

Glasklar, e-glasses oder Lux View?

11.07.2011, 11:31 | Wissenschaft, Forschung, Bildung

Pressemitteilung von: *Piepenbrock Unternehmensgruppe GmbH + Co. KG*

Presseagentur: *Piepenbrock Unternehmensgruppe GmbH + Co. KG*

Gymnasiasten lernten bei Wirtschaftswoche wirtschaftliche Zusammenhänge im Management Information Game (MIG)

(Osnabrück, 07.07.2011) Rollentausch für Oberstufenschüler: Aus 24 Schülerinnen und Schülern der Ursulaschule in Osnabrück sind in der vergangenen Woche engagierte Unternehmer geworden. Die Piepenbrock Unternehmensgruppe ist zum vierten Mal in Folge Gastgeberin für das einwöchige Wirtschaftsplanspiel „Management Information Game“, das vom Industriellen Arbeitgeberverband Osnabrück-Emsland e.V. organisiert wird. Mit Referenten und finanzieller Unterstützung beteiligen sich auch die Ahlstrom Osnabrück GmbH, die BARMER-GEK, die buw Holding GmbH, die Deutsche Bank AG, die Elster GmbH, die Meyer & Meyer Holding GmbH & Co. KG sowie die SOLARLUX Aluminium Systeme GmbH an diesem Projekt. MIG dient der beruflichen Orientierung und wird daher von der Agentur für Arbeit Osnabrück gefördert.

Ziel der Schüler war es, ein eigenes „Unternehmen“ zu gründen, das eine Brille für die fiktive Optikerkette „Blickwinkel“ entwickelt, und schließlich Vertreter der beteiligten Unternehmen von ihrem Produkt zu überzeugen. Am Abend des 30. Juni stellten die „Jungunternehmer“ in schicken Businessoutfits mit vorbereiteten Präsentationen und Plakaten ihre Produktideen „Glasklar“, „e-glasses“ und „Lux View“ vor. Wolf Hartmann-Riebe von der Akademie Schule & Wirtschaft im Bildungswerk der Niedersächsischen Wirtschaft fungierte während der Projektwoche als Spielleiter und erklärte den Gästen den Ablauf des Projektes. Jeder Wochentag stand für ein Geschäftsjahr der drei fiktiven Unternehmen, die die Schüler gebildet hatten. Referenten aus der Wirtschaft gaben Wissen aus erster Hand an die Schüler weiter.

Nun standen die Schüler im Wettbewerb um das beste Produkt und mussten es vor der Jury präsentieren. Es galt, die neu erworbenen Kenntnisse über Unternehmensführung, Produktentwicklung und Marketing in kurzen Vorträgen umzusetzen, sich den kritischen Fragen der „Einkäufer“ zu stellen und das jeweilige Produkt so gut zu präsentieren, dass es am Ende meistmöglich verkauft würde.

Für die Einkäufer war „Augenblick“ am überzeugendsten. Das Unternehmen bot das Produkt „e-glasses“ an, eine Brille mit integrierter Kamera zu einem sehr guten Preis-Leistungsverhältnis. Aber auch die zwei Konkurrenz-Unternehmen erhielten Aufträge. Das Besondere bei „Glasklar“ war, dass sich die Brille den Lichtverhältnissen anpasste und bei Verlust per Peilsender wieder auffindbar sein würde. Das Unternehmen „Ursu International“ bot mit „Lux View“ eine Brille an, an die sich nicht der Träger anpassen musste, sondern die sich umgekehrt in der Sehstärke an den Träger anpasste.

Am darauffolgenden letzten Tag mussten die Jungunternehmer bei der Aktionärshauptversammlung zu den letzten Geschäftsjahren Stellung beziehen und Rechenschaft ablegen. Sabine Stöhr, stellvertretende Hauptgeschäftsführerin des Industriellen Arbeitgeberverbandes Osnabrück-Emsland, erläuterte die Hintergründe des Projekts: „Wir wollen Schulen und Unternehmen in Kontakt bringen. Das Wirtschaftsplanspiel dient dazu, Zusammenhänge in der Wirtschaft zu verdeutlichen.“ Insgesamt zeigten sich alle Beteiligten höchst zufrieden mit dem Projekt, das auch in Zukunft regelmäßig wiederholt werden wird.

MIG vermittelt Praxis

Das praxisnahe Projekt MIG vermittelt spielerisch einen Einblick ins Wirtschaftsleben, denn die Jugendlichen schlüpfen in die Rolle von Vorständen konkurrierender Aktiengesellschaften. Zum zehnstündigen Unternehmeralltag der Schüler gehören Entscheidungen über Fertigung, Einkauf und Personal ebenso wie Preiskalkulation und Bilanzierung. Das alles geschieht in einem Umfeld, das sich konstant verändert – wie im wirklichen Geschäftsleben. Unternehmerisches Denken und die stetige Überprüfung der eigenen Strategien sind gefragt. Paul Richter, Geschäftsführer der Piepenbrock Unternehmensgruppe, ist überzeugt von dem Projekt: „Gerade, wenn überall händeringend nach Führungskräften gesucht wird, lohnt es sich, auch in der Umgebung Ausschau nach vielversprechenden Talenten zu halten. Es ist dann von hoher Bedeutung, dass man frühzeitig deren wirtschaftliches Verständnis fördert. Meiner Ansicht nach gibt es dafür kaum einen besseren Weg, als durch die spielerische Selbsterfahrung, die das MIG den Schülerinnen und Schülern

bietet.“

Das in der Schweiz entwickelte Unternehmensspiel „Management Information Game“ (MIG) ist auf fünf Tage ausgelegt. Drei Gruppen, die drei konkurrierende Unternehmen darstellen, formulieren jeweils eine Zielsetzung und setzen diese in ihren Planungen und Entscheidungen um. Dabei gilt es typische Fragen zu beantworten, denen sich auch reale Unternehmen stellen müssen: Wie viel investieren wir ins Marketing? Konzentrieren wir uns auf die Forschung? Siedeln wir unser Unternehmen eher im Niedrig- oder Hochpreissegment an? Jede Spielrunde stellt dabei ein Geschäftsjahr dar, in dem weitere Entscheidungen getroffen werden. Die Entscheidungen der Spielgruppen werden im Anschluss an jede Spielrunde durch ein PC-gestütztes Simulationsmodell ausgewertet und in Form eines Markt- und Geschäftsberichts bereitgestellt. Auf dieser Grundlage ist es den Schülerinnen und Schülern möglich, ihre Strategie zu prüfen und bei Bedarf in der folgenden Runde zu korrigieren. Wie in der realen Wirtschaft kann an verschiedenen Stellschrauben gedreht werden, um Probleme wie überfüllte Lager, Qualitätsprobleme oder negative Unternehmensentwicklungen zu lösen. Der Spielleiter übernimmt dabei verschiedene Rollen und greift in das Geschehen ein, um zu helfen oder die Handlungsgrundlagen zu verändern. Er kann beispielsweise Kredite vergeben, eine Weltwirtschaftskrise verkünden oder mitteilen, dass der Betriebsrat bestimmten Entscheidungen nicht zustimmt. Am Ende der „Wirtschaftswoche“ präsentieren die Schülerunternehmer bei einer Aktionärshauptversammlung die Unternehmensentwicklung und erläutern die dahinter liegende Strategie.

Portrait

Über Piepenbrock

Die Piepenbrock Unternehmensgruppe ist ein inhabergeführtes Familienunternehmen in der vierten Generation. Piepenbrock entlastet seine Kunden durch ein breites Dienstleistungsspektrum, z. B. in den Bereichen Facility Management, Gebäudereinigung, Sicherheit und Instandhaltung. Im Maschinenbau ist Piepenbrock mit seinen Verpackungsmaschinen erfolgreich. Darüber hinaus ist das Unternehmen für seine Chemieprodukte bekannt. Mit rund 800 Standorten und 70 Niederlassungen sowie rund 25.000 Mitarbeitern ist Piepenbrock ein zuverlässiger Partner.

Wir übernehmen Verantwortung - auch für die Umwelt. Unter dem Dach von "Piepenbrock Goes Green" schont Piepenbrock mit seinen Kunden Ressourcen und reduziert den CO₂-Ausstoß nachhaltig. Mit 63 Patenschaften leisten die Niederlassungen und Tochterunternehmen der Piepenbrock Unternehmensgruppe in Zusammenarbeit mit dem Kinderhilfswerk Plan International e.V. langfristige Hilfe zur Selbsthilfe für Kinder in Laos. Mit diesem Engagement sollen die Lebensbedingungen in einem der ärmsten Landstriche der Welt nachhaltig verbessert werden.

Mehr über Piepenbrock und seine Tochterunternehmen erfahren Sie im Internet unter www.piepenbrock.de
(5.802 Zeichen inkl./758 Wörter)

News-ID: 553103 • Views: 106 (Stand: 09.06.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/553103/Glasklar-e-glasses-oder-Lux-View.html>