



MEGASTRAT

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

**Über: Navigieren in globalen
Mobilitätsmärkten durch strategische
SWOT-Analyse**



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.



MEGA STRAT

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	Über: Navigieren in globalen Mobilitätsmärkten durch strategische SWOT-Analyse
Typ	Factsheet zur Fallstudie
Ausgabe	
Partner	MegaStrat-Konsortium
Autoren	Begoña Benito
Verbreitungsebene	öffentlich

Versionskontrolle

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





Über: Navigieren in globalen Mobilitätsmärkten durch strategische SWOT-Analyse

Kurzzusammenfassung

In dieser Fallstudie wird untersucht, wie Uber die SWOT-Analyse einsetzte, um die Komplexität des globalen Marktes für Fahrgemeinschaften und Mobilitätsdienste strategisch zu bewältigen.

Beschreibung

Kontext

Uber, 2009 in San Francisco gegründet, revolutionierte die Privattransportbranche mit seiner innovativen Mitfahr-App, die Fahrer und Passagiere direkt verbindet. Während Uber weltweit expandierte, sah sich das Unternehmen mit unterschiedlichen Märkten mit unterschiedlichen Herausforderungen und Chancen konfrontiert.

Durchführung

- **Warum SWOT-Analyse:** Uber nutzte die SWOT-Analyse, um interne Fähigkeiten und externe Marktbedingungen systematisch zu bewerten und so die strategische Entscheidungsfindung in verschiedenen geografischen und regulatorischen Landschaften zu unterstützen.
- **Bedarfserkennung:** Uber erkannte die schnelle Expansion in verschiedene internationale Märkte und benötigte einen robusten Rahmen, um die unterschiedliche Marktdynamik, den Wettbewerbsdruck und das regulatorische Umfeld zu bewerten.
- **Durchgeführte Schritte:**
 - **Stärken:** Die starke Markenbekanntheit, die innovative Technologieplattform und die benutzerfreundliche App-Oberfläche von Uber verschafften Uber einen Wettbewerbsvorteil. Diese Stärken verhalfen Uber zu einer schnellen Marktdurchdringung und hohen Nutzerwachstumsraten.
 - **Schwächen:** Als interne Schwächen, die das Vertrauen und die Marktstabilität untergraben könnten, wurden die Abhängigkeit von einem nicht-exklusiven Auftragnehmermodell, PR-Probleme und anhaltende rechtliche Herausforderungen identifiziert.
 - **Gelegenheiten:** Expansion in neue geografische Gebiete, Diversifizierung in andere Dienste wie Uber Eats und Uber Freight sowie potenzielle Partnerschaften mit Automobilherstellern und Technologieunternehmen.
 - **Bedrohungen:** Intensiver Wettbewerb durch lokale und internationale Unternehmen wie Lyft und Didi Chuxing, regulatorische Herausforderungen in verschiedenen Regionen und eine veränderte öffentliche Einstellung zu den Auswirkungen der Gig Economy.

Implementierung der SWOT-Analyse bei Uber:

1. Initiierung und Planung:



- **Bildung eines funktionsübergreifenden Teams:** Über stellte ein Team aus verschiedenen Abteilungen zusammen, darunter Strategie, Marketing, Betrieb, Recht und Finanzen, um eine umfassende Analyse zu gewährleisten, die unterschiedliche Perspektiven und Fachkenntnisse einbezog.
 - **Zielsetzung:** Das Team legte klare Ziele für die SWOT-Analyse fest. Dazu gehörte die Identifizierung von Schlüsselfaktoren, die sich auf das Wachstum von Über in bestehenden Märkten auswirken könnten, und die Erkundung neuer Möglichkeiten in Schwellenmärkten.
2. **Datenerfassung und -analyse:**
- **Stärken und Schwächen (interne Analyse):**
 - **Mitarbeiterbefragungen und Feedback:** Über führte Umfragen durch und sammelte Feedback von Mitarbeitern auf allen Ebenen, um die interne Wahrnehmung der Stärken und Schwächen des Unternehmens zu verstehen.
 - **Überprüfung der Betriebsdaten:** Das Team analysierte Leistungskennzahlen, Benutzereingriffsdaten und betriebliche Effizienz, um Stärken wie Marktreichweite und technologische Fähigkeiten sowie Schwächen wie Bereiche mit hohen Betriebskosten oder schlechter Leistung zu identifizieren.
 - **Chancen und Risiken (externe Analyse):**
 - **Marktforschung:** Es wurden umfangreiche Marktforschungen durchgeführt, um Daten zu Branchentrends, Wettbewerbsstrategien, Kundenpräferenzen und regulatorischen Änderungen zu sammeln.
 - **Expertenberatungen:** Über hat sich mit Branchenexperten und Analysten beraten, um tiefere Einblicke in das externe Umfeld zu gewinnen, einschließlich potenzieller Marktchancen und Bedrohungen durch Wettbewerbs- und Regulierungslandschaften.
3. **SWOT-Matrix-Entwicklung:**
- **Workshops und Brainstorming-Sitzungen:** Das Team hielt mehrere Workshops ab, in denen es ein Brainstorming durchführte und die gesammelten Daten in einer SWOT-Matrix abbildete. Diese Sitzungen halfen bei der Kategorisierung der Erkenntnisse in Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken.
 - **Validierung und Priorisierung:** Jedes Element innerhalb der SWOT-Matrix wurde durch Diskussionen und Szenarioplanung auf Genauigkeit und Relevanz validiert. Die einflussreichsten Faktoren wurden priorisiert, um sicherzustellen, dass strategische Schwerpunktbereiche klar identifiziert wurden.
4. **Strategische Entwicklung:**
- **Strategieformulierung:** Anhand der Erkenntnisse aus der SWOT-Analyse entwickelte Über spezifische Strategien, die darauf abzielen, Stärken zu nutzen (z. B. die Ausweitung technologischer Innovationen auf neue Servicebereiche), Schwächen anzugehen (z. B. die Verbesserung der Fahrerunterstützung und Compliance), Chancen zu nutzen (Expansion in neue geografische Märkte) und Bedrohungen abmildern (Anpassung an regulatorische Änderungen und zunehmenden Wettbewerb).
 - **Umsetzungsplanung:** Für jede Strategie wurden detaillierte Aktionspläne erstellt, einschließlich der Zuweisung von Ressourcen, Zeitplänen und

verantwortlichen Parteien. Diese Pläne wurden in den gesamten strategischen Geschäftsplanungsprozess von Uber integriert.

5. Überwachung und Bewertung:

- **Überprüfungsmechanismen:** Uber hat Überprüfungsmechanismen eingerichtet, um die Umsetzung der aus der SWOT-Analyse abgeleiteten Strategien zu überwachen. Dazu gehörten regelmäßige Fortschrittskontrollen anhand definierter Kennzahlen und Meilensteine.
- **Rückkopplungsschleifen:** Das Feedback aus der Umsetzung der Strategien wurde genutzt, um die SWOT-Analyse regelmäßig zu aktualisieren. Dieser iterative Prozess stellte sicher, dass die strategische Planung von Uber dynamisch blieb und auf interne Veränderungen und externe Marktbedingungen reagierte.

6. Dokumentation und Berichterstattung:

- **SWOT-Bericht:** Es wurde ein umfassender SWOT-Bericht erstellt, der die Ergebnisse, strategischen Implikationen und Aktionspläne detailliert beschreibt. Dieses Dokument diente der Geschäftsleitung und wichtigen Stakeholdern als Referenz, um die strategische Ausrichtung und Begründung wichtiger Entscheidungen zu verstehen.
- **Verbreitung:** Die Erkenntnisse aus der SWOT-Analyse wurden im gesamten Unternehmen durch interne Newsletter, Präsentationen und Strategiebesprechungen verbreitet, um eine Abstimmung und ein Verständnis auf allen Ebenen des Unternehmens sicherzustellen.

Auswirkungen

- **Änderungen und Verbesserungen:** Strategische Initiativen, darunter verbesserte Sicherheitsfunktionen in der App, verbesserte Fahrerunterstützung und erweiterte Dienste im Liefer- und Frachtbereich, um die Fähigkeiten der Plattform zu nutzen.
- **Strategische Positionierung:** Die Analyse half Uber bei der Verfeinerung seiner Markteintrittsstrategien, Ansätze zur Einhaltung gesetzlicher Vorschriften und Wettbewerbstaktiken und sicherte so seine Position als Marktführer in der Mobilitätsdienstleistungsbranche.
- **Vision für die Zukunft:** Uber arbeitet weiterhin an Innovationen in der autonomen Fahrzeugtechnologie, baut seine Logistikdienstleistungen weiter aus und passt sich weltweit an immer strengere regulatorische Rahmenbedingungen an.

Auswirkungen der SWOT-Analyse auf Uber:

1. Strategische Initiativen und Geschäftswachstum:

- **Expansion in neue Märkte:** Nach einer SWOT-Analyse erschloss Uber mit maßgeschneiderten Serviceangeboten strategisch neue geografische Märkte, wie Uber Moto und Uber Auto in Ländern wie Indien, wo die Nachfrage nach solchen Transportlösungen hoch ist.
- **Diversifizierung der Dienstleistungen:** Das Verständnis seiner technologischen Stärken und Marktchancen führte dazu, dass Uber über das Mitfahrangebot hinaus in die Bereiche Essenslieferung (Uber Eats) und Fracht (Uber Freight) diversifizierte, neue Einnahmequellen erschloss und die Abhängigkeit vom Kerngeschäft des Mitfahrangebots verringerte.



2. **Operative Verbesserungen:**
 - o **Fahrerbindungsprogramme:** Um festgestellte Schwachstellen bei der Fahrerzufriedenheit zu beheben, implementierte Über verbesserte Support- und Anreizprogramme, die die Fahrerbindungsraten steigerten und einen stabilen Fahrerbestand sicherstellten, der für die Servicezuverlässigkeit von entscheidender Bedeutung ist.
 - o **Technologieverbesserungen:** Über nutzte seine Stärken und investierte weiterhin in seine App- und Plattfortmtechnologien, um das Benutzererlebnis und die betriebliche Effizienz zu verbessern, was dazu beitrug, seinen Wettbewerbsvorteil auf dem Mitfahrmarkt zu behaupten.
3. **Risikomanagement und Compliance:**
 - o **Regulatorische Anpassungen:** Die SWOT-Analyse zeigte potenzielle Bedrohungen durch regulatorische Änderungen in verschiedenen Märkten auf. Infolgedessen hat Über proaktive Schritte unternommen, um mit den Aufsichtsbehörden zusammenzuarbeiten und sein Geschäftsmodell an die Einhaltung lokaler Gesetze anzupassen und so rechtliche Risiken und Geschäftsunterbrechungen zu reduzieren.
 - o **Sicherheitsinitiativen:** Als Reaktion auf Sicherheitsbedenken – eine wesentliche Schwachstelle, die die öffentliche Wahrnehmung beeinträchtigte – führte Über neue Sicherheitsfunktionen in der App ein, darunter einen Notfallknopf, eine Fahrprüfungsfunktion und verbesserte Hintergrundüberprüfungen für Fahrer.
4. **Marktpositionierung und Wettbewerbsstrategie:**
 - o **Markenstärkung:** Durch den effektiven Umgang mit Schwächen und Bedrohungen stärkte Über seine Marke als sicherer, zuverlässiger und innovativer Marktführer im Bereich der städtischen Mobilität. Dies trug dazu bei, die Kundenbindung aufrechtzuerhalten und trotz zunehmender Konkurrenz neue Nutzer zu gewinnen.
 - o **Strategische Allianzen und Partnerschaften:** Die in der SWOT-Analyse identifizierten Chancen führten zu strategischen Allianzen mit Automobilherstellern und Technologieunternehmen mit dem Ziel, autonome Fahrtechnologien und andere Innovationen zu erforschen.
5. **Finanzielle Leistung:**
 - o **Umsatzwachstum:** Die strategische Diversifizierung in neue Dienste und Märkte trug zu einer deutlichen Steigerung der Einnahmequellen von Über bei und demonstrierte die Wirksamkeit der Nutzung identifizierter Chancen.
 - o **Kosteneffizienz:** Initiativen zur Behebung betrieblicher Schwachstellen wie Unzufriedenheit der Fahrer und hoher Fluktuation führten zu einer verbesserten Kosteneffizienz und einem besseren Endergebnis.
6. **Vision und zukünftige strategische Planung:**
 - o **Zukunftsbereitschaft:** Die kontinuierliche Verfeinerung der SWOT-Analyse stellt sicher, dass Über agil bleibt und auf schnelle Veränderungen im Mobilitätssektor, technologische Fortschritte und Veränderungen im Verbraucherverhalten reagiert.
 - o **Nachhaltigkeitsinitiativen:** Über ist sich der wachsenden Bedeutung der ökologischen Nachhaltigkeit bewusst und hat damit begonnen, in Elektrofahrzeugtechnologie zu investieren und umweltfreundlichere Fahroptionen zu fördern und sich dabei an globalen Nachhaltigkeitstrends und regulatorischen Erwartungen auszurichten.



MEGASTRAT

Ressourcen

Links

[Übers Geschäftsmodell und Strategie](#), wissenschaftliche Artikel über die Marktstrategien von Über.

