



salzburg**research**



Johannes Innerbichler

Was Sie schon immer über  
Plattformen wissen wollten.

# Agenda



- Einleitung
- Impact
- Erfolgsfaktoren
- Plattform vs. Ökosystem





# Was ist eine Onlineplattform?

“Unter **Onlineplattformen** werden Unternehmen verstanden, die über das Internet Interaktionen zwischen zwei oder mehr Nutzergruppen ermöglichen, sodass für jeder dieser Gruppen ökonomische Vorteile entstehen.”

Der Aufstieg der Onlineplattformen - Vera Demary - Institut der deutschen Wirtschaft

- Mehrseitige Märkte
- Netzwerkeffekte
- Wechselkosten





# Entwicklung der Geschäftsmodelle im Internet

- Erste Phase - "Web 2.0" (1995 - 2010)
  - Ersetzen von ineffizienten Pipelines
  - Digitalisierung des Vertriebs
  - Starke Senkung der Vertriebskosten
- Zweite Phase - Plattformrevolution (seit 2005)
  - Ersetzen von Pipelines durch Plattformen
  - Digitalisierung der Produktion
  - Plattformen nutzen externe Ressourcen



# Unternehmensvergleich



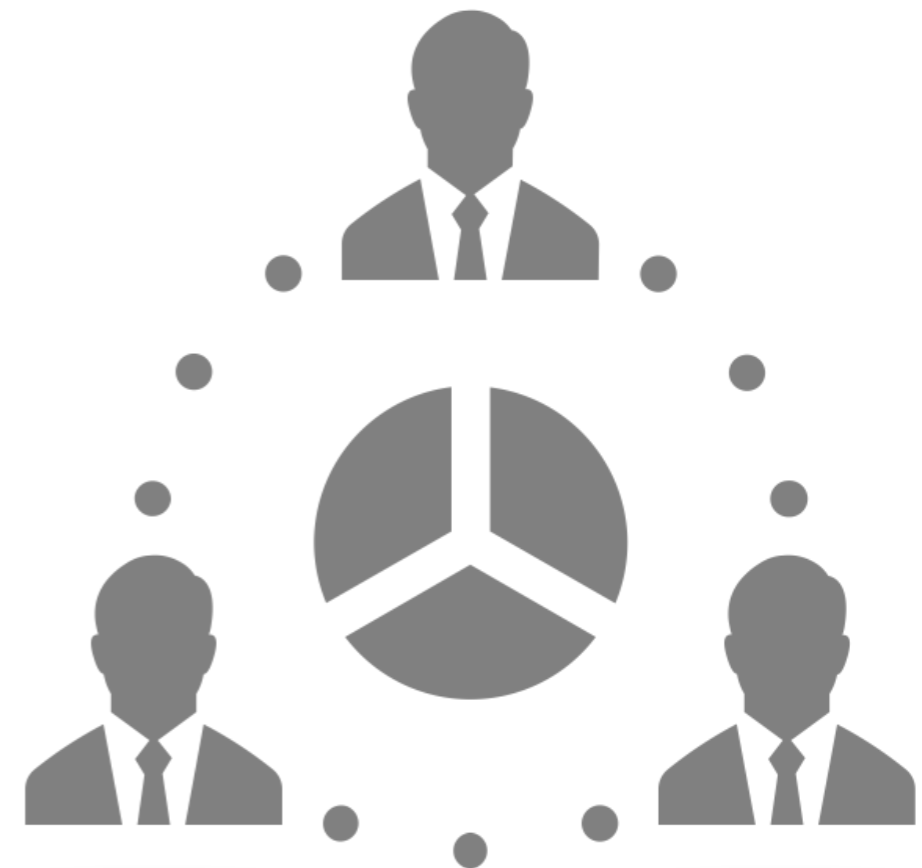
Unternehmen	Gründung	Bewertung	Mitarbeiter
BMW	1916	\$53 Mrd.	116.000
Uber	2009	\$60 Mrd.	5.000
Marriott	1927	\$17 Mrd.	200.000
AirBnB	2008	\$21 Mrd.	3.000
Walt Disney	1923	\$165 Mrd.	185.000
Facebook	2004	\$315 Mrd.	12.600
Kodak	1888	\$30 Mrd. (Bestwert)	145.000
Instagram	2010	\$1 Mrd. (Akquisition)	13

Teilw. aus Buch: Platform Revolution, Parker, Alstyre, Choudary



# Mehrseitige Märkte

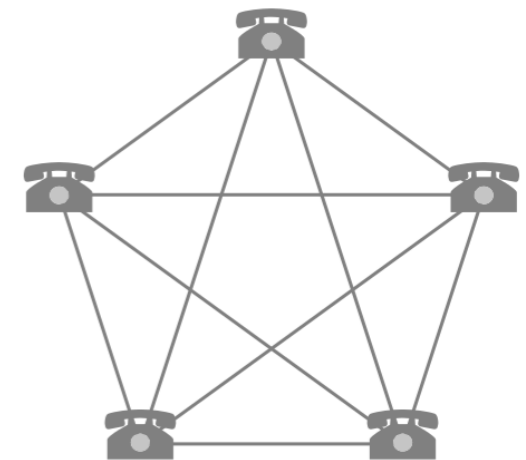
- Interaktion zwischen unterschiedlichen Marktgruppen
- Direkte und indirekte Netzwerkeffekte
- Beispiele:
  - Einkaufszentren (Lugner City)
  - Kreditkartensysteme (Visa)
  - Social Media (Facebook)





# Netzwerkeffekte

- Direkte (horizontale) Netzwerkeffekte
  - Mehrwert für Einzelne ist abhängig von der Größe der selben Marktseite
  - Beispiele: Facebook, Telekommunikation
- Indirekte (vertikale) Netzwerkeffekte
  - Mehrwert für Einzelne ist abhängig von der Größe einer komplementären Marktseite
  - Beispiele: Windows, Amazon



[https://en.wikipedia.org/wiki/Metcalfe%27s\\_law](https://en.wikipedia.org/wiki/Metcalfe%27s_law)

# Wechselkosten



- Kosten für Nutzer bei Plattformwechsel
- Hohe Wechselkosten senken Wettbewerbsdruck
- Multihoming
- Beispiele: Ebay, Kreditkartenanbieter

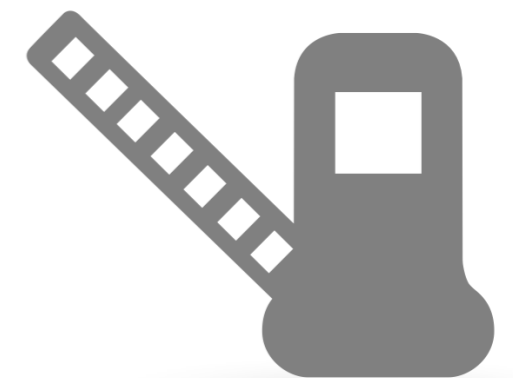
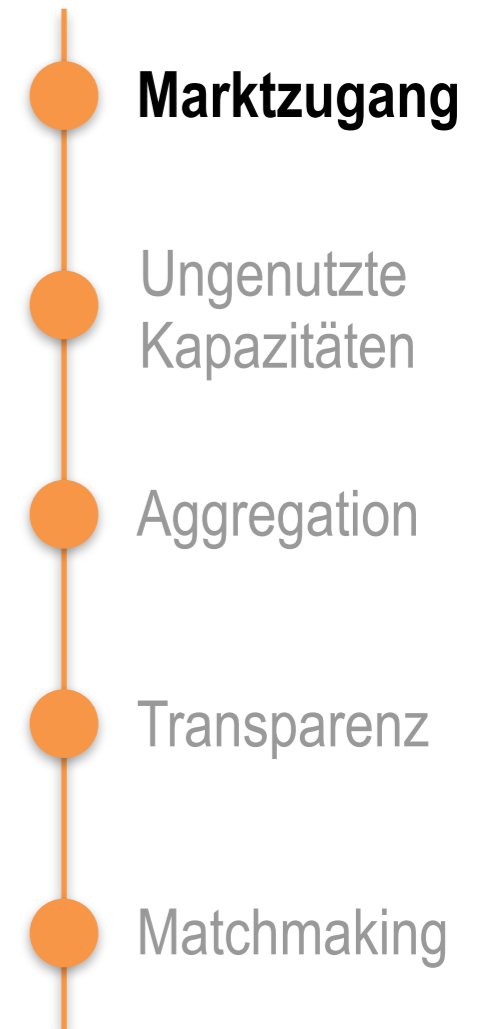






# Plattform Impact - Marktzugang

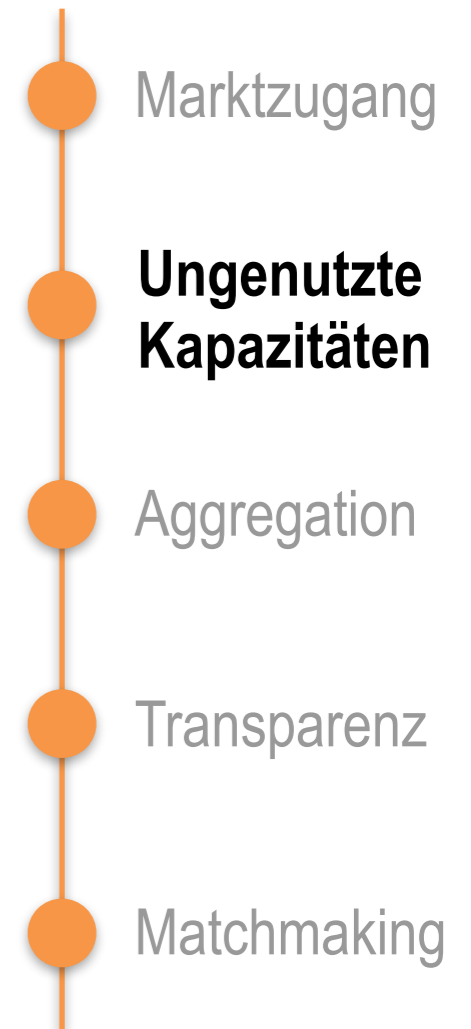
- Leichter und mehrseitiger Zugang zum Markt
- Schnell und skalierbar
- Reibungsloser Einstieg (“frictionless”)
- Beispiel: Amazon Kindle Publishing





# Plattform Impact - Ungenutzte Kapazitäten

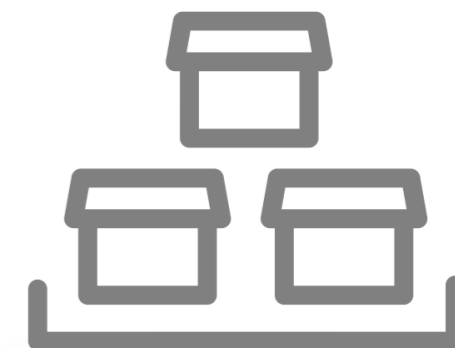
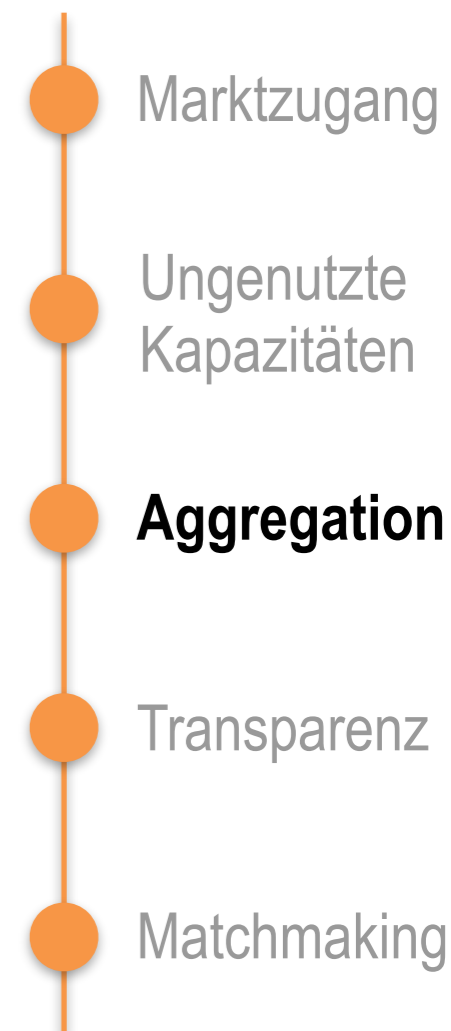
- Mühelose Bereitstellung von Produkten/Services
- "Gleicher" Zugang zum Markt
- Neue Produzenten und Konsumenten
- Beispiele: AirBnB, youtube



# Plattform Impact - Aggregation



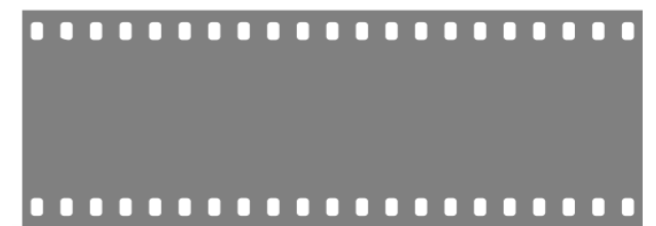
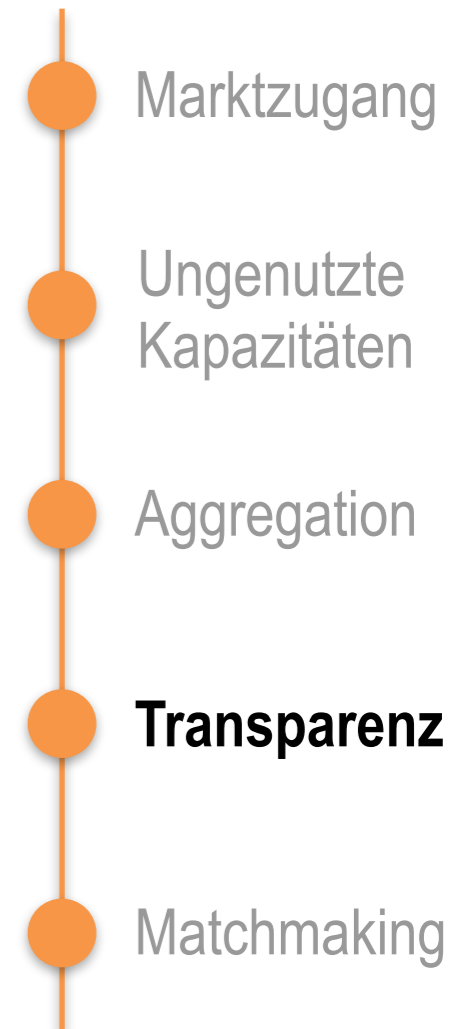
- Aggregation verschiedener Märkte
- Neuer Zugang zu aggregierten Märkten
- Beispiel: OpenTable





# Plattform Impact - Transparenz

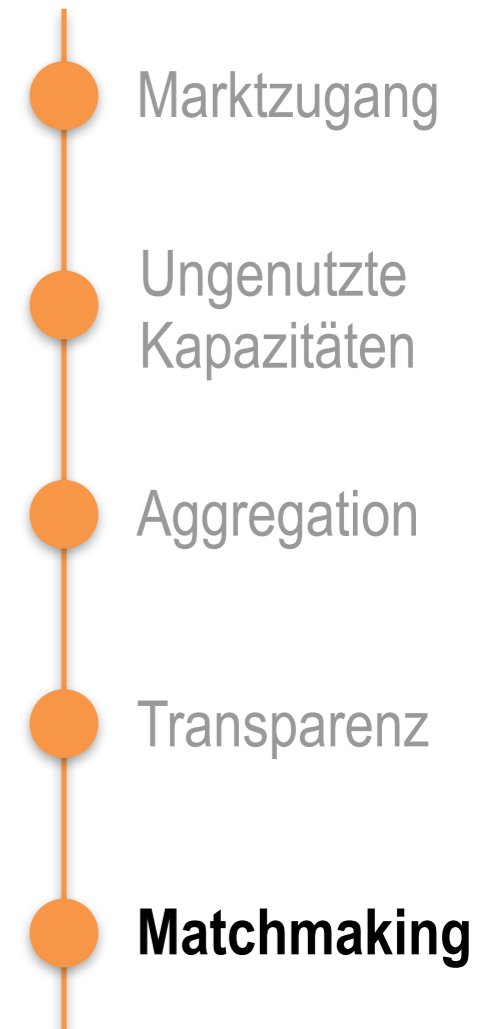
- Transparenz zwischen Teilnehmer
- Gegenseitiger Mehrwert
- Lerneffekt
- Beispiel: tripadvisor





# Plattform Impact - Intelligentes Matchmaking

- Optimierung der Verkaufskanäle
- Verbesserung der eigenen Produkte / Services
- Recommender Systems / Künstliche Intelligenz
- Beispiele: Facebook, Google



# Erfolgsfaktoren - Kreation



- Unterstützung der Produzenten
- Beidseitige Marktabdeckung
- Alle Marktseiten müssen simultan wachsen
- Beispiele: Uber, AirBnB





# Erfolgsfaktoren - Pflege

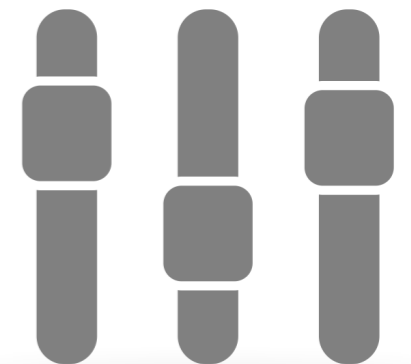
- Sicherstellung einer hohen Qualität
- Quantität vs. Qualität
- Zugriffskontrolle + Qualitätskontrolle
- Beispiele: Huffington Post, Wikipedia





# Erfolgsfaktoren - Kundenanpassung

- Leichter Zugang zu relevanten Informationen
- Hohe User Experience
- Hohe Wechselkosten f. Konsument
- Beispiele: Facebook, Pinterest







# Erfolgsfaktoren - Konsum

- Müheloser Konsum von Produkten / Services
- Feedback für Produzenten
- Hohe Wechselkosten f. Produzent
- Beispiele: Google Adwords, Uber



# Plattform vs. Ökosystem



- Offenheit
- Interoperabilität
- Manipulation
- Vertrauen
- Neutralität
- Falsche Probleme





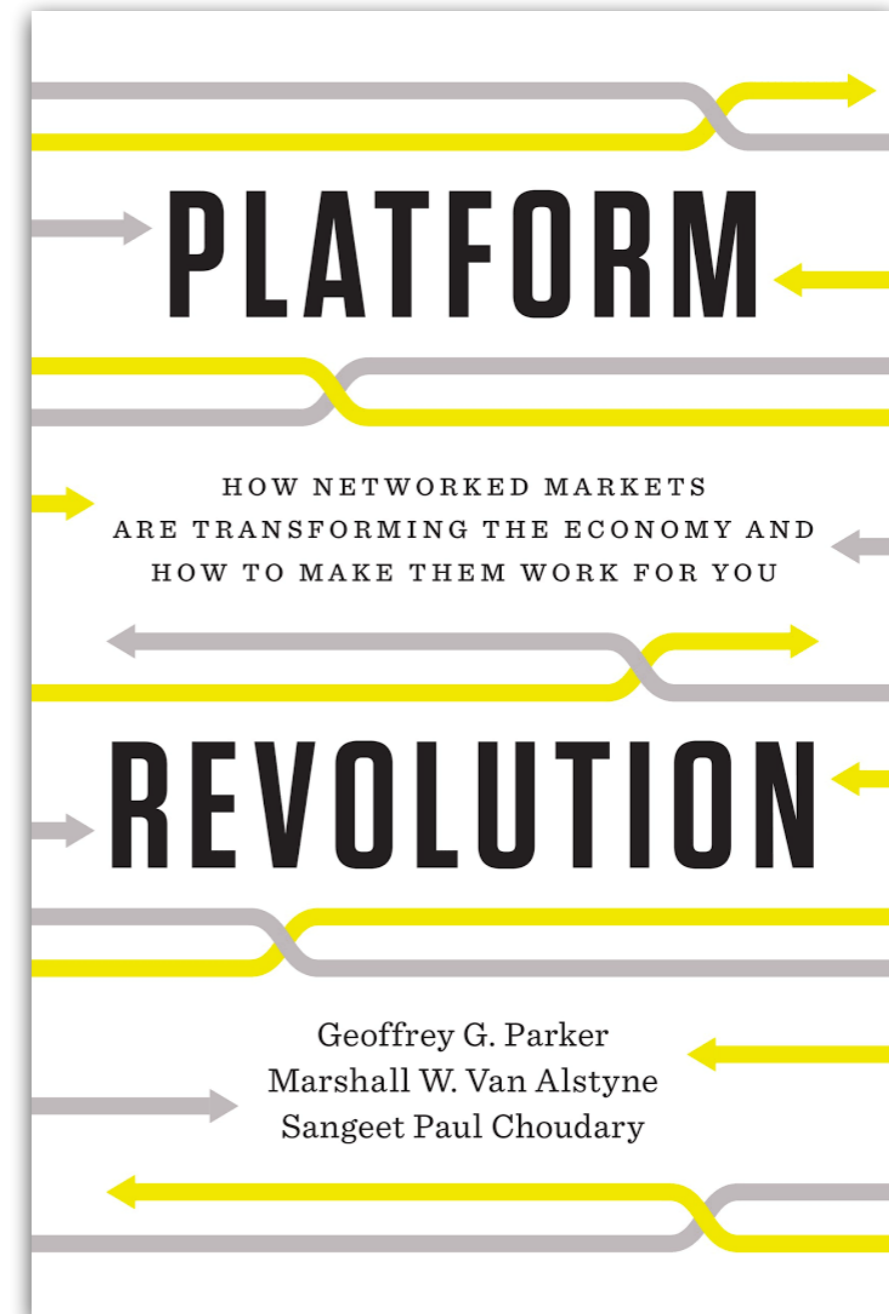
## Platform Revolution

Geoffrey G. Parker, Marshall W. Van  
Alstyne, Sangeet Paul Choudary

W. W. Norton & Company, 28 März 2016

Business & Economics

256 Seiten



# Plattform für föderiertes B2B-Netzwerk in Europa



- Business-Kollaborations-Plattform
- Europäisches KMU-Netzwerk
- Einladung zur Teilnahme ([nimble-office@salzburgresearch.at](mailto:nimble-office@salzburgresearch.at))
- H2020 Forschungsprojekt unter der Leitung von Salzburg

Research



<https://www.nimble-project.org/>



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

salzburgresearch

Johannes Innerbichler

IoT Researcher

Salzburg Research Forschungsgesellschaft mbH

Jakob Haringer Straße 5/3 | 5020 Salzburg, Austria

T +43.662.2288-0 | F -222

[johannes.innerbichler@salzburgresearch.at](mailto:johannes.innerbichler@salzburgresearch.at)



# Lizenzen

- Grafiken sind vorwiegend von Noun Project und folgenden Designern:
  - Gregor Cresnarm
  - Symbols
  - Diego Jovanholi
  - Anbileru Adaleru
  - Mint Shirt
  - Bhodan Burmmich
  - Dev Patel
  - Bin Hur Gad Khoon Lay