

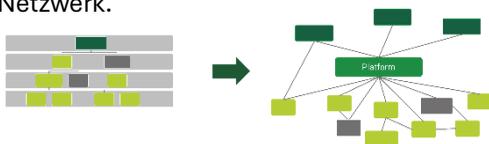
Plattformökonomie in der Automobilbranche

Plattformökonomie ...

ist ein Geschäftsmodell, bei dem (digitale) Plattformen als leicht zugängliche Vermittler zwischen Anbietern und Nachfragern fungieren, um den Austausch durch Regeln und Standards zu strukturieren. Dabei koordiniert und managt sie Transaktionen zwischen Lieferanten, Produzenten, Zwischenhändlern und Kunden für plattformspezifische Sach- und Dienstleistungen. Sie profitiert von Netzwerkeffekten, bei denen der Wert der Plattform mit der Anzahl der Teilnehmer steigt. Bekannte Beispiele aus dem Verbrauchermarkt sind Amazon und Uber, die Käufer und Verkäufer beziehungsweise Fahrer und Fahrgäste zusammenbringen.

... in der Automobilindustrie

beschreibt ein Geschäftskundenmarkt-Geschäftsmodell, bei dem eine definierte und (semi-)standardisierte Fahrzeugarchitektur als Wertschöpfungsnetzwerk bereitgestellt oder lizenziert wird, um Akteure vom Lieferanten bis hin zum Hersteller zu vernetzen. Die (digitale) Plattform ermöglicht diesen Austausch und schafft Mehrwert durch das Netzwerk.



klassische Lieferantenstruktur

Lieferantenstruktur in der Plattformökonomie

Legende

Sachleister Dienstleister Hersteller Plattform

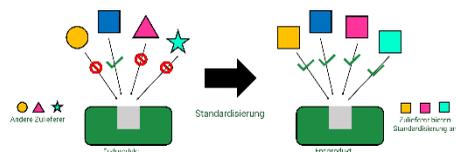
Das vom Plattformbetreiber etablierte Netzwerk fördert den Wettbewerb im Spannungsfeld zwischen Zulieferer (Sach- & Dienstleistern) sowie Herstellern. Dadurch entstehen Zugänge zu einem Volumenmarkt und neuen Absatzmöglichkeiten, was zu geringeren Produktionskosten und einem großen Lieferantenpool führen kann. Der Plattformbetreiber managt die Komplexität, profitiert von Skaleneffekten und stellt sicher, dass die Fahrzeugarchitektur wirtschaftlich realisiert wird.

Eigenschaften

Marktkonzentration: Wenige Plattformanbieter dominieren und bilden ein Quasi-Monopol.

Commoditisierung: Standardisierte Komponenten senken Komplexität, Kosten und Preise.

Imitierbarkeit: Frühe Marktteilnehmer sichern Spitzenpositionen.



Chancen

Effizienzsteigerung: Senken Transaktionskosten durch direkten Austausch und Wegfall von Vermittlern.



Innovationsförderung: Offene Plattformen fördern neue Technologien und Dienstleistungen durch Zusammenarbeit und Standards.

Markterweiterung: Können neue Märkte und Kundengruppen erschließen.

Risiken

Abhängigkeit: Plattformen haben eine starke Verhandlungsposition gegenüber ihren Teilnehmern.

Geschäftsgeheimnisse: Die Zentralisierung von Daten auf Plattformen birgt Risiken hinsichtlich Datenschutz und -sicherheit.

Regulatorik: Globales Handeln birgt regulatorische Herausforderungen, hinsichtlich Steuern, Arbeitsrecht und Verbraucherschutz.

Anwendungsbeispiele

1. MIH-Open-Plattform

Die MIH (Mobility in Harmony) Open Plattform ist eine offene Plattform von Foxtronn, die die Entwicklung, Produktion und den Vertrieb von Elektrofahrzeugen fördert. Sie ermöglicht durch Standardisierung und Zusammenarbeit eine kosteneffiziente Produktion und profitiert von Netzwerkeffekten. Unternehmen wie Bosch und Siemens sind Teil des offenen Netzwerks, das für Zulieferer und Hersteller gleichermaßen offensteht.

2. MEB-Plattform

Die MEB-Plattform ist eine geschlossene, flexible und modulare Fahrzeugarchitektur, die speziell für Elektrofahrzeuge im VW-Konzern entwickelt wurde. Sie ermöglicht eine wirtschaftliche Produktion durch die Standardisierung von Komponenten und die Nutzung skalierbarer Baukästen für VW-Marken und wurde auch für Ford lizenziert.

Erste Schritte

1. Strategie und Geschäftsziele prüfen
2. Change-Management und Weiterbildung organisieren
3. Kooperations- und Netzwerkfähigkeit auf- und ausbauen

Relevante Kompetenzen

Technologie: Anpassung der Produkte an die Plattformanforderungen

Organisation: Agilität und Anpassungsfähigkeit an neue Rahmenbedingungen

Regulatorik: Erfüllen von globalen Anforderungen und Schutz von Geschäftsgeheimnissen

Kontakt

TraFoNetz, Bernhard Kölmel

Ihr Ansprechpartner für Innovationsförderung, Kompetenzentwicklung, Qualifizierung & Strategie und Vernetzung



Quellen

Bernhart, W. & Kirschstein, T. (2021) "Paradigm Shift in E/E Architectures Leads to Risky Dependencies", *ATZelectronics worldwide*, Vol. 16, No. 1, S. 48–51 [Online]. DOI: 10.1007/s38314-020-0567-6.

Beverungen, D., Wolf, V., Bartelheimer, C., Franke, A. (2021). Digitale Transformation von Dienstleistungssystemen – Beidhändige Innovationen für vernetzte Wertschöpfungsszenarien. In: Beverungen, D., Schumann, J.H., Stich, V., Strina, G. (eds) *Dienstleistungsinnovationen durch Digitalisierung*. Springer Gabler, Berlin, Heidelberg.

Drewel, M. (2021) *Systematik zum Einstieg in die Plattformökonomie*, Paderborn, Universität Paderborn Heinz Nixdorf Institut.

Harwardt, M, Niermann, PF-J, Schmutte, AM & Steuernagel, A (Hg.) (2022) *Praxisbeispiele der Digitalisierung: Trends, Best Practices und neue Geschäftsmodelle*, Wiesbaden, Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH; Springer Gabler.

Jacobides, M., MacDuffie, J. P. & Tae Jennifer (2023) *Revisiting Disruption: Lessons from Automobile Transformation and Mobility Innovation* [Online]. Verfügbar unter <https://mackinstitute.wharton.upenn.edu/wp-content/uploads/2023/11/revisiting-disruption.pdf> (Abgerufen am 21 Juli 2024).

Koelmel, B., Fischer, L., Juraschek, E., Peuker, L., Stemmler, N., Vielsack, A., Bulander, R., Hinderer, H., Kilian-Yasin, K., Brugger, T., Kühn, A. & Brysch, T. (2024) "Navigating the Challenges of Commodity Traps and Platform Economies: An Assessment in the Context of the Northern Black Forest Region and Future Directions", *Commodities*, Vol. 3, No. 3, S. 314–333.

Petrik, D., & Schüler, F. (2021). Einfluss plattformbasierter Ökosysteme auf unternehmensübergreifende integrierte Wertschöpfungsnetzwerke. Thomas Schulz (Hg.): *Wertschöpfungsnetzwerke mit digitalisierten Dienstleistungen etablieren*. Berlin: Beuth, 85-106.

Schallmo, D, Rusnjak, A, Anzengruber, J, Werani, T & Lang, K (Hg.) (2021) *Digitale Transformation von Geschäftsmodellen: Grundlagen, Instrumente und Best Practices*, 2. Aufl., Wiesbaden, Springer Gabler.

Steinberg, M. (2022) "From Automobile Capitalism to Platform Capitalism: Toyotism as a prehistory of digital platforms", *Organization Studies*, Vol. 43, No. 7, S. 1069–1090.

Szybisty, G., Proff, H., Knobbe, F., Sommer, S. (2020). Bedeutung von Ecosystemen in Zeiten der Digitalisierung. In: Proff, H. (eds) *Neue Dimensionen der Mobilität*. Springer Gabler, Wiesbaden.