

Anselm Balk

Digitalisierung als Chance für einen neuen kollektiven Handlungsbedarf in der gewerblichen Wirtschaft

Zusammenfassung

Der vorliegende Artikel geht auf Entwicklungen ein, die die aktuelle wirtschaftliche Lage thematisieren. Dabei wird auf das sinkende Produktivitätsniveau, zunehmende Marktkonzentrationen, steigende Ungleichheiten und eine abnehmende wirtschaftliche Dynamik, die besonders klein und mittlere Unternehmen (KMUs) betrifft, eingegangen. Im Anschluss wird herausgearbeitet, dass diese Prozesse im Bereich der digitalen Ökonomie besonders stark ausgeprägt sind. Daraufhin wird der Frage nachgegangen, inwiefern genossenschaftliche Konzepte hier als geeignetes Instrument angesehen werden können, um dieser Entwicklung in der digitalen Ökonomie entgegenzuwirken. Der Artikel endet mit der Darstellung von drei verschiedenen genossenschaftlichen Entwicklungstypen, die sich aus der Konzeption digitaler Daten- bzw. Plattformgenossenschaften ergeben: autonomiebetonende, konkurrenzbetonende und wertschöpfungsbetonende genossenschaftliche Modelle.

Stichworte: Daten-/Plattformgenossenschaften, Digitalisierung, Genossenschaften, KMUs, Marktkonzentration, Plattformökonomie, Produktivität, Ungleichheit, wirtschaftliche Dynamik

Abstract

This article discusses current economic developments such as decreasing productivity level, increasing market concentration, rising inequality and a decreasing economic dynamic, which particularly affect small and medium-sized enterprises (SMEs). It will be shown that these developments are particularly pronounced in the area of the digital economy. Subsequently it will be asked whether cooperative concepts can be seen as a suitable instrument to counteract these occurrences. The paper ends by identifying three different cooperative types resulting from the development within data or platform cooperatives: autonomy-emphasizing, competition-emphasizing, and value-creation-emphasizing cooperative models.

Keywords: Cooperatives, data/platform cooperatives, digitalization, economic dynamics, inequality, market concentration platform economy, productivity, SMEs

Einführung

Genossenschaften dienen „*im wesentlichen der Förderung des Erwerbes oder der Wirtschaft ihrer Mitglieder*“ (§ 1 Abs. 1 Österr. GenG), damit stehen wirtschaftliche Interessen der Mitglieder im Sinne des Förderprinzips im Mittelpunkt der genossenschaftlichen Aktivität. Insbesondere klein und mittlere Unternehmen (KMUs)¹ zielen durch den genossenschaftlichen Verbund darauf ab, ihre Wettbewerbsfähigkeit

1 KMUs werden entweder nach der Zahl der Beschäftigten oder nach Umsatz/Bilanzsumme definiert. Unter den Begriff KMUs fallen: mittlere Unternehmen, sie sind definiert als Unternehmen mit weniger als 250 Beschäftigten, einem Umsatz von ≤ 50 Mio. € oder einer Bilanzsumme von ≤ 43 Mio. €. Kleine Unternehmen sind definiert als Unternehmen mit weniger als 50 Beschäftigten, einem Umsatz von ≤ 10 Mio. € oder einer Bilanzsumme von ≤ 10 Mio. €. Mi-

gegenüber anderen Marktteilnehmern zu halten bzw. zu verbessern. Das Ziel einer gesteigerten Wettbewerbsfähigkeit und damit Stärkung von KMUs scheint vor allem vor dem derzeitigen wirtschaftlichen Hintergrund mit seiner zunehmenden Marktkonzentration, abnehmender Produktivität, steigender Ungleichheit und einer abnehmenden wirtschaftlichen Dynamik wichtiger denn je. In Bezug auf die Digitalisierung und der zunehmenden Verlagerung von Marktaktivitäten auf privat geführte digitale Informations- und Datentransaktionsplattformen sind diese Prozesse besonders stark ausgeprägt und stellen KMUs und die Gesellschaft insgesamt vor große Herausforderungen. Im Rahmen des Artikels werden diese Thematiken vertieft dargestellt und den Fragen nachgegangen, inwiefern genossenschaftliche Konzepte als Mittel fungieren können um die Wettbewerbsfähigkeit von KMUs angesichts der sich ändernden Rahmenbedingungen zu erhalten und inwieweit sie eine Alternative zu den monopolistisch geprägten Plattformunternehmen bilden können. Der Artikel ist dabei wie folgt aufgebaut: im ersten Abschnitt wird zunächst auf aktuelle wirtschaftliche Entwicklungen und Herausforderungen eingegangen, die sich wettbewerbshemmend auf KMUs auswirken. Der zweite Teil behandelt die zunehmende Marktkonzentration durch Plattformunternehmen und beleuchtet das Konzept digitaler (Plattform)Genossenschaften. Der dritte Teil geht auf aktuelle Entwicklungen im Bereich der Plattformgenossenschaften ein und klassifiziert diese in autonomieorientierte, konkurrenzorientierte und wertschöpfungsorientierte Daten- bzw. Plattformgenossenschaften. Der Artikel endet mit einer Schlussbemerkung.

Aktuelle wirtschaftliche Entwicklungen als wettbewerbshemmende Faktoren für KMUs

Betrachtet man die Produktivitätsentwicklungen² von Wirtschaftssektoren innerhalb der OECD³, so ist festzustellen, dass etwa für die USA die Produktivitätssteigerungen zwischen den Jahren 2007 bis 2020 im Vergleich zu den vorangegangenen Perioden stark gesunken sind. Im Jahr 2020 kam es zwar zu einem Produktivitätsanstieg, doch bleibt abzuwarten, ob dies als anhaltender Trend oder als singulärer Effekt einzustufen ist. Für das produzierende Gewerbe fallen die Zahlen noch einmal deutlicher aus. Lagen hier im Zeitraum 2000 bis 2007 die Produktivitätssteigerungen noch bei 4,4% jährlich, so fielen sie in der Zeit von 2007 bis 2020 auf nur mehr 0,2% jährlich; 2020 lagen sie bei 0,3%. (U.S. Bureau of Labor Statistics 2021) Eine Studie der OECD untersuchte, ob die Unternehmensgröße Auswirkungen auf die Produktivitätsentwicklung hat und kommt dabei zu dem Schluss, dass

krounternehmen sind definiert als Unternehmen mit weniger als 10 Beschäftigten, einem Umsatz von ≤ 2 Mio. € oder einer Bilanzsumme von ≤ 2 Mio. € (Europäische Kommission 2014, S. 8).

2 gemessen an der Arbeitsproduktivität. Zur Erhebung der Arbeitsproduktivität siehe https://www.bls.gov/lpc/lpcover.htm#Description_of_Measures.

3 Organisation for Economic Co-operation and Development.

KMUs im Vergleich zu größeren Unternehmen weniger produktiv sind und der Produktivitätsunterschied als dauerhaft anzusehen ist. In Dienstleistungs-, Nischen-sektoren und in sehr wissensintensiven Bereichen schneiden mittelgroße Unternehmen besser ab. Die Zahlen der OECD deuten zudem darauf hin, dass der Produktivitätsunterschied nach der globalen Finanzkrise 2007-2008 anstieg (OECD 2018). Ähnliches ist in der aktuellen COVID-19 Krise zu erwarten. Garton und Mankins bestätigen diese Annahme und zeigen auf, dass Unternehmen, die in der Vergangenheit bereits deutlich produktiver waren, in der Corona-Krise erneut stärker an Produktivität gewinnen konnten bzw. weniger stark zurückfielen als Unternehmen mit ohnehin geringeren Produktivitätsraten, womit sich der Produktivitätsunterschied weiter erhöht. (Garton/Mankins 2020). Unternehmen, die hier frühzeitig geeignete Schritte hin zu einer stärkeren Digitalisierung unternommen haben, kamen somit deutlich besser mit den Herausforderungen der Krise zurecht als Unternehmen, die keine entsprechenden Digitalisierungsmaßnahmen ergriffen.

Betrachtet man die Situation von großen Unternehmen im Vergleich zu KMUs genauer, so wird großen Unternehmen insgesamt ein höheres Maß an Digitalisierung bzw. eine stärkere Nutzung digitaler Strukturen attestiert als klein und mittleren Unternehmen (Accenture 2020; Little 2019). Wenn anzunehmen ist, dass sich mehr KMUs unter den Unternehmen befinden, die geringere Produktivitätszuwächse auf sich vereinen und auch bei der Digitalisierung im Vergleich zu größeren Unternehmen ins Hintertreffen geraten, verändert sich die Position die KMUs in der Gesamtwirtschaft einnehmen zu deren Ungunsten. Dies kann weitreichende Folgen für den Standort, die Beschäftigten aber auch das Gemeinwohl als Ganzes haben, bilden KMUs doch in den meisten Volkswirtschaften das Rückgrat der jeweiligen Wirtschaft. Betrachtet man exemplarisch die Situation in Österreich, so entsprechen dort 99,6% aller österreichischen Unternehmen der Definition von KMUs (siehe FN 1), wobei sie 67% aller erwerbstätigen Personen beschäftigen und mehr als 60% der Bruttowertschöpfung der marktorientierten Wirtschaft generieren (BMDW 2021, S. 14). Nimmt die Bedeutung von KMUs gegenüber großen Unternehmen ab, da diese aufgrund ihrer größeren Produktivität oder des höheren Digitalisierungsniveaus zukunftssträchtige Felder bereits für sich besetzen und stärker an Marktmacht gewinnen, führt dies nicht nur zu negativen Auswirkungen bei KMUs, sondern auch auf die Gesellschaft insgesamt.

Marktkonzentration als Zeichen von Marktversagen

So untersuchten etwa Mueller u.a. (2017) den Einfluss der Unternehmensgröße auf die steigende Ungleichheit und kommen zu dem Schluss, dass die Lohnunterschiede zwischen Personen mit einer hohen Position in der Unternehmensstruktur im Vergleich zu den Personen, die eine niedrige Hierarchiestufe im Unternehmen bekleiden, mit der Unternehmensgröße steigen. Sprich, die Lohnungleichheit ist bei großen Unternehmen deutlich stärker ausgeprägt als bei kleinen und mittleren Unternehmen und hat sich in den letzten Jahren weiter verstärkt. Diese Entwicklung

ist sicherlich nicht alleine dafür ausschlaggebend, dass die Ungleichheit zwischen Arm und Reich größer geworden ist, doch verstärkt diese Entwicklung den Trend (Mueller u.a. 2017). Barth u.a. (2014), die den Einfluss der Unternehmensgröße auf die Lohnentwicklung zwischen den Jahren 1970 und 2000 untersuchten, kommen darüber hinaus zu dem Ergebnis, dass nicht nur die Lohnungleichheit innerhalb von Unternehmen gestiegen ist, sondern insbesondere auch zwischen den einzelnen Unternehmen zugenommen hat (Barth u.a. 2014). Spätestens seit den 2000ern ist zudem zu beobachten, dass sich die Streuung der Kapitalrenditen zwischen den einzelnen Unternehmen verstärkt und darüber hinaus der Anteil an Unternehmen, die dauerhaft jährliche Renditen von 20-30% erzielen, zunimmt. So erreichten 2013 noch immer 85% der Unternehmen jährliche Renditen von über 25%, die bereits 2003 ein ROI (Return on Invested Capital) von über 25% aufwiesen. Sprich, es kommt zu einer Verstetigung hoher Renditen, die insbesondere von großen technologiegetriebenen Unternehmen und jenen aus dem Gesundheitssektor ausgeht (Furman/Orszag 2018). So können einige Unternehmen aufgrund ihrer Marktmacht übermäßige und anhaltende Renditen auf sich vereinen, zu Lasten von Kunden bzw. vor- und nachgelagerter Betriebe.

Diese sich verstetigende hohe Profitabilität von einigen Unternehmen und deren zunehmende Marktmacht werden als Zeichen von Marktversagen interpretiert und sind aktuell Bestandteil politischer und juristischer Debatten. So wird in den USA derzeit diskutiert, ob Unternehmen mit zu großer Marktmacht und damit einer zu starken Wettbewerbsposition ihre Marktstellung nicht ausnutzen, um sich zum einen die Möglichkeit auf dauerhaft hohe Renditen zu sichern und zum anderen potenzielle Mitbewerber frühzeitig aufzukaufen, um diese entweder in ihr eigenes Unternehmen zu integrieren oder stillzulegen (von Petersdorff 2021a; von Petersdorff 2021b). Cunningham u.a. (2021) konnten dieses Vorgehen etwa für die Pharmabranche nachweisen. Derzeit wird diskutiert, ob dies auch für technologiegetriebene Unternehmen der Fall ist (von Petersdorff 2021b). Dass Unternehmen bzw. Organisationen Konzentrationstendenzen aufweisen, wurde bereits von Michels 1911 in seinem eheren Gesetz der Oligarchie festgehalten, in dem er schreibt, *„Wer Organisation sagt, sagt Tendenz zur Oligarchie.“* (Michels 1989 [1911], S. 19). Hierbei bezieht er sich zwar auf Machtstrukturen innerhalb von Organisationen, doch kann konstatiert werden, dass es sich auch auf das Marktgeschehen übertragen lässt. So schreibt Mazzucato in Hinblick auf die wachsenden Marktkonzentrationserscheinungen bei Online-Unternehmen: *„Sobald ein Unternehmen die Führung auf einem Markt übernommen hat, nimmt seine Dominanz zu und setzt sich fast automatisch fort“* (Mazzucato 2018, S. 218, eigene Übersetzung).

Doch kann Größe und Konzentration von Unternehmen nicht per se als schädlich angesehen werden. So können Größenvorteile aufgrund von steigenden Skalenerträgen besser genutzt werden, was größere Unternehmen effizienter und damit – wie gezeigt – produktiver macht. Zudem führen niedrigere Stückkosten bei funktionierenden Märkten zu potenziell geringeren Preisen für die Konsumenten. Auch von

staatlicher Seite wird Marktmacht etwa durch das Patentrecht toleriert, um Unternehmen zu Investitionen in Forschung und Entwicklung zu motivieren. Allerdings erfolgt diese staatlich zugebilligte Marktmacht auf Zeit, so besteht ein Patentschutz in Österreich für lediglich 20 Jahre (§ 28 Abs. 1, Österr. Patentgesetz).

Marktkonzentration und abnehmende wirtschaftliche Dynamik

Dass diese wachsende Monopolmacht, die aus dieser Tendenz zur Oligarchie erwächst, insbesondere die Position von KMUs gefährdet, stellt Mitchell (2016) dar. Sie zeigt am Beispiel der USA auf, dass der Rückgang von Kleinunternehmen und Unternehmertum in großen Teilen auf das wettbewerbsschädliche Verhalten von oligopolistisch agierenden Unternehmen zurückzuführen ist und fordert daher, ähnlich wie es derzeit in der amerikanischen Politik diskutiert wird, eine Änderung des Kartellrechts, indem Marktkonzentrationen aufgrund höherer Effizienz- und damit Produktivitätsgewinne von den Wettbewerbsbehörden nicht mehr toleriert werden, sondern stärker dahingehend geprüft werden soll, ob ein fairer und offener Zugang zu den Märkten für alle Wettbewerber gegeben ist (Mitchell 2016; siehe dazu auch Kahn 2017). Die negativen Auswirkungen zunehmender Marktkonzentration auf das Marktgeschehen zeigen Akcigit und Ates (2020) in ihrer 2020 erschienenen Studie für die amerikanische Notenbank. Darin bestätigen sie sowohl den Trend zu einer stärken Marktkonzentration, als auch die Verstetigung hoher Renditen und weisen nach, dass sich die wirtschaftliche Dynamik, sprich, der sich beständig wiederholende Marktzyklus aus Gründungs-, Wachstums-, Reife- und Degenerationsphase von Unternehmen, seit den 1980er abschwächt und sich die Abnahme seit den 2000ern verstärkt (Akcigit/Ates 2020). Mitchell erklärt diese Entwicklung damit, dass es für neue Unternehmen aufgrund der größer werdenden Marktkonzentration immer schwieriger wird, sich überhaupt durchzusetzen, da sie auf immer höhere Eintrittsbarrieren stoßen. Ein fairer und offener Zugang zu den Märkten wird damit für junge Unternehmen immer schwieriger. Als Konsequenz sinkt die Anzahl an neu gegründeten Unternehmen, was eine vom Brookings Institut herausgegebene Studie bestätigt. In ihr wird aufgezeigt, dass sich die Anzahl an neu gegründeten Unternehmen zwischen 1978 und 2010 fast halbierte, wobei die Abnahme über den Beobachtungszeitraum nahezu stetig verlief. Im Jahr der Finanzkrise, 2008, verließen sogar erstmals mehr Unternehmen den Markt, als neu gegründete Unternehmen hinzukamen (Hathaway/Litan 2014 zitiert nach Tseng/Tseng 2019). Neu gegründete Unternehmen, die in innovativen Technologiefeldern entstehen, bleiben zudem immer seltener eigenständig, sondern werden verstärkt von bereits existierenden Unternehmen übernommen (Staab 2019), was die bestehende Marktordnung weiter verstetigt, da potenzielle Konkurrenz gar nicht erst eine kritische Größe erreichen kann.

Diese Analyse zeigt die Entwicklung innerhalb der USA, doch weisen vergleichbare Zahlen für die Europäische Union auf ähnliche Tendenzen hin; auch hier nimmt

die wirtschaftliche Dynamik, gemessen an neu gegründeten und verschwindenden Unternehmen ab (Europäische Kommission 2020).

Tendenzen verstärken sich in der digitalen Ökonomie

Diese skizzierte Entwicklung ist insbesondere für Internet- bzw. Plattformunternehmen relevant, da dort Netzwerk- Skalen- und Feedbackeffekte eine entscheidende Rolle spielen.

Unter Plattformunternehmen versteht man Unternehmen mit ausschließlich digitalem Geschäftsmodell, die eine Transaktionsplattform betreiben, auf der Angebots- und Nachfrageseite miteinander verbunden werden. Durch diese Mittlerposition übernehmen Plattformunternehmen die klassische Rolle des Marktes, da sich dieser jedoch im exklusiven Besitz privater Unternehmen befindet, spricht man von proprietären Märkten (Staab 2019). Die Plattform dient demnach als Informationsknotenpunkt, was ihr eine zentrale Stellung im Marktgeschehen sichert. Je mehr Akteure die jeweilige Plattform nutzen, desto attraktiver erscheint sie für die Nutzer. Im besten Fall entsteht durch diesen sog. Netzwerkeffekt ein virtuous circle, der die Position der Plattform weiter stärkt und es für die Akteure zunehmend schwierig macht, die Plattform nicht zu nutzen. Die steigende Abhängigkeit der Akteure von der Plattform ermöglicht es den Betreibern, immer höhere Wertschöpfungsanteile auf sich zu vereinen. Steigende Skaleneffekte ermöglichen, dass die Plattform mit zunehmender Größe immer profitabler betrieben werden kann, da aufgrund der geringen variablen Kosten ein zusätzlicher Akteur wenig ins Gewicht fällt (Staab 2019). Der Feedbackeffekt ist mit dem first-mover-advantage verbunden. Plattformen, die bereits länger in Betrieb sind, können aufgrund einer detaillierten Auswertung des Kundenverhaltens deren spezifische Bedürfnisse immer besser kennenlernen und ihr Angebot entsprechend anpassen (Ramge/Mayer-Schönberger 2020). Dieser Schritt geht so weit, dass Aufgrund der genauen Kenntnis des Kunden versucht wird, für jedes Produkt den individuellen Reservationspreis zu bestimmen, womit die Möglichkeit einer Preisdiskriminierung ersten Grades näher rückt (Zuiderveen Borgesius/Poort 2017). Ein Modell also, das potenziell weit über das dynamic pricing, wie es etwa Fluggesellschaften betreiben um Preise entsprechend Tageszeit oder auch des verwendeten Endgerätes anzupassen, hinausgeht. Die Analyse der über die Plattform generierten Markt- und Transaktionsdaten erlaubt es den Betreibern folglich nicht nur ihr eigenes Agieren zu analysieren und zu optimieren, sondern auch die Bedürfnisse des jeweiligen Akteurs immer genauer zu erheben und für sich zu nutzen.

Aufgrund dieser drei Effekte ist bei Plattformunternehmen nicht von einer Tendenz zum Oligopol zu sprechen, sondern von einer Tendenz zum Monopol. Dieses Monopol ähnelt aufgrund der hohen Fixkosten, die für die Entwicklung der Plattform aufgewendet werden müssen und den geringen Grenzkosten für den Betrieb, einem natürlichen Monopol, wie es bei Eisenbahnen oder bei Straßen zu finden ist. Aller-

dings unterscheiden sich die Plattformmonopole vom natürlichen Monopol in einem wesentlichen Punkt: sollten andere, bessere Plattformen entstehen, kann sich der virtuous circle in einen vicious circle verwandeln. Die Nutzer verlassen, wenn der Anreiz entsprechend groß ist, die bestehende Plattform und wechseln zur Neuen. Ist ein kritischer Wert an Akteuren auf der alten Plattform unterschritten, wird sie für die verbleibenden Nutzer immer unattraktiver; womit sich die Anzahl an Akteuren, die die Plattform verlassen, weiter verstärkt. Daher ist es für bestehende Plattformunternehmen so entscheidend, dass sie etwaige Konkurrenz frühzeitig ausfindig machen und wie bereits erwähnt, deren Funktionen entweder in ihre eigene Plattform assimilieren, oder entsprechende Konkurrenzmodelle aufkaufen und stilllegen. Denn wie es der Investor Peter Thiel in einem Beitrag im Wallstreet Journal auf den Punkt gebracht hat, gilt für Plattformunternehmen mehr noch als für andere Unternehmen: „*competition is for losers*“ (Thiel 2014). So sind in der digitalen Wirtschaft natürliche Monopole nicht mehr ein Sonderfall, wie es für die analoge Wirtschaft gilt, sondern im Wesentlichen die Regel. Folglich ist in der digitalen Ökonomie die oben beschriebene Entwicklung besonders ausgeprägt, mit ihren negativen Effekten, wie einer starken Marktkonzentration, abnehmender Gründungsintensität, hohen Monopolgewinnen und damit einer Verschärfung der Ungleichheit, da sich die Wertschöpfung nicht mehr auf viele Akteure verteilt, sondern von wenigen großen Unternehmen einbehalten wird, die sie dann wiederum zur Sicherstellung ihrer Position nutzen bzw. an ihre Kapitalgeber weiterreichen.

Da anzunehmen ist, dass sich die digitale Transformation in den kommenden Jahren und Jahrzehnten weiter fortsetzt und verstärkt, digitale Strukturen aber häufig auf dem Plattformprinzip basieren, ist es wahrscheinlich, dass monopolartigen Strukturen in immer mehr Geschäftsbereichen an Bedeutung gewinnen. So besteht die Gefahr, dass insbesondere kleine und mittlere Unternehmen, die auf die Verwendung dieser Plattformen angewiesen sind um ihre Produkte und Dienstleistungen anzubieten, in eine verstärkte Abhängigkeit geraten, zumal sie alleine keine entsprechende Gegenmacht aufbauen können. Plattformunternehmen sind dagegen aufgrund ihrer proprietären Märkte in der Lage, KMUs den Marktzugang zu versperren, oder deren Geschäftsmodell zu kopieren und Konkurrenzprodukte günstiger anzubieten. Die wirtschaftliche Dynamik droht somit weiter abzunehmen, mit Folgen für eine funktionierende Wirtschaft, von der weite Teile der Gesellschaft profitieren. So gilt ein dynamisches Unternehmertum als einer der wesentlichen Faktoren für Produktivitäts- und Beschäftigungswachstum, das die Wettbewerbsfähigkeit fördert und zu einem nachhaltigen wirtschaftlichen Wachstum führt (Lopes u.a. 2021). Eine abnehmende wirtschaftliche Dynamik und eine Verstetigung der Marktkonzentrationen ermöglicht es hingegen, dass große Unternehmen neben der Vereinnahmung wesentlicher Wertschöpfungsanteile, insbesondere stärkeren politischen Einfluss ausüben um ihre Partikularinteressen durchzusetzen (Kahn 2017), mit negativen Auswirkungen auf das Gemeinwohl als Ganzes.

Das Modell der digitalen Plattformgenossenschaft als mögliche Alternative

Da Plattformen eine monopolartige Stellung benötigen, um den Akteuren ein möglichst attraktives Feld zu bieten, ergibt sich somit ein Spannungsverhältnis zwischen wirtschaftlicher Effektivität der Plattform, Ausnutzung der Monopolstellung und wirtschaftlicher Dynamik der Gesamtwirtschaft. Neben der bereits diskutierten Möglichkeit einer stärkeren Regulierung und Kontrolle von staatlicher Seite, lässt sich auch das Modell der Genossenschaft als mögliche Antwort auf diese Entwicklungen heranziehen, indem Unternehmen im genossenschaftlichen Verbund kooperieren, um so eine alternative Plattform aufzubauen. Dies insbesondere, da weder eine unternehmensinterne Lösung, in der jedes einzelne Unternehmen eine Plattform betreibt als tauglich und sinnvoll anzusehen ist, noch eine reine Marktlösung, wie sie derzeit zu beobachten ist, zu den gewünschten Resultaten führt. Die genossenschaftliche Kooperation erlaubt es hingegen, dass sich Wirtschaftssubjekte zusammentun um eine gemeinsame Unternehmung zu betreiben, mit dem Ziel, ein Ergebnis zu realisieren, dass sie alleine nicht erreichen können. Die gemeinsame Unternehmung entwickelt jedoch kein eigenständiges oder konkurrierendes Geschäftsmodell, sondern stellt gemäß des genossenschaftlichen Förderprinzips die Interessen der Mitglieder in den Mittelpunkt. Gesetzlich definiert ist die Genossenschaft daher als *„[...] Personenvereinigung mit Rechtspersönlichkeit von nicht geschlossener Mitgliederzahl, die im wesentlichen der Förderung des Erwerbes oder der Wirtschaft ihrer Mitglieder dient [...]“* (§ 1 Abs. 1 Österr. GenG). Da dies bei Plattformen, die dem Absatz von Waren, Dienstleistungen und/oder dem Austausch von Informationen dienen, der Fall ist, bietet sich hier ein kooperativer Zusammenschluss von wirtschaftlichen Akteuren zur Förderung ihrer gemeinsamen Interessen an. Das genossenschaftliche Konzept kann so dazu beitragen, ein gemeinsam betriebenes Gegengewicht zu den monopolistisch agierenden Plattformunternehmen aufzubauen und damit zum Erhalt bzw. der Intensivierung des Wettbewerbs beitragen um ein größeres Maß an Markteffizienz zu erreichen. Aufgrund des Förderprinzips und des demokratischen Mitsprachrechts wird zudem gewährleistet, dass sich der Plattformbetreiber theoretisch nicht gegen die Interessen der Mitglieder wendet, etwa in Bezug auf die Abschöpfung übermäßiger Monopolrenten oder in Hinblick auf die Ausnützung der Informationsmacht.

Betrachtet man die historische Entwicklung der genossenschaftlichen Konzepte bei Raiffeisen oder Schulze-Delitzsch, so lassen sich gewisse Ähnlichkeiten zur aktuellen Situation erkennen, denn die genossenschaftliche Konzeption der zwei deutschsprachigen Genossenschaftsprotagonisten führte dazu, dass Monopolstellungen in der Kreditvergabe gebrochen wurden, womit die beteiligten Genossenschaftsmitglieder bessere Kreditkonditionen in der Kreditvergabe erzielen konnten (Goglio/Leonardi 2010). Auch eine der ersten industriezeitlichen Genossenschaften, die 1844 in Rochdale, in der Nähe von Manchester gegründet „Rochdale Pioneers“, richtete sich explizit gegen die ausbeuterischen Entwicklungen monopolistisch auftretender Akteure (Fairbairn 1994). Die Genossenschaft kann somit als potenzieller Mono-

polbrecher wahrgenommen werden. Im Sinne der Spieltheorie kann dabei alleine das glaubwürdige Drohpotenzial der Errichtung einer alternativen Plattform dazu beitragen, dass die bestehenden Plattformunternehmen ihre möglichen Monopolgewinne nicht vollkommen ausschöpfen, da sie stets damit rechnen müssen, dass alternative Plattformen entstehen.

Aktuelle Entwicklungen im Bereich der Plattformgenossenschaften

Betrachtet man die aktuellen Entwicklungen die sich in dem Bereich der Plattformgenossenschaften ergeben, so zeichnen sich nach Balk und Brazda (2021) drei verschiedene genossenschaftliche Entwicklungstypen ab:

Autonomiebetonte Datengenossenschaften

Autonomiebetonte Datengenossenschaften adressieren explizit die Problematik, die sich aus der Nutzung von digitalen Plattformen ergeben, in denen viele, auch private Daten generiert werden, die der Plattformbetreiber für seine Zwecke nutzen kann, auf die der Plattformnutzer jedoch selbst keinen Zugriff hat. So stellen autonomiebetonte Plattformgenossenschaften die Souveränität über die eigenen Daten in den Vordergrund. Die schweizerische midata Genossenschaft lässt sich hier als Beispiel anführen. Sie dient als Plattform für Anwendungen im Gesundheitsbereich. Die Gesundheitsdaten der Mitglieder werden dabei wie bei herkömmlichen Plattformunternehmen auch, von der Datengenossenschaft zentral verwaltet, allerdings können die Mitglieder selbstständig festlegen, für welche Zwecke ihre Daten weitergegeben und verwendet werden dürfen (midata 2021). Ein Projekt, dass die Datenplattform bereits nutzte, ist allysience. Im Rahmen dessen wurde erhoben, an welchen Orten in der Schweiz die meisten Pollenallergiker leben und mit welchen Allergiesymptomen sie konfrontiert sind. Die Nutzer konnten dabei ihre jeweiligen Beschwerden in einer App eingeben, die neben der midata-Plattformgenossenschaft auch mit dem Schweizer Wetterdienst verbunden war. Ziel ist es, neben dem Aufbau eines Pollenfrühwarnsystems, weitere Forschungsvorhaben im Bereich der Umweltepidemiologie zu verfolgen (allyscience 2021), wobei die Nutzer durch die Verwendung der Datengenossenschaft stets darüber entscheiden können, ob sie ihre Daten für das jeweilige Forschungsprojekt freigeben.

Hier wird somit der Aspekt, dass die von den Plattformunternehmen generierten Daten einen entscheidenden Wert darstellen, über den die Nutzer jedoch in aller Regel nicht verfügen können, adressiert. Daran schließt sich die Überlegung an, die etwa von Feygin u.a. (2021) aufgeworfen werden, dass die Daten nicht nur exklusiv den Plattformbetreibern offenstehen sollen, sondern die gesamte Gesellschaft davon profitieren sollte (siehe dazu auch Ramge/Mayer-Schönberger 2020).

Konkurrenzbetonte Datengenossenschaften

Unter konkurrenzbetonten Datengenossenschaften machen Balk und Brazda (2021) Plattformgenossenschaften aus, die in direkter Konkurrenz zu existierenden Plattformunternehmen stehen. Ihr Geschäftsmodell entspricht somit dem der großen, erfolgreichen Plattformbetreiber. Die Verwendung des genossenschaftlichen Modells führt jedoch dazu, dass die Plattformakteure nicht nur Kunde der Plattform sind, sondern gleichzeitig auch dessen Eigentümer, womit sie ein größeres Maß an Souveränität erreichen und auch stärker an der Wertschöpfung partizipieren. Beispielhaft sind für diesen Entwicklungstyp etwa FairBnB oder fairmondo, die sich als direkte Herausforderer zu AirBnB und Amazon suggerieren. Durch die unbegrenzte Anzahl an möglichen Kunden/Miteigentümern ist es jedoch fraglich, ob sie die notwendigen Netzwerk- und Skaleneffekte erreichen können, um sich tatsächlich als Konkurrenten zu den bestehenden Plattformen zu positionieren.

Einen etwas anderen Weg geht bookingsuedtirol.com, das sich zwar ebenfalls als Alternative zu einer großen Plattform versteht, in diesem Fall booking.com. Allerdings agiert die Plattform regional und wurde vom Südtiroler Hoteliers- und Gastwirteverbands (HGV) initiiert, der zentralen Interessensvertretung aller Hoteliers in Südtirol. Bei Nutzung dieser alternativen Plattform bleibt aufgrund geringerer Transaktionsgebühren ein größerer Wertschöpfungsanteil bei den Hoteliers. Durch den Sitz des Plattformbetreibers in Südtirol kann zudem wertvolles Know-How in der Region aufgebaut werden. Angesichts der Größe des Verbandes und der umgrenzten Mitgliederanzahl entfallen bei diesem Projekt zudem wesentliche Herausforderungen die beim Aufbau von Plattformen evident sind: so etwa das Problem der hohen Anfangsfinanzierung und das Problem des Erreichens einer kritischen Masse an Mitgliedern, damit die Plattform für die Nutzer attraktiv erscheint und eine wirkliche Alternative darstellt.

Wertschöpfungsbetonte Datengenossenschaften

Als dritten und neuesten Entwicklungstyp, der unter den Begriff der Daten- oder Plattformgenossenschaften fällt, sind genossenschaftlich betriebene B2B-(Business-to-Business-)Plattformen anzuführen. Hier steht der wertschöpfungsinduzierende Prozess im Vordergrund, der sich aus einer digitalen Vernetzung zwischen Unternehmen ergeben kann, so etwa für integrierte Wertschöpfungsketten. Die Wahl der genossenschaftlichen Rechtsform bietet sich bei dieser zentralen Datenplattform an, da dadurch gewährleistet wird, dass keiner der beteiligten Akteure exklusiven Zugang zu den hochsensiblen Unternehmensdaten erhält und somit ein Vermachtungsprozess, der durch den exklusiven Datenzugang eines einzelnen Akteurs entstehen kann, verhindert wird. Die wertschöpfungsbetonende Datengenossenschaften kann somit als Vehikel dienen, das Vertrauen herstellt und Unternehmen zur Kooperation untereinander motiviert, mit dem Ziel, Produktivitätsgewinne, die durch integrierte Prozesse im Sinne der Industrie 4.0 entstehen, zu generieren. Zu-

dem wird angenommen, dass sich der Wettbewerb durch eine verstärkte Nutzung digitaler Prozesse weg vom Wettbewerb einzelner Unternehmen, hin zum Wettbewerb zwischen Unternehmensnetzwerken entwickelt (Rachinger u.a. 2019); genossenschaftliche B2B-Plattformen können hier als geeignetes Vehikel fungieren (Balk/Brazda 2021).

Dieser dritte Entwicklungstyp ist bisher noch wenig erforscht, doch kann er insbesondere für KMUs ein geeignetes Instrument darstellen um im Wettbewerb mit großen Unternehmen Bestand zu haben bzw. mit ihnen gemeinsam Netzwerke aufzubauen, ohne in die Gefahr einer zunehmenden Abhängigkeit zu geraten.

Digitalisierungsgenossenschaften für KMUs

In Hinblick auf die skizzierten wirtschaftlichen Entwicklungen von KMUs und ihrer im Vergleich zu großen Unternehmen geringeren Digitalisierungsgrad bietet sich ein vierter, eher der traditionellen Form der Genossenschaft entsprechender Typus an: Digitalisierungsgenossenschaften. Denn laut Umfragen fehlt KMUs neben den finanziellen Ressourcen vor allem das nötige Wissen zum Thema Digitalisierung und zur Umsetzung digitaler Prozesse (Gangl/Sonntag 2020). Folgt man weiters der Einschätzung, dass sich die digitale Transformation weiter fortsetzen wird, stehen KMUs nicht nur vor den Herausforderungen, die mit der Plattformökonomie einhergehen, sondern ganz konkret davor, dass sie im Vergleich zu großen Unternehmen in der Digitalisierung immer weiter zurückfallen. Um dieser Thematik zu begegnen kann sich ein genossenschaftlicher Verbund anbieten, in dem sich Unternehmen, die sich mit ähnlichen Digitalisierungsanforderungen konfrontiert sehen, zusammentun, um gemeinsam Herausforderungen zu bewältigen, denen sie alleine nicht gewachsen sind. So könnte eine Digitalisierungsgenossenschaft etwa Experten beschäftigen, die die beteiligten KMUs dabei unterstützt, nötiges Wissen und digitale Infrastrukturen aufzubauen und zu unterhalten.

Schlussbemerkung

Durch die Digitalisierung und Plattformisierung der Wirtschaft hat sich somit ein neues Feld für genossenschaftliche Lösungen aufgetan. Bei einer geeigneten Umsetzung können Strukturen aufgebaut werden, die es Akteuren erlauben, dem skizzierten Vermachtungsprozess zu begegnen, der sich durch anhaltend hohe Renditen weniger Unternehmen, eine abnehmende Produktivität und einer zunehmende Marktkonzentration kennzeichnet. Eine kooperative Struktur kann somit eine Alternative bieten, die sich zwischen Markt und Hierarchie befindet und die dazu beitragen kann, dass Produktivitätsgewinne, die aus der Nutzung digitaler Strukturen entstehen, nicht von wenigen großen Akteuren abgeschöpft werden, sondern größeren Teilen der Gesellschaft zugänglich sind. Wie Genossenschaften dafür konzipiert sein müssen, welche Herausforderungen sich dabei ergeben und inwiefern sich kooperative Strukturen bei KMUs im konkreten Fall umsetzen lassen, ist Bestandteil

wissenschaftlicher Forschung. Ziel ist es dabei, ein größeres Verständnis des Agierens von Genossenschaften in diesem neuen Umfeld aufzubauen und die aktuellen Entwicklungen in Bezug zu setzen, um so dabei mitzuwirken, das erprobte Konzept genossenschaftlicher Kooperation in das 21. Jahrhundert zu übertragen. Somit kann geschlossen werden, dass das genossenschaftliche Konzept, so alt die Idee auch ist, auch in der aktuellen Zeit einen potenziell wesentlichen und positiven Beitrag für die Gesellschaft leisten kann.

Literaturverzeichnis

- Accenture (2020), Digitalisierung – Konjunkturmotor in der Krise, https://www.digitalaustria.gv.at/dam/jcr:10c40411-382b-4d05-a008-e49999a83c0d/Accenture_Studie%20Digitalisierung-Konjunkturmotor%20in%20der%20Krise_062020.pdf (Zugriff: 13.08.2021).
- Akcigit, Ufuk und Sina T. Ates (2020), What Happened to U.S. Business Dynamism?, in: FEDS Notes. Washington: Board of Governors of the Federal Reserve System, <https://doi.org/10.17016/2380-7172.2497>.
- allyscience (2021), Wo leben die meisten Pollen-Allergiker in der Schweiz und unter welchen Symptomen leiden Sie?, <https://allyscience.ch/> (Zugriff: 13.08.2021).
- Barth, Erling, Alex Bryson, James C. Davis und Richard Freeman (2016), It's where you work: increases in the dispersion of earnings across establishments and individuals in the United States, in: *Journal of Labor Economics*, 34 (S2), S. 67-S97.
- BMDW (Bundesministerium Digitalisierung und Wirtschaftsstandort) (2021), KMU im Fokus 2020 – Bericht über die Situation und Entwicklung kleiner und mittlerer Unternehmen der österreichischen Wirtschaft, https://www.bmdw.gv.at/dam/jcr:e3509931-b2ad-4e4d-be64-79b018da91a/KMU_im_Fokus_Barrierefrei_FINAL.pdf (Zugriff: 13.08.2021).
- Balk, Anselm und Johann Brazda (2021), Die neuen digitalen Genossenschaften, in: *cooperativ* 3/2021, S. 29-33
- Boettcher, Erik (1980), *Die Genossenschaft in der Marktwirtschaft*, Tübingen.
- Cunningham, Colleen, Florian Ederer und Song Ma (2021), Killer Acquisitions, in: *The Journal of political economy*, 129(3), S. 649-702.
- Europäische Kommission (2014), Evaluation of the SME definition, <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/5849c2fe-dcd9-410e-af37-1d375088e886> (Zugriff: 13.08.2021)
- Europäische Kommission (2029), Science, Research and Innovation Performance of the EU 2020 (SRIP), https://ec.europa.eu/assets/rtd/srip/static/files/SRIP_2020_Chap_1.3.3.pdf (Zugriff: 13.08.2021).
- Fairbairn, Brett (1994), *The meaning of Rochdale: The Rochdale pioneers and the co-operative principles*. Saskatoon: Centre for the Study of Cooperatives, University of Saskatchewan.
- Feygin, Yakov, Brent Hecht, Matthew Prewitt, Hanlin Li, Nicholas Vincent, Chirag Lala und Luisa Scarcella (2021), *A Data Dividend that Works: Steps Toward Building an Equitable Data Economy*, Berggruen Institute.
- Furman, Jason und Peter Orszag (2018), A Firm-Level Perspective on the Role of Rents in the Rise in Inequality, in: *Towards a Just Society – Joseph Stiglitz and Twenty-First Century Economics*, hrsg. Von Martin Guzman, New York, S. 19-47.

- Gangl, Katharina und Axel Sonntag (2020), Digitale Kompetenzen in österreichischen KMUs, Projektbericht Research Report, Institut für Höhere Studien.
- Garton, Eric und Michael Mankins (2020), The Pandemic Is Widening a Corporate Productivity Gap, in: Harvard Business Review, (1. Dezember 2020).
- Goglio, Silvio und Andrea Leonardi (2010), The roots of cooperative credit from a theoretical and historical perspective, in: Euricse Working Papers, N 011 (10).
- Hathaway, Ian und Robert E. Litan (2014), Declining business dynamism in the United States: A look at states and metros, https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2016/06/declining_business_dynamism_hathaway_litan.pdf (Zugriff: 13.08.2021).
- Khan, Lina M. (2017), Amazon's Antitrust Paradox, in: The Yale Law Journal, 126 (3), S. 710-805.
- Little, Arthur D. (2019), Digitale Transformation von KMUs in Österreich 2019. <https://www.wko.at/branchen/information consulting/unternehmensberatung-buchhaltung-informationstechnologie/kmu-digitalisierungsstudie-2019.pdf> (Zugriff: 13.08.2021).
- Lopes, João, Márcio Oliveira, Paulo Silveira, Luís Farinha und José Oliveira (2021), Business dynamism and innovation capacity, an entrepreneurship worldwide perspective, in: Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity, 7 (1), 94.
- Mazzucato, Mariana (2018), The value of everything: Making and taking in the global economy. London.
- Michels, Robert (1989), Zur Soziologie des Parteiwesens in der modernen Demokratie. Untersuchungen über die oligarchischen Tendenzen des Gruppenlebens, 4. Auflage, Stuttgart.
- Mitchell, Stacy (2016), Monopoly Power and the Decline of Small Business, Institute for Local Self-Reliance.
- Midata (2021), Meine Daten – Unsere Gesundheit, <https://www.midata.coop/> (Zugriff: 13.08.2021)
- Mueller, Holger M., Paige P. Ouimet und Elena Dimnitsi (2017), Wage Inequality and Firm Growth, in: American Economic Review: Papers & Proceedings, 107(5), S. 379-383.
- OECD (2018), Strengthening SMEs and entrepreneurship for productivity and inclusive growth, Key Issues Paper, SME Ministerial Conference, 22-23 February 2018.
- Rachinger, Michael, Romana Rauter, Christiana Müller, Wolfgang Vorraber und Eva Schirgi (2019), Digitalization and its influence on business model innovation, in: Journal of Manufacturing Technology Management, S. 1143-1160.
- Ramge, Thomas und Victor Mayer-Schönberger (2020), Matchmaschinen, Hamburg.
- Staab, Philipp (2019), Digitaler Kapitalismus, Berlin.
- Thiel, Peter (2014), Competition Is for Losers, in: The Wall Street Journal, (12. Sept. 2014), <https://www.wsj.com/articles/peter-thiel-competition-is-for-losers-1410535536> (Zugriff: 13.08.2021).
- Tseng, Cheng und Chien-Chi Tseng (2019), Entrepreneurship as a Key Resolution for Declining Business Dynamism, in: The Journal of Applied Business and Economics, 21.3, S. 114-123.
- U.S. Bureau of Labor Statistics (2021), Labor Productivity and Costs. https://www.bls.gov/lpc/pr_oddybar.htm (Zugriff: 13.08.2021).
- Von Petersdorff, Winand (2021a), Amazons mächtige Gegnerin, in: Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung (01. August 2021).

Von Petersdorff, Winand (2021b), Interview zu Tech-Konzernen – „Reif für eine große Zerschlagung“, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung (05. August 2021).

Zuiderveen Borgesius, Forgesius und Joost Poort (2017), Online Price Discrimination and EU Data Privacy Law, in: Journal of Consumer Policy, 40, S. 347-366, <https://doi.org/10.1007/s10603-017-9354-z>.

Autor

Anselm Balk, MSc., wissenschaftlicher Mitarbeiter am Fachbereich für Genossenschaftswesen, Fakultät für Wirtschaftswissenschaften, Universität Wien. E-Mail: anselm.balk@univie.ac.at