



Innovatives Geschäftsmodell aus der App-Welt

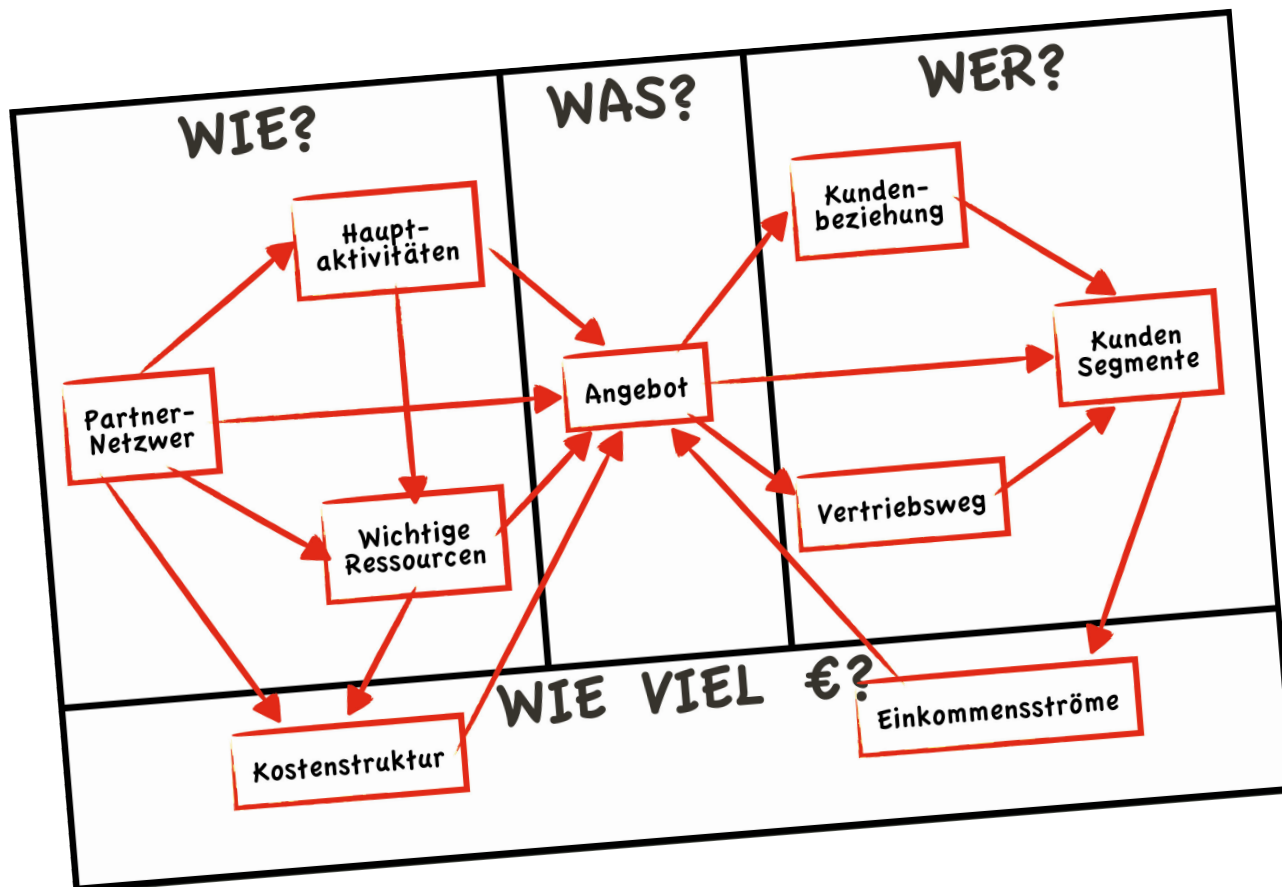
mytaxi vs. Taxizentrale

Katja Peteratzinger

Frankfurter Buchmesse | 11. Oktober 2013

Das Geschäftsmodell

... dient dazu, **Regeln und Grundprinzipien**, die für den Erfolg einer Branche, eines Unternehmens oder eines neuen Produktes relevant sind, zu **erklären**.



4 grundsätzliche Fragen

und
9 Bausteine
eines
Geschäftsmodells

nach
Alexander Osterwalder,
www.businessmodelgeneration.com

Die Strategie

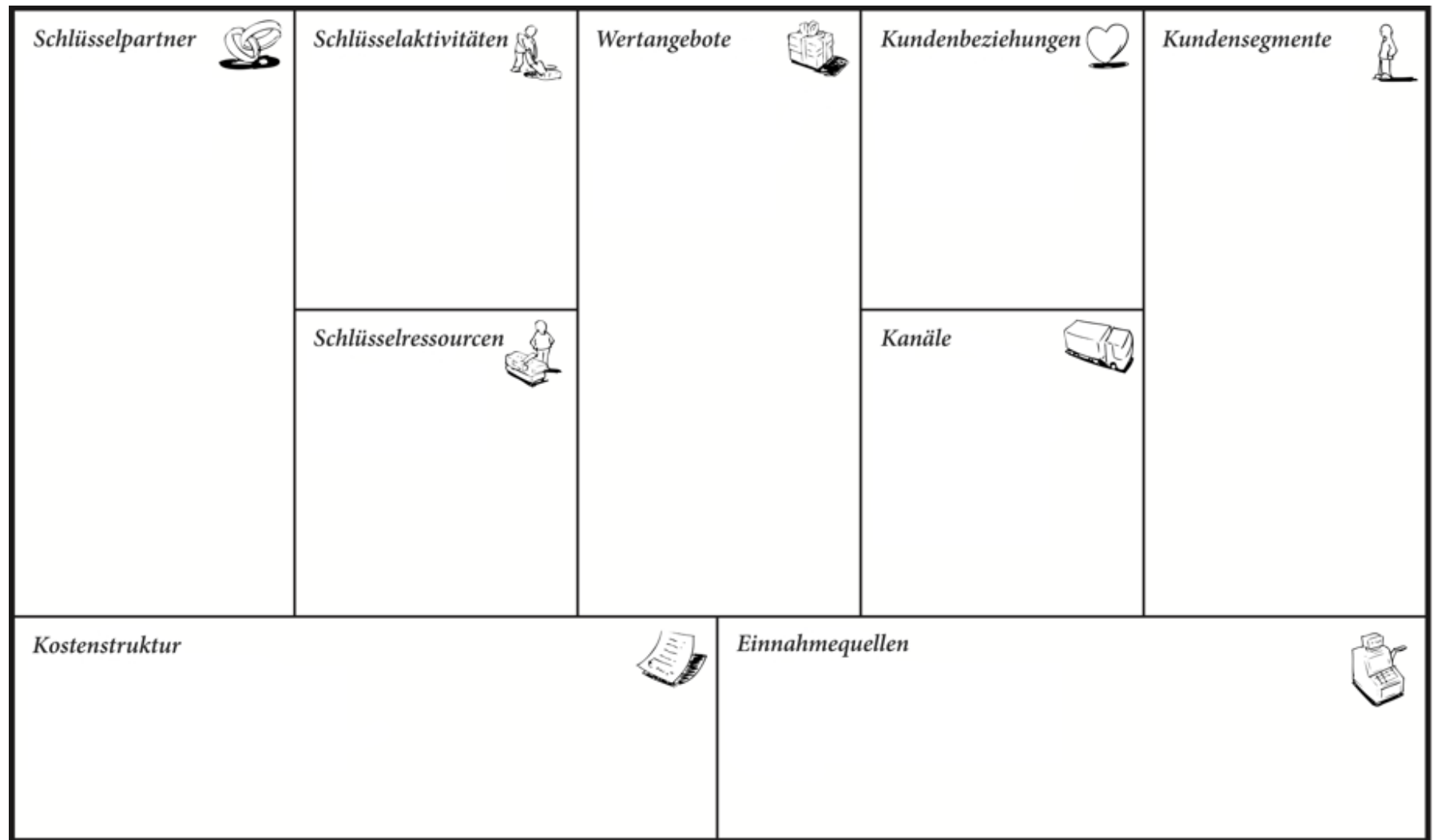
... hingegen, wendet diese Regeln und Prinzipien konkret und individuell auf die Situation im eigenen Unternehmen an.



Jeder der Schach spielt, kennt das allgemeine Regelwerk.

Jeder Spieler wendet jedoch seine **eigene Taktik bzw. Strategie** an, um den Zug für sich zu entscheiden.

Visualisierung: Business Model Canvas



Praxisbezug

Freemium



App-Welten



Anwendungs-
software
für mobile
Geräte wie
Smartphones
und Tablets

The Long Tail



Praxisbeispiel

Xmytaxi vs. Taxizentrale

| Schlüsselpartner | Hauptaktivitäten | Wertangebote | Kundenbeziehung | Kundensegmente |
|---|--|---|---|--|
| <p>Taxifahrer, die Aufträge via Zentrale entgegennehmen möchten (national)</p> | <p>viele Fahrer halten Zusatzdienste ausbauen</p> <p>viele Fahrer gewinnen Reichweite schnell ausbauen</p> | <p>kostenlose Telefonhotline</p> <p>kostenloser Basisdienst = Vermittlung zwischen Fahrgast u. Fahrer</p> | <p>persönlich via Tel</p> <p>Mass Customized Kunde benutzt Smartphone-App.</p> | <p>Taxikunden Krankenfahrten Kurierfahrten Großraumtaxi Schülertransporte Busersatzfahrten</p> |
| <p>Taxifahrer, die Aufträge via App annehmen möchten (national und international)</p> | <p>Schlüsselressourcen</p> <p>funkzentrale Telefonhotline</p> <p>bedienerfrdl. App Mobile Payment</p> | <p>kostenlose App automatische Standort via GPS Fahrer selbst wählbar Bewertungen anderer Fahrgäste verfügbar</p> | <p>Verkaufswege</p> <p>Vertrieb der App über App-Stores Internet</p> | <p>Smartphonebenutzer</p> |
| <p>Kostenstruktur</p> <p>Fixkosten Infrastruktur Taxizentrale, Werbung Telefonhotline, Online-Präsenz aufbauen</p> <p>Entwicklungskosten App-Software, Expansionskosten international, Werbung App international</p> | | <p>Einnahmequellen</p> <p>monatliche Gebühren der Fahrer an die Zentralen (zw. 100 und 700 Euro)</p> <p>Fixe Gebühr der Fahrer pro Fahrt von 0,79 Cent an mytaxi</p> | | |



| |
|---|
| Taxifahrer und andere Teilnehmer der Wertschöpfungskette |
| Verbände der Taxizentralen laufen Sturm |
| Daimler als Taxifahrer-Lieferant |
| Lieferanten |
| 50.000 Fahrzeuge in BRD |
| Wettbewerber (etablierte) |
| Taxizentralen (boykottieren zum Teil die MyTaxi-Fahrer) |
| Neueinsteiger (Rebellen) |
| Taxi.eu, Colexio.de, Taxi.de (finanziert vom Gelbe-Seiten-Verlag), Uber (Chauffeurservice USA) |
| Ersatzprodukte und -dienstleistungen |
| Taxi.eu bindet Taxizentralen mit ein um schnell Reichweite aufzubauen Für die App von Taxi.eu zahlen Unternehmer 1 Euro pro Monat. MyTaxi macht Taxizentralen überflüssig |

BRANCHEN-KRÄFTE



MARKT-KRÄFTE

| |
|---|
| Wünsche und Anforderungen |
| Kunden sparen sich den Anruf bei der Taxizentrale. Die App bestimmt via GPS den Standort des Kunden, zeigt an welche Taxen in der Nähe sind und lässt sie per Knopfdruck anrufen. Kunden sehen das Bild des Fahrers und die Bewertungen früherer Fahrgäste. |
| Marktsegmente |
| größere Städte weltweit abdecken |
| Marktaspekte |
| Preistransparenz für den Kunden könnte abnehmen, da Fahrer auf eigene Faust arbeiten |
| Wechselkosten |
| gering |
| Umsatzattraktivität |
| 4-Milliarden-Markt (mit 400 Mio. Fahrten pro Jahr) |
| derzeit MyTaxi = 20000 Taxen weltweit angeschlossen, davon 12000 in Deutschland |



Danke für die Aufmerksamkeit

**Börsenverein des
Deutschen Buchhandels**

