

Geschäftsmodell von Strava

Rene Enjilian, Olivia Dargel, Sebastian Brito, Alejandro Jaramillo
Technische Universität Berlin



Überblick

Was ist Strava?

Strava ist ein soziales Netzwerk zum Aufzeichnen sportlicher Aktivitäten wie Radfahren, Joggen, Schwimmen etc.

Was ist ein Geschäftsmodell?

Ein Geschäftsmodell beschreibt die zugrunde liegende Logik eines Unternehmens, um innerhalb eines Netzwerks Wert zu generieren und einzunehmen (Olofsson und Farr 2006, 1).

Strategieentwicklung

Strava hat sich von einer App hin zu einer Plattform entwickelt (Platform Staging).

Anfängliche Strategie

Der Schwerpunkt lag auf dem Wachstum der Nutzerzahl, um möglichst viele Daten zu generieren. Dies dient dem Erreichen der kritischen Masse.

Heutige Strategie

Das kostenlose Kernprodukt wurde um neue Einnahmequellen erweitert:

- Strava Summit
- Strava Metro
- Strava Business

Einnahmequellen

Strava Summit

Summit ist die Premiumversion und ist unterteilt in separate Pakete:

- Trainingspaket
- Sicherheitspaket
- Analysepaket

Kosten

- 23,99 € pro Paket
- 59,99 € für Gesamtpaket

Bundling als Strategie

Dem Kunden wird ein Rabatt angeboten, falls er mehrere Produkte zusammen kauft (Armstrong 2013).

Hintergrund

Der Vorgänger von Summit war ein Einzelpaket für 59,99 €. Das Aufsplitten in kleinere Pakete in Kombination mit Bundling dient der Gewinnmaximierung, da die Bereitschaft der Kunden für Strava zu bezahlen erhöht wird.

Strava Business

Gesponserte Integrationen

- Posts zu Unternehmen, die Strava bezahlen, werden im Feed der Nutzer besonders hervorgehoben (Strava 2018c)

Challenges

- zeitlich begrenzte, von Unternehmen organisierte Herausforderungen (Strava 2019b)

Clubs

- von Unternehmen gegründete Communitys für Nutzer mit gleichen Interessen (Strava 2019a)
- gegenseitiger Profit für Strava und Partnerunternehmen

Strava Metro

Was ist Strava Metro?

Metro ist ein Datenbroker (Federal Trade Commission u. a. 2013), der aggregierte Daten wie die Auslastung von Straßen, Start- und Endpunkte und Wartezeiten an Kreuzungen von Radfahrern und Fußgängern bereitstellt.

- Strava bietet Heatmaps Verkehrsbehörden an
- Verbesserung der Infrastruktur für Radfahrer und Fußgänger

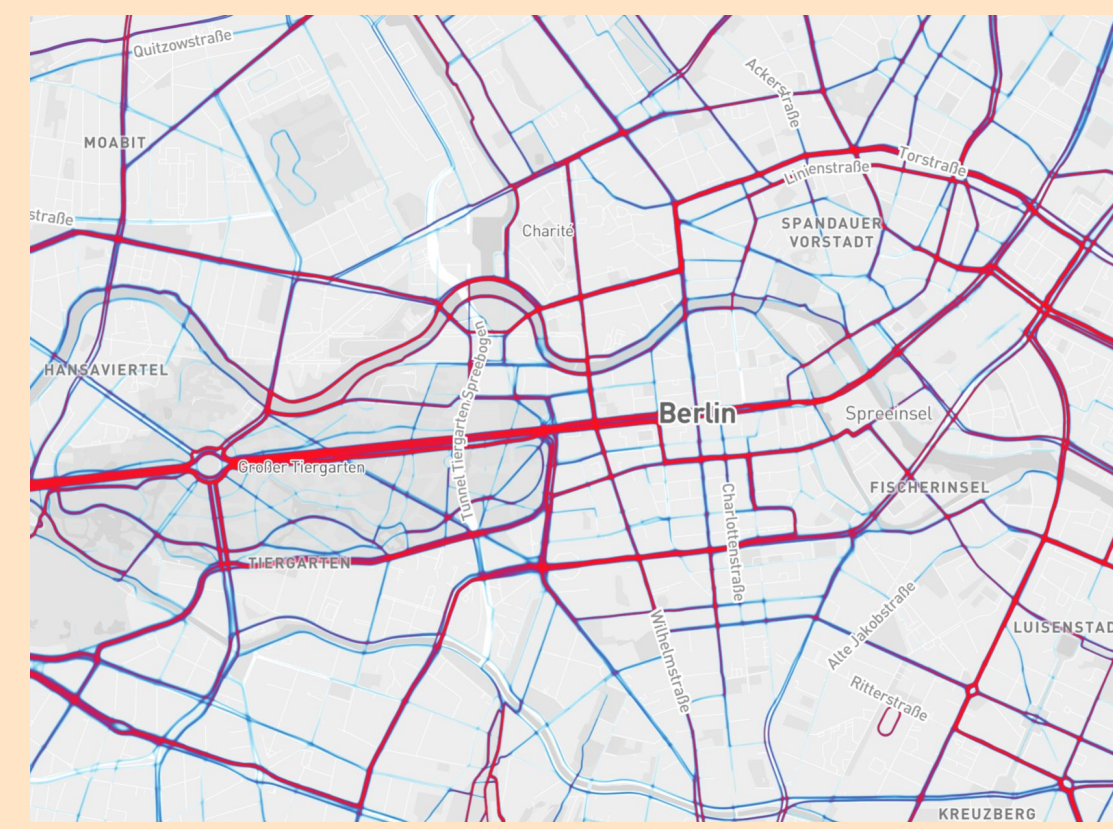


Abb. 2: Strava Metro-Karte der Berliner Innenstadt (Source: Strava, 2018b, „Globale Heatmap“. Besucht am 23. Juni 2019. <https://www.strava.com/heatmap>)

Wie profitiert Strava davon?

Strava macht direkte Einnahmen durch den Verkauf der Verkehrsdaten und haben eine vorteilhafte Marktposition durch ein geringes Angebot dieses spezifischen Dienstes.

Preisdiskriminierung zur Gewinnmaximierung

- Flexibilität bei der Festsetzung der Preise
- Unterschiedliche Lizenzgebühren je nach der Anzahl der Strava-Nutzer innerhalb des jeweiligen geografischen Gebiets (Strava 2018a)

Strava Apps

Was ist Strava Apps?

Drittanbieter-Applikationen, die von unabhängigen Entwicklern durch die Strava API entwickelt werden.

Modellierung indirekter Netzeffekte

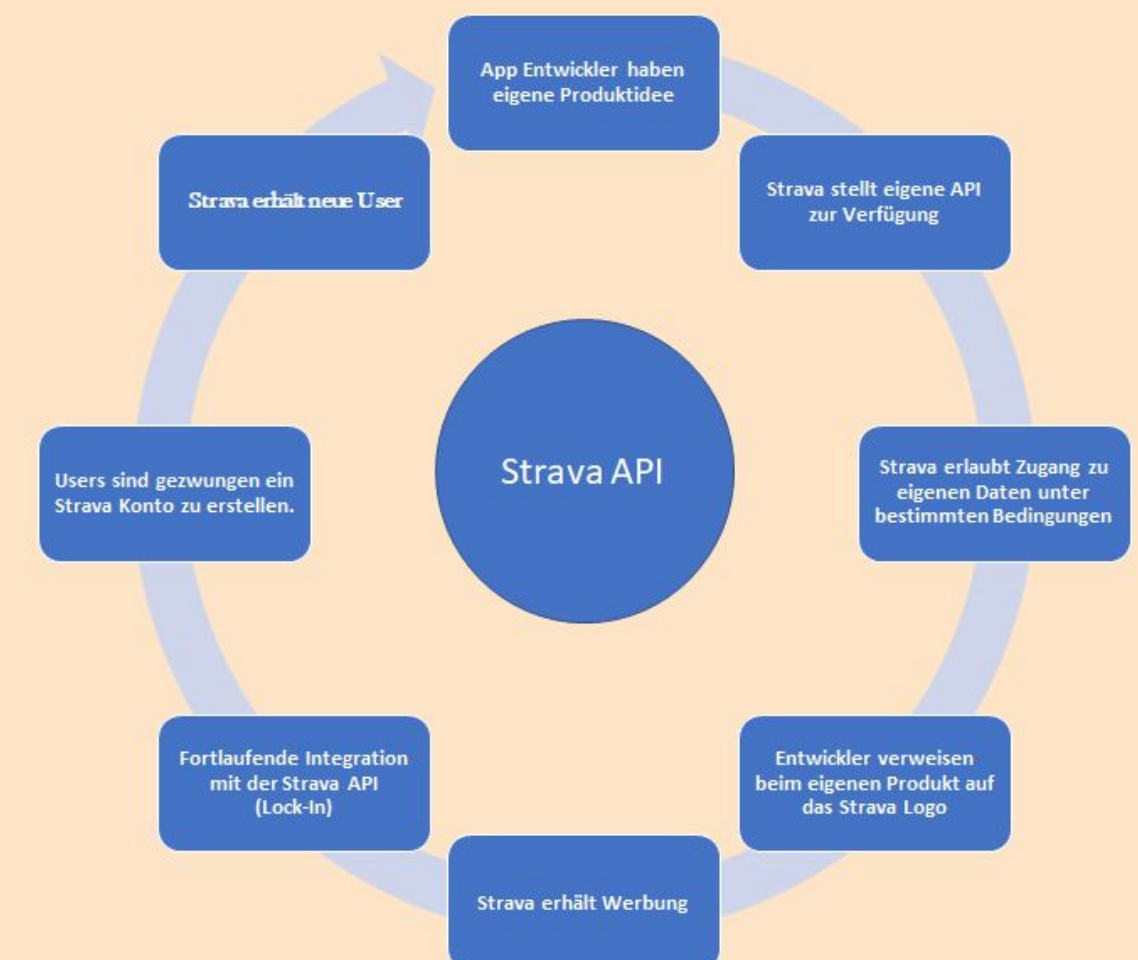


Abb. 3: Strava API (Strava 2018d), (Strava 2016)

Weiterentwicklung

Kooperationen

Durch die umfangreiche Datensammlung wären weitere branchenübergreifende Kooperationen sinnvoll:

- Versicherungen
- Pharmaunternehmen
- Sportmedien

Weitere Markterschließung für Metro

- Markt noch nicht weit entwickelt
- Fokussierung auf Regionen mit hoher Nutzerzahl wie Europa

Literaturverzeichnis

- Armstrong, Mark. 2013. „A more general theory of commodity bundling“. *Journal of Economic Theory* 148 (2): 448–472.
- Federal Trade Commission, u. a. 2013. *FTC to study data broker industrys collection and use of consumer data*. 2012.
- Olofsson, Lotta, und Richard Farr. 2006. *Business Model Tools and Definition – a Literature Review*. Technischer Bericht. VIVACE Project Consortium, Januar.
- Strava. 2016. „Strava API Brand Guidelines“. Besucht am 19. Juni 2019. <https://developers.strava.com/guidelines/>
- Strava. 2018a. „Frequently Asked Questions“. Besucht am 20. Juni 2019. <https://metro.strava.com/faq/>
- Strava. 2018c. „New on Strava: Sponsored integrations (and more!)“. Besucht am 21. Juni 2019. <https://blog.strava.com/new-on-strava-sponsored-integrations-and-more-17249/>
- Strava. 2018d. „Strava API Agreement“. Besucht am 19. Juni 2019. <https://www.strava.com/legal/api>
- Strava. 2019a. „Clubs - Connect with athletes anytime, anywhere“. Besucht am 21. Juni 2019. <https://business.strava.com/clubs>
- Strava. 2019b. „Sponsored Challenges - Turn your brand into athlete inspiration“. Besucht am 21. Juni 2019. <https://business.strava.com/challenges>

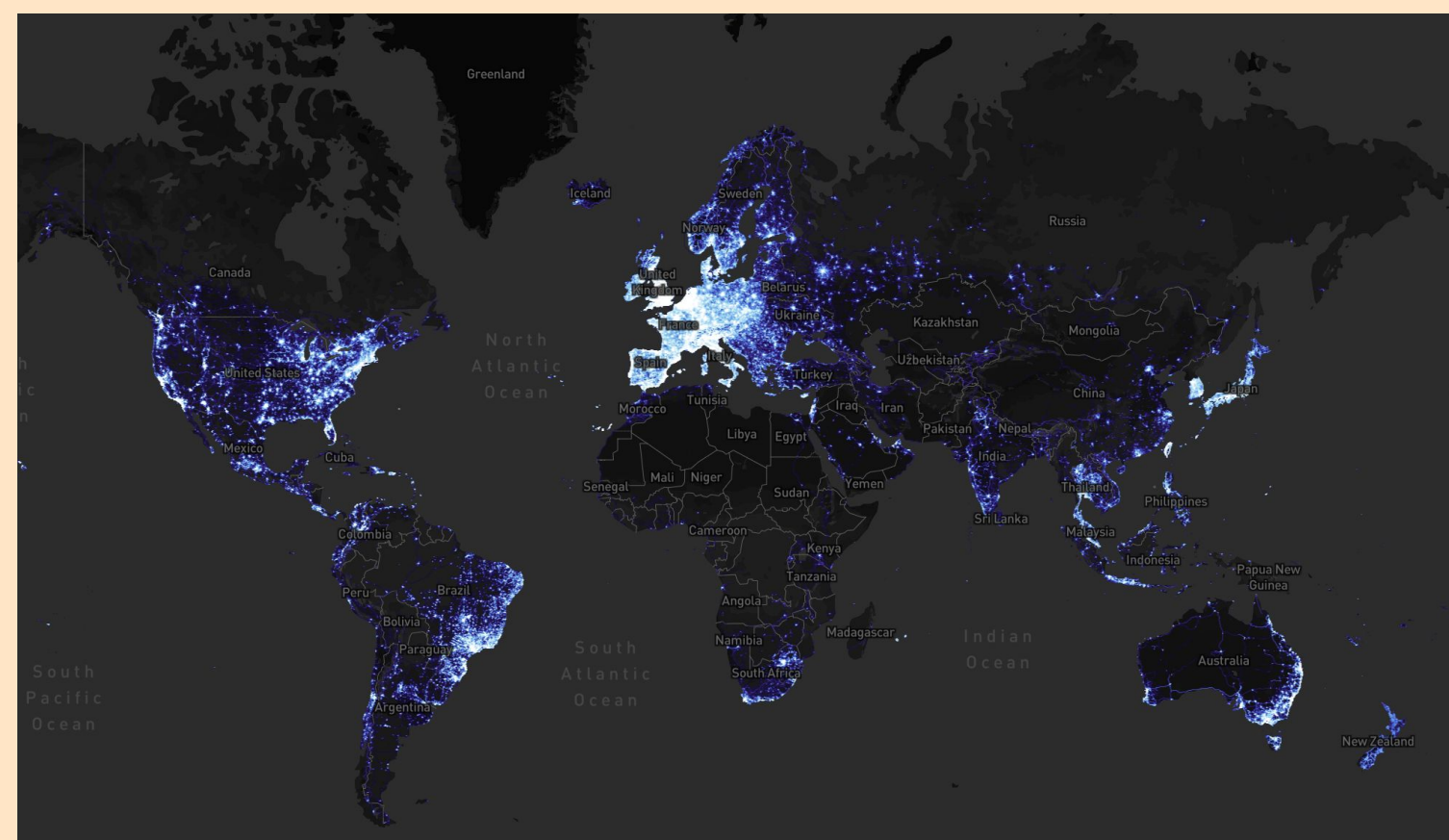


Abb. 1: Globale Heatmap (Source: Strava, 2018b, „Globale Heatmap“. Besucht am 23. Juni 2019. <https://www.strava.com/heatmap>)