



Ihr Produkt „Smart-Chef“ überzeugte die Jury am meisten. Das Team der Vita AG (von links): Ramona Andres, Jonas Eckhoff, Jonas Müller, Inga Marie Tilheim, Jannes Hastedt, Insa Notzon und Timo Glinsmann entschied das Management Information Game für sich. Foto: Evers

Der „Smart-Chef“ überzeugt

Drei Teams präsentieren beim Management Information Game der Sparkasse ihre Geschäftsidee

Von Ulrich Evers

ZEVEN. Wie es sich anfühlt, wenn aus einer Woche Spaß doch noch Ernst wird, erlebten Schüler des Kivanan-Bildungszentrums und des St. -Viti-Gymnasiums in der Zentrale der Sparkasse Rotenburg Osterholz. Vor einer Jury aus Vertretern regionaler Betriebe und Institutionen mussten die Teilnehmer des Management Information Game (MIG) die Ergebnisse ihrer einwöchigen Arbeit präsentieren. Sieger wurde die Vita AG.

Abwicklung von Bestell- und Bezahlvorgängen, technische Spezifikationen bis hin zur ökologischen Nachhaltigkeit, dem Marketing und dem Beschaffungspreis mussten die Schüler alles in ihrem einwöchigen Planspiel bedenken und ihren Gästen in Form einer zehnmütigen Präsentation vorführen.

„Wir haben hier beim MIG schon Produkte erdacht, die es später auf dem Weltmarkt wirklich gab“, erinnerte sich Seminarleiter Andreas Mätzold und verwies dabei als Beispiel auf die in-

zwischen alltäglich gewordenen Fitnessarmbänder, die in dem Planspiel schon vor zwölf Jahren fiktiv dem Markt angeboten worden waren.

Mächtig ins Zeug gelegt

In drei MIG-Unternehmen aufgeteilt präsentierten die Schüler ihre Produkte. Egal, ob „Care Tec“, „Vita AG“ oder „All-Tech“: Sie legten sich mächtig ins Zeug, um ihren fiktiven Auftraggeber von ihrem smarten Produkt zu überzeugen und standen auch in den anschließenden Fragerunden bes-

tens vorbereitet Rede und Antwort.

Um einen Gewinner der drei Teams zu ermitteln, konnten die Gäste, die gleichzeitig auch als Jury fungierten, Punkte vergeben. Die drei Teams lagen in der Endabrechnung dicht auf. Die Gruppe der „Vita AG“ machte aber letztlich das Rennen.

Die sieben Schülerinnen und Schüler verstanden es blendend, ihr „Smart-Chef“ genanntes Produkt den fiktiven Auftraggebern schmackhaft zu machen. Es überzeugte nicht nur aufgrund spezieller technischer Details, wie beispielsweise der Sprachsteuerung, sondern vor allem wohl auch wegen der professionellen Präsentation des Teams, das seine Schwerpunkte dabei auf Fitness, Lifestyle und Nachhaltigkeit gelegt hatte.

Im Anschluss hatten die Teilnehmer des Management Information Game noch ausgiebig Gelegenheit, mit den Wirtschaftsvertretern ins Gespräch zu kommen und sich über berufliche Voraussetzungen und Einstiegsmöglichkeiten, wie Firmen-Praktika, in aller Ruhe auszutauschen.

» Wenn Sie ein Studium machen, vergessen Sie das Handwerk nicht. «



Jörg Ahlgrim, Glasermeister

Foto: Evers

» Wir haben schon Produkte erdacht, die es später wirklich gab. «



Andreas Mätzold, Seminarleiter

Foto: Evers

Der Auftrag der Schüler bei der computerbasierten Unternehmenssimulation war klar: Sie sollten für einen fiktiven spanischen Küchenhersteller ein digitales Gerät entwickeln und anbieten, das in der Lage ist, seinen Nutzer in der Verwaltung seines Kühlschranks zu unterstützen. Die Rahmenbedingungen waren dafür streng definiert: Von einer einfachen Bedienbarkeit, über die