

Einführung in das Schwerpunktthema

# Plattformökonomie

Von Dominika Wruk, Clara Wolff, Jonas Pentzien und Santje Kludas

**D**er Gebrauch von digitalen Plattformen ist in den letzten Jahren mehr und mehr zu einem essenziellen Bestandteil des Alltags vieler Menschen geworden. Unser Essen lassen wir uns via App nach Hause liefern, anstelle einer herkömmlichen Ferienwohnung mieten wir uns ein Apartment über Airbnb und all diese Erlebnisse teilen wir anschließend über soziale Medien wie Facebook oder Twitter mit unseren Freund/innen. Auch der individuelle und öffentliche Nahverkehr wird zunehmend durch neue Mobilitätsangebote wie Car- und Bikeshaaring ergänzt. Wiederum andere Plattformen sind im Bereich des Crowdworking aktiv und vermitteln am PC durchführbare Arbeitsaufträge an über die ganze Welt verteilte Clickworker/innen.

## Digitale Plattformen auf der Überholspur

Die zunehmende Bedeutung solcher digitalen Plattformen schlägt sich auch in Zahlen nieder: So wird aktuell die Liste der in den USA registrierten Konzerne mit dem höchsten Marktwert von drei in der digitalen Plattformökonomie aktiven Unternehmen angeführt: Apple, dem Google-Mutterkonzern Alphabet und Amazon. Auch Facebook befindet sich unter den Top Ten (Fortune 2018).

Was bedingt diesen eindrucksvollen Erfolg digitaler Plattformen? Um diese Frage zu beantworten, lohnt es sich, einen genaueren Blick auf deren Funktionsweise zu werfen. In der aktuellen Literatur nähern sich viele Autor/innen dem Phänomen über den Begriff der „digitalen Infrastruktur“ an, die es

unterschiedlichen Gruppen ermöglichen, zu interagieren (Srnicsek 2018; Kenney & Zysman 2016). In dieser Rolle als Intermediäre können Plattformen somit die in der Koordination von Interaktionen anfallenden Transaktionskosten maßgeblich senken.

Das Prinzip der Plattform als solches ist kein neues Phänomen. Auch der klassische Wochenmarkt vermittelt den Verkauf von Gütern zwischen Anbietenden und Nachfragenden, senkt dabei Transaktionskosten und kann somit als Plattform bezeichnet werden. Mithilfe digitaler Infrastrukturen kann diese Koordination jedoch auch in Bereichen effizient umgesetzt werden, in denen dies zuvor nicht oder nur schwer möglich war. Somit können Plattformen im Zuge der Digitalisierung in immer mehr Lebensbereiche Einzug erhalten – man denke beispielsweise an die durch Apps und Algorithmen gesteuerten Fahrer/innen von Plattformen wie Uber.

Viele der aktuell erfolgreichen digitalen Plattformen ermöglichen Interaktionen, die auf einer gemeinsamen Nutzung von Gütern oder Arbeitskräften basieren. Diese häufig auch als „Sharing Economy“ bezeichneten Geschäftsmodelle besitzen das Potenzial, den Alltag ökologischer zu gestalten – jedenfalls in der Theorie. Die durch das Teilen intensivierete Nutzung ohnehin schon existierender materieller Güter wie Wohnungen, Autos oder Werkzeuge ermöglichen es, Ressourcen zu sparen. Damit rückten digitale Plattformen in den letzten Jahren mehr und mehr in das Interesse der Nachhaltigkeitsforschung.

Gleichzeitig werden die derzeitigen Ausgestaltungsformen dieser neuen digitalen Vermittlungsplattformen kritisiert. Die Kritik bezieht sich dabei vorwiegend darauf, dass in der Plattformökonomie prekäre Arbeitsbedingungen für Anbieter/innen von Leistungen und Arbeitskraft geschaffen werden. Zugleich wird eine mögliche Ausnutzung rechtlicher Grauzonen durch Plattformorganisationen sowie die häufig unzureichend sichergestellte Privatsphäre ihrer Nutzer/innen beanstandet. Als Ursache dieser Problemfelder wird häufig die zentrale Position, die einzelne Plattformen in Marktsegmenten einnehmen können, identifiziert. Diese monopolartige Stellung verleiht Plattformen sowohl ökonomisch als auch politisch große Verhandlungsmacht.

Ein Faktor, der solche Monopolisierungstendenzen begünstigt, sind Netzwerkeffekte. Als Netzwerkeffekt lassen sich jene Mechanismen bezeichnen, die bewirken, dass eine höhere Mitgliederzahl einer Plattform zu einer Nutzensteigerung aller an der Plattform beteiligten Personen führt. So finden Menschen beispielsweise ein soziales Netzwerk wie Facebook umso attraktiver, je mehr ihrer Freund/innen dort anzutreffen sind. Auch auf Plattformen, die Güter oder Dienstleistungen vermitteln, existieren ähnliche Dynamiken. So steigt die Wahrscheinlichkeit, ein geeignetes Fahrzeug auf einer Peer-to-Peer Car-sharing-Plattform zu finden, je mehr Mitglieder Fahrzeuge bereitstellen. Diese Netzwerkeffekte führen zu einem sich selbst verstärkenden Wachstumsprozess einzelner Plattformen, sobald diese einen gewissen Schwellenwert an Mitgliedern erreicht haben und erschweren potenziellen Konkurrent/innen den Eintritt in den Markt (Arthur 1996).

## Chancen und Risiken im Fokus

Aktuell wird intensiv diskutiert, ob und wie mögliche negative Auswirkungen solcher Monopolisierungstendenzen reduziert oder vermieden werden können. In diesen Debatten kristallisieren sich alternative Organisationsformen und Technologien heraus. So werden genossenschaftlich organisierte Plattformen gegründet oder Daten mittels der Blockchain-Technologie verteilt und verschlüsselt gespeichert. Befürworter/innen dieser Entwicklungen, die unter dem Schlagwort „Dezentralisierung“ zusammengefasst werden können, erhoffen sich davon eine demokratischer organisierte Plattformökonomie und damit die Möglichkeit, die Nachhaltigkeitspotenziale von „Sharing“-Modellen tatsächlich zu heben. Der vorliegende Schwerpunkt bietet eine Übersicht über die aktuellen Diskussionen zu Chancen und Risiken rund um die Plattformökonomie.

Dabei greift **Scholz** den traditionellen Genossenschaftsgedanken auf und skizziert unter dem Konzept des Plattform-Kooperativismus eine mögliche Alternative zu aktuell dominanten digitalen Plattformen. Neben einer allgemeinen Einführung in das Konzept stellt Scholz mit dem *Platform Cooperativism Development Kit* (PCDK) eine konkrete Maßnahme vor, auf Basis derer diese alternativen Organisationsansätze in der Plattformökonomie weiter gefördert werden könnten.

**Kagel**, **Sauerhammer**, **Dönnebrink** und **Pentzien** beleuchten die kooperative Plattformökonomie aus der Perspektive Sozialer Bewegungen und fragen danach, welche politischen und gesellschaftlichen Veränderungen vonnöten wären, um eine breite Verankerung des Plattform-Kooperativismus ermöglichen zu können. In ihrem Artikel kommen sie zu dem Schluss, dass eine nachhaltigere Ausgestaltung der Plattformökonomie nur durch eine enge Zusammenarbeit zwischen politischen und zivilgesellschaftlichen Akteuren verwirklicht werden kann.

**Wallis** und **Altenried** stellen in ihrem Beitrag plattformbasierte Arbeitsformen in einen historischen Bezug zu vor- und

frühkapitalistischen Formen der Heimarbeit. Dabei beobachten sie, dass Heimarbeit sowohl in ihrer modernen digitalen als auch in ihrer historischen Form bestimmte Personengruppen betrifft, deren Gemeinsamkeit in einer Gebundenheit an ihr Zuhause besteht. Diese Gebundenheit kann bis heute nicht losgelöst von Fragen nach Gender betrachtet werden.

**Weis** wirft in seinem Artikel einen Blick auf die Potenziale und Kritikpunkte der Blockchain-Technologie unter den Gesichtspunkten von Nachhaltigkeit und Privatsphäre. In seinen Ausführungen zeigt er auf, welche Möglichkeiten aktuelle kryptografische Forschung und die Nutzung erneuerbarer Energien dabei bieten. Er fordert einen stärkeren, fächerübergreifenden Dialog über Techniken zur Unterstützung digitaler Souveränität.

## Literatur

- Arthur, W. B. (1996): Increasing Returns and the New World of Business. In: Harvard Business Review, (July/August). Im Internet unter <https://hbr.org/1996/07/increasing-returns-and-the-new-world-of-business>.
- Kenney, M./Zysman, J. (2016): The Rise of the Platform Economy. In: Issues in Science and Technology, 32/3.
- Fortune (2018): Fortune 500. Im Internet unter: <http://fortune.com/fortune500/list/filtered?sortBy=mkval>
- Srnicek, N. (2018): Plattform-Kapitalismus. Hamburg: Hamburger Edition.

## AUTOR/INNEN + KONTAKT

**Dr. Dominika Wruk** arbeitet am Institut für Mittelstandsforschung (ifm) an der Universität Mannheim und leitet die vom BMBF geförderte Nachwuchsgruppe *platforms2share*.



Institut für Mittelstandsforschung Lehrstuhl für Mittelstandsforschung und Entrepreneurship Universität Mannheim, L 9,1–2, 68161 Mannheim. Tel.: +49 621 181-2887; E-Mail: [wruk@ifm.uni-mannheim.de](mailto:wruk@ifm.uni-mannheim.de)



**Clara Wolff** und **Jonas Pentzien** promovieren im Rahmen der gleichen Nachwuchsgruppe und arbeiten gemeinsam mit **Santje Kludas** am Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) in Berlin.



Institut für ökologische Wirtschaftsforschung GmbH, gemeinnützig, Potsdamer Str. 105, 10785 Berlin. Tel.: +49 30 884594-0; E-Mail: [mailbox@ioew.de](mailto:mailbox@ioew.de)

