

Kantone

Eine Woche lang CEO sein – mit Höhen und Tiefen

Wirtschaftswoche Schülerinnen und Schüler der Kantonsschule Menzingen erlebten bei der Bossard AG, was es bedeutet, ein grosses Unternehmen zu führen. Im Rahmen eines Simulationsspiels leiteten sie Firmen und lernten schwierige Entscheidungen zu treffen.

«Brauchen wir einen Kredit oder nicht? – «Ich weiss es nicht genau.» – «Eher nicht, oder?» Vier Schüler der Kantonsschule Menzingen sitzen in einem Sitzungszimmer der Bossard AG in Zug. Vor sich haben sie Formulare liegen, die sie durcharbeiten. An der Tür steht «Warden Sound». Sie entscheiden sich gegen die Kreditaufnahme. «Wir haben ja noch 5 Millionen flüssig», lautet die Quintessenz. Es ist der dritte Tag ihrer Wirtschaftswoche.

Begonnen hat die Woche für ihr Unternehmen allerdings nicht gerade rosig. «Wir haben uns entschieden, unser Produkt als Premiumprodukt zu positionieren. Hoher Preis und hohe Qualität also», erklärt der 17-jährige Kantonschüler Alex Waldis, der diese Woche von Beruf COO (operativer Leiter) einer grossen Firma ist. «Wir haben also den Preis für unsere Soundbox erhöht», erinnert sich Ronny Suter, der 15-jährige CEO. «Zu spät haben wir gemerkt, dass man am ersten Tag zwar den Preis, aber nicht die Qualität des Produkts erhöhen kann.» «Unser Produkt war also zu teuer», ergänzt CPO (Produktverantwortlicher) und CFO (Finanzchef) William Rüeger.

Die vier Schüler sind Teilnehmer einer Wirtschaftswoche, welche die Zürcher Handelskammer gemeinsam mit der Zuger Wirtschaftskammer für Schulen in den Kantonen Zug/Zürich anbietet. Das Unterrichtsmaterial kommt von der Ernst-Schmidheiny-Stiftung. Es besteht unter anderem aus einem Skript und einem Simulationsprogramm. Am Anfang der Woche werden die Schüler in Gruppen aufgeteilt. Jede Gruppe repräsentiert den Vorstand eines Unternehmens. Sie müssen ein Produkt wählen, wie beispielsweise die Soundbox, ein mobiler Lautsprecher, und

dann ein Leitbild erstellen und präsentieren. So geht es von Tag zu Tag weiter. Am Dienstag steht das Erstellen eines Marketingkonzepts mit Präsentation an. Am Mittwoch eine Medienkonferenz und das Erstellen eines Werbespots. Am Freitag dann die Investorenkonferenz.

Jeder Tag steht aber auch für ein Geschäftsjahr, und von Jahr zu Jahr können die Schülerinnen und Schüler zusätzliche Entscheidungen für ihre Firma treffen. Ausgangsbasis ist ein Unternehmen, das sich bereits seit zehn Jahren im Markt befindet und das gleiche Produkt wie die anderen Unternehmen anbietet. Die Schüler und ihre Unternehmen stehen also in Konkurrenz zueinander. Am Ende zeigt sich, welches sich am besten macht.

Jeder Tag bringt mehr Verantwortung

Heinz Schaffner zeigt auf ein Plakat. Grafisch ist auf diesem dargestellt, wie viel verschiedene Wechselwirkungen es in einem Unternehmen gibt, zwischen Mitarbeitenden und Prozessen beispielsweise oder zwischen Prozessen und Finanzen. «Das sollen sie lernen zu verstehen», erklärt der Pensionär, der zuvor im Management eines Unternehmens gearbeitet hat. Schaffner ist einer der freiwilligen Fachlehrer, die den Jugendlichen in der Woche unterstützend zur Seite stehen. Laufend werden die jeweiligen Entscheidungen der Unternehmensführungen bei ihm in einen PC eingegeben. Ein Programm simuliert die Konsequenzen am Markt.

Im ersten Geschäftsjahr dürfen die Jugendlichen 8 Entscheidungen treffen, im letzten sind es 37. «Schon vom ersten auf den zweiten Tag verdoppelt sich die Anzahl Entscheidungen», erklärt



Leiten für eine Woche gemeinsam ein Unternehmen (v.l.): die Kantonsschüler William Rüeger, Ronny Suter, Alex Waldis und Dino Paganoni.
Bild: Stefan Kaiser (Zug, 11. April 2018)

Schaffner. Dabei geht es darum, produktiv zu sein, aber gleichzeitig beispielsweise auch gesellschaftliche Verantwortung zu zeigen oder auch umweltfreundlich zu sein. Alles wirkt sich auf den Geschäftserfolg aus.

Auch zu Entlassungen kann es kommen

Und die Entscheide haben Konsequenzen. «Es mussten auch schon Angestellte entlassen werden», sagt Sybil Breitling. Sie ist eine der zwei Wirtschaftslehrer der Kantonsschule Menzingen vor Ort. Die Wirtschaftswoche wird dort im Rahmen der Themenwochen angeboten. Schüler unterschiedlicher Fachrichtungen haben sich für diese entschieden. Breitling schätzt diese Art der Stoffvermittlung. «Durch die direkte Rückmeldung zu ihren Entscheidungen sehen die Teilnehmer den Sinn hinter der Auseinandersetzung mit diesen Themen.»

Zum ersten Mal findet die Woche nun bei Bossard statt. «Bisher nutzten wir einfach Schulräumlichkeiten dafür. Hier sind die Schülerinnen und Schüler aber fokussierter, zudem entspricht die Umgebung mehr der Realität», erklärt Breitlings Kollege Lukas Nagel. Inhaltlich hat die Woche aber nicht direkt mit Bossard zu tun, ausser, dass die Schüler die Möglichkeit haben, sich einmal mit jemandem von der Chefetage dort auszutauschen, und dass sie eine Firmenführung erhalten. Bei den Schülern jedenfalls kommt das Angebot gut an. Er nehme das Spiel als realitätsgetreu wahr, es mache Spass, sagt Warden-Sound-CEO Suter. Auch etwas anderes ist relativ realitätsgetreu: Von den 17 Teilnehmern sind 16 Knaben.

Christopher Gilb
christopher.gilb@zugerzeitung.ch