

Anonym

Strategische Optionen der Sharing Economy bei Uber

Bachelorarbeit

BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei www.GRIN.com hochladen
und kostenlos publizieren



Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Impressum:

Copyright © 2019 GRIN Verlag
ISBN: 9783346051318

Dieses Buch bei GRIN:

<https://www.grin.com/document/502209>

Anonym

Strategische Optionen der Sharing Economy bei Uber

GRIN - Your knowledge has value

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite www.grin.com ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

Besuchen Sie uns im Internet:

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

http://www.twitter.com/grin_com

Hochschule Ludwigshafen am Rhein
Fachbereich I
-Management, Controlling, Health Care-
Bachelor Studiengang – International Management Eastern Europe (IME)

Bachelorarbeit

Thema

Strategische Optionen der Sharing Economy am Beispiel Uber

Verfasst im: Dezember, 2018

Inhaltsverzeichnis

EINLEITUNG	4
FORSCHUNGSSTAND UND HERLEITUNG DER FORSCHUNGSLEITENDEN FRAGESTELLUNGEN DIESER ARBEIT	7
METHODIK UND AUFBAU	11
VOLKWIRTSCHAFTLICHE RELEVANZ DER SHARING ECONOMY	13
GRUNDLAGEN DER SHARING ECONOMY	16
KONZEPTE DER SHARING ECONOMY	16
GRÜNDE FÜR DIE ENTSTEHUNG	17
TRIEBKRÄFTE	19
STUDIEN	25
SHARED MOBILITY.....	29
ÖKONOMISCHE ANALYSE.....	33
ZWISCHENFAZIT ZU DEN CHANCEN UND RISIKEN DER SHARING ECONOMY.....	35
UNTERNEHMENSBEISPIEL UBER	38
EINBLICK IN DAS TAXIGEWERBE	38
DAS GESCHÄFTSMODELL KLASSISCHER TAXIUNTERNEHMEN	40
DIE GRÜNDUNG VON UBER	41
KENNZAHLEN.....	42
GESCHÄFTSMODELL VON UBER	42
VOR-UND NACHTEILE.....	48
ÖKONOMISCHE ANALYSE.....	50
ZWISCHENFAZIT ZU DEN STÄRKEN UND SCHWÄCHEN	52
SWOT ANALYSE	55
STRATEGISCHE HANDLUNGSOPTIONEN.....	57
HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN	62
ZUSAMMENFASSUNG DER ARBEIT	68
LITERATURVERZEICHNIS	77

Abbildungsverzeichnis

ABBILDUNG 1: SWOT-MATRIX, QUELLE: (PELZ, 2018).....	12
ABBILDUNG 2: VERGLEICH DER EINZELNEN MOBILFUNKTEILNEHMER MIT DER ANZAHL MOBILER VERBINDUNGEN, QUELLE: (WE ARE SOCIAL & HOOTSUITE, 2018, P. 91)	21
ABBILDUNG 3: INTERNETDURCHDRINGUNG DIFFERENZIERT NACH REGIONEN, QUELLE: (WE ARE SOCIAL & HOOTSUITE, 2018, P. 32)	23
ABBILDUNG 4: DURCHSCHNITTLICHE STUNDENZAHL, DIE IM INTERNET VERBRACHT WIRD, DIFFERENZIERT NACH LÄNDERN, QUELLE: (WE ARE SOCIAL & HOOTSUITE, 2018, P. 32).....	24
ABBILDUNG 5: RANKING DER INTERNETDURCHDRINGUNG DIFFERENZIERT NACH LÄNDERN, QUELLE: (WE ARE SOCIAL & HOOTSUITE, 2018, P. 29).....	24
ABBILDUNG 6: DIE WELTWEITE AKZEPTANZ DES WIRTSCHAFTLICHEN TEILENS, QUELLE: (STATISTA, 2014)	26
ABBILDUNG 7: AKTUELLE UND GEPLANTE DURCHSCHNITTLICHE SHARE ECONOMY-AUSGABEN PRO BENUTZER DIFFERENZIERT NACH LAND, QUELLE: (PRICEWATERHOUSECOOPERS GMBH WIRTSCHAFTSPRÜFUNGSGESELLSCHAFT, 2018, P. 11).....	27
ABBILDUNG 8: ENTWICKLUNG DER KOSTEN EINER NEW YORKER TAXILIZENZ, QUELLE: (FAZ, 2016)	39
ABBILDUNG 9: DAS GESCHÄFTSMODELLE KLASSISCHER TAXIUNTERNEHMEN, QUELLE: (PWC, 2016).....	41
ABBILDUNG 10: DAS GESCHÄFTSMODELL VON UBER, QUELLE: (PWC, 2016).....	44
ABBILDUNG 11: SWOT-ANALYSE, QUELLE: EIGENE DARSTELLUNG.....	56
ABBILDUNG 12: ABLEITUNG DER SWOT-STRATEGIE, GRAFIK: EIGENE DARSTELLUNG	57

Einleitung

I do not need a drill, I need a hole in my wall

- Theodore Levitt -

Das obige Zitat des deutschamerikanischen Wirtschaftswissenschaftler Levitt wurde zum Einstieg in diese Abschlussarbeit aus einem ganz bestimmten Grund gewählt: Es ist ein Sinnbild für die Einstellung des Kunden von heute, die auf viele verschiedene Bereiche übertragen und auf unterschiedlichste Ursachen zurückgeführt werden kann. In Zeiten, in denen mindestens in den Industrienationen jeder Mensch permanent zum Kunden werden kann, weil er aus vollen Regalen, diversen Anbietern und einem nicht mehr überschaubaren Sortiment an Waren in nahezu allen Bereichen des täglichen Lebens auswählen kann, überrascht die zu beobachtende Tendenz, dass sich der moderne Mensch ganz bewusst gegen die Wahrnehmung dieser Verlockungen in Form eines tatsächlichen Kaufs entscheidet. ([Gabler Wirtschaftslexikon, 2018](#)).

Zwar ist es dem Menschen heute mehr denn jemals zuvor möglich, lokal bei einem Händler vor Ort oder auch online unabhängig von Zeit und Ort seine materiellen Bedürfnisse zu stillen. Allerdings verzichten immer mehr Leute darauf, einen Gegenstand zu besitzen – vor allem dann, wenn sie wissen, dass sie ihn nicht permanent gebrauchen und er nur in einer sehr überschaubaren Zeit wirklich im Einsatz sein wird. Wenn es eine Alternative dazu gibt, ein Bedürfnis oder eine Notwendigkeit – beispielsweise das Bohren eines Loches in die Wand, weil hin und wieder mal ein Bild aufgehängt werden soll – durch den regulären Erwerb des dazu erforderlichen Gegenstandes zu erledigen, spart dies Geld, Platz und schont Idealfall auch noch die Umwelt, weil weniger produziert und konsumiert wird. Anstatt einfach eine Bohrmaschine zu kaufen, leiht man sich diese inzwischen lieber aus. Immer mehr Menschen folgen dem Motto: *teilen statt besitzen*. Diese neue Form des Konsumierens wird im Englischen unter dem Terminus „Sharing Economy“ subsumiert. Unter dem Begriff „Sharing Economy“ (dt. „kollaboratives Teilen“) versteht man „das systematische Ausleihen von Gegenständen und gegenseitige Bereitstellen von Gegenständen, Räumen und Flächen, insbesondere durch Privatpersonen und Interessengruppen“ ([Gabler Wirtschaftslexikon, 2018](#)).