



MEGASTRAT

**Megatrends für individuelle Chancenprognosen
und strategische Entwicklung nutzbar machen**

**BlaBlaCar: Mit der Blue-Ocean-Strategie
neue Marktplätze erschließen**



Gefördert durch die Europäische Union. Die geäußerten Ansichten und Meinungen sind jedoch ausschließlich die der Autoren und spiegeln nicht unbedingt die der Europäischen Union oder der Europäischen Exekutivagentur für Bildung und Kultur (EACEA) wider. Weder die Europäische Union noch die EACEA können dafür verantwortlich gemacht werden.



Copyright

© Copyright 2024 Das MegaStrat-Konsortium

Bestehend aus:

- BWCON GMBH (E10040962)
- HOCHSCHULE DER MEDIEN (HDM) (E10202533)
- INFORMATION S.L. (INFO) (E10202533)
- Universität Süddänemark (SDU) (E10209170)
- GAIA (E10204201)
- GRÜN Innovation Group A/S (E10082413)

Dieses Dokument darf ohne schriftliche Genehmigung des MegaStrat-Konsortiums weder ganz noch teilweise für irgendeinen Zweck kopiert, reproduziert oder verändert werden. Darüber hinaus muss eine Nennung der Autoren des Dokuments und aller relevanten Teile des Urheberrechtsvermerks eindeutig erfolgen.

Dieses Dokument kann ohne vorherige Ankündigung geändert werden.

Dokumentenklassifizierung

Titel	BlaBlaCar: Mit der Blue-Ocean-Strategie neue Marktplätze erschließen
Typ	Factsheet zur Fallstudie
Ausgabe	
Partner	MegaStrat-Konsortium
Autoren	Begoña Benito
Verbreitungsebene	öffentlich

Versionskontrolle

Version	Beschreibung	Name	Datum
1,0	Erste Version	Begoña Benito	16.05.2024





BlaBlaCar: Mit der Blue-Ocean-Strategie neue Marktplätze erschließen

EINZIELER über die Fallstudie

Erfahren Sie, wie BlaBlaCar mithilfe der Blue Ocean Strategy eine einzigartige Nische im europäischen Transportmarkt erschlossen hat, indem es Autobesitzer mit Reisenden zusammenbrachte.

Beschreibung

BlaBlaCar, ein französisches KMU, das einen Fahrgemeinschaftsdienst für Fernreisen betreibt, als Beispiel für ein Unternehmen, das die Blue-Ocean-Strategie anwendete, um einen neuen Markt im Transportsektor zu schaffen. BlaBlaCar verbindet Fahrer, die freie Plätze haben, mit Passagieren, die eine Fahrt auf ähnlichen Strecken suchen, und schafft so im Wesentlichen eine neue Form des Reisens, die sich sowohl von öffentlichen Verkehrsmitteln als auch von herkömmlichen Autovermietungen oder Taxidiensten unterscheidet.

Kontext

BlaBlaCar wurde 2006 in Paris, Frankreich, gegründet und hat sich zu einer der bekanntesten Mitfahrplattformen Europas entwickelt. Das Unternehmen bietet eine Lösung für das häufige Problem unzureichend genutzter privater Autos und teurer Bahn- oder Flugtickets für Überlandreisen. Durch die Zusammenführung von Fahrern und Passagieren, die in die gleiche Richtung fahren, optimiert BlaBlaCar die Reisekosten und reduziert die Umweltbelastung durch Straßenfahrten.

Durchführung

- **Warum Blue Ocean Strategy:** BlaBlaCar nutzte die Blue-Ocean-Strategie, um sich in einem überfüllten Transportmarkt zu differenzieren, und konzentrierte sich auf den unerschlossenen Marktraum der innerstädtischen Fahrgemeinschaften, der weder vom traditionellen öffentlichen Nahverkehr noch von privaten Taxidiensten abgedeckt wurde.
- **Bedarfserkennung:** BlaBlaCar erkannte die Ineffizienz von Einzelfahrzeugen und die hohen Kosten anderer Transportmöglichkeiten und erkannte eine bedeutende Chance, eine kostengünstige, soziale und flexible Reiseoption anzubieten.
- **Durchgeführte Schritte:**
 - **Wertinnovation:** BlaBlaCar hat eine Plattform geschaffen, die niedrigere Kosten mit einem sozialen Erlebnis kombiniert und es Passagieren ermöglicht, gemeinsam zu reisen und Kosten und Erfahrungen zu teilen. Dieser Ansatz löste das Problem teurer und unpersönlicher Reisen.

- o **Eliminieren-Reduzieren-Erhöhen-Erstellen eines Rasters:** BlaBlaCar beseitigte die Komplexität der Planung und Buchung, die für herkömmliche Transporte typisch ist. Sie reduzierten Kosten und Reisebeschränkungen, erhöhten den Zugang und das Vertrauen der Benutzer durch ein Bewertungssystem und schufen ein neues soziales Netzwerk für Reisen.
- o **Strategische Preisgestaltung:** Der Service wurde zu wettbewerbsfähigen Preisen angeboten, um sowohl Fahrer (die durch die Kostenteilung Reisekosten sparen) als auch Passagiere (die eine erschwingliche Reisemöglichkeit erhalten) anzulocken.
- o **Gemeinschaftsaufbau:** BlaBlaCar konzentrierte sich auf den Aufbau einer Vertrauensgemeinschaft und implementierte ein robustes Benutzerprofilsystem, das obligatorische echte Namen, Fotos und ein Präferenzsystem namens „BlaBla“ für den gewünschten Gesprächsniveau enthält.

Umsetzung der Blue Ocean Strategie bei BlaBlaCar:

1. Strategische Planung und Analyse:

- o **Marktanalyse:** Zunächst führte BlaBlaCar umfangreiche Untersuchungen durch, um die Probleme von Reisenden zu verstehen, die traditionelle Transportmittel nutzen. Dazu gehörten Umfragen und Fokusgruppen, um Erkenntnisse über die Unzufriedenheit der Kunden mit bestehenden Optionen aufgrund hoher Kosten, begrenzter Zeitpläne und nicht ausgelasteter Fahrzeug Kapazitäten zu gewinnen.
- o **Wettbewerbsanalyse:** Das Team analysierte Wettbewerber, darunter Zug und Busnetze und traditionelle Fahrgemeinschaften, um die Stärken und Grenzen der aktuellen Angebote auf dem Intercity-Reisemarkt zu verstehen.

2. Angewandte strategische Instrumente:

- o **Wertinnovation:** BlaBlaCar konzentrierte sich auf Wertinnovationen durch die Integration von Kosteneinsparungen mit einem sozialen Reiseerlebnis. Dabei ging es nicht nur darum, günstiger zu sein, sondern auch um eine angenehmere und gemeinschaftsorientierte Reise.
- o **Eliminate-Reduce-Raise-Create (ERRC)-Raster:** Zu den wichtigsten Anwendungen gehörten:
 - **Beseitigen (Eliminate):** Hohe Reisekosten und die Komplexität der Bildung von Fahrgemeinschaften über informelle Netzwerke.
 - **Reduzieren (Reduce):** Umweltauswirkungen und Abhängigkeiten von festen Fahrplänen des öffentlichen Verkehrs.
 - **Erheben (Raise):** Benutzerfreundlichkeit, Vertrauen durch verifizierte Profile und Benutzerbewertungen sowie das soziale Erlebnis des Reisens.
 - **Erstellen (create):** Ein neuer Markt für organisierte Mitfahrgelegenheiten über große Entfernungen mithilfe einer digitalen Plattform, die Sicherheit, Zuverlässigkeit und soziale Interaktion gewährleistet.

3. Entwicklung und Einführung:

- o **Plattformentwicklung:** Das technische Team entwickelte eine benutzerfreundliche Plattform, die eine einfache Veröffentlichung verfügbarer Sitzplätze durch Fahrer und eine einfache Buchung durch Fahrgäste ermöglichte. Die Plattform umfasste Funktionen wie sicheres Messaging, einfache Zahlungssysteme und ein transparentes Benutzerbewertungssystem.



- o **Pilotversuche:** Erste Tests wurden in kleineren Märkten durchgeführt, um Feedback zu sammeln und die Plattform zu verfeinern. Es wurden Anpassungen vorgenommen, um die Benutzeroberfläche, die Sicherheitsfunktionen und das allgemeine Benutzererlebnis zu verbessern.
- 4. **Marketing und Community-Aufbau:**
 - o **Gezielte Marketingkampagnen:** BlaBlaCar nutzte gezielte digitale Marketingstrategien, die sich auf die Vorteile von Kosteneinsparungen, dem Kennenlernen neuer Leute und nachhaltigem Reisen konzentrierten. Sie beteiligten sich an Social-Media-Kampagnen, lokalen Veranstaltungen und Partnerschaften mit Universitäten und Arbeitsplätzen, um die Nachricht zu verbreiten.
 - o **Community-Engagement:** Um eine Vertrauensgemeinschaft aufzubauen, ermutigt BlaBlaCar die Nutzer, detaillierte Bewertungen zu hinterlassen und ihre Reiseerlebnisse zu teilen. Sie haben auf ihren Plattformen und in den sozialen Medien Geschichten über positive Reiseerlebnisse hervorgehoben, um neue Nutzer anzulocken.
- 5. **Erweiterung und Skalierung:**
 - o **Geografische Expansion:** Nach erfolgreichen Pilotprojekten expandierte BlaBlaCar systematisch in neue Regionen und passte seine Strategie an regionale Reisegewohnheiten, regulatorische Rahmenbedingungen und lokale Marktbedürfnisse an.
 - o **Kontinuierliche Innovation:** BlaBlaCar hat die Plattform kontinuierlich weiterentwickelt, indem es zusätzliche Dienste wie Echtzeit-GPS-Tracking, In-App-Zahlungen und automatisierte Algorithmen zur Fahrabgleichung integriert hat, um die Servicequalität und die Benutzerzufriedenheit zu verbessern.
- 6. **Überwachung und Anpassung:**
 - o **Rückkopplungsschleifen:** Die Benutzer wurden regelmäßig um Feedback gebeten, um ihre Bedürfnisse und Erfahrungen zu verstehen. Dieses Feedback floss in laufende Verbesserungen und Anpassungen des Dienstes ein.
 - o **Leistungskennzahlen:** Wichtige Leistungsindikatoren wie Benutzerwachstum, Fahrfrequenz, Benutzerbindungsraten und Kundenzufriedenheitswerte wurden überwacht, um die Auswirkungen strategischer Initiativen zu bewerten und die weitere Entwicklung zu steuern.

Auswirkungen

Strategische und Marktauswirkungen der Blue Ocean-Strategie auf BlaBlaCar:

Durch die Einführung der Blue-Ocean-Strategie hat BlaBlaCar die innerstädtische Transportlandschaft in ganz Europa erfolgreich neu definiert. Durch das Angebot einer neuartigen Lösung, die Kosteneffizienz mit einem sozialen Reiseerlebnis kombiniert, hat BlaBlaCar nicht nur einen neuen Markt geschaffen, sondern wurde auch zum führenden Akteur in diesem Bereich. Der einzigartige Ansatz der Plattform, Fahrer mit freien Plätzen mit Fahrgästen auf der Suche nach einer Mitfahrgelegenheit zusammenzubringen, fand großen Anklang bei den Verbrauchern, die sich eine Alternative zu teureren und weniger flexiblen Reisemöglichkeiten wünschten.

Die strategische Expansion von BlaBlaCar in verschiedene internationale Märkte war geprägt von einer sorgfältigen Anpassung an lokale Vorlieben und Vorschriften, was entscheidend dazu beitrug, seinen europäischen Erfolg weltweit zu reproduzieren. Für jeden neuen



Markteintritt wurde auf der Grundlage umfangreicher Untersuchungen und Pilottests eine Strategie entwickelt, um sicherzustellen, dass das Kernwertversprechen beibehalten und gleichzeitig die spezifischen Bedürfnisse der lokalen Benutzer erfüllt werden.

Auf operativer Ebene zeigten sich die Auswirkungen der Blue-Ocean-Strategie in den kontinuierlichen Verbesserungen, die an der Plattform von BlaBlaCar vorgenommen wurden. Das Unternehmen nutzte das Feedback der Benutzer, implementierte fortschrittliche Algorithmen, um die Zuordnung von Fahrern und Passagieren zu verbessern, optimierte Zahlungssysteme für einfachere Transaktionen und führte robuste Sicherheitsfunktionen ein, die das Vertrauen und die Sicherheit seiner Benutzer stärkten. Diese Verbesserungen steigerten nicht nur die Benutzerzufriedenheit, sondern steigerten auch die Effizienz und Zuverlässigkeit der Plattform.

Im Hinblick auf die Nachhaltigkeit hat BlaBlaCar einen erheblichen Beitrag zur Umwelt geleistet, indem es die Anzahl der Autos auf der Straße effektiv reduziert hat. Dies wurde durch die Maximierung der Auslastung von Fahrzeugen erreicht, die bereits bestimmte Fahrten unternehmen, und so zu geringeren CO₂-Emissionen pro Reisendem im Vergleich zu herkömmlichen Transportmitteln wie der Nutzung einzelner Autos oder sogar einigen öffentlichen Verkehrsmitteln beigetragen.

Darüber hinaus ermöglichte das Wachstum von BlaBlaCar strategische Partnerschaften, die das Serviceangebot weiter erweiterten. Durch die Zusammenarbeit mit lokalen öffentlichen Verkehrssystemen und anderen reisebezogenen Diensten konnte BlaBlaCar ein integriertes Reiseerlebnis bieten, das Konnektivität auf der letzten Meile und Optionen über die reine Fahrgemeinschaftsbildung hinaus umfasst. Diese Partnerschaften erweiterten nicht nur die Marktreichweite von BlaBlaCar, sondern festigten auch seine Position als integraler Bestandteil des breiteren Transportökosystems.

Zusammenfassend:

- **Markterweiterung:** Der innovative Dienst erfreute sich schnell großer Beliebtheit und verbreitete sich in ganz Europa und später auch auf anderen Kontinenten. Es verändert die Dynamik des Autofahrens und gilt als nachhaltige Alternative zum alleine fahren.
- **Umwelt- und soziale Auswirkungen:** BlaBlaCar hat durch die Maximierung der Fahrzeugauslastung erheblich zur Reduzierung der CO₂-Emissionen beigetragen. Der soziale Aspekt des Dienstes hat auch neue Freundschaften und Verbindungen zwischen seinen Nutzern gefördert.
- **Strategisches Wachstum:** Der Erfolg von BlaBlaCar ermöglichte es dem Unternehmen, mehrere kleinere Konkurrenten zu übernehmen und sein Serviceangebot zu erweitern, einschließlich einer Pendlerversion der App für tägliche Mitfahrgelegenheiten.

Links

[BlaBlaCar-Unternehmenswebsite](#)

