

# The Battle of the Brains

**Sind Ingenieure die besseren Manager? Das Kräfteressen zwischen Studierenden der beiden renommierten Schweizer Hochschulen ETH und HSG wurde anlässlich des dreitägigen Fallstudienwettbewerbs einmal mehr zugunsten der Ingenieurschule in Zürich entschieden.**

Michael Breitenstein > [breitenstein@vision.ee.ethz.ch](mailto:breitenstein@vision.ee.ethz.ch)

Der intellektuelle Wettkampf lockt durch das Rennen um die prestigeträchtige Krone für die Hochschule mit den «besten» Studierenden. Doch die Intention dieses Wochenendes, das zum fünften Mal von der Strategieberatungsfirma Monitor Group und dem Wirtschaftsmagazin Bilanz veranstaltet wurde, scheint offensichtlich zu sein: Top-Studierenden und somit potenziellen Nachwuchskräften die Consulting-Branche schmackhaft zu machen und sich als attraktiver Arbeitgeber zu präsentieren. Yet another Recruiting Event? Mitnichten.

### Ein bunter (Erfolgs-)Mix

Der Hintergrund der zehn ETH-Studierenden war sehr unterschiedlich, während die HSG-Gruppen homogener waren. Der Event fand in einer schönen Hotelanlage in Ebnet-Kappel statt, wo die Teams neben allen notwendigen Utensilien auch WiFi-Internetzugang vorfanden. Die Stimmung war kollegial. In den Interviews des angereisten Reporters von Radio DRS waren die vorherrschenden Vorurteile der Kontrahenten jedoch klar herauszuhören: Während die St. Galler viel Respekt vor den intellektuellen und analytischen Fähigkeiten der Zürcher zeigten, jedoch ihre Interaktions- und Präsentationskünste tiefer einschätzten, hatten die ETHler das Gefühl, dass die Wirtschaftler im Erstellen von Analysen und Strategien geübter wären, Kreativität hingegen häufig durch Lehrbuch-Wissen ersetzt würde.

### Aktuelle und komplexe Fragestellung

Die Aufgabenstellung war sehr allgemein gehalten: Die aktuelle Marktsituation des Suchmaschinen-Anbieters Google sollte untersucht und eine Strategie ausgearbeitet werden. Viele Fragen tauchten bei uns Teilnehmern auf: Sollte man eine neue Produktidee entwickeln, das Geschäftsmodell ändern oder sich auf eine geographische Veränderung fokussieren? Die Teams zogen sich zurück, um sich in die Fallstudie einzulesen.

Die Seriosität und Ernsthaftigkeit, mit der sich die Studierenden an die Sache machten, wurde bereits am ersten Abend sichtbar: Die meisten Teams arbeiteten trotz laufendem WM-Spiel bis nach Mitternacht, was Dr. Schönenberger, Recruiting-Verantwortlicher bei Monitor, als positives Indiz für einen engagiert ausgetragenen und spannenden Wettbewerb wertete.

### Nachtschicht inklusive

Am zweiten Tag ging es richtig los: Die Teams hatten nun 24 Stunden Zeit, bis sie ihre Lösung einer hochkarätigen Jury präsentieren mussten. Diese bestand aus Wirtschaftsführern von sechs international tätigen Schweizer Unternehmen (Alstom, Cablecom, Bank Hofmann, Georg Fischer, Kibag, Holcim) sowie je einem ETH- und HSG-Professor. Die Teams arbeiteten unabhängig voneinander – es wurden Geschäftsberichte und Analysen studiert und Ideen kreiert. Bis in die frühen Morgenstunden wurde diskutiert. Parallel zur Lösungsfindung vollzog sich ein Teambuildingprozess: Die individuellen Mitglieder einer Gruppe mussten sich autonom zu einer funktionierenden Einheit formieren, in die jeder seine individuellen Stärken einbrachte. Dies wurde nachträglich von den Studierenden als sehr lehrreich beurteilt. Einig waren sich die Teams, dass Google neue Einnahmequellen erschliessen muss. Die Strategie des Siegerteams zeichnete sich dadurch aus, dass sie umsetzbar ist und die Vision der Firmengründer weiterentwickelt, das heisst Informationen und Services überall und jederzeit PC-unabhängig mit Online-Tools zur Verfügung stellt.

### Viel Stress, wenig Schlaf, viel Erfolg

Das Wochenende war zwar mit viel Stress und wenig Schlaf verbunden, aber dennoch ein voller Erfolg: Es ist eine wertvolle Erfahrung, wenn man sich unter grossem Druck in ein fachfremdes Themengebiet einarbeiten muss, Spannungen innerhalb eines

Teams bewältigen und sich vor erfahrenen Managern und Professoren präsentieren muss. Ausserdem hatte man beim anschliessenden Apéro Gelegenheit, die prominenten Wirtschaftskapitäne persönlich kennenzulernen. Es zeigte sich, dass die Symbiose von verschiedenen Hintergründen, Ideen und Perspektiven zu den kreativsten Vorschlägen führt und dass dieser Mix für den Erfolg unabdingbar ist. Eine Zusammenarbeit zwischen ETH- und HSG-Studierenden in geeigneten Projekten ist wünschenswert und könnte durchaus fruchtbar sein.

Monitor Group ist eine international tätige Strategieberatungsfirma, die 1983 von Professoren der Harvard Business School gegründet wurde. Mehr Informationen über Monitor Group unter [www.monitor.ch](http://www.monitor.ch) respektive [www.thebattleofthebrains.ch](http://www.thebattleofthebrains.ch) oder telefonisch unter 044 389 71 11.



Alle Bilder: Monitor Group

«Kreatives Chaos» beim HSG-Team.



Stéphane Colas und Nikhil Bakshi vom Siegerteam der ETH.