

Press release**Fraunhofer-Institut für System- und Innovationsforschung (ISI)****Anne-Catherine Jung**

11/05/2019

<http://idw-online.de/en/news726478>Research results, Transfer of Science or Research
Economics / business administration
transregional, national**Digitale B2B-Plattformen in der Industrie: Wo stehen die deutschen Betriebe?**

Eine neue Studie des Fraunhofer ISI zeigt, dass digitale B2B-Plattformen in der deutschen Industrie angekommen sind: Schon jetzt nutzt ein Drittel aller Betriebe des Verarbeitenden Gewerbes diese »digitalen Marktplätze«. Von einer Plattformökonomie wie im Konsumentenbereich ist die Industrie aber noch weit entfernt. Für den Industriestandort Deutschland wird es entscheidend sein, in Zukunft diese neuen digitalen Wertschöpfungspotenziale zu nutzen.

Digitale Plattformen oder »Online-Marktplätze« – etwa für den Verkauf gebrauchter Konsumprodukte oder zum Anmieten privater Unterkünfte – erfreuen sich unter Privatpersonen großer Beliebtheit und sind für die Betreiberunternehmen äußerst lukrativ. Das dahinterstehende Geschäftsmodell ist daher auch für die Industrie (B2B) interessant. Bislang ist aber relativ unklar, welche Plattfortmtypen derzeit existieren, wie verbreitet sie sind und ob sie sich für die Betriebe ökonomisch rechnen. Mittels einer Auswertung der institutseigenen repräsentativen Betriebsbefragung "Modernisierung der Produktion" 2018 sowie einer qualitativ angelegten Expertenbefragung geht das Fraunhofer ISI diesen Fragen auf den Grund.

Die vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) in Auftrag gegebene Studie »Die volkswirtschaftliche Bedeutung von digitalen B2B-Plattformen im Verarbeitenden Gewerbe« unterstreicht, dass sich die Plattformen in den traditionellen Strukturen des Verarbeitenden Gewerbes etabliert haben: So nutzten 30 Prozent der Industriebetriebe Deutschlands im Jahr 2018 sogenannte »Transaktions-Plattformen« für den digitalen Produktvertrieb oder »Internet of-Things (IoT)-Plattformen« für digitale Dienstleistungen in der Produktion. Neun Prozent der Unternehmen nutzten sogar beide Plattfortmtypen. Aktuell lassen sich jedoch nur geringe Umsatzeffekte damit erzielen, lediglich avancierte Plattfortmnutzer weisen einen im Schnitt höheren Innovations- sowie Dienstleistungsumsatz auf als andere Betriebe. Aus den daraus entstehenden Umsatzeffekten lässt sich errechnen, dass das Plattfortmgeschäft einen Anteil von 1,5 Prozent an der gesamten Bruttowertschöpfung des Verarbeitenden Gewerbes ausmacht.

Chancen und Herausforderungen durch das B2B-Plattfortmgeschäft

Die Plattfortmnutzung dürfte stetig zunehmen, da bis 2021 weitere 15 Prozent der Betriebe ins Plattfortmgeschäft einsteigen wollen, was eine zusätzliche Innovations- und Dienstleistungsneigung der Industrie mit sich bringen könnte.

Neben den Chancen weist die Studie auch auf Herausforderungen durch das B2B-Plattfortmgeschäft hin: So könnten Transaktions-Plattformen, die eher von Unternehmen mit einem kleinen und einfach gestrickten Produktportfolio genutzt werden, zu einem stärkeren Wettbewerb führen, da sie günstigeren Anbietern aus Schwellenländern einen leichteren Marktzugang verschaffen. Zur vermehrten Nutzung von IoT-Plattformen, auf die eher Hersteller komplexerer Produkte mit kleineren Losgrößen zurückgreifen, braucht es hingegen einen radikalen Kulturwandel auf Betriebsebene hin zu einer stärker datenbasierten und geschäftsmodellorientierten Sichtweise. Auch die Monopolposition einzelner global bekannter Plattfortmbetreiber könnte sich zukünftig als herausfordernd erweisen, da produzierende Betriebe ihre Geschäftsmodelle an denen der großen Betreiber ausrichten müssen.

Studie identifiziert vier dringliche Handlungsfelder

Im Zuge der Digitalisierung ist es für den Industriestandort Deutschland wichtig, die digitalen Wertschöpfungspotenziale zu realisieren und die Betriebe des Verarbeitenden Gewerbes auf den digitalen Wandel vorzubereiten. Damit dieser gelingt, hat die Studie vier dringliche Handlungsfelder identifiziert. Dazu erläutert Studienleiter Dr. Christian Lerch: »Erstens müssen die Industriebetriebe einen kulturellen Wandel weg von einer rein produktzentrierten Sichtweise anstoßen und den ökonomischen Wert von Daten und digitalen Geschäftsmodellen erkennen. Zweitens müssen Plattformbetreiber transparente Governance-Strukturen mit attraktiven Angeboten kombinieren, um eine kritische Masse an Plattformnutzern zu erreichen. Drittens sollte sich eine politische Förderung nicht auf Einzelunternehmen konzentrieren, sondern vielmehr auf Netzwerke, um hohe Skaleneffekte zu erzielen. Und viertens gilt es Schnittstellen zwischen verschiedenen digitalen Plattformen zu schaffen und gezielt zu fördern.«

contact for scientific information:

Dr. Christian Lerch
Leiter des Geschäftsfelds Industrieller Wandel und neue Geschäftsmodelle
Competence Center Innovations- und Wissensökonomie
Fraunhofer-Institut für System- und Innovationsforschung ISI
Telefon +49 721 6809-386
Mail: christian.lerch@isi.fraunhofer.de

Original publication:

»Die volkswirtschaftliche Bedeutung von digitalen B2B-Plattformen im Verarbeitenden Gewerbe«: Download der Studie unter

https://www.de.digital/DIGITAL/Redaktion/DE/Digital-Gipfel/Download/2019/digitale-b2b-plattformen-im-verarbeiten-gewerbe.pdf?__blob=publicationFile&v;=3