was für ein Produkt genau benötigt wird

Layout Plan Library - Factory

Record No. 1/8
Description

2 layout plans found Next

Show plans with all inputs available

Output

Shoes
Textiles
Leather Bag

Input Available

Cotton ✓
Leather ✓

Mft Textiles Mft Shoes Purchase Leather

Add
Delete
Replace
Sort

Exit

Herstellbare Güter mit diesem Produktionsplan

Scrollen für weitere Pläne mit Produkten

Windows aktivieren
Wechseln Sie zu den Einstellungen, um Windows zu aktivieren.

Beispielfabrik

Falls aktiviert, dann wird nur an eigene Geschäfte verkauft

Aufbau für zwei Produkte mit einem Lager und Werbung

Factory
U1
Paris
Ursus
CEO & Chairman

Firm Profit
\$0
(\$300,000)
Past 12 months

Firm Revenue
\$1
\$0
Past 12 months

56 Firm Corp. All Cities
58 My Firm Product

Offer to Sell Firm Demolish Firm

Leather Wallet
Cost+Freight : \$0.82+\$1.57
Selling price : \$139
Quality : 30
Brand : 0
Supply :
Demand :
Internal Sale Clear

Sales Unit
Unit Level : 1
Stock : 384
Utilization : 0%

Purchase Leather Purchase Cotton Inventory Cotton
Mft Leather Wallet Mft Textiles
Sales Leather Wallet Advertise R:44.32% Sales Textiles

Cash: \$17,614,390 Profit: (\$2,318,342) Aug 7 1992

Strategieempfehlung

- Wenn man nicht nur als Händler tätig sein, sondern auch produzieren möchte → ganze Wertschöpfungskette aufbauen, z.B.
 - Lederwaren produzieren und selbst verkaufen (ggf. auch nur an eigene Geschäfte)
 - Gold und Silberminen → Silberketten und Goldringe herstellen → in Juweliergeschäften verkaufen
- Vorsicht: Finanzielle Möglichkeiten nicht überstrapazieren
- Später kann sich HQ inkl. COO lohnen

Forschung (Research & Development)

- Wichtig um Produktqualität zu verbessern
- Nötig: R&D Center und Forschungsteams
- Mit verbundenen Forschungsteams sinkt Forschungszeit (aber mit abnehmendem Grenznutzen)
- Längere Forschungsprojekte ergeben überproportional starken Fortschritt
- Wenn andere Unternehmen ein Produkt technologisch schon weiterentwickelt haben, kann man sie selbst schneller erforschen (z.B. durch reverse engineering)
- Nach Abschluss der Forschung muss sie noch in Fabriken angewendet werden
- Es können auch komplett neue Technologien/Produkte erforscht werden
- Technologien können von Wettbewerbern gekauft werden (Headquarter nötig)



R&D Center
U1
Paris
Ursus
CEO & Chairman



Firm Profit
\$1
\$0 
Past 12 months

Firm Revenue
\$1
\$0 
Past 12 months

61 ▲	Firm	Corp.	All Cities
61 ▼	My Firm	Product	

Demolish Firm



R&D 1

R&D 1

R&D 1

R&D Tech. **R&D New Product**

Research & Development Unit
Unit Level : 1




Research for how long?

R&D Duration	Expected Technology Advancement
6 months	3
1 year	11
2 years	27
3 years	44
5 years	81

OK
CANCEL






Cash: \$7,605,720 Profit: (\$7,019,043)



Nov 21 1992

Windows aktivieren
Windows aktivieren
Windows aktivieren

Headquarter

verschiedene Mitarbeiter verfügbar, insbes.:

- Chief Technical Officer (CTO): Koordiniert Forschung und erlaubt Technikkauf von Konkurrenten
- Chief Operating Officer (COO): Kümmernt sich um Geschäftsdetails (z.B. Preise, Lieferanten)

Weitere Möglichkeiten

- Landwirtschaft
- Immobilien
- Werbeunternehmen: TV, Radio, Zeitung
- Kredite aufnehmen
- Mit Aktien handeln

Mögliche Spielstrategie 1 - Herstellung eines (Consumer-)Produkts

- nötige Vorprodukte?
Fabrik bauen – Layout Plan Library/
 - *Show Plans with inputs available* – um gleich loslegen zu können
 - andere Güter ansehen, um zu sehen, was man ggf. dafür noch produzieren muss (kein Produkt herstellen, bei dem noch mehrere Vorprodukte fehlen); siehe auch Manufacturer's Guide (inkl. Filter!)
 - ODER: Verfügbare Industrieprodukte notieren (Product Summary Report) und dann die Produkte im Manufacturer's Guide durchgehen
- Check, ob Konkurrenz im Product Summary Report
- Herstellen zunächst mit wenigen Einheiten (1 Purchase, 1 Manufacturing, 1 Sales), so planen, dass insbes. Manufacturing erweiterbar
- 1 Advertising und gleich werben

Mögliche Spielstrategie 2 - weitere Schritte

- Geschäft bauen, das das eigene Produkt verkaufen kann
- Product Rating entsprechend der Bedeutung von Brand und Quality verbessern
- Ggf. weitere Produkte ins Sortiment nehmen
- Ggf. Werbung im Geschäft
- Forschung für das Produkt
- Bei positivem Cash-Flow: weitere Güter herstellen und verkaufen; ggf. aus gleicher Branche; oder so, dass Vorprodukte für komplexeres Produkt hergestellt werden
- nach gewissem Wachstum: Headquarter inkl. COO; – muss für jedes Geschäft eingesetzt werden (Klick auf's Bild oben links)

Durchaus etwas knifflig: Eigene Produktion mit fehlenden Vorprodukten

- Produktplanung: mit Manufacturer's Guide + verfügbare Produkte ansehen (Product Summary mit
- Effiziente Fabrikplanung (siehe Beispiele Auto und PC)