

Lokales

Statt Schulbank eine Woche im Chefsessel

AGQ-Schüler beteiligen sich am MIG-Spiel

29.01.2013, 12:00 Uhr

Erschienen: 30.01.2013: BKR / 25 / Seite: 17

(csc) Badbergen. Einen vertiefenden Einblick in das Wirtschaftsleben haben 15 „Jungmanager“ des Artland-Gymnasiums Quakenbrück (AGQ) jüngst beim Management Information Game (MIG) erhalten. Beim Abschlussabend in den Räumen der Firma Artland Fleischwaren präsentierten sie ihre Ergebnisse.



„Wir wollen den Schülern Wirtschaft auf eine spielerische Art und Weise näherbringen, aber immer mit dem nötigen Ernst“, sagt Jana Billigmann vom Industriellen Arbeitgeberverband Osnabrück (IAV). „Sie sollen verstehen, wie die Wirtschaft funktioniert.“ Das MIG-Spiel sei ein Beitrag zur Berufsorientierung.

Vermitteln sollte dies Dale Drown vom Bildungswerk der Niedersächsischen Wirtschaft (BNW), der eine Woche lang als Spielleiter tätig war.

Dabei nahm er gleichzeitig mehrere Rollen ein. So war Drown für die Jungunternehmer unter anderem die Bank, bei der sie sich Geld leihen konnten, um das fiktive Produkt herzustellen. Aber er fungierte ebenfalls als Unternehmensberater oder auch als Mitglied des Aufsichtsrates.

Das Planspiel startete am Montag. An diesem ersten Tag wurden die Ziele und die Organisation der Woche abgesteckt, und die Schüler bekamen eine Einführung in das Unternehmensplanspiel. Am zweiten Tag erfolgte ein Informationsblock zum Thema Rechnungswesen und Bilanz. Der dritte Tag stand im Zeichen der Marktbearbeitung und Werbung, während der vierte Tag zur Vorbereitung des Marketingkonzepts diente.

Unterstützt wurden die Schüler dabei von Tutoren der Firmen Artland Fleischwaren, PPS Pipeline Systems, Delkeskamp Verpackungswerke sowie der Oldenburgischen Landesbank (OLB). Weitere Unterstützung erfolgte durch die Agentur für Arbeit, JCK Holding, Wilhelm Hormes, Kreissparkasse Bersenbrück und dem Wirtschaftsbund Steuerberatungsgesellschaft.

Die Besucher schlüpfen in die Rolle von potenziellen Käufern des Produktes „SmartSenior“. Dabei handelt es sich um ein Gerät, das der Zielgruppe „60 Plus“ ermöglicht, so lange es geht zu Hause leben zu können. Zudem war es die Aufgabe der Schüler, auf die Bereiche Umwelt, Gesundheit und Mobilität zu achten sowie einen pfiffigen Namen und ein leicht wiederzuerkennendes Logo zu entwerfen.

Die drei Unternehmen „SBL-Technologies“ (Niko Rechtien, Lisa Franke, Lena Zimmermann, Marco Bieler und Jonas Bläsi), „Zack-AG“ (André Berdelmann, Jana Kütke, Gesche Titzmann, Arthur Hert und Tobias Engebrecht) und „Pear-AG“ (Lukas Kolbeck, Svea Küper, Jana Wobbe, Rebecka Maurer und Christin Rantze) stellten daraufhin ihr Marketingkonzept vor. Damit versuchten sie, die anwesenden Unternehmer von ihrem Produkt zu überzeugen.

Da es sich aber um ein Planspiel handelte, bekamen die Jungunternehmer am Ende den Zuschlag in Form von Punkten. Jeder Gast hatte zehn Stimmen, die er auf die drei Unternehmen verteilte. Dabei erhielt „SBL-Technologies“ die meisten Stimmen, gefolgt von der „Pear-AG“ und der „Zack-AG“.

Nach der Präsentation standen am Freitag die Jahreshauptversammlung und eine Auswertung der Wirtschaftswoche an.