NZ vom 19.12.13

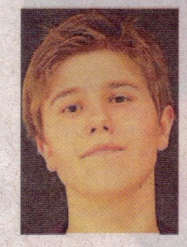
Wie im wahren Arbeitsleben: „Vorstandsvorsitzende" Dana (16, Mitte) lässt sich von Annika (16, links) und Chelsea (16) die neuesten Zahlen der Planspiel-Firma „Kü-Tec AG" zeigen.

Fotos (4): Steh

Schüler als Werbe-Manager

Planspiel Wirtschaft: Langener Gymnasiasten müssen einen hochwertigen Toaster vermarkten

SIEVERN. „Glück ist die Summe richtiger Entscheidungen." Diese Aussage machte Bäko-Geschäftsführer Mirko Oeltermann zu Beginn des Wirtschaftsplanspiels „Management Information Game" (MIG), nachdem er Unternehmensziele und Organisation der Bäcker- und Konditorengenossenschaft (Bäko) Bremerhaven vorgestellt hatte. Zuhörer waren 30 Langener Gymnasiasten, die Gelegenheit hatten, eine Woche lang bei der Bäko für die berufliche Zukunft zu üben.



» Es hat mich beeindruckt, wie wir Einblicke in wirtschaftliche Zusammenhänge bekamen. Toll, „James" machte den 1. Platz. «

NIKLAS KRAUSE (15), „PRODUKTENTWICKLUNG COLIBRI AG"

» Ich interessiere mich sehr für Wirtschaft. Das Planspiel war sehr lehrreich. Nach dem Abitur möchte ich das studieren". «

„COLIBRI-VORSTANDSVORSITZENDE" BEKE FLATHMANN (15)

» Das Planspiel hat ein einfaches Ziel – dass Schüle sagen können ‚Wirtschaft mach Spaß'. «

MANFRED KUSSATZ, BILDUNGSWERK DER NIEDERSÄCHSISCHEN WIRTSCHAFT (BNW)

„MIG" ist ein in der Schweiz entwickeltes Planspiel, das Einblicke in wirtschaftliche Abläufe vermittelt. Es wurde organisiert vom Bildungswerk der Niedersächsischen Wirtschaft (BNW) und von Nordmetall.

Um betriebswirtschaftliches Handeln ging es für die Schüler. In drei Gruppen bildeten sie jeweils einen Unternehmensvorstand, der ein Produkt auf den Markt bringen sollte, einen Toaster. Von Marktanalyse über Produktentwicklung bis zur Präsentation hatten die „Vorstände" viele Aufgaben zu bewältigen. Kenntnisse im Rechnungswesen, Kreativität, Risikobereitschaft, Teamfähigkeit und Kommunikation waren gefragt. Die Ergebnisse wurden in der Aula vorgestellt.

Schulleiterin Isabelle Grüninger: „Die Schüler bewiesen, dass schon 10. Klassen wirtschaftliches Grundwissen haben. Die Vorarbeit unserer Schule über Wirtschaft greift."

Viele Eltern, Lehrer und Vertreter regionaler Unternehmen lauschten der Präsentation. Der „Auftrag" sah Beschaffung von 300 000 Toastern (Einkaufspreis: 50 Euro) vor, die ein „Elektromarkt" europaweit ausgeschrieben hatte. Die Geräte sollten hohe Qualität und sparsamen Energieverbrauch haben.

Die erste Schülergruppe firmierte als „Kü-Tec AG". Sie zeigte ihren „HiTec"-Toaster „Pano", mit Radio, Timer sowie Getränke-Warmhalter ausgestattet. Die „Colibri AG" präsentierte ihren Nobel-Toaster „James" für Kunden 30 plus aus Edelstahl, mit Teflon-Beschichtung und Touch-Display. „Vorstandsvorsitzende" Beke Flathmann: „Zehn Jahr Garantie als Kaufargument. Toaster „Röstie" der „Akida AG ähnelte den im Handel erhältli chen Geräten. Doch er hatte vie regelbare Schlitze für unter schiedliche Bräunungsgrade.

Danach kamen aus dem Publi kum viele, auch kritische Frage zu Technik, Design, Lieferung Zahlung und Werbung. Die Ab stimmung: 1. Platz für „James der „Colibri AG", 2. Platz für de „Pano" von „Kü-Tec", „Röstie von „Akida" landete sehr knapp mit nur einem Punkt weniger au dem 3. Platz. (stn)