

Deutsche Börse und Kuraray Europe gewinnen den MARGA Planspiel-Wettbewerb

Das spannende Live-Finale des diesjährigen MARGA Planspiel-Wettbewerbs fand vom 15. bis 17. Oktober 2012 auf Schloss Gracht in Erfstadt, statt.

Auf dem Firmensitz der MARGA Business Simulations GmbH traten die acht besten Teams von rund 380 Nachwuchsführungskräften aus 32 verschiedenen Unternehmen gegeneinander an. Auf dem Vorstandssessel ihres virtuellen Unternehmens übernahmen die Teilnehmenden die Verantwortung für den Geschäftserfolg ihres eigenen Produktions- oder Dienstleistungsunternehmens. Sie steuerten über sechs Monate alle Bereiche und Funktionen und konnten auf diese Weise aktuelle Management-Instrumente kennen lernen und betriebswirtschaftliche Zusammenhänge vertiefen.

Die Teilnehmenden des MARGA Wettbewerbs beschäftigten sich mit den Fragen: Wie funktioniert eigentlich Unternehmenssteuerung? Welche Differenzierungsmerkmale eignen sich, um sich vom Wettbewerb abzuheben? Wie erziele ich höhere Marktanteile? Welche operativen Entscheidungen in den Bereichen Marketing, Produktion bzw. Leistungserbringung oder auch Finanzen und Verwaltung erfordert die Umsetzung der gewählten Strategie?

Zu den Finalisten dieses Jahres gehörten Teams der comdirect bank, Deutsche Börse, E.ON, Kuraray Europe, Lanxess Deutschland, MTU Aero Engines und Neumayer Tekfor.

„Durch MARGA haben wir ein effizientes Teamwork trotz verschiedener Einsatzorte unter den Teammitgliedern erlebt. Wir haben alle Entscheidungen gemeinsam gefällt und erkannt, wie viel Spaß es macht, gemeinsam Erfolg zu haben“, sagt Larissa Reyes vom Kuraray Gewinnerteam.

Nach den aufregenden letzten Entscheidungen, die während der Finaltage live getroffen wurden, und einem Rahmenprogramm im besonderen Ambiente von Schloss Gracht, wurden die beiden Siegerteams der Deutschen Börse und Kuraray Europe ermittelt. Eine offizielle Siegerehrung fand am 16. Oktober 2012 abends im Beisein geladener Ehrengäste aus den jeweiligen Unternehmen statt.

Über den MARGA Online Planspiel-Wettbewerb

Bereits seit über 40 Jahren veranstaltet die MARGA Business Simulations GmbH zweimal jährlich den MARGA Online Planspiel-Wettbewerb in Kooperation mit der **Verlagsgruppe Handelsblatt** und der **European School of Management and Technology (ESMT)**.

In der MARGA Unternehmenssimulation steuern die Teilnehmenden alle Bereiche und Funktionen eines simulierten Unternehmens. Dabei stehen sie als Team im direkten Wettbewerb zu Teams anderer Unternehmen. Durch die Dauer von mehreren Monaten bietet der Online Planspiel-Wettbewerb einen besonders nachhaltigen Lernerfolg.

Ziel des Wettbewerbs ist es, ein virtuelles Unternehmen zu führen und dessen Wert zu steigern. Reale unternehmerische Entscheidungen werden in den Bereichen Forschung & Entwicklung, Marketing, Produktion, Personal sowie Controlling und Finanzen gefällt.

Runde um Runde muss die eigene Strategie weiter entwickelt werden, um die Wettbewerber hinter sich zu lassen. Die acht besten Teams qualifizieren sich für das Finale auf Schloss Gracht. Dazu lädt die MARGA Business Simulations GmbH die Finalistenteams und Ehrengäste aus den Unternehmen ein, um die MARGA Champions zu ermitteln.

Der MARGA Online Planspiel-Wettbewerb startet jährlich im April und im Oktober. Weitere Informationen finden Sie auf der Homepage www.marga.de.

Kontakt:

MARGA Business Simulations GmbH
Vivian Hemmersbach
Schloss Gracht
50374 Erftstadt
Tel.: +49 (0)2235-406-348
Fax: +49 (0)2235-406-333
E-Mail: hemmersbach@marga.de
Internet: www.marga.de

Über MARGA

MARGA geht zurück auf das Jahr 1971. Das damalige Universitätsseminar der Wirtschaft, USW, entwickelte als erster Anbieter das Unternehmensplanspiel MARGA und setzte es in den eigenen Management-Programmen ein. Gemeinsam mit der Verlagsgruppe Handelsblatt wurde im gleichen Jahr der offene Planspiel-Wettbewerb durchgeführt, der noch heute zweimal jährlich als Online Planspiel-Wettbewerb startet.

Viele inhaltliche, didaktische und technologische Entwicklungsschritte hat MARGA seitdem durchlaufen, zuletzt unter dem Dach der ESMT European School of Management and Technology, ESMT. Von den Anfängen der Simulation ist die Grundidee geblieben: Ein Unternehmensplanspiel als didaktische Methode anzubieten, mit dem Nachwuchsführungskräfte und Potenzialträger im Team „on the job“ betriebswirtschaftliche Zusammenhänge und Management-Methoden lernen und trainieren. Im Jahr 2007 wurde MARGA auf die neu gegründete MARGA Business Simulations GmbH übertragen.

Über ESMT

ESMT European School of Management and Technology wurde im Oktober 2002 auf Initiative von 25 führenden globalen Unternehmen und Verbänden gegründet. Die internationale Business School bietet Vollzeit- und berufsbegleitende Executive MBA-Programme sowie Management-Weiterbildung. ESMT konzentriert sich auf drei Schwerpunkte: verantwortungsvolles und nachhaltiges Leadership, europäische Wettbewerbsfähigkeit und Technologiemanagement. Zusätzlich bietet die Business School eine interdisziplinäre Plattform zwischen Politik, Wirtschaft und Wissenschaft. ESMT ist eine staatlich anerkannte private wissenschaftliche Hochschule mit Sitz in Berlin und einem zweiten Campus in Schloss Gracht bei Köln. Die Hochschule und ihre Programme sind außerdem von AACSB, AMBA und FIBAA akkreditiert.

Über den Fachverlag der Verlagsgruppe Handelsblatt

Als Tochterunternehmen der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH, eines der führenden deutschen Medienunternehmen für Wirtschaft und Finanzen, bietet der Fachverlag anerkannte Informationsquellen für Spezialisten in den Bereichen Recht & Steuern, Finanzen & Bilanzierung, Unternehmensführung & Personal sowie Marketing. In einem sorgfältig abgestimmten Informationssystem aus über 20 Zeitschriftentiteln, Online-Services, Fachbüchern, Veranstaltungen und Seminaren überzeugt der Fachverlag monatlich Tausende professionelle Nutzer. Mit WSF Wirtschaftsseminaren und der Mehrheitsbeteiligung am Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH ist der Fachverlag einer der führenden Anbieter von Fachinformationen im B2B-Markt. Die hohe Akzeptanz bei den Lesern und die Erfolge seiner Anzeigenkunden bestätigen die strategische Ausrichtung in einem hart umkämpften Markt und ermutigen den Fachverlag der Verlagsgruppe Handelsblatt, regelmäßig neue, innovative Produkte zu entwickeln.