
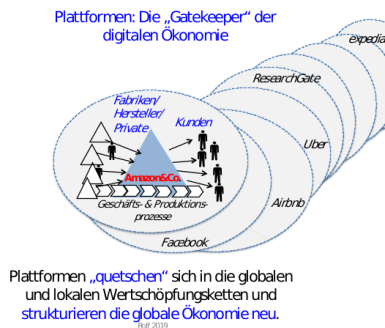


Transformation verstehen 05 - Bausteine der Digitalen Transformation 2 - Die Globale Plattform-Ökonomie - Storyboard

Arno Rolf

April 16, 2020

Bild	Text
	<p>Wir Bürger und Konsumenten übernehmen in der globalen Plattform-Ökonomie die Rolle der Datenlieferanten, es sei denn wir wollen zu den digitalen Eremiten zählen. Die von uns auf unseren Smartphones, Tablets oder Laptops erzeugten Daten werden in erster Linie in die „Datenscheunentore“ der Big Five Amazon, Apple, Facebook, Google und Microsoft eingefahren.</p> <p>Scheinbar so ganz nebenbei fallen den digitalen Plattformen durch Entstofflichung und Datentransfer „Sterntaler in den Schoß“, Big Data genannt. Aus ihnen lassen sich neue Geschäftsmodelle entwickeln.</p> <p>Es sind Namen, Adressen, Konsumgewohnheiten, Beziehungen, Informationen in privaten Netzwerken, eigentlich alles, was die Nutzer im Internet hinterlassen, ist für die Plattformbetreiber interessant.</p> <p>Schauen wir uns die globale Plattform-Ökonomie und ihre Betreiber einmal genauer an.</p> <p>00:25</p>



Bei der Plattform-Ökonomie quetschen sich „Newcomer“ in die Wertschöpfungsketten der „Old Economy“. Mit ihren Plattformen agieren sie zwischen Produzenten und traditionellem Handel einerseits und Nachfragern andererseits. Sie reißen die Vermittlung an sich, machen den traditionellen Handel als Dienstleister so weitgehend überflüssig, reduzieren die Produzenten zu Zulieferern und übernehmen damit die Herrschaft über die jeweilige Wertschöpfungskette. Sie sind die Gatekeeper der digitalen Ökonomie.

Bei „rein digitalen“ Produkten – wie Büchern, Musik und Filmen – ist es für sie relativ leicht, über die Vermittlung hinaus, den gesamten Wertschöpfungsprozess zu dominieren.

Amazon agiert im Buchmarkt mit diesem Ziel. Schauen wir uns die einzelnen Phasen bei Amazon einmal genauer an. Der Buchhandel war für Amazon die Einstiegsbranche.

00:25



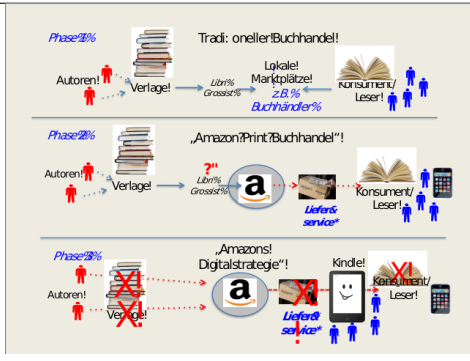
Im traditionellen Buchhandel geben die Autoren ihr fertiges Manuskript an ihren Verlag. Nach Lektorat und Druck gehen die fertigen Bücher an Grossisten, die die Bücher an die ortsansässigen Buchhändler zumeist nach Anforderung von Lesern/Käufern liefern. In diesem traditionellen Geschäftsprozess wird das Buch im Buchladen an den Leser gegen Zahlung übergeben.

00:15

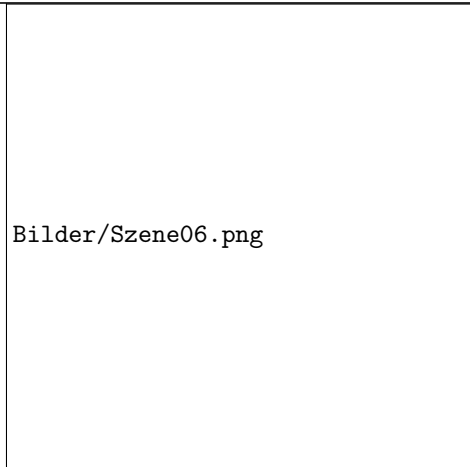


In Phase 2 quetscht sich Amazon in den Geschäftsprozess mit dem Ziel, den Buchhändler überflüssig zu machen. Das Buch wird dem Buchkäufer über einen Lieferservice an die Haustür gebracht oder auf sein Amazon-Kindle-Gerät digital übermittelt. Bei diesem Geschäftsprozess fallen eine Vielzahl von Kunden- und Finanzdaten für Amazon an.

00:15



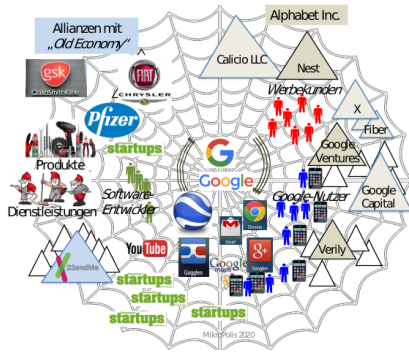
In Phase 3 plant Amazon den gesamten Geschäftsprozess zu beherrschen. Mit seiner Geschäftsstrategie Flatrate „Unlimited“ verfolgt Amazon das Ziel, selbst zum Verleger zu werden und so auch die Verlage überflüssig zu machen. Mittlerweile arbeitet Amazon daran, digitale Bücher, vergleichbar dem Geschäftsmodell von Spotify, dem Leser zu einem Abo-Festpreis anzubieten.
00:15



Das Modell digitale Plattform-Ökonomie lässt sich auch bei Google und Facebook erkennen. Allerdings „quetschen“ sie sich nicht in traditionelle Wertschöpfungsketten: Facebook vermittelt den Austausch von Informationen und (Pseudo-) Beziehungen zwischen scheinbar unendlich vielen Akteuren. Google strukturiert mit seiner Suchmaschine scheinbar alle Informationen, die auf der Welt produziert wurden und werden und macht sie uns Nachfragern zugänglich. Google und Facebook finanzieren sich nicht wie die Plattformen Uber oder Airbnb durch Provisionszahlungen. Google und Facebook erzielen stattdessen gigantische Gewinne durch Werbeerlöse und die Auswertung und den Verkauf von Daten.
00:30



Diese Strategie lässt sich an Google demonstrieren: Zu Beginn nutzte Google die gespeicherten Daten lediglich zur Optimierung der Suchergebnisse. Der finanzielle Aufstieg begann, als Google mit seinem Vorrat an Verhaltensdaten Werbeanzeigen und Suchbegriffe aufeinander abstimmt und an Meistbietende verkaufte. Die Suchmaschine wurde also erst zu einem marktfähigen Produkt als Google die Nutzer zu einem kostenlosen Rohstoff machte. Durch immer neue Google-Produkte und -Dienste wuchs das Rohmaterial an Verhaltensdaten permanent, entsprechend kann die Einschätzung des zukünftigen Nutzerverhaltens immer besser gelingen. Für diese Prognoseprodukte entwickelte sich schnell ein Käufermarkt. Auch Branchen, wie Pharma, Versicherungen und Banken können mit diesen Daten ihre Verkaufsrisiken minimieren.
00:40



Die Metapher Spinnennetze ist hilfreich um das System der kalifornischen Internetkonzerne Google, Amazon, Apple, Facebook zu verstehen. In Spinnennetzen geht die Macht von einem Zentrum mit dem Ziel der Einverleibung aus. Spinnen sind Kannibalen und in der Lage, belastbare und dehnbare Netze zu weben. Mit ihrem Netz können sie ihre Beute fesseln und konservieren. Mit Signalfäden ergreifen sie aktiv ihre Beute.

Die Spinnennetz-Strategie, hier am Beispiel von Google/Alphabet zeigt den Ehrgeiz, in weite Teile der „Old Economy“ einzudringen und sie am Ende zu beherrschen. Mark Zuckerberg nennt das „moving fast and breaking things“. In Bereichen, wo komplexes Wissen mit Patenten und erfahrenen Fachexperten notwendig sind, wie z. B. in der Gesundheits- oder Energiebranche, ist das nicht so einfach, wie in der Musik-, Werbe- oder Printbranche. Da ist es klüger, Allianzen mit etablierten globalen Unternehmen einzugehen, beispielsweise gab es bei Google Versuche mit FiatChrysler im Automobilbereich, mit den Pharmariesen GlaxoSmithKline (Bioelektronik) und Pfizer/23andMe (Genanalysen). Bei diesen Allianzversuchen ist nicht sicher, ob es gelingen wird, die Herrschaft zu übernehmen.

00:40

Die digitale Welt wird von Spinnennetzen kontrolliert

Facebook ist die größte digitale Begegnungsstätte der Welt.

Uber das größte Taxiunternehmen der Welt, besitzt keine Autos.

Airbnb der größte Bettenvermieter der Welt besitzt keine Hotels.

Amazon der größte Einzelhändler dieser Welt, besitzt keine Läden.

Google die größte Suchmaschine der Welt, ist mehr Wert als große Teile der deutschen Industrie.

(Mathias Schrader: Geschäftsmodelle im Zeitalter der GAFAS, Okt. 2015)

MinirePöls 2020

Die Internetkonzerne werden sich weitere Bereiche einverleiben, die unkompliziert aufzubrechen sind, insbesondere auch durch Kauf von Start-ups.

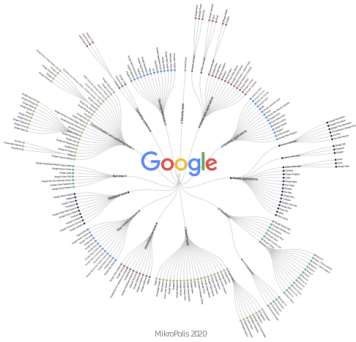
Laut einer Studie der Organisation Mind the Bridge wurden seit 2012 etwa 1300 europäische Start-ups verkauft, fast die Hälfte ging an US-Unternehmen. Allein Google hat in diesem Zeitraum etwa so viele Start-ups übernommen wie die 15 aktivsten europäischen Konzerne zusammen, darunter der deutsche Softwarehersteller SAP.

00:20



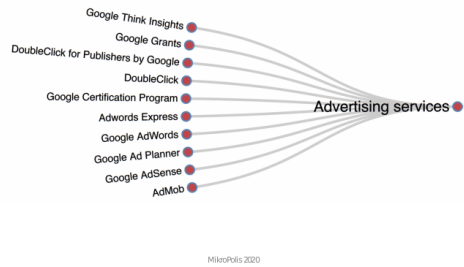
Am Beispiel von Google wollen wir die konkrete Umsetzung der Spinnennetz-Strategie demonstrieren. Mit Google verbindet sich zuallererst eine großartige Suchmaschine, weiter das Android-Betriebssystem und hilfreiche digitale Kartendienste. Google – umbenannt in Alphabet – konnte zunächst durch Wagniskapital, dann dank reichlich fließender Werbeeinnahmen Eigenentwicklungen vorantreiben und gleichzeitig weltweit zahlreiche Softwareunternehmen übernehmen. Außerdem setzte Google Schwerpunkte mit vielen Unternehmensgründungen u.a. in den Bereichen Internet-Dienste und -Produkte, Gesundheit, Smart Home, Wagniskapitalfinanzierung, Biotechnologie sowie Life Sciences.

00:25

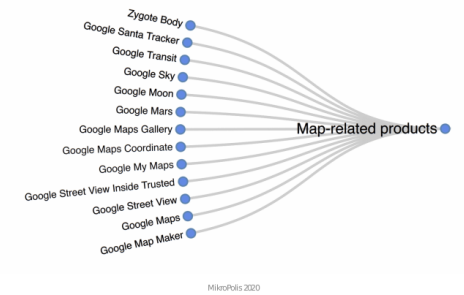


Ohne Kommentar kann man anhand der Grafiken das Wachsen wie die dahinter stehende Macht „genießen“.
 Quellen: (Stand Februar 2016)

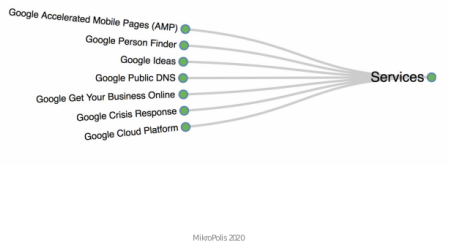
https://en.wikipedia.org/wiki/Alphabet_Inc
https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_Google_products
<https://www.google.de/intl/en/about/products/>
 00:07



00:07



00:07



00:07

<p>Bilder/Szene18.png</p>	<p>Zur Erfolgsgeschichte der Internetkonzerne aus dem Silicon Valley gehört, dass sie Innovationen präsentieren konnten, die weltweit Bedürfnisse entstehen lassen, von denen die Nutzer vorher gar nicht ahnten, dass diese zu befriedigen ihr Leben bereichern und bequemer machen kann. Wir denken hierbei an Googles Suchmaschine, Apples iPhones, Tablets und Apps oder an Facebooks soziales Netzwerk. Um diese „Quellprodukte“ wurden rasch zahlreiche neue Dienste und Produkte entwickelt oder zugekauft, etwa von Amazon der Kindle eReader und Cloud-Rechenzentren oder von Facebook der Messenger WhatsApp.</p> <p>00:30</p>
<p>Bilder/Szene19.png</p>	<p>Die amerikanische Sozialwissenschaftlerin Shoshana Zuboff beschreibt den Pfad vom klassischen Kapitalismus zur Plattform-Ökonomie mit folgendem Satz: „Und so hat sich der Kapitalismus unter unseren Augen verändert: einst Profite aus Produkten und Dienstleistungen, dann Profite aus Spekulation und nun Profite aus Überwachung“. Unsere intimste alltägliche Realität ist im Überwachungskapitalismus „wiedergeboren als Verhalten, das es zu überwachen und zu verändern, zu kaufen und zu verkaufen gilt“ (http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/debatten/die-digital-debatte/shoshana-zuboff-googles-ueberwachungskapitalismus-14101816.html?printPagedArticle=true#pageIndex_2).</p> <p>00:30</p>
<p>Bilder/Szene20.png</p>	<p>Im nächsten Teil dieser Reihe werden wir uns mit der Blockchain-Technologie und ihren Möglichkeiten beschäftigen.</p> <p>00:05</p>