

BCS Case Crackers 2025

Die BCS Case Study Challenge 2025 bietet dir die Chance, wie ein Consultant zu denken, wertvolle Fähigkeiten zu entwickeln und dein strategisches Können unter Beweis zu stellen – alles bequem von zuhause aus!

Wichtige Daten:

- **Start der Challenge:** 13. Januar 2025, 18:00 Uhr
- **Abgabefrist:** 09. Februar 2025, 23:59 Uhr
- **Siegerverkündung:** 16. Februar 2025

Die Preise:

- **Platz 1:** 200 € Wunschgutschein (einlösbar in über 100 Shops), garantierter Interviewtermin bei der BCS und einen Monatsvorrat RedBull
- **Platz 2:** 150 € Wunschgutschein und garantierter Interviewtermin bei der BCS
- **Platz 3:** 100 € Wunschgutschein und garantierter Interviewtermin bei der BCS
- **Platz 4-10:** GoodieBags mit RedBull und nützlichen Tools für den Studienalltag

Abgabe der Lösung:

- **Format:** 3 Folien (eine Folie pro Aufgabenteil) im PDF oder PowerPoint-Präsentation
- **Abgabepattform:** Online-Formular auf unserer Website unter <https://www.bcs-vienna.at/case-study-challenge/>
- **Bewertung:** Anonymisiert durch eine Jury aus BCS-Mitgliedern, die Bewertungskriterien sind auf unserer Website einsehbar

Wer darf teilnehmen?

- **Aktive Studierende aus Wien** – unabhängig von Studienfach, Bachelor oder Master
- Die **Teilnahme** ist komplett **kostenlos**

Über uns – Deine Brücke zur Consulting-Branche:

Die BCS ist ein aktiver Studentenverein mit dem Ziel, Studierende frühzeitig mit der Welt der Unternehmensberatung zu vernetzen. Wir organisieren regelmäßig spannende Vorträge, praxisnahe Workshops und inspirierende Speaker-Events – stets in Zusammenarbeit mit renommierten Partnern der Branche. Unser engagiertes Team arbeitet mit Leidenschaft daran, die BCS kontinuierlich weiterzuentwickeln und eine Plattform für Austausch, Lernen und Karrierechancen zu schaffen. Werde Teil unserer Community und entdecke neue Möglichkeiten für deine Zukunft!

Case: Hintergrundinformationen und Aufgabenstellung

GreenGrowth Innovations: Nachhaltiges Wachstum durch Innovation

GreenGrowth Innovations ist ein junges, dynamisches Startup, das sich auf die Entwicklung und den Vertrieb nachhaltiger Produkte spezialisiert hat. Das Unternehmen wurde mit der Vision gegründet, ökologische Verantwortung mit wirtschaftlichem Erfolg zu verbinden und so eine Vorreiterrolle in der nachhaltigen Wirtschaft einzunehmen. Mit der innovativen Idee von biologisch abbaubaren Verpackungen hat sich GreenGrowth in kurzer Zeit eine treue Kundenbasis aufgebaut.

Derzeit ist GreenGrowth ausschließlich in Österreich stationiert, möchte jedoch zukünftig sowohl in neue Märkte vordringen als auch seine digitale Präsenz ausbauen, um Umsätze zu steigern. Dabei müssen die Prinzipien der Nachhaltigkeit von GreenGrowth gewahrt bleiben:

- Langfristige Produktqualität über kurzfristige Gewinne
- Bildung und Sensibilisierung von Kunden & Partnern
- Förderung von Biodiversität
- Green Supply Chain Partnerships

Diese Case Study skizziert die zentralen Herausforderungen und Lösungsansätze in den Bereichen Nachhaltigkeit, Wachstum und Digitalisierung.

Hintergrundinformationen:

GreenGrowth Innovations plant die Einführung einer E-Commerce-Plattform, um das Wachstum des Unternehmens nachhaltig zu steigern. Ziel ist es, neue Märkte zu erschließen und die direkte Kundeninteraktion zu intensivieren. Im ersten Jahr wird mit 50.000 aktiven Nutzern gerechnet, die jährlich um 25 % wachsen sollen. Die Einnahmen setzen sich zusammen aus:

- Durchschnittlicher Umsatz durch Produktkäufe: 30 € pro Nutzer und Jahr.
- Einnahmen aus Premium-Abonnements: 20 € pro Jahr, wobei 10 % der Nutzer diese Option nutzen.

Die Kostenstruktur sieht wie folgt aus:

- Entwicklungskosten: 500.000 € (einmalig).
- Hosting und Infrastruktur: 100.000 € jährlich.
- Marketingkosten: 200.000 € jährlich.

Es stehen drei Optionen zur Markteinführung der Plattform zur Verfügung:

1. **Inhouse-Entwicklung:** Hohe Anfangsinvestitionen, volle Kontrolle über Funktionen und Anpassungen, langfristige Kostenvorteile.
 - Kosten: Entwicklungskosten von 500.000 €, Betriebskosten von 100.000 € jährlich.
2. **Kooperation mit einem Technologiepartner:** Geringere Anfangskosten, schneller Zugang zu Expertenwissen, Abhängigkeit von einem Partner.
 - Kosten: Initialkosten von 300.000 €, laufende Kosten von 50.000 € jährlich.

3. **Nutzung eines bestehenden Systems (Lizenzmodell):** Schnelle Umsetzung, bewährte Technologie, begrenzte Flexibilität.
 - Kosten: Lizenzkosten von 5 € pro Nutzer und Jahr.

1. Nachhaltigkeit:

Problemstellung:

GreenGrowth Innovations möchte die CO₂-Bilanz seiner Produktions- und Lieferketten signifikant reduzieren, ohne die Effizienz zu gefährden.

Aufgaben:

1. **Strategien zur CO₂-Reduktion entwickeln:**
 - Wie können grüne Lieferketten eingeführt und optimiert werden?
 - Welche Maßnahmen sollten deiner Meinung nach ergriffen werden, um eine Kreislaufwirtschaft zu etablieren, und warum hältst du diese Maßnahmen für besonders effektiv oder sinnvoll? Begründen deine Vorschläge mit konkreten Vorteilen oder positiven Auswirkungen auf Wirtschaft und Umwelt.
2. **Integration von Nachhaltigkeit in den Produktlebenszyklus:**
 - Entwickle drei Ideen, die sicherstellen, dass die Produkte über ihren gesamten Lebenszyklus hinweg nachhaltig bleiben.

2. Wachstum:

Problemstellung:

GreenGrowth Innovations plant die Einführung einer E-Commerce-Plattform, um das Wachstum des Unternehmens nachhaltig zu steigern. Ziel ist es, neue Märkte zu erschließen und die direkte Kundeninteraktion zu intensivieren.

Aufgaben:

1. **Rentabilitätsanalyse der Plattform:**
 - Berechne das Gesamtumsatzpotenzial der Plattform im ersten Jahr basierend auf den gegebenen Daten.
 - Schätze den jährlichen Gewinn, indem du die Einnahmen den jährlichen Kosten gegenüberstellst.
 - Ermittle den Return on Investment (ROI) nach drei Jahren unter der Annahme des Nutzerwachstums.
2. **Evaluierung der Optionen für die Markteinführung:**
 - Bewerte die Vor- und Nachteile der drei Optionen (Inhouse-Entwicklung, Kooperation, Lizenzmodell).
 - Erstelle eine Empfehlung, welche Option die besten langfristigen Vorteile bietet.

3. Digitalisierung:

Problemstellung:

GreenGrowth möchte seine digitale Präsenz ausbauen, um europäische Märkte zu erschließen, die Kundenbindung zu stärken und seine Nachhaltigkeitsziele zu fördern. Mit einer E-Commerce Plattform will das Unternehmen seine Vision verwirklichen, als Vorreiter in Nachhaltigkeit anerkannt zu werden. GreenGrowth identifiziert für den Start der Expansion den deutschen, französischen oder schwedischen Markt als vielversprechend.

Aufgaben:

1. **Strategie zur Implementierung der E-Commerce-Plattform entwickeln:**
 - In welchen der drei Märkte soll GreenGrowth zu Beginn mit der E-Commerce Plattform eintreten. Begründe deine Antwort und entwickle einen 3-Schritt-Plan für den Markteintritt.
 - Welche innovativen Funktionen könnten in die E-Commerce-Plattform integriert werden, um die Kundenbedürfnisse in diesem Markt besser zu erfüllen und die Nachhaltigkeitsziele des Unternehmens zu unterstützen?
 - Welche Strategie könnte entwickelt werden, um digitale Kanäle für den Markteintritt effektiv zu nutzen und die Reichweite des Unternehmens im Hinblick auf seine Vision zu maximieren?