



# Plattformökonomie

Unterschiede zwischen Plattformen und  
klassischen Geschäftsmodellen

[www.itwirtschaft.de](http://www.itwirtschaft.de)

Mittelstand-  
Digital 

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses  
des Deutschen Bundestages

---

# Inhalt

<b>1 Plattformökonomie – das unterscheidet Plattformen von klassischen Geschäftsmodellen</b>	<b>3</b>
1.1 Grundelemente einer digitalen Plattform	3
<b>2 Unterschiede von klassischen zu plattformbasierten Geschäftsmodellen</b>	<b>4</b>
2.1 Plattformökonomie im Laufe der Zeit	5
<b>3 Kontakt</b>	<b>6</b>



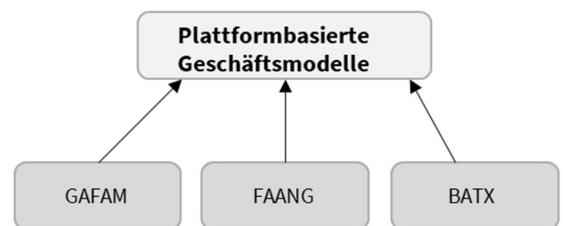
# 1 Plattformökonomie – das unterscheidet Plattformen von klassischen Geschäftsmodellen

Kennen Sie GAFAM, FAANG oder BATX?<sup>1</sup> Plattformen verändern Märkte, Marktmechanismen und Geschäftsmodelle.<sup>2</sup> Die weitreichenden Auswirkungen von Plattformen auf unsere Wirtschaft sind nicht neu. Das wissen wir spätestens seitdem die Tech-Giganten regelmäßig die Wirtschaftsnachrichten dominieren. Akronyme wie GAFAM, FAANG oder BATX stehen für die größten Tech-Firmen weltweit und haben eine Gemeinsamkeit. Sie setzen auf plattformbasierte Geschäftsmodelle.

**Doch wie funktionieren Plattformen?**

**Wie haben sie sich im Laufe der Zeit entwickelt?**

**Können erfolgreiche Plattformen auch in Europa entstehen oder gar auf regional Ebene funktionieren?**



Diese und weitere werden in dieser Blogreihe beantwortet. Kurz, prägnant, verständlich.

## 1.1 Grundelemente einer digitalen Plattform

**Was macht digitale Plattformen erfolgreich?**

*Auszüge aus dem Cybinar „Platforms are eating the world – still“ mit Nicolas Dürr am 12.20.2021 – eine Veranstaltung des CyberForum im Rahmen des Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum IT-Wirtschaft (KIW)*

Eine allgemeingültige Definition für Plattform zu finden ist schwierig bis unmöglich. Das verwundert kaum. Tauchen sie doch in fast allen Branchen, in unterschiedlichen Kulturkreisen und in allen Größen und Variationen auf. Am ehesten kommt noch folgende Definition einer allgemein gültigen Beschreibung nahe.

*“A platform is an open **architecture** with rules of **governance** to facilitate **interactions**.”*

Parker, Geoffrey, Marshall Van Alstyne and Sangeet Paul Choudary, Platform Revolution: How Networked Markets Are Transforming the Economy – and How to Make Them Work for You, W. W. Norton & Company, 2016

Unter **Architektur** ist vor allem der technische Aufbau zu verstehen.

- ▶ Die Offenheit der Plattform gegenüber weiteren Akteuren
- ▶ Die Hürden die mit der Nutzung verbunden sind
- ▶ Die Möglichkeiten für Teilnehmende, Werte zu schaffen
- ▶ Die Zugriffsmöglichkeiten der Teilnehmenden auf die Architektur

---

<sup>1</sup> GAFAM (Google, Amazon, Facebook (Meta Platforms), Apple und Microsoft)  
FAANG (Facebook (Meta Platforms), Amazon, Apple, Netflix und Google)  
BATX (Baidu, Alibaba, Tencent, and Xiaomi)

<sup>2</sup> Plattformbasierte und weitere Geschäftsmodelle von mittelständischen Unternehmen finden sich in interaktiven Videos auf [www.aufzumdigital.de](http://www.aufzumdigital.de)

Unter **Governance** sind die Regeln zu verstehen, die auf der Plattform gelten.

- ▶ Die Eintritts- und Austrittsregeln für die Plattform
- ▶ Die Sanktionierungen bei Nichteinhaltung von Vorschriften
- ▶ Die Inhalte, die auf der Plattform angeboten werden dürfen
- ▶ Die Akteure, die auf der Plattform Inhalte anbieten dürfen

Die **Interaktion** betrachtet vor allem die Aktion, auf die Plattform ausgerichtet ist.

- ▶ Die Dienstleistung, Produkt oder Information über die ein Wert geschaffen wird
- ▶ Zum Start einer Plattform wird im Idealfall ein Kernelement gewählt, später ist eine Erweiterung möglich

Alle drei beschriebenen Bestandteile einer Plattform sind elementar, ohne eine **Community** jedoch wertlos. Daher ist die Community das vierte Merkmal einer jeden Plattform. Als Betreiber einer Plattform lohnt sich die Definition von fünf bis sechs Rollen, die repräsentativ für die Nutzer:innen stehen. Diese Bestimmung von Persona ist äußerst wichtig<sup>3</sup>. Im Gegensatz zu herkömmlichen Geschäftsmodellen findet die eigentliche Wertschöpfung nämlich nicht innerhalb des Unternehmens statt, sondern außerhalb bei den Plattformnutzer:innen. Diese zu kennen ist daher als Plattformbetreiber elementar. Neben der Wertschöpfung gibt es noch weitere Unterschiede zwischen klassischen und plattformbasierten Geschäftsmodellen.



## 2 Unterschiede von klassischen zu plattformbasierten Geschäftsmodellen

*Open Innovation, Skaleneffekte und Ressourcen*

Geschäftsmodelltyp	Klassisches Geschäftsmodell	Plattformbasiertes Geschäftsmodell
<b>Ziel</b>	Produkte oder Dienstleistungen zu erstellen und zu vertreiben	Interaktion zwischen Dritten erleichtern
<b>Innovation</b>	Findet in Fachabteilung statt	Open Innovation innerhalb eines Ökosystems
<b>Ressourcen</b>	Intern, legen Limit der Wertschöpfung fest	Nutzung von externen Ressourcen
<b>Wettbewerbsfähigkeit</b>	Erfolgt durch Effizienzsteigerung oder Skaleneffekte, die sich auf der Angebotsseite einstellen	Erfolgt durch Netzwerkeffekte und Skaleneffekte, stellen sich auf der Nachfrageseite ein
<b>Offenheit</b>	Isolation und Patente sollen Knowhow und Kenntnisse schützen	Offenheit und Einbindung von Partnern soll Erfolg sichern
<b>Wertschöpfung</b>	Erfolgt linear entlang einer Wertschöpfungskette und findet innerhalb eines Unternehmens statt	Wettbewerbsfähigkeit wird durch Netzwerkeffekte erzielt und erleichtert dadurch die Skalierung

<sup>3</sup> Persona können bspw. mit Design Thinking entwickelt werden. Angebote hierzu bietet das Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum IT-Wirtschaft an.

### 2.1 Plattformökonomie im Laufe der Zeit

#### Ist eine Plattform mehr als ein Marktplatz?

*Auszüge aus der Präsentation „Platforms - more than digital marketplaces“ von Josephine Simon und Jakob Ilg beim digitalen French-German Partnering Event on AI in Industry 4.0 am 07. Oktober 2021*

Auch wenn Plattformen im Zuge der Digitalisierung einen enormen Bedeutungszuwachs erlangten, sind sie im Grunde seit jeher Bestandteil einer funktionierenden Wirtschaft. Sie waren und sind ein Mittler, ein Intermediär oder eine Schnittstelle, um Angebot und Nachfrage zusammenzubringen, zum Beispiel in Form von Märkten, Börsen oder Einkaufszentren. Plattformen ermöglichen wertschaffende Interaktionen zwischen mindestens zwei Akteuren, zumeist zwischen Anbieter:innen und Kund:innen. Digitale Plattformen lassen sich in drei bis vier unterschiedliche Evolutionsstufen einordnen.

- I. Digitale Marktplätze – Wegbereiter des klassischen e-Commerce
  - ▶ Der Plattformbetreibende hat keinen Einfluss auf die Interaktion der Teilnehmer:innen
  - ▶ Die Skaleneffekte und Kostenregressionen sind dabei die Basis des Geschäftsmodells
- II. Plattformökonomie und Share Economy – voller Fokus auf die Interaktion. Die Geburtsstunde des so genannten Prosumer<sup>4</sup>
  - ▶ Alle Nutzer:innen einer Plattform können Anbieter:in und Kund:in sein
  - ▶ Der Vorteil dieses Modells ist, dass alle Ressourcen geteilt werden können
- III. Ein zentrales Problem wird gelöst – mit dem Ökosystem mehrere Services anbieten und unterschiedlichste Angebote auf einer Plattform platzieren
  - ▶ Basis einer solchen Plattform sind standardisierte Schnittstellen mit unterschiedlichen Modulen zur Einbindung von externen Angeboten

---

<sup>4</sup> Vgl. <https://www.techtag.de/digitalisierung/digitale-plattformen-interview-mit-dr-holger-schmidt/>

## 3 Kontakt

Wenn Sie Fragen oder Anregungen haben, lassen Sie es uns wissen. Wir stehen Ihnen gerne zur Verfügung.

### **Jakob Ilg**

Kompetenzzentrum IT-Wirtschaft „Standort Süd“  
c/o CyberForum e.V.

[ilg@cyberforum.de](mailto:ilg@cyberforum.de)

Kompetenzzentrum IT-Wirtschaft

vertreten durch:

Bundesverband IT-Mittelstand e.V. (BITMi)  
Hauptstadtbüro Berlin:  
Haus der Bundespressekonferenz  
Schiffbauerdamm 40, 10117 Berlin  
T +49 30 22605 005

[www.itwirtschaft.de](http://www.itwirtschaft.de)

### **Was ist Mittelstand-Digital?**

Das Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum IT-Wirtschaft ist Teil der Förderinitiative Mittelstand-Digital. Mittelstand-Digital informiert kleine und mittlere Unternehmen über die Chancen und Herausforderungen der Digitalisierung. Regionale Kompetenzzentren helfen vor Ort dem kleinen Einzelhändler genauso wie dem größeren Produktionsbetrieb mit Expertenwissen, Demonstrationszentren, Netzwerken zum Erfahrungsaustausch und praktischen Beispielen. Das Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz ermöglicht die kostenfreie Nutzung aller Angebote von Mittelstand-Digital.

Weitere Informationen finden Sie unter:  
[www.mittelstand-digital.de](http://www.mittelstand-digital.de)

### **Impressum**

Konzeption und Text:

CyberForum e.V., Jakob Ilg

Bildnachweis: Unsplash.com

Stand: Januar 2022