



# MEGASTRAT

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

**Tesla Inc.: Elektrifizierung des  
Automobilmarktes mit der  
Blue-Ocean-Strategie**



*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.*



# MEGASTRAT

## 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	Tesla Inc.: Elektrifizierung des Automobilmarktes mit der Blue-Ocean-Strategie
Typ	Fallstudie
Ausgabe	
Partner	MegaStrat-Konsortium
Autoren	Begoña Benito
Verbreitungsebene	öffentlich

## Versionskontrolle

Version	Beschreibung	Name	Datum
1,0	Erste Version	Begoña Benito	08.05.2024





# Tesla Inc.: Elektrifizierung des Automobilmarktes mit der Blue-Ocean-Strategie

## Kurzzusammenfassung

Eine Analyse, wie Tesla die Blue-Ocean-Strategie anwendete, um die Automobilindustrie zu revolutionieren und einen neuen Markt für Elektrofahrzeuge zu schaffen.

## Beschreibung

### Kontext

Tesla, Inc. wurde 2003 in Kalifornien, USA, gegründet und wollte beweisen, dass Elektrofahrzeuge besser und schneller sind und mehr Fahrspaß bieten als Benzinautos. Tesla wollte nicht nur Elektrofahrzeuge kommerzialisieren, sondern auch den Ansatz der Automobilindustrie bei der Herstellung und dem Verkauf von Autos ändern. Zu ihren Kernaktivitäten gehören Fahrzeugdesign, -herstellung und -vertrieb sowie Produkte zur Energieerzeugung und -speicherung.

### Durchführung

- **Warum Blue Ocean Strategy:** Tesla nutzte die Blue-Ocean-Strategie, um sich von traditionellen Autoherstellern abzuheben. Die Strategie wurde gewählt, um einen neuen Marktraum zu schaffen, der die bestehende Konkurrenz irrelevant machen würde, wobei der Schwerpunkt insbesondere auf Nachhaltigkeit und hoher Leistung lag.
- **Bedarfserkennung:** Aufgrund des gesättigten Marktes für Fahrzeuge mit Verbrennungsmotor und der geringen Konzentration auf Elektroautos als sinnvolle Alternativen wurde die Notwendigkeit einer Differenzierungsstrategie erkannt.
- **Durchgeführte Schritte:**
  - **Rekonstruktion der Marktgrenzen:** Tesla konkurrierte nicht direkt mit traditionellen Automobilherstellern, sondern schuf einen neuen Raum, der Luxus, Leistung und Nachhaltigkeit vereinte.
  - **Fokus auf das Gesamtbild:** Mithilfe des Strategy Canvas identifizierte und eliminierte Tesla Faktoren, mit denen die Automobilindustrie konkurrierte, die für den modernen, umweltbewussten Verbraucher jedoch irrelevant waren.
  - **Nicht-Kundenorientierung:** Zielgruppe sind Verbraucher, die Elektrofahrzeuge bisher nicht für realisierbar gehalten haben, indem häufige Einwände wie Batteriereichweite und Fahrzeugleistung angesprochen werden.
  - **Strategischer Ablauf:** Stellte sicher, dass ihre Autos einen überlegenen Nutzen boten, passte der Preis zu den Käufererwartungen, verwaltete die Kosten durch Innovationen in der Batterietechnologie und überwand Akzeptanzhürden durch den Aufbau eines dedizierten Ladenetzwerks.



## MEGASTRAT

### Umsetzung der Blue-Ocean-Strategie:

#### 1. Rekonstruieren Marktgrenzen:

- **Schauen Sie sich alternative Branchen an:** Tesla hat sich nicht nur die Automobilindustrie angesehen; Sie befassten sich auch mit dem Energiesektor und konzentrierten sich dabei darauf, wie Autos Teil des umfassenderen Ökosystems für Energieeffizienz und Nachhaltigkeit sein könnten.
- **Schauen Sie sich alle Käufergruppen an:** Sie richteten sich an technikaffine Einzelpersonen und umweltbewusste Verbraucher und konzentrierten sich zunächst auf wohlhabende Käufer, die sich hochwertige Elektrofahrzeuge (EVs) leisten konnten.

#### 2. Konzentrieren Sie sich auf das große Ganze, nicht auf die Zahlen:

- **Strategy Canvas und ERRC Grid:** Tesla hat beschlossen, die Komplexität und Wartungsprobleme zu beseitigen, die mit herkömmlichen Verbrennungsmotoren und Getrieben verbunden sind. Sie steigerten das Niveau der Fahrzeugleistung und der Technologieintegration und schufen so ein Luxusfahrzeug, das auch einen Vorteil für die Umwelt bot.

#### 3. Reichweite über die bestehende Nachfrage hinaus:

- **Nicht kundenorientiert:** Sie richteten sich an Verbraucher, die aufgrund von Bedenken hinsichtlich Leistung, Stil oder Ladeinfrastruktur noch nie über Elektroautos nachgedacht hatten. Tesla begegnete diesen Problemen mit leistungsstarken Fahrzeugen und einem wachsenden Netz von Ladestationen.

#### 4. Sorgen Sie für die richtige strategische Reihenfolge:

- **Käufer-Dienstprogramm:** Tesla-Fahrzeuge boten Nutzen durch hohe Leistung, Langstreckenfähigkeiten, innovative Technologie wie Autopilot und ein landesweites Supercharger-Netzwerk.
- **Preis:** Anfänglich hoch und auf Premium-Käufer ausgerichtet, es sind jedoch Pläne für erschwinglichere Modelle geplant, um im Laufe der Zeit einen breiteren Markt anzusprechen.
- **Kosten:** Umfangreiche Investitionen in Batterietechnologie und Fertigungseffizienz zur langfristigen Kostenkontrolle.
- **Annahme:** Überwindung von Hürden durch den Aufbau eines Direktvertriebsmodells, die Umgehung traditioneller Händler zur Kontrolle des Kundenerlebnisses und die Bereitstellung hoher Sichtbarkeit mit Ausstellungsräumen in großen städtischen Zentren.

## Auswirkungen

Tesla hat erfolgreich einen neuen Marktraum in der Automobilindustrie geschaffen und die Art und Weise, wie Verbraucher über Elektrofahrzeuge denken, grundlegend verändert. Ihr Ansatz positionierte sie nicht nur als führend bei Elektrofahrzeugen, sondern zwang auch die gesamte Automobilindustrie, die Entwicklung und Produktion von Elektroautos zu beschleunigen.

- **Änderungen und Verbesserungen:** Einführung leistungsstarker Elektrofahrzeuge, die mit Benzinautos der Luxusklasse konkurrieren, Aufbau eines umfassenden Kompressorladenetzes und bedeutende Fortschritte in der Batterietechnologie.





- **Vision für die Zukunft:** Tesla senkt weiterhin die Kosten für Elektrofahrzeuge und möchte sie einem breiteren Markt zugänglich machen. Das Unternehmen konzentriert sich außerdem auf vollständig autonome Fahrtechnologie und den Ausbau seines Geschäfts in Energielösungen.

## Ressourcen

### Links

[Offizielle Tesla-Website](#), Informationen zum Tesla Supercharger-Netzwerk

### Veröffentlichungen/Aufsätze/Bücher

„Elon Musk: Tesla, SpaceX, and the Quest for a Fantastic Future“ von Ashlee Vance gibt Einblicke in die strategischen Schritte von Tesla.