



konzepthaus
DIGITAL DELIGHT

E-BOOK PLATTFORMÖKONOMIE

5 ERFOLGSFAKTOREN FÜR DIGITALE PLATTFORMEN

DIE WICHTIGSTEN SCHRITTE AUF DEM WEG ZUM ERFOLGREICHEN
PLATTFORMGESCHÄFTSMODELL

INHALTSVERZEICHNIS

Intro	2
Erfolgsfaktor 1: Ideenfindung	5
Erfolgsfaktor 2: Geschäftsmodell	7
Erfolgsfaktor 3: Monetarisierung	8
Erfolgsfaktor 4: Skalierbarkeit	10
Erfolgsfaktor 5: Management	11
Fazit	13

INTRO

Von Alibaba bis Amazon: Digitale Plattformen entfalten in allen Branchen enormes Potenzial. Bereits heute generieren sie ein Zehntel des globalen BIPs. Trotz aller Innovationskraft scheitern über 80 Prozent der Plattformen. Unser Leitfaden zeigt Ihnen die 5 wichtigsten Schritte auf dem Weg zur erfolgreichen Plattformökonomie – vom richtigen Setup über die Monetarisierung bis zur Skalierung.

DEFINITION PLATTFORMÖKONOMIE

Plattformökonomie ist eine innovative Art des Wirtschaftens, bei der digitale Plattformen Menschen mit gemeinsamen Interessen oder Bedürfnissen über eine zentrale Infrastruktur verbinden und Mehrwert schaffen durch den Netzwerkeffekt. Doch was bedeutet das genau?

Entscheidend für das Wachstum und die Skalierbarkeit der Plattformen sind dynamische Ökosysteme, in denen alle Beteiligten einen wechselseitigen Nutzen erzielen: die Verbraucher, die Plattformanbieter bzw. -betreiber und deren Partner. Durch neue Features, Angebote und Partner werden immer mehr Nutzer angelockt – das wiederum macht die Plattform für weitere Partner attraktiv und verstärkt den Schneeballeffekt. Im Gegensatz zu traditionellen Modellen bringen Plattformen wie AutoScout24 Anbieter und Kunden zusammen, ohne selbst Produkte anzubieten.

VERSCHIEDENE PLATTFORMTYPEN

In der Plattformökonomie lassen sich grob drei Geschäftsmodelle unterscheiden:

- Transaktionale Plattformen: konzentrieren sich auf den Handel von Produkten, Services oder Inhalten (virtuelle Marktplätze wie Etsy, Amazon)
- Innovationsplattformen: fördern den Ideenaustausch und die gemeinsame Arbeit von Nutzern an Produkten oder Projekten (z.B. Microsoft, Salesforce)
- Integrative Plattformen: bündeln Dienste und Anwendungen; sie vereinen das Beste aus Transaktions- & Innovationsplattformen (App-Stores, Google Play)

VORTEILE FÜR NUTZER

- Konsistente Customer Experience
- Kundenservice in Echtzeit rund um die Uhr
- Leistungsgarantie mit voller Rückerstattung

VORTEILE FÜR PLATTFORMBETREIBER

- Breiteres Angebot
- Gewinnung neuer Kunden
- Sicherung der Zukunftsfähigkeit

70%

70% der weltweit größten Unternehmen basieren auf Plattformgeschäftsmustern

500+

Aktuell operieren bereits über 500 digitale Plattformen allein in der Europäischen Union

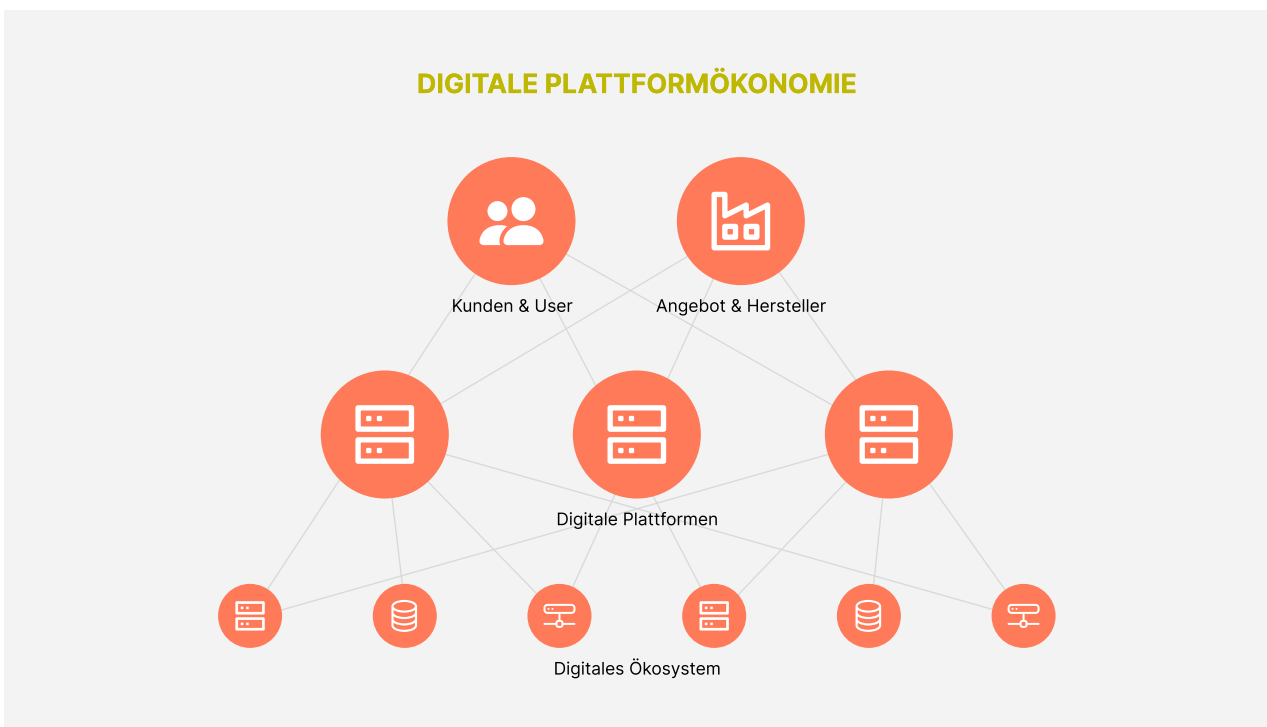
10%

Digitale Plattformen generieren schon heute 10% der weltweiten Wirtschaftsleistung

ÜBERSICHT ZUR PLATTFORMÖKONOMIE

DIE AKTEURE UND DAS DIGITALE ÖKOSYSTEM*)

Eine Plattform bietet die Infrastruktur und Regeln für einen Marktplatz, auf dem Hersteller und Verbraucher zusammenkommen. Die Akteure im Ökosystem übernehmen vier Hauptrollen, können jedoch schnell von einer Rolle zu anderen wechseln. Das Verständnis der Beziehungen innerhalb und außerhalb des Ökosystems ist für die Plattformstrategie von zentraler Bedeutung.



* Quelle: "Booklet Platform Economy", PERGENZ

**DIE PLATFORM ECONOMY
ÄNDERT ALLES.
DIE ALTEN REZEPTE
FUNKTIONIEREN NICHT MEHR^{*)}**

ERFOLGSFAKTOR 1: IDEENFINDUNG

LOTEN SIE IHRE MÖGLICHKEITEN AUS UND FINDEN SIE NISCHEN

Die Suche nach einer durchschlagenden Plattformidee ist heiß umkämpft und voller Risiken. Die Idee muss sitzen – ebenso müssen Wille, Mittel und Expertise vorhanden sein, um stark und global zu wachsen. Bei der Ideenfindung konzentrieren sich viele Unternehmen immer noch zu sehr auf die Großen der Branche als Inspiration. Dabei lohnt ein Blick in die Welt der Nischen, speziell im Consumer- und B2B-Markt.

VORGEHEN

Fundierte Analysen aktueller Markttrends und die Identifizierung mehrerer Kunden- und Anbietersegmente helfen Ihnen dabei, potenzielle Nischenmärkte zu identifizieren. Ziel ist, ein vielversprechendes Nischensegment zu finden, in dem Ihre Plattform erfolgreich Anbieter und Kunden bedienen und durch attraktive Partner Mehrwert schaffen kann. Speziell die Nischenmärkte im Consumer- und B2B-Bereich bergen viele interessante Möglichkeiten. Auch Ihre eigenen Ressourcen, also passende Mitarbeiter, sind wichtig.

BEISPIELE AUS DER PRAXIS

Unternehmen wie LANXESS, Klöckner & Co. und Schüttflix haben erfolgreich B2B-Marktplätze in ihren Branchen etabliert: Hier werden Chemieprodukte (CheMondis), Stahl und Werkstoffe oder Schüttgüter (Schüttflix) angeboten. Bosch arbeitet an ctrlX, einem Betriebssystem und App-Store für die Fabrik 4.0.

WELCHE MÖGLICHKEITEN HABEN WIR, WAS BRAUCHEN WIR?

Fragen zur Ideenfindung:

- Welche Nischenmärkte/-segmente können bedient werden?
- Welches Nischensegment zeigt das größte Potenzial?
- Welche Kunden-/Nutzersegmente profitieren von einer Nischenstrategie?

Evaluierung der Hauptressourcen:

- Welches Humankapital wird benötigt (z.B. neue Mitarbeiter/Partnerschaften)?
- Welches Mindset sollten Mitarbeitende mitbringen (z.B. Startup-Mentalität)?
- Welche technischen Ressourcen (z. B. Hardware/Server) werden benötigt?

**JEDER NEUE NUTZER BRINGT
EINEN ÜBERPROPORTIONALEN
WERT IN DIE PLATTFORM EIN^{*)}**

ERFOLGSFAKTOR 2: GESCHÄFTSMODELL (DESIGN)

LEGEN SIE DIE BASIS FÜR EINE WERTSCHÖPFENDE PLATTFORMSTRATEGIE

Im Plattformbusiness geht nichts ohne ein kundenzentriertes Geschäftsmodell. Wichtig ist, dass Sie die Bedürfnisse der Kunden verstehen, Mehrwert und Potenziale Ihrer Plattform im Markt analysieren. Ebenso gilt: Ohne Ökosystem keine Plattform. Identifizieren Sie also früh potenzielle Kooperationspartner. Basierend auf Ihren Analysen legen Sie dann die Ziele und Wertschöpfung der Plattform fest.

WERTSCHÖPFUNG JE NACH PLATTFORMTYP

Die Art der Wertschöpfung variiert je nach Plattfortmtyp und erfordert unterschiedliche Prinzipien und Entscheidungen

- Transaktionsplattformen bzw. Marktplätze fokussieren die Wertschöpfungstiefe, z.B. den Zahlungsverkehr (AirBnB) oder die Selbstregulierung (AutoScout24)
- Bei Innovationsplattformen geht es darum, wie offen sie sind für externe Entwickler (z.B. Linux, Apple) sowie Grad der Mitgestaltung und Eigenständigkeit
- Integrative Plattformen (z.B. Google Pay, Apple App Store) stellen den Mehrwert durch zentrales Bündeln verschiedener Dienste und Anwendungen in den Fokus

VORGEHEN

Achten Sie besonders auf ansprechendes Design, eine tolle User Experience (UX) und Usability. Intuitive, sichere Prozesse, nutzerfreundliche Features, schneller Service und Personalisierung sind ebenso wichtig. Das Ziel ist klar: Netzwerkeffekte optimieren, um möglichst viele Nutzer anzuziehen und durch hohe Wechselkosten an sich zu binden.

TIPPS UND FRAGEN ZU NUTZEN UND WERTSCHÖPFUNG

Stellen Sie sich folgende Fragen zum Nutzen und Setup Ihrer Plattform:

- Was ist das einzigartige Wertversprechen der Plattform (UVP)?
- Welche speziellen Schmerzen/Zugewinne der Anbieter/Nutzer adressieren Sie?
 - Welche Funktionen müssen min. enthalten sein (MVP)?
 - Ist Usability (UX/UI) gewährleistet?
 - Gibt es Bedarf/Potenzial für Personalisierung?
- Wie liefern wir Mehrwert an die Partner/Nutzer?
- Wie wird ausreichender Kundenservice sichergestellt?
- Wie orchestrieren wir die Interaktionen auf der Plattform?
- Wie kann die Marketing /Verkaufsstrategie angepasst werden?

Wichtige Aspekte bei der Entwicklung der Plattformstrategie:

- Wann/wie erfolgt der Markteintritt (z. B. Nische, First Mover, Fast Follower)
- Welche Plattformführung stützt unsere Strategie am besten?
- Wie erzielen wir Netzwerkeffekte (z. B. direkt, indirekt, Lock-in)?
- Wie umgehen mit Wechselkosten (leichter Einstieg, schwieriger Ausstieg)?
- Wie wichtig sind Mitgestaltung und Offenheit (z.B. gegenüber Entwicklern)?

ERFOLGSFAKTOR 3: MONETARISIERUNG

STELLEN SIE EINE SOLIDE ERTRAGSMECHANIK SICHER

Money makes the world go round. Wie alle Unternehmen brauchen auch Onlineplattformen klare Erlös- und Umsatzstrategien. Die Verdienstmöglichkeiten sind vielfältig und können aus direkten Quellen (wie Abogebühren) oder indirekten Quellen (wie Anzeigeneinnahmen) stammen. Behalten Sie dabei Ihre Kostenstruktur im Blick, um eine nachhaltige finanzielle Basis zu schaffen.

VORGEHEN

Es gibt mehrere Möglichkeiten der Monetarisierung, wie Transaktionsgebühren, Zugangsgebühren zu Plattformleistungen und erweiterten Angeboten sowie Gebühren für zusätzliche Services. Am besten testen Sie diverse Preismodelle pro Nutzergruppe, wie Pay-as-you-go oder Freemium.

Berücksichtigen Sie alle Kosten, inklusive fixer und variabler Kosten. Einige wichtige Kostenquellen (z.B. Cloud-Hosting bei Skalierung) werden oft übersehen, was den geschätzten ROI gefährdet.

BEISPIELE AUS DER PRAXIS

- Anzeigen, Werbung (Google/ Facebook)
- Gesponserte Produkte (Amazon)
- Nutzungsgebühren (Netflix, Spotify)
- Vermittlungsprovisionen (Marktplätze, Lieferdienste)
- Freemium-Modelle (YouTube, Tinder)

THEMENKOMPLEX MONETARISIERUNG UND KOSTENSTRUKTUR

Monetarisierung/Einnahmeströme:
Stellen Sie sich folgende Fragen:

- Welche Preisstrategien sind sinnvoll (z. B. Freemium, Quersubventionierung, Pay-as-you-go, Surge Pricing, Provisionen, Transaktionsgebühren)?
- Testen Sie: Welches Pricingmodell eignet sich für welche Nutzergruppe/n?
- Fahren Sie Marktanalysen: Wie machen es die Großen der Branche?

Kostenstruktur
Transparenz ist entscheidend,
wie sorgen Sie dafür?

- Berücksichtigen Sie fixe und variable Kosten (z. B. Gehälter, Personal, Hardware, Server, Miete, Möbel, Internet, Betriebskosten, Wartung usw.)
- Gibt es Kostensenkungspotenziale (z.B. durch Synergien im Partnernetzwerk)?

EINE AKTIVE COMMUNITY IST DAS HERZSTÜCK VON PLATTFORMUNTERNEHMEN^{*)}

ERFOLGSFAKTOR 4: SKALIERBARKEIT

SKALIEREN SIE MIT SYSTEM

Digitale Plattformen müssen großflächig skalieren, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Viele scheitern jedoch an der Herausforderung, genügend Nutzer anzuziehen. Das bekannte Henne-Ei-Problem: Zu Beginn fehlt es an Nutzen, da weder Produzenten noch Konsumenten vorhanden sind. Hier bieten sich mehrere Lösungsansätze an.

VORGEHEN

Für die Skalierung einer Plattform bieten sich vor allem folgende Lösungsansätze an:

- Begrenzter Start: Beginnen Sie in einem eng umrissenen Teilmarkt, um schnell eine kritische Masse zu erreichen; danach schrittweise Expansion
- Strategische Öffnung: Starten Sie möglichst ohne Hersteller/Partner und bieten Sie Konsumenten alleinstehenden Wert. Erst nach ausreichender Nutzerzahl öffnen Sie sich für Partner, schaffen aber vorher Anreize für sie (z.B. Provisionen).
- Gezielte Nutzung vorhandener Ressourcen / Netzwerke in Ihrem Umfeld

BEISPIELE AUS DER PRAXIS

- Facebook: Konzentration auf Harvard-Studenten, dann sukzessive auf andere US-Universitäten und später auf andere Länder ausgeweitet (begrenzter Start)
- Apple: iPhone-Plattform öffnete sich ein Jahr nach Markteinführung mit dem App Store für Drittunternehmen (strategische Öffnung)
- PayPal: Erst erfolgreich nach Integration in eBay und Nutzung dessen Netzwerks

STELLEN SIE SICH FOLGENDE FRAGEN ZUR SKALIERUNG IHRER PLATTFORM:

- Welche bekannten Strategien könnten Sie nutzen für Netzwerkeffekte?
- Sammeln Sie Kundenfeedback und nutzen es zur Weiterentwicklung?
- Welche Innovationen planen Sie für die Customer Journey?
- Wie könnten Sie Ihr Serviceangebot generell erweitern?
- Identifizieren und bewerten Sie potenzielle Wettbewerber und Bedrohungen?
- Welche Maßnahmen ergreifen Sie, um das Nutzervertrauen zu stärken?
- Welche Erfahrungen gibt es mit der Einführung neuer Funktionen?
- Wie integrieren Sie potenzielle Aufkäufe in Ihre Wachstumsstrategie?

ERFOLGSFAKTOR 5: MANAGEMENT

FÜHREN SIE SOUVERÄN, BLEIBEN SIE OFFEN UND AGIL

Ihr volles Potenzial entfalten digitale Plattformen erst durch ihre Wandlungsfähigkeit und das kontinuierliche Erschließen neuer Wertschöpfungsbereiche. Sie müssen beständig Innovationen vorantreiben, ihre Wettbewerbsposition und das Vertrauen der Nutzer stärken. Langfristiges Management, gepaart mit Agilität, Offenheit und dynamischen Netzwerken, sind dabei Schlüsselfaktoren für den Erfolg. Dann entstehen tragfähige digitale Ökosysteme für die Zukunft.

VORGEHEN

- Treiben Sie stetig Innovationen voran – z.B. durch neue Elemente in der Customer Journey oder Testen neuer Produkte mit ausgewählten Kunden
- Stärken Sie Ihre Wettbewerbsposition & fördern Sie Netzwerkeffekte – z.B. durch neue Partner, Aufkäufe, Nachahmung von Funktionen benachbarter Plattformen
- Erhöhen Sie das Vertrauen in Ihre Plattform – z.B. durch mehr IT-/Datensicherheit
- Sichern Sie die Integrationsfähigkeit neuer Technologien – z. B. Blockchain

BEISPIELE AUS DER PRAXIS

- Otto: Nutzt agile Datenprojekte für regelmäßige Datensammlungen/Algorithmen
- PayPal: Bezahlmethode heute nahezu unverzichtbar; wird von Kunden erwartet
- Allianz: Öffnung des Allianz Business Systems als Open-Source-Version für Versicherungsdienste, um einen App-Store für Versicherungen zu schaffen
- Mitfahr-App ArcadeCity: basiert auf Blockchain; gilt als potenzieller Uber-Killer

FRAGEN RUND UM MANAGEMENT & AGILITÄT, OFFENHEIT & ÖKOSYSTEME

Management:

- Welche Fähigkeiten und Ressourcen benötigt unser Team?
- Wie bleiben wir innovativ und an der Spitze der Innovation?
- Wie können wir das Vertrauen der Nutzer stärken und aufrechterhalten?
- Sind maximale IT- und Datensicherheit gewährleistet?

Agilität – Offenheit – Ökosysteme:

- Wie entwickeln wir eine offene & modulare Plattform?
- Ist die Integrationsfähigkeit neuer Technologien gesichert (z.B. Blockchain)?
- Sind wir offen für Partnerschaften mit anderen Anbietern & Wettbewerbern?
- Welche Kooperationen könnten unser Plattform-Ökosystem stärken?
- Könnte Outsourcing, Co-Creation, Open Innovation uns helfen?

**DIE PLATTFORMÖKONOMIE
IST KEIN HYPE.
SIE IST DAS
GESCHÄFTSMODELL
DER ZUKUNFT^{*)}**

FAZIT

Digitale Plattformen sind das neue Gesicht der Wirtschaft. Sie verbinden Menschen, erleichtern Interaktion, schaffen Mehrwert. Nicht umsonst setzen heute immer mehr Unternehmen aller Branchen auf das Plattformgeschäftsmodell. Die richtigen Schritte bei Aufbau, Design, Monetarisierung und Management von Plattformen können das Risiko von Misserfolgen deutlich reduzieren. Doch wie geht es weiter?

DIE ZUKUNFT DER PLATTFORMÖKONOMIE

... verspricht noch größere Veränderungen. McKinsey prognostiziert, dass Plattform-Ökosysteme bis 2030 30 Prozent der Weltwirtschaft ausmachen werden und dass die "Verlagerung von Industrie-sektoren zu kundenorientierten Ökosystemen die größte wirtschaftliche Umstrukturierung der Geschichte sein könnte".

Besonders digitale App- und Service-Marktplätze werden offenbar immer wichtiger, wie die neueste HubSpot Studie "State of Platforms" zeigt: Die 50 größten Softwareunternehmen haben bereits Hunderte bis Tausende von Servicepartnern und durchschnittlich 1.500 Apps in ihren App-Marktplätzen. Fast 50% der App-Marktplätze der 50 größten Softwareunternehmen sind transaktional.

Darüber hinaus werden technologische Innovationen wie Künstliche Intelligenz und generative KI die personalisierten Dienste weiter verbessern und die Blockchain-Technologie neue Möglichkeiten schaffen für Peer-to-Peer-Interaktionen.

Um den Wert digitaler Plattform-Ökosysteme zu maximieren, müssen potenzielle Plattformanbieter und -betreiber ihre Teams, Prozesse, Systeme, Partnerschaften und Anreize optimieren. konzepthaus Web Solutions bietet als erfahrener Plattformspezialist und HubSpot Elite Partner passgenaue Beratung und Lösungen für den Aufbau erfolgreicher digitaler Plattformen und Ökosysteme.

EXKLUSIV FÜR SIE – UNSER KOSTENLOSES WEBINAR ZUR PLATTFORMÖKONOMIE!

TERMIN: 18. JULI 24 UM 15.30 UHR
HIER GEHTS ZUR ANMELDUNG

ERFAHREN SIE MEHR ÜBER VERSCHIEDENE PLATTFORMÖKOSYSTEME, ERLEBEN SIE EINE DEMO VON HUBSPOT-BASIERTEN GESCHÄFTSPROZESSEN (VON DER LEAD-GENERIERUNG BIS ZUR ABRECHNUNG) UND ERHALTEN SIE EXKLUSIVE EINBLICKE IN DIE PRAXIS DER GOODJOBS GMBH.

BITKOM-STUDIE: 5 FAKTEN ÜBER DIGITALE PLATTFORMEN*)

01

Die Nutzung digitaler Plattformen bringt Unternehmen insgesamt mehr Vorteile als Nachteile.



02

Von digitalen Plattformen profitieren alle.



03

Anforderungen an Datenschutz und IT-Sicherheit bremsen aus.



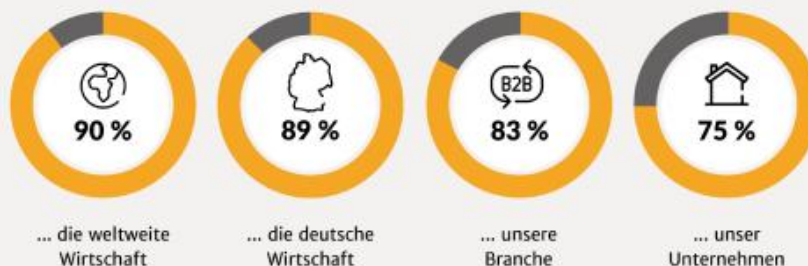
04

Deutsche Unternehmen sollten Plattformbetreiber werden.



05

Digitale Plattformen werden in 10 Jahren wichtig sein für ...





konzepthaus
DIGITAL DELIGHT

QUELLEN

[Bitkom-Studie: Von digitalen Plattformen profitieren alle, Unite, 2021](#)

[Plattformökonomie: In 5 Schritten zum erfolgreichen Plattformgeschäftsmode](#)

[Platform Economy: Wie die Community die Zukunft erobert, Pergenz](#)

[Plattformökonomie, Pergenz](#)

[Plattformökonomie, netzökonom](#)

[Studie Digitale Plattformen, Bitkom Research GmbH, 2020](#)

[The State of Platforms 2024, HubSpot, 2024](#)

IMPRESSUM

konzepthaus Web Solutions GmbH
Flurstraße 1A
D-87527 Sonthofen
info@konzepthaus-ws.de
+49 8321 40 78 787

BEREIT FÜR DEN SPRUNG INS PLATTFORMGESCHÄFT?

ALS EXPERTEN FÜR PLATTFORMÖKONOMIE STEHEN WIR BEREIT, UM IHRE DIGITALE ENTWICKLUNG VORANZUTREIBEN. KONTAKTIEREN SIE UNS NOCH HEUTE – UND LASSEN SIE UNS GEMEINSAM DURCHSTARTEN! GLEICH HIER [TERMIN BUCHEN](#)