

Mit Engagement und Strategie zum MARGA-Sieg!

Unternehmerisch denken, Teamfähigkeit entwickeln, Wettkampf erleben, aus Fehlern lernen - und eine Menge Spaß haben!



Die Siegerteams im MARGA Online Planspiel-Wettbewerb

Im Rahmen des internationalen Hettich Netzwerkprogramms „Junior Action“ werden jedes Jahr durch die „Juniors“ übergreifende Projekte bearbeitet. Als besonderes Projekt wurde 2015 die Teilnahme am Unternehmensplanspiel MARGA angeboten.

Wir - Benjamin Bextermöller (Entwicklung), Johannes Heider (Vertrieb), Peter Leist (Einkauf), Stella Nolte (Category Management), Sudeep Sebastian (IT) und Thomas Wäschebach (Messtechnik) - waren sofort interessiert und haben uns dazu entschieden als Team an dem Planspiel teilzunehmen.

Bis zum Start des MARGA Planspiels Ende April 2015 haben wir die Zeit genutzt, um die bereitgestellten Lehrbriefe und Handbücher zu lesen. Außerdem wurden Hettich Teams, die in der Vergangenheit an dem Planspiel teilgenommen hatten, nach ihren Erfahrungen befragt.

Am 22. April 2015 ging es dann endlich los. Zunächst konnten wir in einer Testrunde ausprobieren, welche Konsequenzen unsere, aber auch die Entscheidungen unserer Gegner auf den eigenen Unternehmenswert haben. Diese Erkenntnisse sollten uns in den Qualifikationsrunden helfen, die richtigen Entscheidungen zu treffen.

Während des gesamten Planspiels haben wir uns mindestens einmal in der Woche getroffen, um gemeinsam unsere Strategie zu besprechen und Entscheidungen zu treffen. Obwohl ein Großteil unseres Teams im Umkreis von 30 km arbeitet, wurde aufgrund unseres Teammitgliedes Sudeep Sebastian aus Indien die gesamte Kommunikation mithilfe von TeamViewer und Telefonkonferenzen auf Englisch durchgeführt.

Zusätzlich wurden zu Beginn des Planspiels in jedem Meeting Aufgabenpakete an die Teammitglieder verteilt, die bis zum nächsten Treffen umgesetzt werden sollten. Wir mussten jedoch schnell feststellen, dass es keinen Sinn macht, einzelnen Personen Entscheidungsbereiche zu übertragen, da alle Entscheidungsparameter zusammenhängen und deswegen nur Teamentscheidungen möglich waren. Darüber hinaus wurde auch in den Abendstunden und an Wochenenden an den Szenarien gefeilt und in den Meetings die neu gewonnen Erkenntnisse kontrovers diskutiert.

Qualifikationsrunde I

Nach vermeintlich guter Vorbereitung und gewonnenen Erkenntnissen in der Testrunde dachten wir, dass wir für die Qualifikationsrunden gerüstet seien. Jedoch setzte bereits nach der ersten Periode in der ersten Qualifikationsrunde Ernüchterung ein: Platz 4 von 4 und somit Letzter in unserer Gruppe!

Daraufhin haben wir unsere Strategie noch einmal radikal überarbeitet und uns für ein aggressiveres Vorgehen entschieden, um unser Ziel, das Unternehmen mit dem größten Marktanteil zu sein, zu erreichen.

Unsere Strategie hatte Erfolg. Wir überraschten unsere Gegner derart, dass wir auf Anhieb den ersten Platz in der Gruppe übernahmen und diesen dann erfolgreich verteidigten. Damit hatten wir die erste Qualifikationsrunde in der Gruppe gewonnen.

Die Grundlagen unserer Entscheidungsfindung waren dabei der Marktforschungsbericht von MARGA sowie ein selbst entwickeltes Analysetool, das die Entscheidungen aller Marktteilnehmer abbildete und bewertete. Dadurch konnten wir nachvollziehen, für welche Produkte in welchen Märkten noch Optimierungsbedarf bestand und in welchen Bereichen wir bereits die richtigen Entscheidungen getroffen hatten.

Qualifikationsrunde II

In der zweiten Qualifikationsrunde wurden die Gruppen neu gemischt. Wir merkten sehr schnell, dass wir gegen die neuen Wettbewerber unsere Strategie aus der ersten Qualifikationsrunde nicht uneingeschränkt weiterführen konnten. Wir mussten uns also eine neue Strategie überlegen, um weiter Richtung Finale zu kommen. Hierbei spielte die Voraussetzung für die Teilnahme am MARGA-Finale eine entscheidende Rolle:

„Einfach nur“ erster in der Gruppe zu werden reichte nicht mehr. Es zeigte sich schnell, dass wohl fünf Teams beide Qualifikationsrunden gewinnen würden. Um ins Finale einzuziehen,

zählte jetzt zusätzlich der aufsummierte Unternehmenswert über alle Runden und Perioden. Wir mussten also einen besonders hohen Unternehmenswert generieren. Dafür wichen wir nach und nach von unserer radikalen Verdrängungstaktik ab und analysierten stattdessen detailliert, welche Marktanteile je Produkt die profitabelsten waren.

Nach der letzten Periode der zweiten Qualifikationsrunde hatten wir es geschafft: Wir hatten uns für das Finale auf Schloss Gracht qualifiziert!

Finale

In der Finalrunde wurden drei Perioden online und zwei Perioden vor Ort auf Schloss Gracht in Erftstadt gespielt. Unsere Wettbewerber im Finale hatten es in sich: Es waren ebenfalls internationale Teams der Unternehmen Continental Reifen Deutschland GmbH, der Robert Bosch GmbH und der Volkswagen AG.



Das Team der Hettich Holding beim Finale auf Schloss Gracht

In den zwei Perioden, die auf Schloss Gracht gespielt wurden, waren wir mit einer verschärften Spielsituation konfrontiert: Statt 2 Wochen zwischen den Abgabeterminen der jeweiligen Periode, wie wir es bisher gewohnt waren, hatten wir am Finaltag nur je 1,5 Stunden Zeit, um die Ergebnisse der vorherigen Periode zu analysieren und die nötigen Entscheidungen für die nächste Periode zu treffen.

Dies war eine enorme Herausforderung. Wir mussten uns also gut vorbereiten. Zum einen übten wir bereits vorab eine Runde unter dem Zeitdruck, zum anderen bereiteten wir unsere Analysetools bereits passend vor. Außerdem planten wir die letzten beiden Perioden des Finales möglichst genau voraus, so dass am Finaltag jeweils nur noch kleinere Anpassungen bei den Entscheidungsparametern vorgenommen werden mussten.

Am Finaltag lief es ausgezeichnet, wir arbeiteten gut zusammen. Aufgrund der starken Konkurrenz, eines nur geringen Vorsprungs nach der vorletzten Periode und einer durch die Planspielleitung vorgenommenen Änderung der Rohstoffpreise für die letzte Periode, konnten wir uns aber bis zuletzt nicht sicher sein.



Das Team während der Arbeit beim Live Finale auf Schloss Gracht

Nach Abgabe der finalen Entscheidungsparameter und eines anschließend regen Austausches mit den anderen Teams wurden wir zum Galadinner geladen.

Die Zeit zwischen der Abgabe der letzten Entscheidung und der Siegerehrung kam uns aufgrund der Ungewissheit wie eine Ewigkeit vor. Wir wollten es endlich wissen: Haben wir gewonnen oder nicht?

In Wetten-Dass-Manier startete eine spannende Auflösung der Finalergebnisse. Die Freude bei uns und auch bei unseren Junior Action-Kollegen, die die ganze Zeit mitgefiebert haben, war riesig, als uns Dr. Christoph Heinen (MARGA) erlöste und uns zum Sieg des MARGA Industry Finales gratulierte.



Benjamin Bextermöller, Peter Leist, Johannes Heider, Stella Nolte, Thomas Wäschebach, Sudeep Sebastian (v.l.n.r.)

Die Teilnahme am MARGA Planspiel war für uns alle eine tolle Erfahrung, die wir nur jedem empfehlen können. Sechs Monate lang haben wir mit viel Engagement an einem Strang gezogen, kontinuierlich dazu gelernt und uns immer weiter verbessert. Dabei sind wir auch als Team eng zusammengewachsen. Dass wir am Ende den Sieg davon tragen, ist natürlich umso schöner.