

Digitale Marktplätze

bitkom

Der Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e. V. (Bitkom) ist der Branchenverband der deutschen Informations- und Telekommunikationsbranche. Als Interessenverband vertritt er 2.400 Unternehmen.

www.bitkom.org

Die Namen Amazon und Ebay stehen für Internet-Märkte, an den kaum ein Anbieter und Kunde mehr vorbeikommt. Dieses Konzept könnte bald auch für soziale Dienstleistungen, von der Vermittlung Ehrenamtlicher bis zum privaten »Einkauf« ambulanter Dienste umgesetzt werden.

Die Digitalisierung führt dazu, dass sich auf immer mehr Märkten digitale Plattformen etablieren – doch die meisten deutschen Unternehmen wissen mit dieser Entwicklung immer noch nichts anzufangen. Mehr als sechs von zehn Geschäftsführern und Vorständen (62 Prozent) geben an, dass sie noch nie von den Begriffen Plattform-Ökonomie, Plattform-Märkte oder digitale Plattformen gehört haben. Nur rund jeder Dritte (36 Prozent) kennt einen der Begriffe.

Das ist das Ergebnis einer repräsentativen Umfrage unter 503 Unternehmen aller Branchen ab 20 Mitarbeitern im

Plattformen. Während nur 34 Prozent der Top-Manager von Unternehmen mit 20 bis 499 Mitarbeitern die Begriffe kennen, sind es bei Unternehmen ab 500 Beschäftigten 52 Prozent. Und während die Bekanntheit in der Industrie bei 41 Prozent liegt, sind es im Handel (34 Prozent) und bei Dienstleistern (32 Prozent) deutlich weniger.

Bekannte Beispiele für digitale Plattformen, die sich an Privatkunden richten, sind Airbnb, Amazon, Uber, Ebay oder die App-Stores von Apple oder Google. Auf einer digitalen Plattform kommen die Anbieter von Produkten oder Dienstleis-

»Jedes zweite Unternehmen hat für das eigene Unternehmen relevante Plattformen entdeckt«

Auftrag des Digitalverbands Bitkom. Vor einem Jahr lag die Bekanntheit digitaler Plattformen auf ähnlichem Niveau. Plattformen könnten bestehende Märkte von Grund auf verändern. Neue Unternehmen aus völlig anderen Branchen könnten die etablierten Platzhirsche verdrängen, wenn diese die Chancen der Digitalisierung nicht erkennen, sagt Bitkom-Hauptgeschäftsführer Dr. Bernhard Rohleder.

Dabei gibt es je nach Unternehmensgröße und Branche deutliche Unterschiede bei der Bekanntheit von digitalen

tungen mit möglichen Kunden zusammen.

Der Plattform-Betreiber kann von den Anbietern, den Kunden oder von beiden eine Gebühr für jede Transaktion oder ein Entgelt für den Zugang zur Plattform verlangen. Der Plattform-Betreiber muss selbst keine Waren herstellen oder Dienste anbieten, er betreibt nur einen digitalen Marktplatz.

Die Anbieter von Produkten oder Dienstleistungen erhalten auf der Plattform Zugang zu einer großen Zahl von Kunden. Und die Kunden können an einer Stelle bequem verschiedene Anbieter

Digitalisierung in der Sozialwirtschaft



»Die Vermittlungsplattformen für Putz- und Haushaltshilfen vermeiden Kosten – sowohl beim Besteller als auch bei den vermittelten Solo-Selbstständigen. Der Solo-Selbstständige verringert den Werbe- und Suchaufwand für seine Dienstleistung und kann seine verfügbare Arbeitszeit idealerweise erlösoptimierend gestalten. Dafür zahlt er eine Vermittlungsgebühr, die geringer ist, als die Kosten der nicht refinanzierten Zeit zur Auftragsakquise. Der Auftraggeber zahlt indirekt, nämlich die Vermittlungsprovision, die im Stundenpreis einkalkuliert ist. Er vermeidet Suchkosten, Risiken der Schwarzarbeit und profitiert von den geringeren Stundenpreisen im Vergleich zu den Preisen klassischer Reinigungsdienstleister.«

Quelle: Thomas Eisenreich, Digitale Geschäftsmodelle. Konzepte entwickeln, Prozesse planen. In SOZIALwirtschaft 1/2016. www.sozialwirtschaft.nomos.de.

vergleichen und unter ihnen auswählen. Zugleich gewährt ihnen der Plattform-Anbieter häufig die Sicherheit, dass sie es mit vertrauenswürdigen Verkäufern zu tun habe.

Neben den Plattformen für Privatkunden gibt es viele Angebote, die Geschäftskunden zusammenbringen. Plattformen böten für alle Beteiligten viele Vorteile, stellten sie aber auch vor neue Herausforderungen, so Rohleder. So verlieren die Anbieter zum Beispiel den direkten Kundenkontakt, da die Plattform dazwischen geschaltet ist. Alle Unternehmen seien gut beraten, eine individuelle Plattform-Strategie zu entwickeln.

»In vielen Dienstleistungsbereichen sind Veränderungen durch das offensive Auftreten neuer Markakteure längst sichtbar. [...] Im Bereich Essensversorgung und anderer haushaltsnaher Dienstleistungen investieren kapitalstarke Unternehmen derzeit enorme Summen in den Marktzugang. Der durch das Pflegestärkungsgesetz I, das die Verwendung von 40 Prozent der Sachleistungspauschale für den Einkauf niedrigschwelliger Dienstleistungen erlaubt, gestärkte Markt ist für Vermittlungsplattformen haushaltsnaher Dienstleistungen von ebenso hoher Attraktivität wie für die Kunden, die die Aussicht auf niedrige Stundenpreise von etwa 12,90 Euro lockt. Was davon als Lohn für die Beschäftigten übrigbleibt oder in die Kassen der Sozialversicherungen fließt, ist überschaubar. Investoren erwarten gerade auf dem angestammten Feld der Sozialwirtschaft große Renditechancen. Die Ausweitung der bisherigen Angebotspalette auf qualifiziertere Betreuungsleistungen wird geplant.

Quelle: Joachim Rock, Wirtschaft 4.0. #Digitalistnichtegal. In: SOZIALwirtschaft 5/2015. www.sozialwirtschaft.nomos.de.

»In weiten Bereichen der Sozialwirtschaft wird die Dynamik der Digitalisierung bislang unterschätzt. Das Kommunikationsverhalten der Klienten, Mitarbeiter und Stakeholder ändert sich radikal, Finanzierungsformen werden sich anpassen und bisherige Geschäftsmodelle und Arbeitsformen stehen in Frage. Unternehmensstrukturen müssen ebenso auf die digitale Welt ausgerichtet werden wie die IT-Infrastrukturen und die Formen der IT-Organisation in der Branche.«

Quelle: FINSOZ e. V., Positionspapier Digitalisierung der Sozialwirtschaft. April 2016. www.finsoz.de.

Von jenen, die bereits von der Plattform-Ökonomie gehört haben, sagt jeder Zweite (51 Prozent), dass es für das eigene Unternehmen relevante Plattformen gibt. Dabei sieht vor allem der Handel relevante Plattform-Anbieter (78 Prozent). Unter den Dienstleistern sind es nur 43 Prozent, in der Industrie sogar nur 35 Prozent. Und von diesen Unternehmen, die für das eigene Unternehmen relevante Plattformen identifiziert haben, sagen wiederum 82 Prozent, dass sie darauf selbst Waren oder Dienstleistungen anbieten. Umgekehrt kaufen dort 71 Prozent Waren oder Dienste ein. Und 14 Prozent geben an, eine eigene Plattform zu betreiben. ■

Eine multi-disziplinäre Bestandsaufnahme



Neo-Institutionalismus – Revisited

Bilanz und Weiterentwicklungen aus der Sicht der Geschlechterforschung

Herausgegeben von
Prof. Dr. Maria Funder

2017, ca. 564 S., brosch., ca. 99,- €
ISBN 978-3-8487-2995-1
eISBN 978-3-8452-7378-5

(Arbeit, Organisation und Geschlecht in Wirtschaft und Gesellschaft, Bd. 6)

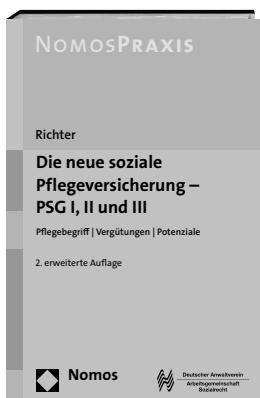
Erscheint ca. Mai 2017

nomos-shop.de/27110

Wie groß ist die Wirkungsmacht der Gesellschaft auf Organisationen und Geschlechterverhältnisse? Antworten versprechen neo-institutionalistische Theoriekonzepte. Das Handbuch bietet eine multi-disziplinäre Bestandsaufnahme, lotet blinde Flecke des Neo-Institutionalismus zum Thema Geschlecht aus und stellt theoretische Weiterentwicklungen und aktuelle Debatten im Zusammenhang von Organisation und Geschlecht vor.



Publikationen rund um das Thema Pflege



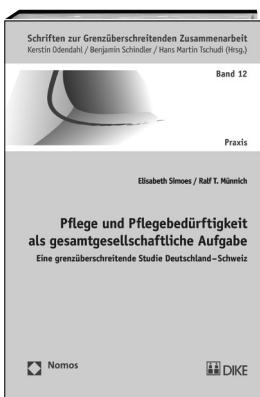
Die neue soziale Pflegeversicherung – PSG I, II und III
Pflegebegriff | Vergütungen | Potenziale
Von RA Prof. Ronald Richter, FAStr
2. erweiterte Auflage 2017, 270 S., brosch., 44,– €, (für Mitglieder der Arbeitsgemeinschaft Sozialrecht im DAV 29,– €)
ISBN 978-3-8487-3719-2
nomos-shop.de/28836



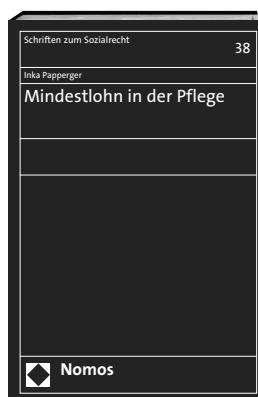
Pflegesozialrecht
Von Heinrich Griep und Dr. Heribert Renn
6. Auflage 2017, ca. 230 S., brosch., ca. 39,– €
ISBN 978-3-8487-3745-1
Erscheint ca. Juni 2017
nomos-shop.de/28814



Pflegerecht
Von RA Prof. Dr. Peter Baumeister und Prof. Dr. Constanze Janda
2017, ca. 250 S., brosch., 22,– €
ISBN 978-3-8487-2767-4
eISBN 978-3-8452-7127-9
Erscheint ca. Mai 2017
nomos-shop.de/26710



Pflege und Pflegebedürftigkeit als gesamtgesellschaftliche Aufgabe
Eine grenzüberschreitende Studie Deutschland – Schweiz
Herausgegeben von Prof. Dr. Elisabeth Simoes und Prof. Dr. Ralf T. Münnich
2016, 299 S., brosch., 73,– €
ISBN 978-3-8487-3717-8
(Schriften zur Grenzüberschreitenden Zusammenarbeit, Bd. 12)
nomos-shop.de/28854



Mindestlohn in der Pflege
Von Dr. Inka Papperger
2016, 370 S., brosch., 96,– €
ISBN 978-3-8487-3640-9
eISBN 978-3-8452-7973-2
(Schriften zum Sozialrecht, Bd. 38)
nomos-shop.de/28569



Sozialökonomie der Pflege und ihre Methodologie
Abriss der forschungsorientierten Lehre in Vallendar
Von Prof. Dr. Frank Schulz-Nieswandt
2016, 97 S., brosch., 29,– €
ISBN 978-3-8487-3299-9
eISBN 978-3-8452-7652-6
(Studien zum sozialen Dasein der Person, Bd. 21)
nomos-shop.de/27972



Unser Wissenschaftsprogramm ist auch online verfügbar unter: www.nomos-elibrary.de

Bestellen Sie jetzt telefonisch unter (+49)7221/2104-37.
Portofreie Buch-Bestellungen unter www.nomos-shop.de
Alle Preise inkl. Mehrwertsteuer

