

# Billig-Bügeleisen aus Japan bereiten den Unternehmen Schwierigkeiten . . .

## Zwanzig Gymnasiasten sind auf Initiative der „Wirtschaftsjunioren“ Manager auf Zeit

„Wenn wir die Kapazität der Filiale verringern, können wir auch Vertreter abziehen und so Kosten sparen“. Im Management der Aktiengesellschaft wird angestrengt nachgedacht, wie sich Geld einsparen läßt. Um mehr flüssige Mittel zur Verfügung zu haben, wird mit der Hausbank verhandelt. „1,5 Millionen langfristige Kredite würden wir Ihnen einräumen“, lautet die Auskunft. Taschenrechner treten in Aktion, Möglichkeiten werden erwogen und wieder verworfen — sich auf dem Markt der Bügeleisenanbieter zu behaupten, erweist sich als gar nicht so einfach. Erst recht, wenn die Manager eigentlich Schüler sind. 20 Flensburger Gymnasiasten zerbrechen sich seit Anfang der Woche den Kopf über Produktionsplanung, Lagerkapazitäten, Preisfestsetzung und versuchen, Bügeleisen gewinnbringend zu verkaufen — natürlich rein theoretisch.

Die Schüler von fünf Gymnasien der Fördestadt machen mit beim Unternehmensspiel MIG (Marketing Information Game), das auf Initiative der „Wirtschaftsjunioren Flensburg“ angeboten wird. Unterstützt werden sie dabei von der Bildungsstätte Tannenfelde und „Spilleiterin“ Frauke Dencke sowie der Firma Hermann G. Dethleffsen, in deren Hause

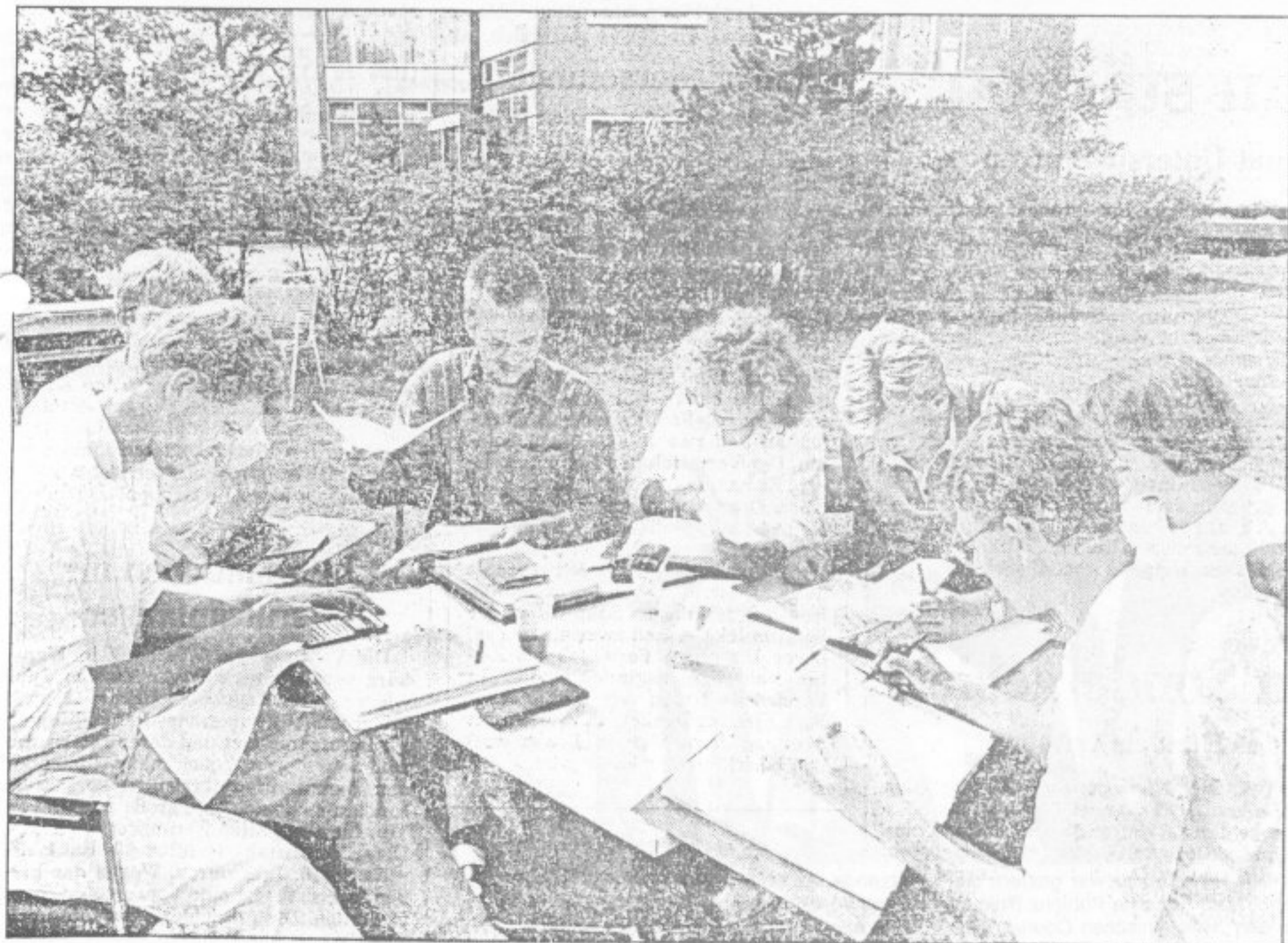
die Manager auf Zeit den Bügeleisenmarkt beherrschen.

Ziel des Unternehmensspiels ist es, den Schülern wirtschaftliche Zusammenhänge verständlich zu machen. „Wir setzen keine Vorkenntnisse voraus“, erklärt Frauke Dencke, denn mit der Funktion des bundesdeutschen Wirtschaftssystems werden die wenigsten im Unterricht vertraut gemacht. Darum ist es ein Anliegen der schleswig-holsteinischen Wirtschaft, den angehenden Abiturienten marktwirtschaftliche Zusammenhänge transparent zu machen. Acht Prozent von ihnen werden durch die Seminare der Bildungsstätte Tannenfelde in Zusammenarbeit mit den örtlichen Unternehmensverbänden zur Zeit erreicht, denn jährlich werden rund 30 Veranstaltungen im nördlichen Bundesland durchgeführt.

Daß die schleswig-holsteinischen Unternehmen mit dem Planspiel anscheinend eine Marktlücke füllen, beweist der Andrang. Um die Teilnahme „reißt man sich an den Schulen“, ist die Erfahrung von Kay Ottens von den „Wirtschaftsjunioren“, der das laufende Seminar betreut. Bis zu zwanzig Plätze stehen bei jedem Planspiel zur Verfügung. Zum Teil werden sie an den Schulen verlost, weil

der Andrang groß ist. Denn um in die Welt der Wirtschaft „mal etwas Einblick zu bekommen“, interessieren sich die Schüler für das Seminar. „Mal die Zusammenhänge kennenlernen“ wollen die angehenden Abiturienten, die sie Wirtschaftswoche aber auch als Entscheidungshilfe bei der Berufswahl ansehen.

Wenn das Planspiel am Freitag zu Ende geht, werden sie sich jedenfalls einmal ausführlich mit der Organisation einer Aktiengesellschaft, Marketing und Werbung, Preispolitik, Konjunktur, Forschung sowie Bilanz und Erfolgsrechnung befaßt haben. Den ganzen Tag nimmt das Spiel in Anspruch, das für die Schüler eine ganze Menge Arbeit bedeutet. In drei Gruppen bzw. Unternehmen eingeteilt müssen sie vier Geschäftsjahre möglichst erfolgreich bestehen. Im dritten Geschäftsjahr bereiten den Bügeleisenproduzenten japanische Billig-Anbieter Schwierigkeiten, und bei den Planungen für das vierte Jahr überraschte ein „Telex“ die „Manager“: Regengüsse hatten das Lager eines Lieferanten unter Wasser gesetzt. Das hatte Auswirkungen auf den Bestand . . . Wie erfolgreich oder erfolglos ihre Unternehmungen waren, werden die „Manager“ dann heute bei der „Hauptversammlung“ ausführen. so



Nicht nur wegen der sommerlichen Temperaturen kamen die Teilnehmer ins Schwitzen — ein japanischer Billiganbieter und überschwemmte Lagerräume mußten bei der Unternehmensführung berücksichtigt werden. Foto: Grätsch