



Sind Ingenieure die besseren Manager? Das Kräfteressen zwischen Studenten der beiden renommierten Schweizer Hochschulen ETH und HSG anlässlich des dreitägigen Fallstudienwettbewerbs wurde wiederum zugunsten der Ingenieurschule entschieden.

Der intellektuelle Wettkampf lockt durch das Rennen um die prestigeträchtige Krone für die Hochschule mit den „besten“ Studenten. Doch die Intension dieses Wochenendes, das zum fünften Mal von der Strategieberatungsfirma Monitor Group und dem Wirtschaftsmagazin Bilanz veranstaltet wurde, scheint offensichtlich zu sein: Top-Studenten 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-Studenten 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, dafür Kreativität häufig durch Lehrbuch-Wissen ersetzt würde.

Aktuelle und komplexe Fragestellung

Die Aufgabenstellung war sehr allgemein gehalten: Die aktuelle Marktsituation des Suchmaschinen-



Die kritische Jury nimmt jeden auseinander.

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, etc.? Als Informatik-Ingenieur hatte man zwar einen leichten Vorteil, ein bisschen mehr (Insider-)Wissen zu haben, ansonsten war technisches Wissen irrelevant zur Bewältigung der Aufgabe.

Die Teams zogen sich zurück, um sich in die Fallstudie einzulesen. Die Seriosität und Ernsthaftigkeit, mit der sich die Studenten 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.



Das Gewinnerteam

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 hochkarätigen, international tätigen Schweizer

Unternehmen (Alstom, Cablecom, Bank Hoffmann, Georg Fischer, Kibag, Holcim) sowie je einem ETH- und HSG-Professor. Die Teams arbeiteten unabhängig voneinander; es wurden Geschäftsberichte und Analysen studiert, Ideen kreiert und bis in die frühen Morgenstunden engagiert diskutiert.

Parallel zur Lösungsfindung vollzog sich ein Teambildungs-Prozess: Die individuellen Mitglieder einer Gruppe mussten sich autonom zu einer funktionierenden Einheit formieren, in die jeder seine individuellen Stärken einbrachte, was im Nachhinein von den Studenten als sehr lehrreich beurteilt wurde.



Wir arbeiten

Mit Doppelstrategie zum Sieg

Die Analyse der Marktsituation resultierte bei allen Teams in derselben Schlussfolgerung: Es mussten alternative Einkommensquellen für Google gefunden werden. 99% seines Umsatzes erzielte die Firma durch Advertisements, was dem Inhalt einer Homepage oder dem Kontext von Suchbegriffen angepasste Internet-Werbelinks sind. Dieser Ad-Markt wies in den letzten Jahren zwar ein enormes Wachstum auf, wird jedoch innerhalb weniger Jahre unter 10% fallen.

Die Siegesidee bestand aus einer Doppelstrategie: Erstens wurde ein realistisches Konzept präsentiert, dessen Umsetzung, Aufwand und Nutzen gut abgeschätzt werden konnte. Die Vision der Firmengründer, alle Informationen der Welt jederzeit und überall auffindbar und zugänglich zu machen, wurde dahingehend weiterentwickelt, dass man nicht mehr auf lokal installierte Programme ange-



Kreatives Chaos herrscht

wiesen sein wird, sondern maschinenunabhängig mit Online-Tools gearbeitet werden kann. Dafür müssten Firmenkunden eine Gebühr entrichten, die sich durch die gesparten Anschaffungs- und Unterhaltskosten der heterogenen Software-Landschaft rechtfertigt. Zweitens wurde in einem längerfristigeren Konzept aufgezeigt, wie sich durch die Kombination und Integration bestehender und zukünftiger Technologien die Pole-Position im schnell wachsenden asiatischen Markt von Mobile-Geräten und -Services gesichert werden könnte.

Fazit

Das Wochenende war zwar mit viel Stress und wenig Schlaf verbunden, aber dennoch ein voller Erfolg: Die Erfahrung ist sehr wertvoll, sich unter Druck in ein fachfremdes Themengebiet einzu-



arbeiten, Spannungen innerhalb eines Teams zu bewältigen, sowie vor erfahrenen Managern und Professoren präsentieren zu müssen. Ausserdem hatte man beim anschliessenden Apéro Gelegenheit, die prominenten Wirtschaftskapitäne persönlich kennen zu lernen.

Es zeigte sich, dass die Symbiose von verschiedenen Hintergründen, Ideen und Perspektiven zu den kreativsten Vorschlägen führt und dieser Mix für den Erfolg unabdingbar ist. Eine Zusammenarbeit zwischen ETH- und HSG-Studenten in geeigneten Projekten könnte deshalb durchaus fruchtbar sein und wäre wünschenswert.

△



Man denke