

Workshop – RÜCKBLICK

04.11.2016 ▪ 08:45 – 16:30 ▪ WiSo Modulbau

Am 04.11.2016 hatten 15 Studierende der WiSo-Fakultät die Möglichkeit, an einem Fallstudienworkshop von Volkswagen Consulting teilzunehmen und einen Tag lang Einblicke in die Welt eines Volkswagen Beraters zu erhalten.

Die beiden Berater Bianca Wirtz und Martin Schlierf stellten zunächst den VW Konzern sowie insbesondere Volkswagen Consulting vor und vermittelten einen ersten Einblick in ihre tägliche Arbeit.

Anschließend erhielten die Studierenden einen kurzen Überblick über die kommende Fallstudie, bevor unter dem Motto „Frischer Wind im Cabrio“ in kleineren Beraterteams eine Strategie für das künftige Cabrio Portfolio des Volkswagen Konzerns entwickelt wurde.

Die erste Phase der Gruppenarbeit bestand vor allem daraus, Daten zu sichten. Absatzzahlen von verschiedenen Segmenten, Modellen und Marken in diversen regionalen Märkten sowie Statistiken über Konsumentenpräferenzen wurden analysiert, um einen Überblick über die aktuelle Situation und die Herausforderungen auf dem Cabrio-Markt zu erhalten.

Auf Basis der Datenanalyse wurden die bisherigen Ergebnisse zusammengefasst und den beiden Volkswagen Beratern vorgestellt. Gemeinsam wurde dann für jede Gruppe ein konkretes Fahrzeugmodell aus dem Volkswagen Konzern ausgewählt, für das eine neue Cabrio Strategie entworfen werden sollte. Die Reichweite ging hier von dem kleinen VW up! über den Polo bis hin zu größeren und teureren Modellen von Audi.

Nach einer Mittagspause mit Pizza, Getränken und Austausch unter den Gruppen ging es dann in die zweite Phase.

Hier wurde für jedes der ausgewählten Modelle eine konkrete Strategie entwickelt. Potenzielle Absatzmärkte wurden festgelegt, Kundengruppen identifiziert, mögliche Vertriebswege diskutiert und die Finanzen analysiert. Auch über das Produkt an sich wurden Entscheidungen getroffen. Hier waren die vorrangigen Fragen, ob das Cabrio eine Hardcover oder Softcover Abdeckung bekommen sollte, als E-Auto oder mit Verbrennungsmotor angeboten wird und wie hoch der Preis sein sollte.

In der letzten Phase des Workshops wurden die Ergebnisse aufbereitet und letztendlich den anderen Gruppen präsentiert.

Es zeigte sich, dass die Konzepte der einzelnen Gruppen zum Teil sehr ähnlich bezüglich der Absatzmärkte und Ausstattung waren, sich aber in diversen Punkten, z.B. Preisgestaltung und Vertriebskanäle auch sehr voneinander unterschieden.

Insgesamt war der Workshop mit Volkswagen Consulting sehr lehrreich und bot die Chance für einen interessanten Einblick in die Managementberatung von Europas größtem Automobilhersteller. Die Tätigkeiten reichten vom klassischen Analysieren von Statistiken, über kreative Arbeit bei der Entwicklung des Konzeptes und des Autos bis hin zu technischen Fragestellungen von Elektromobilität.