



Inhaltsübersicht

Aktuelles des Jahres 2009:

- 100. Teilnehmer
- Versand der Teilnehmerprofile
- Assessment-Center Training bei AESCULAP
- MARGA mit SEW-Eurodrive

Jahresrückblick 2008

- Unternehmensnetzwerk
- Hochschul- und Professorennetzwerk
- Networking 2008

Daten aus unserem Teilnehmerkreis

- Teilnehmerstruktur
- Studienorte
- Altersgruppe
- Bewerbungen pro Monat
- Bewerberselektion
- Anteil Finanzierungsnehmer - Alumnis

Erfahrungsbericht MARGA

- Autor Achim Fischer / Teilnehmer Festo Bildungsfonds



Aktuelles des Jahres 2009

100. Teilnehmer

Am 2. April 2009 haben wir unseren 100. Teilnehmer beim Festo Bildungsfonds begrüßt. Herr Stillig ist, nach abgeschlossener Berufsausbildung zum Kraftfahrzeugmechatroniker, Student der Fahrzeugtechnik an der FHTW Berlin, einer unserer Netzwerkhochschulen.

Während wir uns einerseits über den kontinuierlichen Bewerbungseingang (letzte Woche: 12 Bewerbungen), und damit auch über die kontinuierliche Vergrößerung unseres Teilnehmerkreises, freuen, sollten wir aber auch nicht vergessen, dass bereits 5 Teilnehmer des Festo Bildungsfonds inzwischen erfolgreich in das Berufsleben gestartet sind.

Die Pressemitteilung finden Sie unter www.festo-bildungsfonds.de / Presse



Versand der Teilnehmerprofile

Ende Februar 09 haben wir die Kurzprofile aller Teilnehmer an unsere Netzwerkunternehmen verschickt.

Sofern Sie mit einer/einem der Kandidaten/innen Kontakt aufnehmen möchten, setzen Sie sich bitte mit Frau Walcker (walc@de.festo.com; Tel: 0711/347-50267) in Verbindung.

Wir stellen den Kontakt dann gerne her.

Die alten Profile im Profil-Ordner konnten damit durch die neuen komplett ersetzt werden. Die Profile der neu hinzukommenden Teilnehmer erhalten Sie einmal im Quartal. Damit haben Sie dann immer den vollständigen Überblick über alle Studienrichtungen und Teilnehmer im Festo Bildungsfonds.

Festo Bildungsfonds		Beitragssumme: 257
		Beitragsteller: 197
Stipendium	www.festo.de	10.000 €
Schulbildung	Technische Universität München	10.000 €
Berufsausbildung	2 Bewerber	7.500 €
Abschluß	2 Bewerber	15.000 €
Praxis	1 Bewerber	15.000 €
Praktikum	1 Bewerber	15.000 €
Sprachkennzettel	1 Bewerber	15.000 €
ETG (ET)	1 Bewerber	15.000 €



Netzwerkpartnerveranstaltungen

gemeinsame Durchführung eines Assessment-Center-Trainings

Marion Zipfel, Referentin Personalentwicklung Aesculap AG:

AESCULAP®

Am 30.01. hat die Festo AG & Co. KG in unserem Haus für Studierende des Festo Bildungsfonds ein Assessment-Center (AC) durchgeführt. Das AC war ein Angebot an die Teilnehmer sich vor dem Studieneinde auf die nächste Karrierephase - Bewerbungsverfahren und erste Berufstätigkeit – vorzubereiten.

Sie haben hier eine optimale Möglichkeit gefunden sich auf entscheidende Schlüsselqualifikationen, wie z. B. Kommunikation und Überzeugungskraft, Ergebnisorientierung, Persönlichkeit und Führungsverhalten, zu überprüfen. Die Kandidaten lernten den Umgang mit typischen Elementen eines ACs kennen und es war besonders interessant zu beobachten, wie die Teilnehmer im Verlauf dieses Tages Ihre persönlichen Erfolgsstrategien entwickelten. Sie hatten Gelegenheit für sich selbst Stärken und Schwächen zu erkennen und durch die Feedbackgespräche mit den Beobachtern am Ende des Tages sinnvolle Weiterentwicklungsmöglichkeiten abzuleiten.

Das AC wurde hochprofessionell durch Frau Sonn und Herrn Dr. Machwirth begleitet. Für mich war es ein besonderes Highlight als Beobachter in den gesamten Prozess eingebunden zu sein und als Personalentwicklerin eines Netzwerkpartners einen ersten Blick auf potentielle Bewerber zu haben.

Ein absolut gewinnbringender und spannender Tag für beide Seiten.

Netzwerkpartnerveranstaltungen (Ausblick)

SEW
EURODRIVE

MARGA-Planspiel mit betriebsinterner Unterstützung

Die beiden zum 01.04.2009 gestarteten MARGA-Teams werden jeweils von einem Mitarbeiter der SEW EURODRIVE unterstützt. So erhält der „Vorstand“ eine größere Praxisnähe. Wir wünschen den Teams an dieser Stelle für die kommenden Runden viel Erfolg.



Jahresrückblick 2008

Auf dieser Seite möchten wir Ihnen einen Überblick über das vergangene Jahr geben.

Unternehmensnetzwerk

Das Unternehmensnetzwerk des Festo Bildungsfonds ist deutlich gewachsen: Bildeten am Anfang des Jahres noch 7 Unternehmen das Netzwerk ab, so waren es zum Jahresende 2008 18 Unternehmen inkl. Festo. Dies ist eine **Steigerung von über 150%**. Das Netzwerk erstreckt sich nun über die Branchen:

- Medizintechnik
- Automatisierungstechnik
- Energiedienstleistung
- Chemie
- Spezialmaschinenbau
- Printmedien
- Metall- und Elektrotechnik
- Metallverarbeitung
- Feinmechanik

AESCULAP®

Dräger

EDAG

EMHART GLASS
a BUCHER company

e-on | Kernkraft

GEA

HARMAN/BECKER
AUTOMOTIVE SYSTEMS

HEIDELBERG

HELDELE
ELEKTRO-KOMMUNIKATIONSTECHNIK

INDEX **TRAUB**

Jetter
Automation. Made easy.

KOMET®
GROUP

RAFI
SOLUTIONS WITH PASSION

SEW
EURODRIVE

SGL GROUP
THE CARBON COMPANY

SICK
Sensor Intelligence.

Wieland



Newsletter Nr. 3

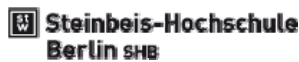
Festo Bildungsfonds

April 2009



Hochschul- und Professorennetzwerk

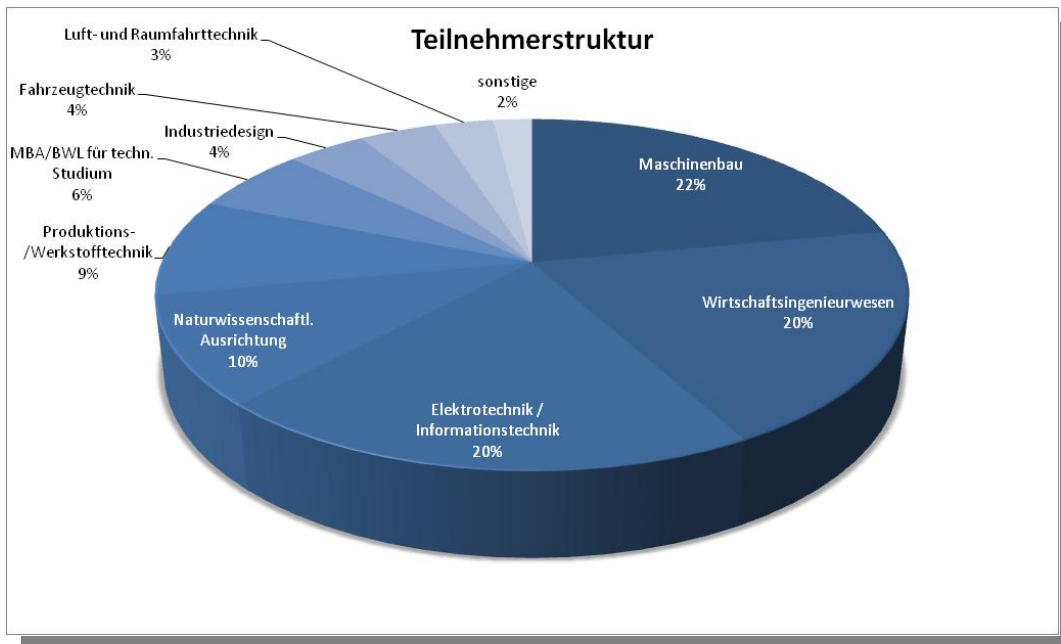
Ein ähnliches Wachstum gab es auch im Professoren-Netzwerk. Hier stieg die Zahl der teilnehmenden Hochschulen von 12 auf 26 an. Diese Entwicklung spiegelt die hohe Attraktivität des Festo Bildungsfonds für Wirtschaft und Wissenschaft wider.



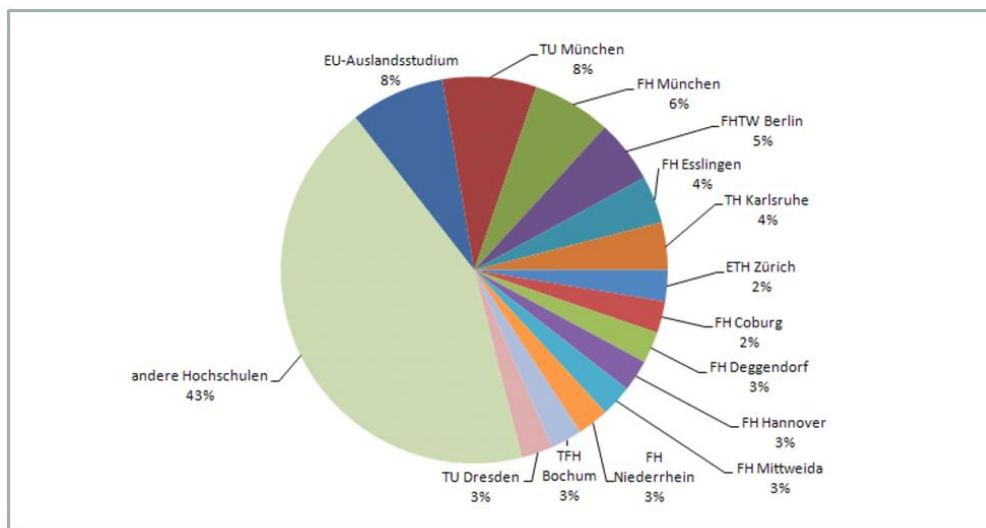


Daten zu unserem Teilnehmerkreis

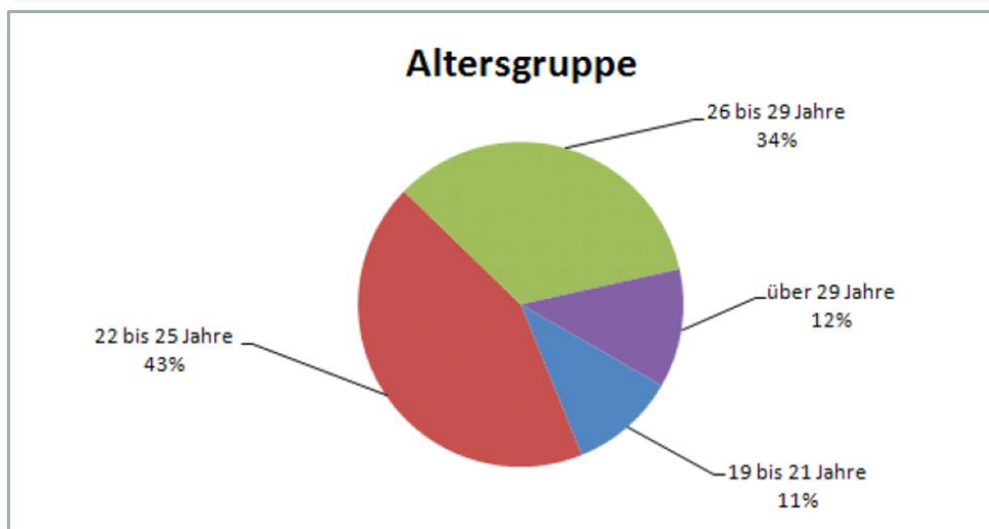
(Stand 31.12.2008)



Studienorte



Altersgruppe





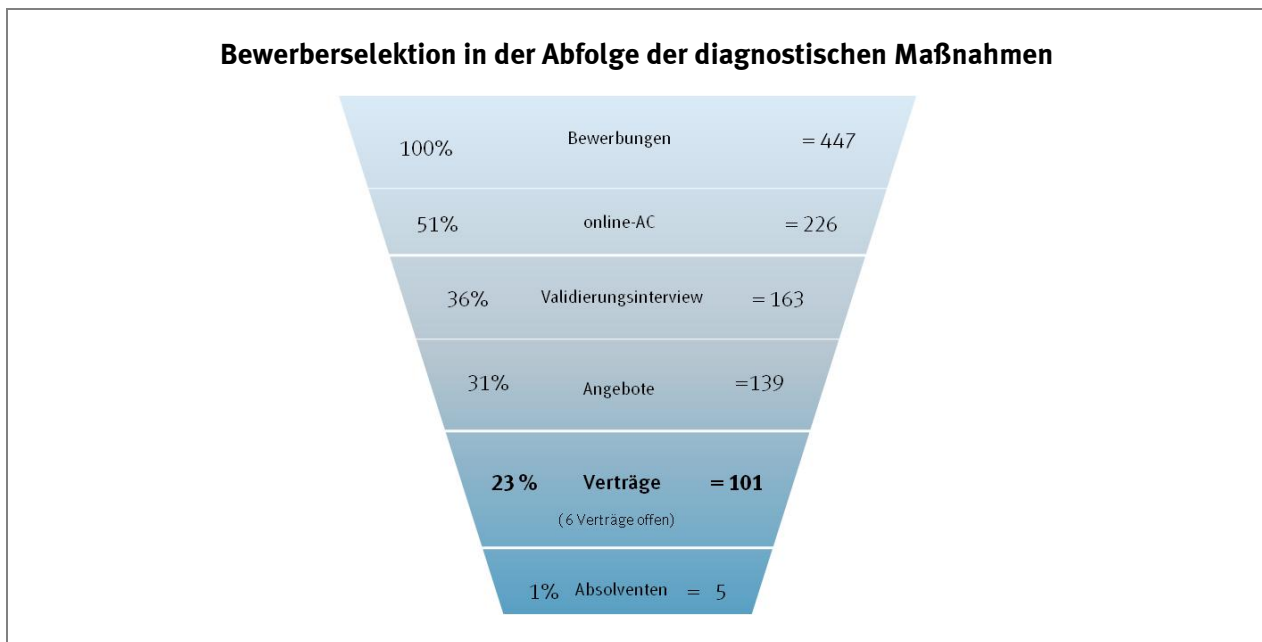
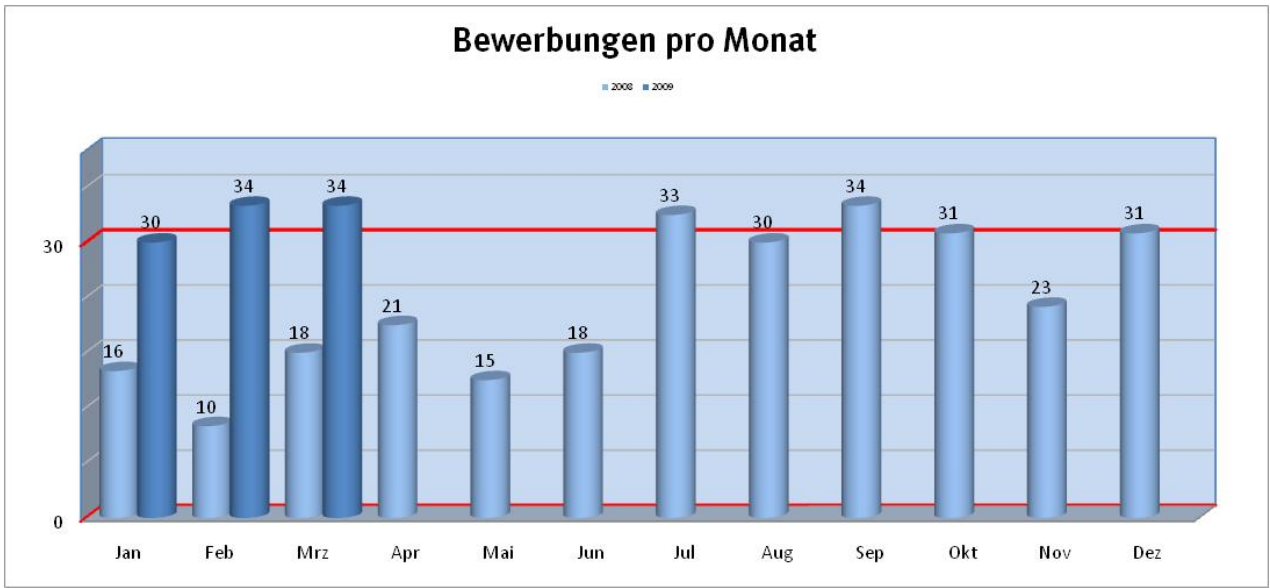
Newsletter Nr. 3

Festo Bildungsfonds

April 2009



Daten zu den Bewegungen im Festo Bildungsfonds (Stand 02.04.2009)





Erfahrungsbericht Marga Unternehmens Planspiel

Autor Achim Fischer / Teilnehmer Festo Bildungsfonds



Beim ersten Einloggen in die Weboberfläche war ich von der Vielfältigkeit der verschiedenen Einstellmöglichkeiten "meines" Marga-Unternehmens begeistert - hinzu kommen verschiedene Analysewerkzeuge und umfangreiches Dokumentationsmaterial - die "Lehrbriefe" - zu verschiedenen betriebswirtschaftlichen Themen.

Nach Studium des Handbuchs wurde allerdings schnell klar, dass die Lehrbriefe keine Voraussetzung zum Mitspielen sind, sondern vielmehr ein gut gemachtes Nachschlagewerk darstellen in das es sich lohnt, immer mal wieder reinzuschauen, um ein bestimmtes Thema besser zu verstehen. Man kann also auch ohne langes Studium des Infomaterials die ersten Entscheidungen treffen.

So stellte sich bei der ersten Entscheidung auch in unserem Team recht schnell das taktier Fieber ein: Versuchen wir uns durch niedrige Preise und hohe Stückzahlen von der Konkurrenz abzusetzen oder setzen wir auf Technologieführerschaft und rechtfertigen hohe Verkaufspreise durch überragende Qualität? Und was plant die Konkurrenz?

Als Marga-Vorstand vertreibt man 3 verschiedene Produkte auf den 4 Märkten Europa, Osteuropa, Amerika und Asien und kämpft dabei mit 3 anderen Unternehmen um die Marktanteile.

Schon nach kurzer Zeit navigiert man relativ mühelos durch die verschiedenen Entscheidungsbereiche, analysiert Marktforschungsberichte, legt Werbe- und Forschungsausgaben fest, stellt Preise ein und zerbricht sich den Kopf über mögliche Verkaufszahlen - alles mit Blick auf die Auslastung der Produktion.

Wie in der Realität reagieren die Märkte dabei sehr unterschiedlich - kann man die Gruppe A bei Produkt 1 durch eine teure Werbekampagne über die schlechte Qualität hinwegtäuschen, nimmt Gruppe B das einem vielleicht übel und kauft lieber bei der Konkurrenz.

Wenn man die ersten Startschwierigkeiten überwunden und die Bedeutung der Marketinginstrumente durchschaut hat, macht das ganze sehr viel Spaß und man beginnt, richtig in das Spiel einzutauchen - das führt im "Vorstand" dann auch gern zu leidenschaftlichen (und langen!) Diskussionen über Verkaufspreise, Forschungsausgaben, Entlassungen, ... "Völlig unrealistisch, noch 300 000 Stück mehr auf diesem Markt abzusetzen!" - "Nochmals 5 Millionen Euro mehr in die Forschung zu stecken bringt doch nichts!" - "Sicher....?" Sicher ist man bei Marga eben erst, wenn die Ergebnisse der Entscheidung veröffentlicht werden.

Am Entscheidungstag versuche ich dann auch nach Möglichkeit einen Internetzugang in der Nähe zu haben - sobald die Benachrichtigung von der Planspielleitung kommt, dass die Ergebnisse einsehbar sind, wird dann auch sofort der aktuelle Ergebnisbericht heruntergeladen. Der erste Blick fällt immer auf die Seite 17 - dort findet sich die Platzierung der Unternehmen. Ermittelt wird diese anhand des Marga-Value-Added - dem Wertzuwachs des Unternehmens - der als Maß für den Erfolg des eigenen Unternehmens das Abschneiden im Vergleich zur Konkurrenz festlegt.



Newsletter Nr. 3

Festo Bildungsfonds

April 2009



Das Marga-Planspiel beginnt mit einer Testphase, in der man in 2 Testentscheidungen einfach mal risikolos ausprobieren und sich in das System einfinden kann. Am Ende der Testrunde werden alle Unternehmen wieder auf den Ausgangszustand gebracht und die Gruppen neu gemischt - man startet also mit 3 unbekanntenen Konkurrenten in die Hauptrunde. Am Ende der Hauptrunde ziehen die Erst- und Zweitplatzierten jeder Gruppe in das Viertelfinale ein.

Nachdem sich unser Team im Lauf der ersten Entscheidungen in der Hauptrunde gleich sehr souverän auf den 2. Platz in unserer Gruppe setzen konnte - und diesen Platz auch gut behauptet hat - sahen wir uns eigentlich schon recht schnell sicher im Viertelfinale... aber: wie immer bei Marga, schläft die Konkurrenz nicht - und so kam der Drittplatzierte auch Stück für Stück immer näher. Irgendwann wurde uns dann auch klar, dass seine Strategie bei der aktuellen Wirtschaftslage (die sich bei Marga immer an den aktuellen Gegebenheiten orientiert) einfach besser funktioniert und wir waren dementsprechend während der letzten Perioden auch hektisch damit beschäftigt, in unserem Unternehmen noch möglichst viel zu optimieren- und tatsächlich:

Wir haben es ins Viertelfinale geschafft – und gehören somit zu den 50% Besten.

Im Viertelfinale geht es dann wieder von vorne los – mit schwierigerer Ausgangslage, neuen und vor allem auch härteren Konkurrenten. Das Viertelfinale war dementsprechend auch eine ziemliche Achterbahnfahrt für unser Unternehmen – wurden wir zwischenzeitlich sogar unter den besten 8 Unternehmen aufgeführt, mussten wir uns letztendlich doch der Konkurrenz geschlagen geben.

Obwohl wir als Team natürlich schon auch etwas enttäuscht waren, können wir doch stolz auf sehr interessante und spannende Wochen mit dem Marga-Planspiel zurückblicken – und der eine oder andere hat sich auch schon überlegt, beim nächsten Spielstart wieder mit dabei zu sein. Ich kann die Teilnahme am Marga-Planspiel also nur wärmstens empfehlen!