

Kompetenzorientierung durch konsequentes Blended Learning

Planspieltag Ostwürttemberg

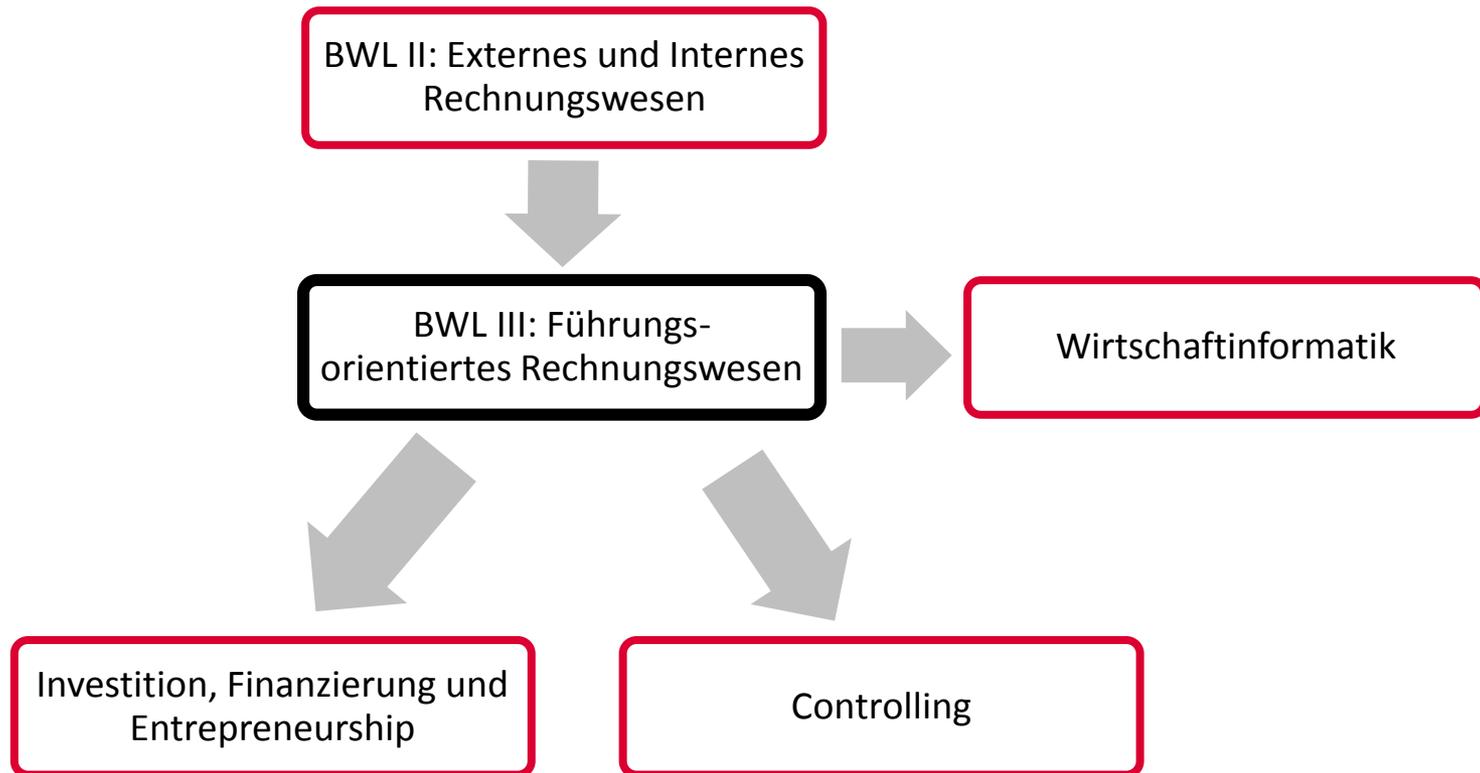
Prof. Dr. Nils Högsdal,
Hochschule der Medien, Stuttgart, 08.06.2016

Lernziele

- Sie lernen den Hintergrund und das didaktische Konzept der Veranstaltung kennen
- Sie sehen die konkrete Ausgestaltung und insbesondere den Geschäftsbericht zum Planspiel als Reflektionspapier für die Teams
- Sie lernen, wie die Themen Sozial- und Selbstkompetenzen in die Veranstaltung integriert wurden
- Sie erfahren, wie das Planspiellabor der Zukunft aussieht

1. EINORDNUNG

Führungsorientiertes Rechnungswesen als Capstone in Medienwirtschaft



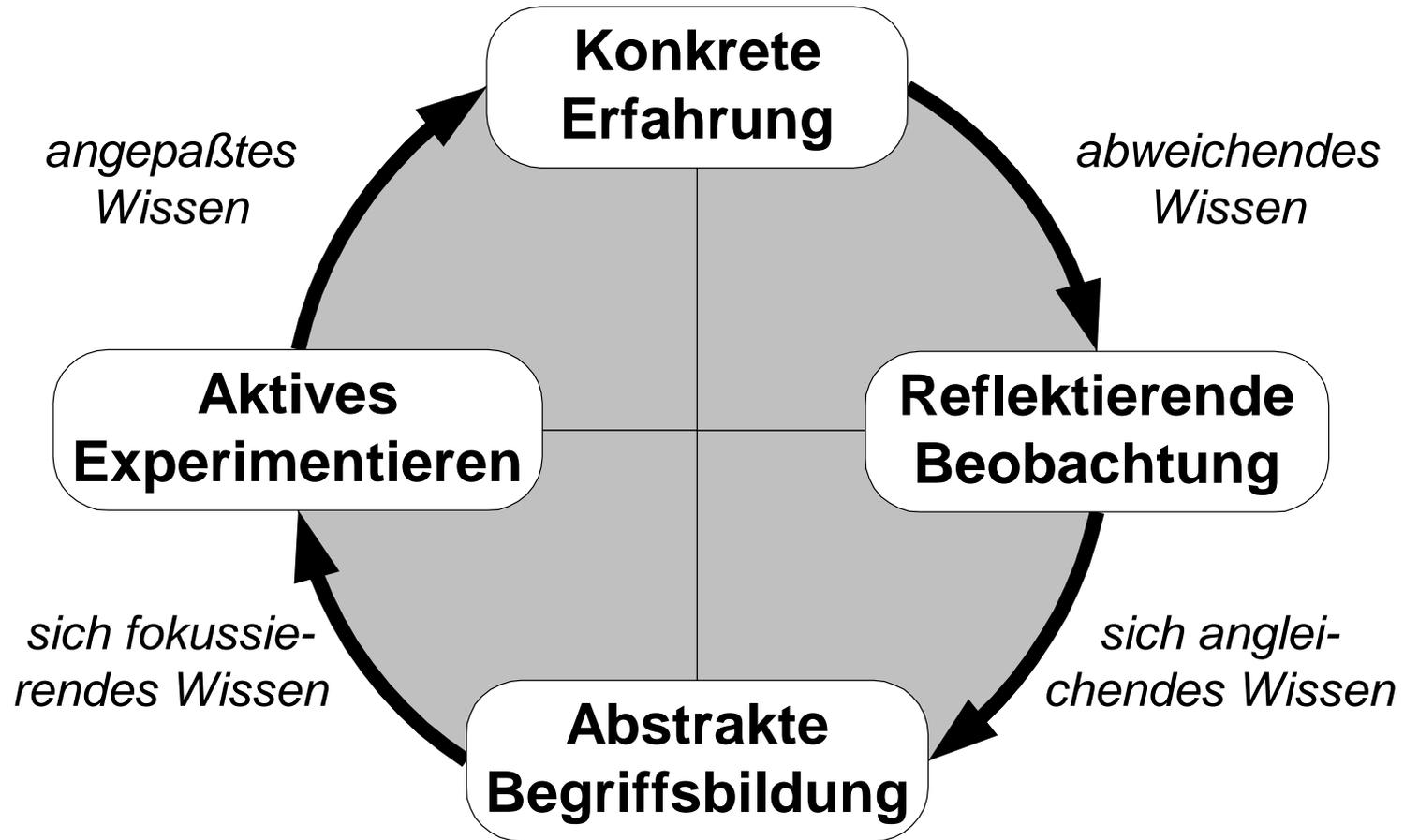
Grundidee

- Studierende lernen in einem Semester den Finanzbereich als Führungsfunktion kennen
- Sie „lernen“ die Führung eines Unternehmens und erkennen dabei die Unterstützungspotentiale der einzelnen Bereiche und die Anwendbarkeit der unterschiedlichen Theorien
- Roter Faden für die Vorlesung ist ein „Management Flug Simulator“, d.h. das Unternehmensplanspiel TOPSIM – General Management
- Der Lernfortschritt wird in einem authentischen Geschäftsbericht durch den „Vorstand“, d.h. durch das Team dokumentiert
- Hierbei findet eine intensive Arbeit im Team statt, welche die Teilnehmer auch in Grenzbereiche bringt.

Eingesetzte Methoden

- Planspiel als roter Faden mit 2 Stunden pro Woche
 - Planung, Steuerung und Kontrolle
 - Berichtswesen
 - Präsentationen (Road-Show)
 - Erstellung des Geschäftsberichts
- Brainwalks
- Online-Vorlesungen (Virtual Classroom)
- Webquests („Adoption“ eines Unternehmens)
- Gruppenarbeit mit Social Contract
- Kontrollfragen
- Präsentationen

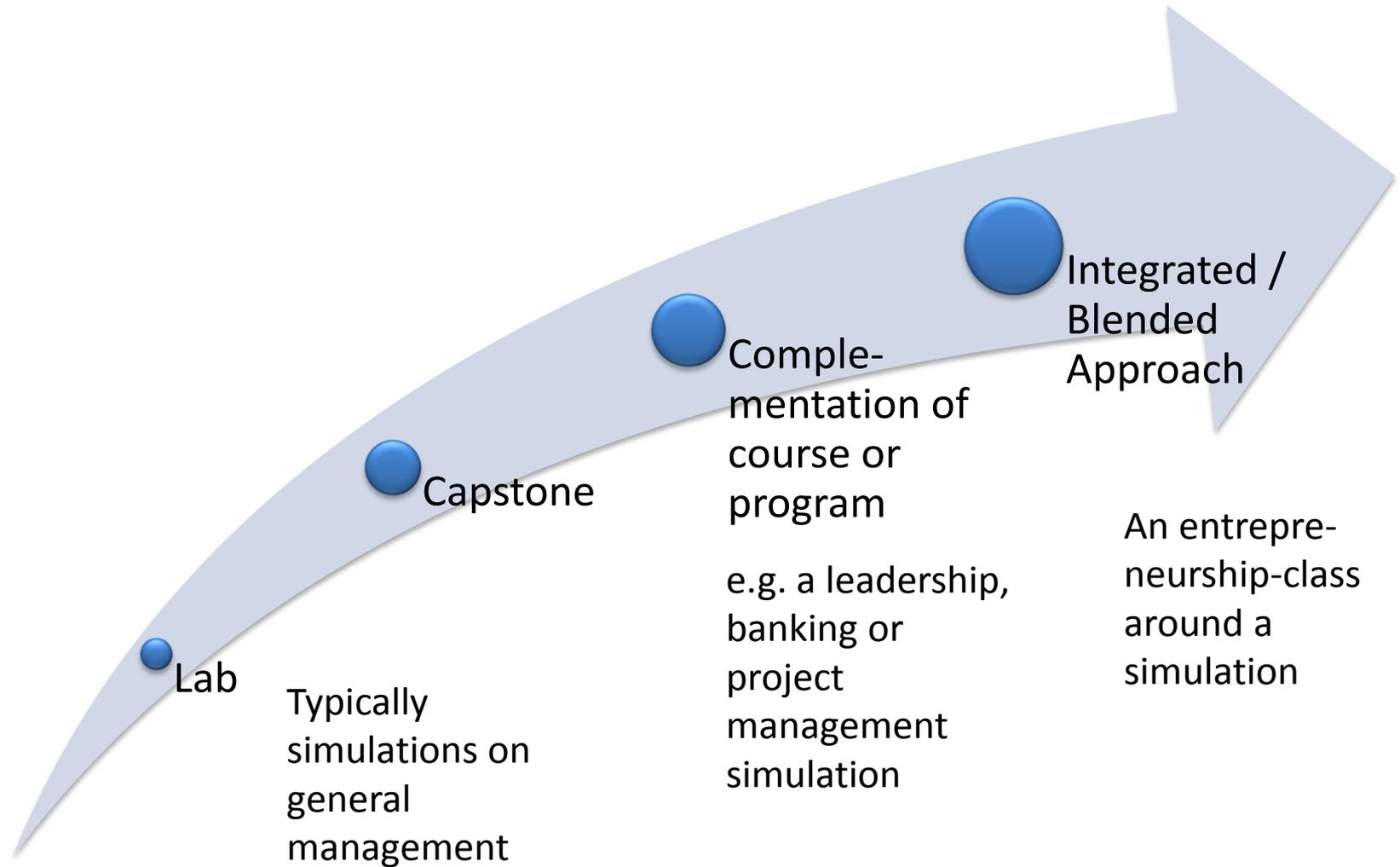
„Learning-cycle“ im Experiential Learning



Experimental Learning als ein Modell

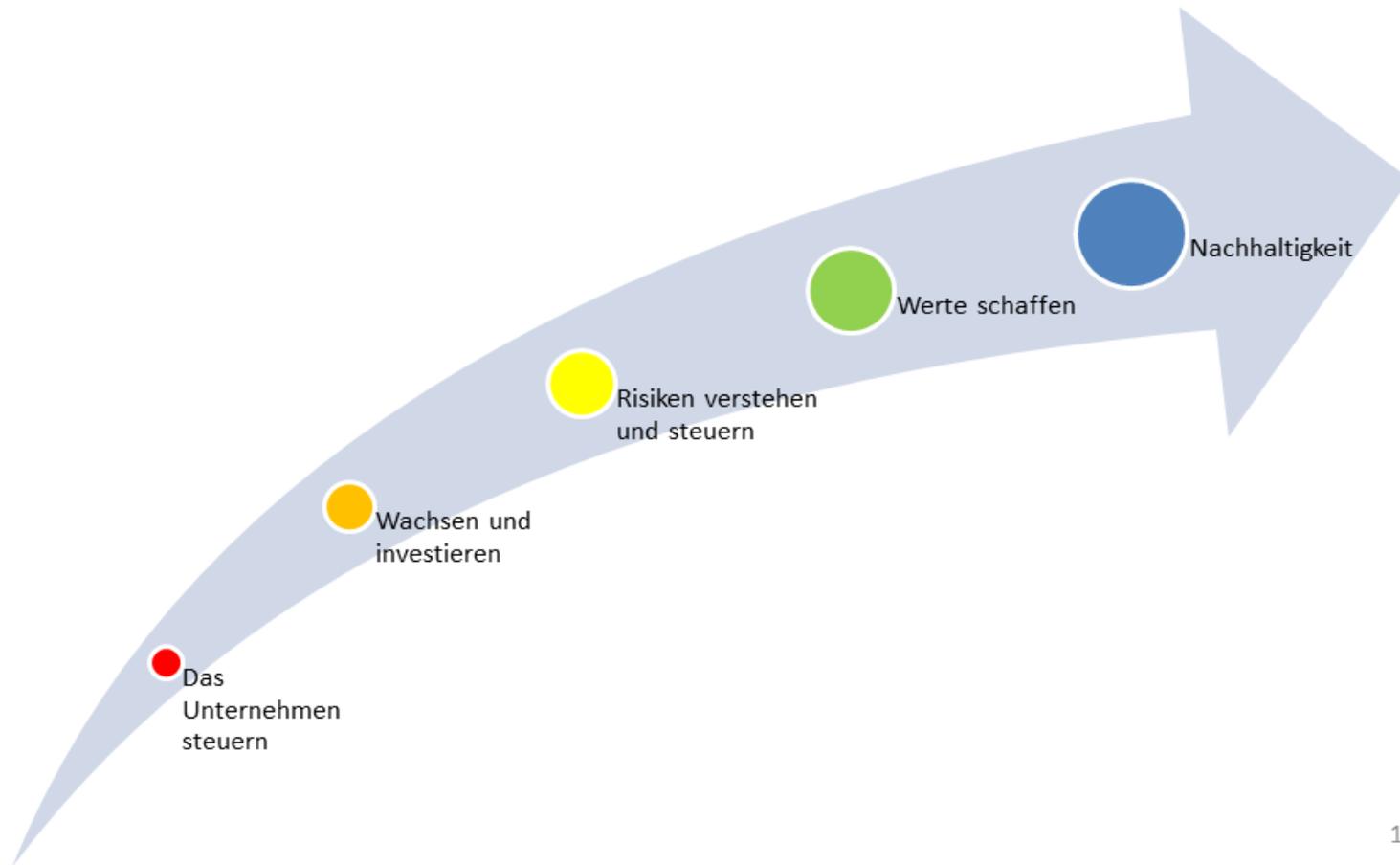
- Aktives Experimentieren: Phase des Ausprobierens und der Umsetzung von Plänen
- Konkrete Erfahrung: Das Handeln und die Erlebbarkeit von Konsequenzen ermöglichen direkte individuelle Erfahrungen
- Reflektierende Beobachtung: Reflektion über sachliche (und hoffentlich auch) gruppensdynamische Aspekte des Erlebten
- Abstrakte Begriffsbildung: Bewertung und Generalisierung der Konsequenzen für weitere Handlungsschritte

Levels of Maturity

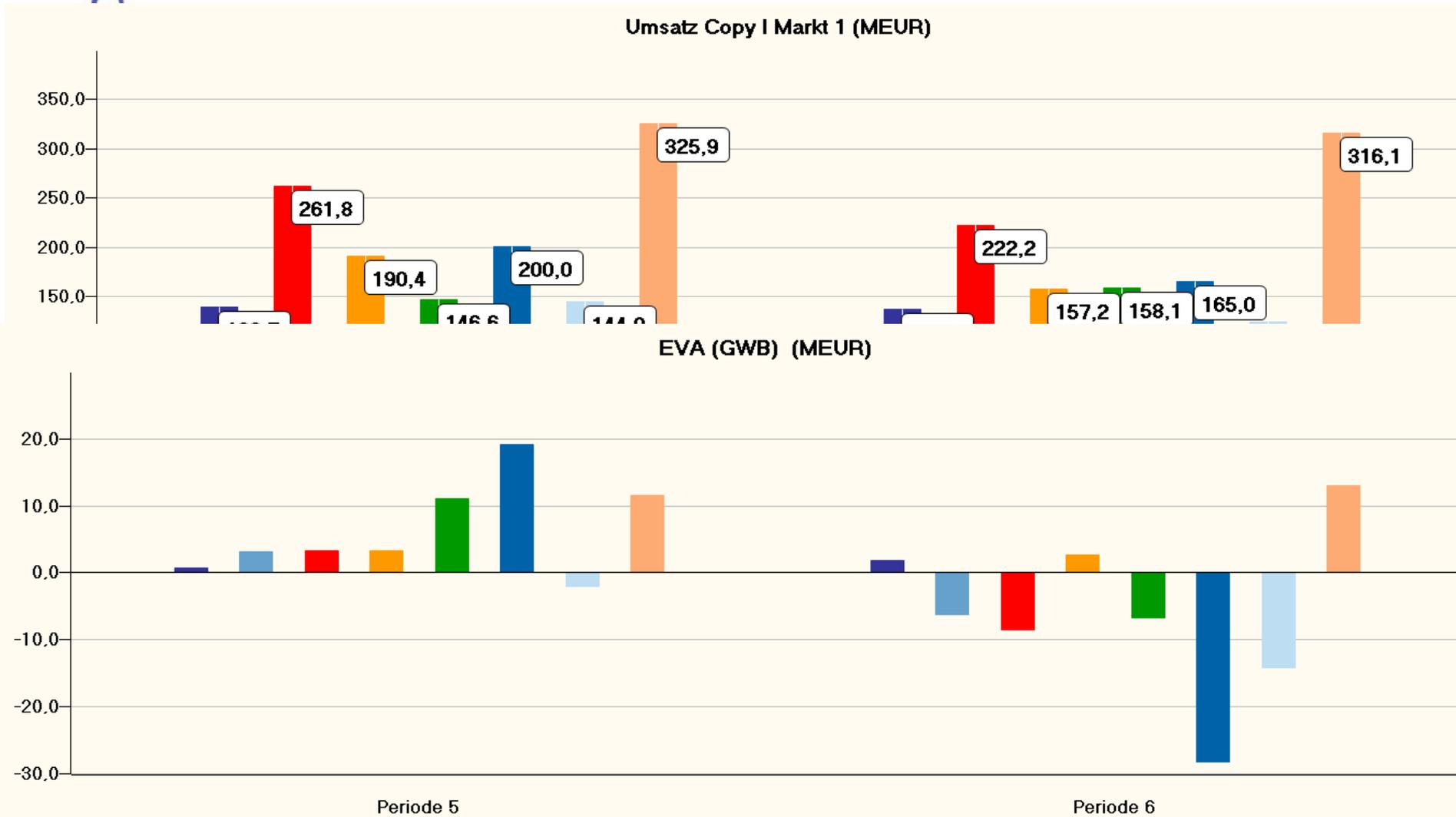




Das Planspiel als Lerntreppe

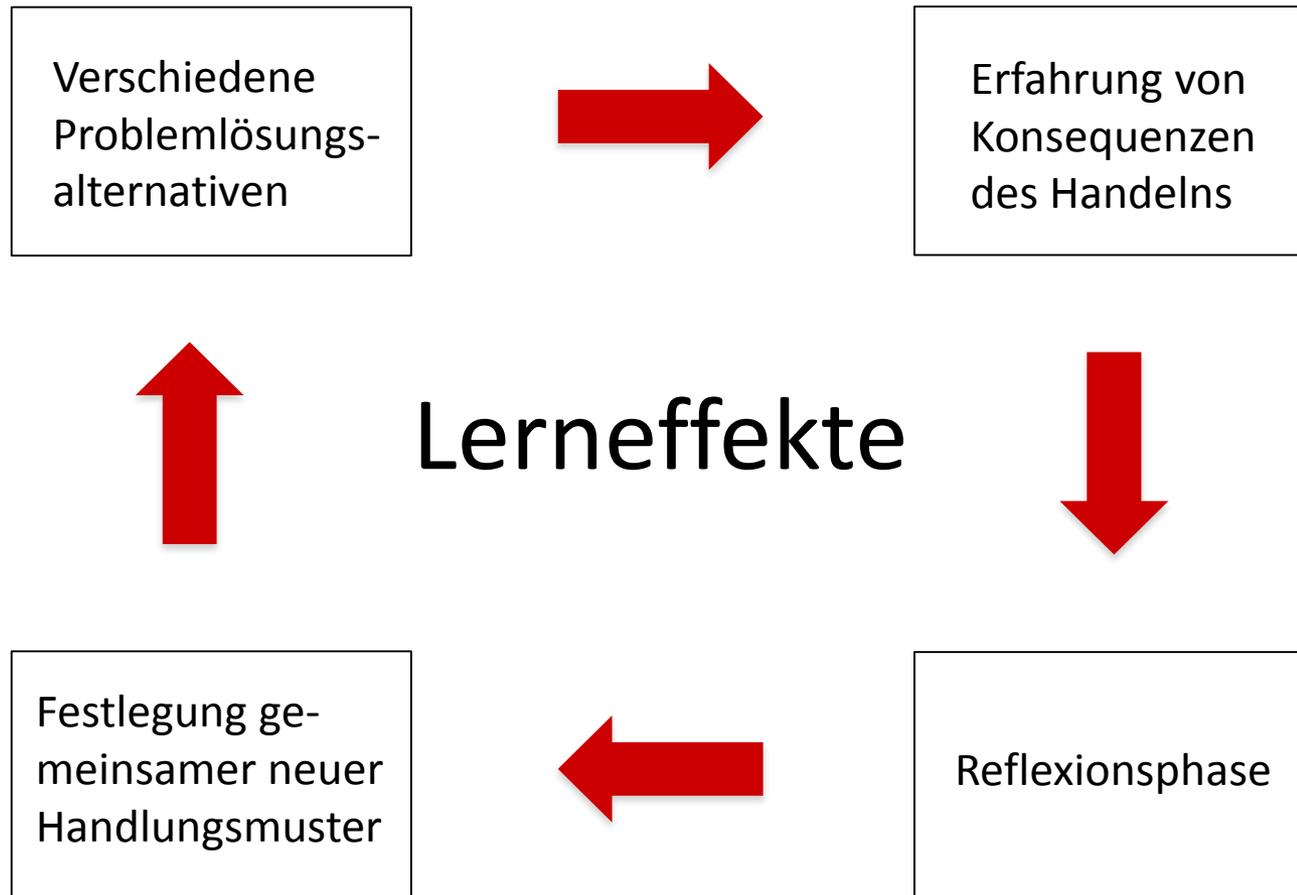


Das Planspiel als Lerntreppe: Themen der Veranstaltung



Von Studierendenseite betrachtet

2. PLANSPIEL UND GESCHÄFTSBERICHT



Virtualität

- Gruppenarbeit geprägt durch viel gemeinsame Präsenz-Zeit
 - Laptop, Tafel, FlipBoard, Beamer
 - Physisches Zusammensein in der Gruppe wichtig, auch wenn jeder einzeln arbeitet: Gegenseitige Motivation, Abstimmung, aber auch Kontrolle
- Organisation und Datenaustausch virtuell
 - Facebook, DropBox, Google Docs
 - Koordination und Kommunikation
 - Bereitstellen von Dokumenten oder einzelnen inhaltlichen Bausteinen
 - Vorteile: Zugriff von allen Gruppenmitgliedern zu jeder Zeit an jedem Ort

GESCHÄFTS BERICHT

2012

Das Unternehmen Quintus

Vorwort	2
Vorstand	3
Strategie und Steuerung	9
Die Quintus Aktie	15

Zusammenfassung

Geschäft
Umsatz
Segmente
Human Resources
Umwelt
Corporate Governance
Risikoprüfung
Ausgangspunkt

Konzernabschluss

Versicherung
Bestand
Konzernabschluss
Konzernabschluss
Konzernabschluss
Finanzabschluss
Anhang

Glossar



Moritz Hauser-Linke

Vorstand Finanzen

Julian Bucher

Vorstandsvorsitzender

Susanne Exner

Vorstand Internationales

Michael Schiller

Vorstand Forschung und Entwicklung

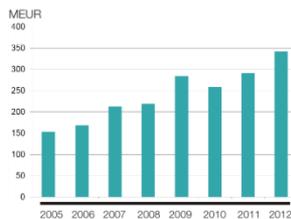
Konzernlagebericht

Umsatzentwicklung, Vermögens- und Finanzlage

Entwicklung Konzernumsatz

Die im Vorjahr verzeichnete positive Entwicklung des Konzernumsatzes setzte sich im abgelaufenen Geschäftsjahr mit einer erheblichen Dynamik fort. Hauptsächlich verantwortlich für diese durchweg positive Entwicklung ist nach wie vor unser Premium-Produkt Copy-I, das von unseren kontinuierlichen Entwicklungsprozessen profitiert. Der Umsatz von Copy-I ging im Inland von 234,5 MEUR auf 222,0 MEUR zurück (-5,3%), stieg allerdings im Ausland (Markt 2) auf 28,0 MEUR. Das ist eine Steigerung von 45,18% im Vergleich zum letzten aktiv generierten Markt 2-Umsatz aus dem Jahr 2009. Dadurch entsteht eine Steigerung des Gesamt-Copy-I-Umsatzes von 243,5 MEUR im Vorjahr auf 250,1 MEUR im abgeschlossenen Geschäftsjahr. Das entspricht einer Steigerung von 2,71%.

Entwicklung Konzernumsatz



Belohnt wurden auch unsere Entscheidungen bezüglich des seit 2010 geführten Einstiegskopierers Copy-II. Aufgrund unserer Wirtschaftsprognosen für das vergangene Geschäftsjahr verstärkten wir unsere Produktion von 25.952 Stück auf 40.000 Stück. Im Vergleich zum Vorjahr wurde eine Umsatzsteigerung von 61,12% erwirtschaftet. Der Umsatz von Copy-II betrug somit 92,0 MEUR, das ist ein Anteil von 26,89% am Gesamtumsatz.

Die folgenden Diagramme zeigen den Anteil der Produkte am Gesamtumsatz auf dem In- und Auslandsmarkt. Taucht eine Farbe im Diagramm nicht auf, bedeutet dies, dass wir dieses Produkt auf dem jeweiligen Markt nicht abgesetzt haben.

Anteil Produkte am Gesamtumsatz

2012

■ Copy-I Markt 1
■ Copy-I Markt 2
■ Copy-II Markt 1



Anteil Produkte am Gesamtumsatz

2011

■ Copy-I Markt 1
■ Copy-I Markt 2
■ Copy-II Markt 1



EBITDA

Die Quintus AG hat das Geschäftsjahr 2012 mit einem Ergebnis vor Steuern, Zinsen und Abschreibungen (EBITDA) in Höhe von 107,8 MEUR und damit wie erwartet deutlich höher als im Vorjahr (73,1 MEUR), abgeschlossen. Die EBITDA-Rendite lag bei 31,51% (Vorjahr: 25,01%).

Aufwendungen

Der Materialaufwand erhöhte sich im Vergleich zum Vorjahr um 31,2% auf 39,22 MEUR (Vj.: 29,89 Mio.). Der Anstieg des Personalaufwands um 19% auf 122,42 MEUR (Vj.: 102,79 Mio.) resultierte vor allem aus dem Anstieg der Personalkosten. Die Anzahl der

Mitarbeiter erhöhte sich zum Jahresende um 8,9% auf einen Personalbestand von 1.927 (Vj.: 1768 Mitarbeiter).

Abschreibungen

Die Quintus AG hat auch im Jahr 2012 kräftig in den Ausbau der Geschäftsbereiche investiert. Die Abschreibungen betrugen 18,25 MEUR und lagen damit 20,2% über dem Vorjahreswert von 15,18 MEUR. Zum Anstieg hat vor allem der Kauf einer neuen Fertigungsanlage, als auch die Investition in Umweltsanierungen geführt.

Außerordentliche Erträge

Die außerordentlichen Erträge erhöhten sich dieses Jahr sich auf 50 MEUR (Vj.: 0 MEUR). Verantwortlich dafür ist der Gewinn aus dem Verkauf der Anteile an der Stille Gesellschafter AG zum Ende des Jahres 2012.

Konzernüberschuss

Der Konzernüberschuss belief sich auf 100,60 Mio. EUR (Vj.: 40,65 Mio. EUR) und stieg somit gegenüber dem Vorjahr um 147,4%.

3. WIE GING ES WEITER?

Die Weiterentwicklung 2012-15

- Ein Erfolgsfaktor der Veranstaltung ist die intensive Gruppenarbeit, welche in vielfältiger Weise Sozial- und Selbstkompetenzen fördert.
- Im Rahmen eines Fellowships wurde ein Konzept zur systematischen Förderung der Reflektions- und Feedbackprozesse erarbeitet und umgesetzt
- Zudem wurden alle Vorlesungen als Videostream aufbereitet und um weitere Materialien ergänzt

Der Weg zum Landeslehrpreis

- 2015 erfolgte an der Hochschule der Medien eine Ausschreibung für den hochschulinternen Lehrpreis
- Im Fokus standen u.a. die Aspekte Kompetenzorientierung und Blended Learning
- Die Jury wählte – aus einem Umfeld mit vielen spannenden Konzepten – die Veranstaltung aus
- Dies war gleichzeitig die Nominierung für den Landeslehrpreis, welcher dann im Dezember 2015 vergeben wurde

Der große Tag

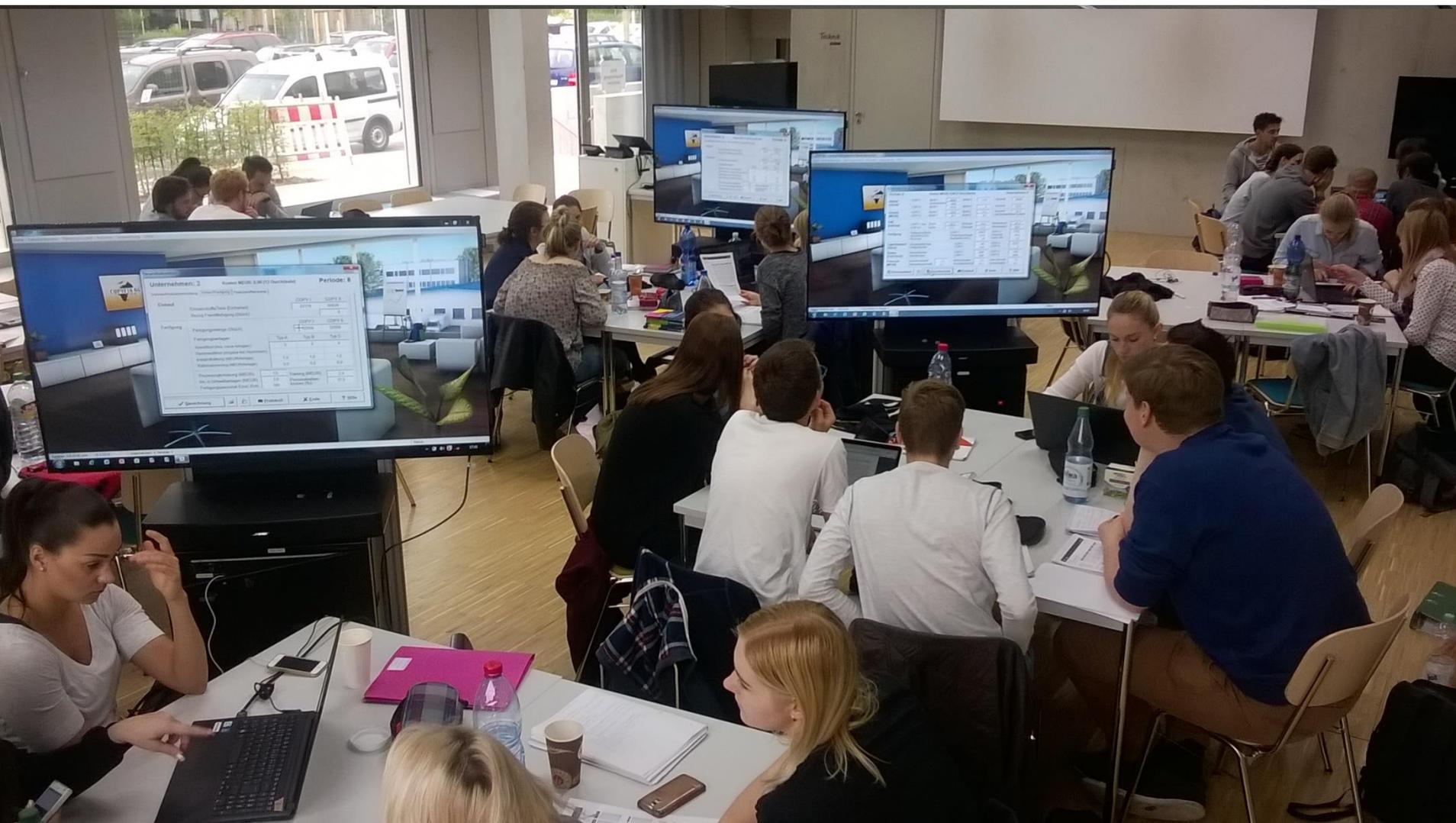


MINISTERIUM FÜR WISSENSCHAFT, FORSCHUNG UND KUNST

Das Preisgeld

- Ausgestaltung des Planspiellabors in unserem Erweiterungsbau Süd als Projekt für das Preisgeld
- Meine Hypothesen: das klassische Planspiellabor entspricht allenfalls dem Maturity-Level 2 in der vorstellten Darstellung
- Weniger Zeit vor Ort, schnelle Wechsel zwischen theoretischem Input, Briefing, Planspiel und De-Briefung
- Die Gruppen sind alle in einem Raum und bei Bedarf holt man die Technik aus dem Schrank, die man benötigt
- Lehrende und Lernenden lieben den Raum :-)

Impressionen



Übertragbarkeit

- Vielfältige Optionen
- Grundidee: gib Teams von Studierenden eine spannende Aufgabe, welche sie in Konkurrenz lösen können wofür die Theorie hilfreich ist
- Übertragbarkeit mit Planspielen
 - Projektmanagement
 - Change Management etc.
- Übertragbarkeit auf anderen Kontext wie Entrepreneurship mit ähnlichen Action Learning-Ansätzen

Kontakt

- Kontaktdaten

Hochschule der Medien Stuttgart

Nobelstr. 10, 70569 Stuttgart

<https://www.hdm-stuttgart.de/home/hoegsdal>

E-Mail: hoegsdal@hdm-stuttgart.de

Telefon 0711-8923-2725