

Quelle: <http://plattform-maerkte.de/dna/>

Workshop 8

Plattformökonomie entdeckt Onlineberatung

Prof. Dr. Richard Reindl

Institut für E-Beratung

TH Nürnberg



Plattformökonomie trifft Onlineberatung ?

- Plattformökonomie – was versteht man darunter?
 - Verbraucherbezogene (B2C)-Plattformen
(Information, Konsum, Kommunikation, Dienstleistungen, etc.)
 - Unternehmensbezogene (B2B)-Plattformen
(Industrie, Arbeit, etc.)
- Plattformökonomie als neue ökonomische Organisationsform?
- Plattformen im sozialen Sektor (Beratung, Hilfe, Unterstützung etc.)
- Szenarien





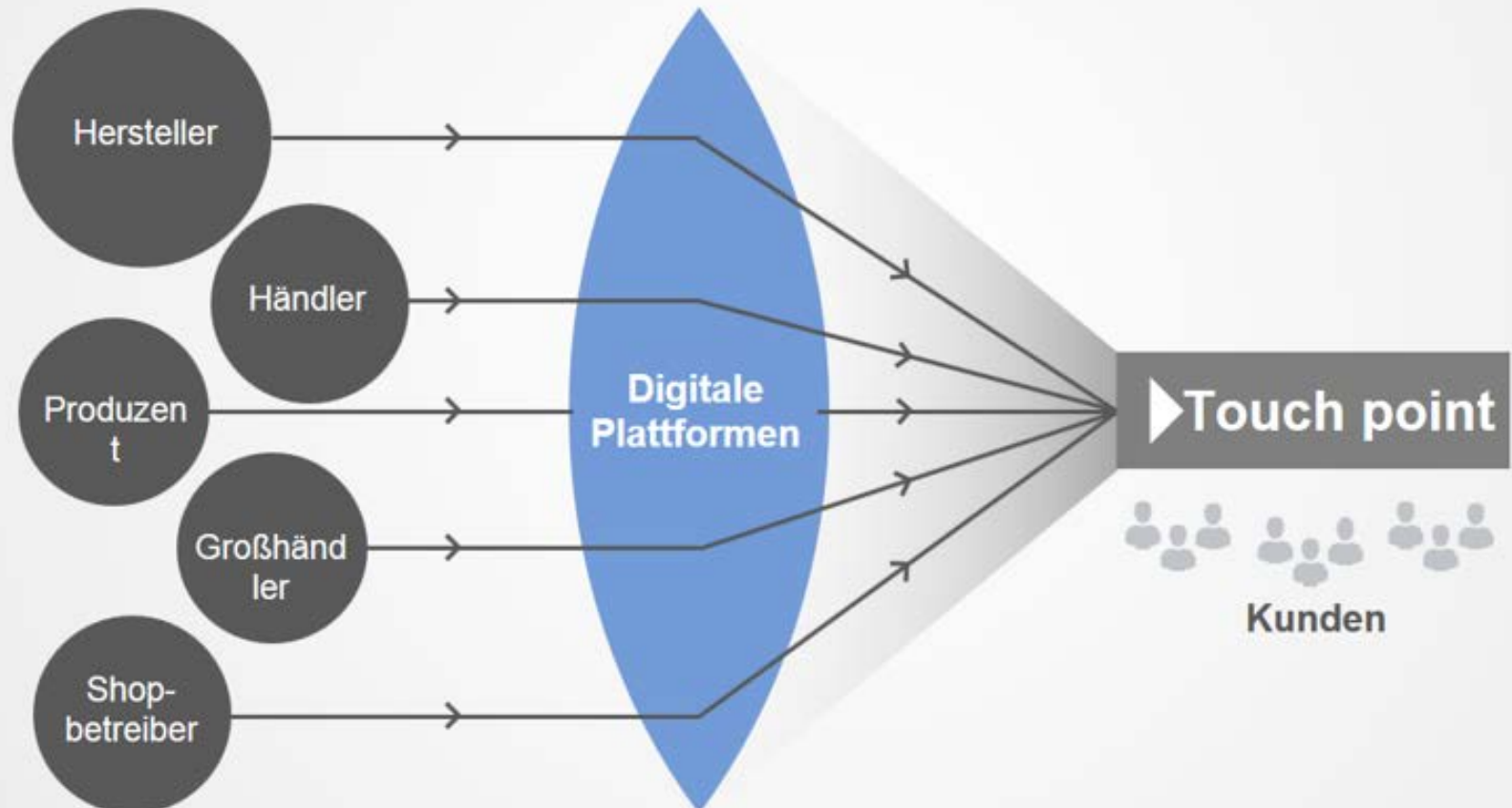
Bedeutung digitaler Plattformen

- Digitale Plattformen: zentrale Schnittstelle für die Veränderung bestehender Nutzer-Anbieter-Konstellationen und für die Erschließung neuer Geschäftsmodelle.
- Die vier größten globalen Plattformbetreiber (Alphabet, Amazon, Facebook und Alibaba) sind mehr wert als alle 30 DAX-Unternehmen zusammen (Schmidt, 2017), obwohl sie „nur“ Markttransaktionen zur Verfügung stellen.

Digitale Plattformen ➔ ökonomisches Zukunftsmodell

- Gegenwart: lediglich 36 Prozent der Geschäftsführer und Vorstände deutscher Unternehmen haben den Begriff „digitale Plattform“ (einschließlich seiner Synonyme) schon einmal gehört (Bitkom, 2017); (nicht repräsentativ: 5-10% der sozialwirtschaftlichen Leitungskräfte; Kreidenweis 2018)
- **Forderung des BMWi:** Plattformökonomie aktiv mitgestalten, da die Schnittstelle zwischen unternehmensinternen und –externen Bereichen zukünftig vermehrt durch digitale Plattformen besetzt wird. Dadurch verschieben sich Wertschöpfungsanteile hin zu den Plattformbetreibern. Eigentumsmodelle bzw. Geschäftsmodelle verändern sich drastisch.

Plattformen liefern die digitale Infrastruktur und die Schnittstelle zwischen Wertschöpfung und Kunden





Plattformökonomie – Hintergrund

- digitale Transformation: Wandel der Marktstrukturen hin zu Plattformökonomie.
- Plattformen sind kein vollkommen neues Phänomen. Sie bringen mindestens zwei unterschiedliche, aber doch voneinander abhängige Nutzergruppen, beispielsweise Käufer und Verkäufer von Produkten, zusammen. Die Plattformen generieren für diese Gruppen in ihrer Rolle als Vermittler einen zusätzlichen Nutzen (z. B. hohe Treffergenauigkeit bei Suchanfragen, thematisch passende Werbung). Damit wechseln auch die Rollen: Vom Nutzer zum Produzent zum Nutzer, etc.
- Einen Wert hat die Plattform für eine Gruppe nur, wenn auch die jeweilige „Gegenseite“ in ausreichend großer Zahl vorhanden ist. Um das zu erreichen, verlangen Plattformen oft nur von einer Nutzergruppe Geld, die andere erhält die Produkte oder Dienste (weitgehend) kostenlos.



Verbraucherbezogene Plattformen

1. als reiner Vermittler zwischen Anbietern und Endkunden

- von analogen Produkten und Dienstleistungen, z. B. Waren aller Art (amazon), Selbstgemachtes (Etsy), Dienstleistungen, wie Übernachtung (airbnb), Fahrdienste (Uber), Reisen (Flixbus), Putzhilfen (helping), etc.

Selbstverständnis,
z. B. Etsy 2019:

„Unser globaler Marktplatz ist eine lebendige Gemeinschaft aus echten Menschen, die über besondere Produkte zusammenfinden. Die Plattform ermöglicht es Verkäufern, das zu tun, was sie begeistert, und hilft Käufern, das zu finden, was sie begeistert.“

- von digitalen Produkten und Dienstleistungen jeglicher Art, z. B. Informationen (Google), Musik (Spotify), Videos (Youtube), etc.
- von **spezifischen digitalen Dienstleistungen**: Rechtsberatung (frag-einen-anwalt.de), ärztliche Beratung (docdirekt, teleclinic); psychosoziale Beratung (das beratungsnetz)
- oder vermischt (Dienstleistung + Produkt), z. B. doktoronline (Gesundheitsinformation + Medikamente), etc.



2. als zentraler Händler von analogen wie digitalen Produkten und Dienstleistungen

- kein direkter Kontakt zwischen Endkunden und Anbieter, z. B. Lieferservices (lieferando)



Unternehmensbezogene Plattformen

1. als transaktionszentrierte Plattformen zur Unterstützung unternehmerischer Kerntätigkeiten, z. B. Einkauf, Vertrieb, etc.
2. als datenzentrierte Plattformen zur Erstellung von Produkten und Dienstleistungen für Dritte, für Entwicklungsprozesse mit Dritten und zur Bereitstellung von Maschinen- und Prozessdaten für Dritte.
3. zur **Auslagerung von Arbeit an Dritte** (Freelancer etc.),
sog. Crowdfunding/gigworking (freelancer.com; clickworker.de, etc.)
Zahlen hierzu: Crowdworker in D: ca. 1 Mio. und meist als Nebenverdienst, Tendenz steigend
Vorteile für AN: Zusatzverdienst, zeitl./örtl. flexibles Arbeiten, Eigenregie, abwechslungsreiche Aufgaben,
Vorteile AG: Arbeit on demand; Arbeitsbeschleunigung, Kosteneinsparung, Zugang zu großem Wissenspotenzial,



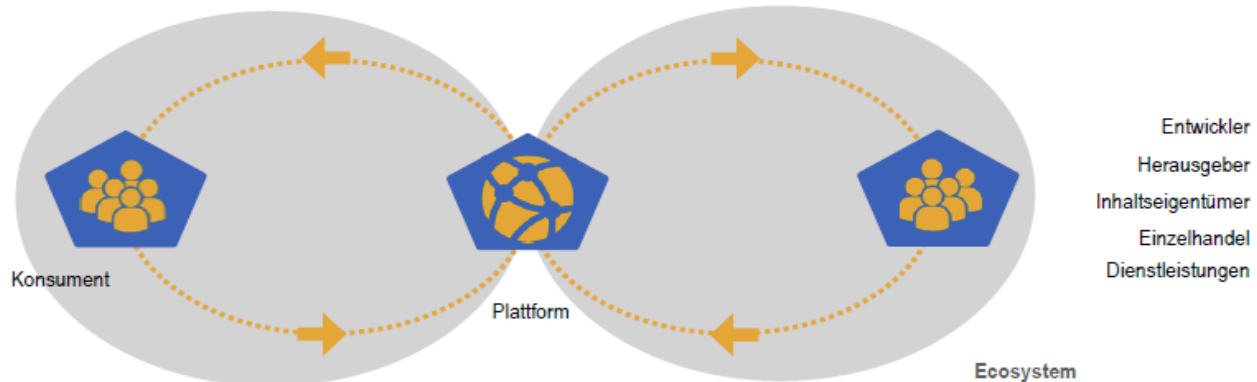
Merkmale von Plattformen

- Plattformökonomie definiert B2C-Märkte neu: Wandel der Marktstrukturen
- Zweiseitigkeit/Mehrdimensionalität statt [Einlinigkeit \(pipeline\)](#)
- Netzwerkeffekt: je mehr Anbieter auf der Plattform sind, desto interessanter für Kunden – und umgekehrt (perpetuum mobile); Tendenz zur Monopolisierung
- geringe Transaktionskosten, Null-Grenzkosten
- transparente Preise und Qualität (durch Bewertungen, Rankings oder Kommentare)
- neue Geschäftsansätze (z.B. pay-per-use, einzelne Artikel bei Zeitungen / Verlagen, einzelne Lieder von Musikern)
- Vorteile für Endkunden: alle Angebote an einer Stelle, einfacher Vergleich, meist sofortige Realisierung (Kauf, Inanspruchnahme)
- Vorteile für Anbieter: Nutzung einer vollentwickelten Infrastruktur (ohne Aufbau, Wartung etc.) meist gegen Gebühr
- Nachteile für Anbieter: transparenter Markt, nur einen Klick vom Wettbewerber entfernt, Preis- und Innovationsdruck höher



Traditionelle Ökonomie

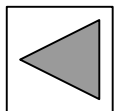
Wertschöpfung ist **linear** und geht in **eine Richtung**



Plattform- Ökonomie

Wertschöpfung geht in **zwei Richtungen** und ist **kontinuierlich**

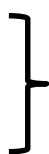
Quelle: Parker et al. (2017)





Beispiele für Plattformen im Sozialsektor

- [Anpacker-Portal](#) incl. App - verbinden helfende Organisationen und hilfsbereite Menschen in der Region schnell und unkompliziert.
- [GoVolunteer](#) - bringt Projekte und Initiativen mit Menschen zusammen, die helfen wollen.
- [Betreut.de](#)
- [Careship](#)
- [Mitunsleben](#) (wird derzeit von diakonischen Einrichtungen entwickelt)
- [Caritas](#) baut eine digitale Beratungsplattform, die den Hilfe suchenden Menschen verschiedene Kommunikationswege ermöglicht: Mail, Chat, Sprachnachricht, Telefon und schließlich auch Face-to-Face. Weiterentwicklung zur Hilfeplattform ?
- ...



betreut.de ist der deutsche Ableger von care.com, die von Google Capital finanziert wird.

bei careship ist ein US-Investor eingestiegen, derselbe Investor, der twitter groß gemacht hat.





Anpackerportal – regionale Plattform für freiwillige Helfer/innen

☰ Ergebnisse filtern

Über uns Kontakt Datenschutz Impressum



Anpacker-Portal
Die Region hilft

- Zeitspenden - Gesuche **438**
- Sachspenden - Gesuche **44**
- Koordinationsstellen **38**





GoVolunteer – deutschlandweites Helferportal (Helfercommunity)



[Finde ein Projekt](#) [Erstelle ein Projekt](#) [Kampagnen](#) [Über uns](#) [Blog](#) [de](#)

Sticker bestellen



Finde Dein soziales Engagement

Thema wählen



Stadt, PLZ, Straße

Suchen

Projekte für Dein Engagement





mitunsleben – Plattform diakonischer Gesellschaften (im Entstehen)



[Über Uns](#) [Partner](#) [Jobs](#) [Kontakt](#)





careship – Plattform für Pflegeunterstützung



Unsere Alltagshelfer Leistungen Preise

Alltagshelfer werden

Alltagshelfer finden

Kunden-Login

Ihr Alltagshelfer aus der Nachbarschaft

Länger glücklich im eigenen Zuhause

Jetzt Alltagshelfer finden





Betreut.de – Plattform für Alltagshilfe etc.



[ALS HELFER REGISTRIEREN](#)

[MITGLIED WERDEN](#)

[Login](#)

Gute Betreuung
beginnt hier

Postleitzahl eingeben



Auf der Suche nach **Jobs?** [Los geht's >](#)



[KINDERBETREUUNG](#) [AU-PAIR](#) [NACHHILFE](#) [SENIORENBETREUUNG](#) [TIERBETREUUNG](#) [HAUSHALTSHILFE](#)



Für Alltagshelfer

Kostenlos Profil erstellen und sofort auf Jobs
bewerben



Für Unternehmen

Finden Sie neue Aufträge oder suchen
Verstärkung für Ihr Team

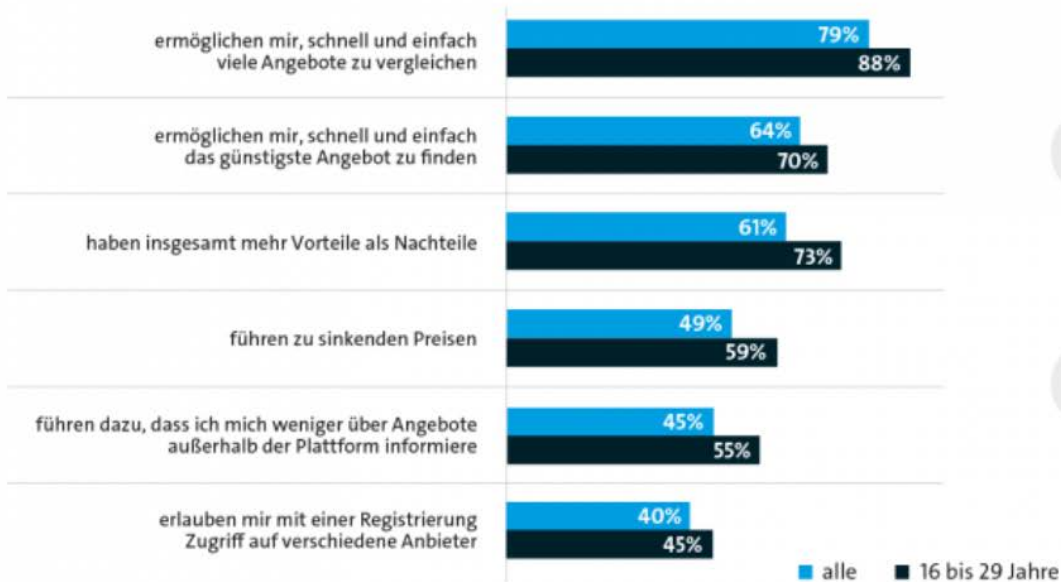




Vorteile für Nutzer/innen

Mehr Überblick dank digitaler Plattform

Digitale Plattformen...



Basis: 1.003 Bundesbürger ab 16 Jahren | Nennungen »trifft voll und ganz zu« & »trifft eher zu«
Quelle: Bitkom Research

bitkom



Exkurs zu: Crowdworking/Gigworking

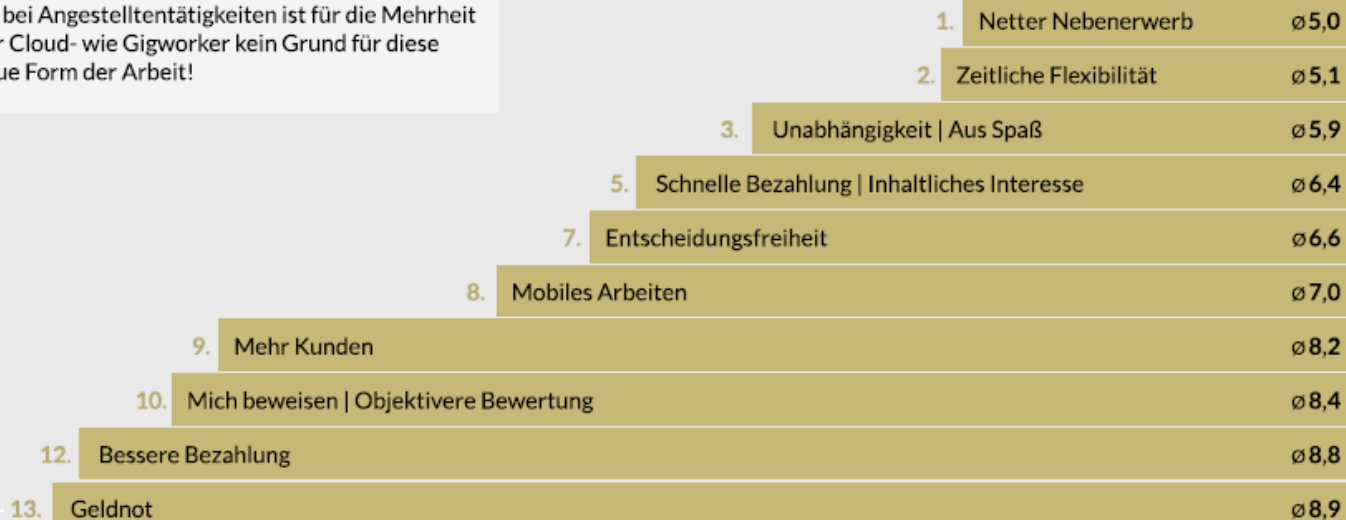
- Der in Deutschland mithilfe einer digitalen Arbeitsplattform Tätige entspricht nicht dem Bild des prekären „Clickworkers“. Der Plattformarbeiter in Deutschland ist eher überdurchschnittlich qualifiziert und finanziell bessergestellt.
- So liegt der Anteil der Plattformarbeiter mit einem monatlichen persönlichen Nettoeinkommen über 3.000 Euro bei 31 Prozent und damit mehr als doppelt so hoch wie in der Gesamtbevölkerung (D21-Index 2018/2019: 13 Prozent). Zugleich muss aber jeder vierte Plattformarbeiter mit weniger als 1.500 Euro pro Monat auskommen. 56 Prozent der Plattformarbeiter erzielen monatlich bis zu 400 Euro Einkommen mithilfe der Plattformen und wenden dafür durchschnittlich sechs Stunden pro Woche auf.
- In den allermeisten Fällen (99 Prozent) handelt es sich bei der Ausübung von Plattformarbeit um eine Nebenerwerbstätigkeit, die die Haupttätigkeit zeitlich und finanziell nur ergänzt.
- Dementsprechend sind die Flexibilität und die Freiheit der Gestaltung der Arbeit auch die meistgenannten Vorteile des Arbeitens auf diesen Plattformen.
- Weitere Vorteile der Plattformarbeit sind: bessere Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben, kollaboratives Erarbeiten von Lösungen und damit die Demokratisierung der Arbeit, mehr Selbstbestimmung, Steigerung der Produktivität, der Innovationsfähigkeit und des Wohlstandes.

(aus: Plattformarbeit in Deutschland. Freie und flexible Arbeit ohne soziale Sicherung: Bertelsmann-Stiftung 2019)

Motivation für und Vorteile von Plattformarbeit

Netter Nebenerwerb und zeitliche Flexibilität werden als Vorteile dieser Arbeitsform besonders geschätzt

Finanzielle Not oder ein höherer Verdienst als bei Angestelltentätigkeiten ist für die Mehrheit der Cloud- wie Gigworker kein Grund für diese neue Form der Arbeit!



Frage: P-E4 „Wieso haben Sie sich entschieden, Ihre Leistungen / Dienste über eine entsprechende Online-Plattform anzubieten?
Ordnen Sie die möglichen Vorteile und Chancen dieser Arbeitsform in einer Rangfolge. Auf Platz 1 sollte der für Sie wichtigste Grund stehen, wieso Sie Ihre Leistungen über diese Online-Plattformen anbieten.“

Basis: Plattformarbeiter, die mehr Vorteile als Nachteile sehen bzw. dem Ganzen neutral gegenüberstehen (n = 630).

Quelle: Kantar, Bertelsmann Stiftung



Szenarien

- Für den Sozialsektor sind Plattformen interessant oder besser umgekehrt: für Plattformbetreiber ist der soziale Sektor interessant, da sämtliche Kriterien für eine „Plattformreife“ gegeben sind (Parker et al., nach Kreidenweis 2018):

Kriterium	zutreffend
Hohe Informationsintensität	✓
Nicht skalierbare Gatekeeper	✓
Starke Fragmentierung	✓
Ausgeprägte Informations-Asymmetrie	✓



Szenarien

- Elaborierte Onlineberatung(sportale) könnten einen niedrighschwelligen, leicht erreichbaren und zentralen Zugang zu Beratung, Unterstützung, Information etc. im psychosozialen Sektor bieten (analog zu google.de)

Klient(inn)en könnten dadurch über **eine** Anlaufstelle alle möglichen Formen von Unterstützung erhalten („Amazonisierung“).

Psychosoziale Dienstleistungen könnten dadurch aktueller, schneller und zielgenauer werden. Chronifizierung oder Verschlimmerungen aufgrund von Wartezeiten wären passé

Der Nutzen für Klient(inn)en wäre vielfach höher als bei herkömmlichen Sozialen Diensten.

Tendenzen ???



Szenarien

- Onlineberatung(sportale) bieten im psychosozialen Sektor einen guten Einstieg in crowdworking:

Expert(inn)en mit unterschiedlichen Fachkompetenzen können kollaborativ qualifiziertere, höherwertige, evtl. auch hybride Beratungslösungen individualisiert anbieten – besser als jede analoge Beratungsstelle

Der Nutzen für Klient(inn)en ist vielfach höher als bei herkömmlicher Beratungsarbeit.

Tendenzen ???



Szenarien

- Plattformen für Alltagshilfen deuten an, wohin die Reise gehen kann:

Soziale Arbeit löst sich von den Trägern und Verbänden und wird freiberufliche, selbständige Soziale Arbeit (Crowd-Work). Dies kommt möglicherweise dem Großteil der derzeit Teilzeit-Beschäftigten entgegen (familienfreundlich, selbstbestimmt, eigenverantwortlich, aufgabeninteressant, etc.).

Konsequenzen ???



Szenarien

- Soziale Organisationen sowie Wohlfahrtsverbände werden in ihrer Bedeutung für das Sozialsystem künftig marginal, da Plattformen besser, „kunden“freundlicher und schneller in der Lage sind, den Informations- und Leistungsaustausch zwischen Hilfesuchenden und Hilfe zu organisieren.
- Die ersten Investitionen in „soziale“ Plattformen (betreut.de, careship oder – auf Beratungsebene: instahelp) deuten auf eine massive private Konkurrenz zu etablierten Sozialorganisationen hin.

Konsequenzen ???



Literatur:

- Baums, A., o. J.: Digitale Plattformen: DNA der Industrie 4.0, <http://plattform-maerkte.de/dna/>
- Bertelsmann Stiftung (Hrsg.): Plattformarbeit in Deutschland Freie und flexible Arbeit ohne soziale Sicherung, 2019, https://www.bertelsmann-stiftung.de/fileadmin/files/BSt/Publikationen/GrauePublikationen/Plattform_07lay.pdf
- Bizan, J. (2018): Wandel der Marktstrukturen hin zur Plattformökonomie. Plattformökonomie – altbekannt und aktuell wie nie. <https://www.datev-blog.de/2018/05/30/plattformoekonomie/>
- Engelhardt et al. (2017): Eigenschaften und Erfolgsfaktoren digitaler Plattformen, Studie im Rahmen der Begleitforschung zum Technologieprogramm AUTONOMIK für Industrie 4.0.
- Kreidenweis, H. (Hrsg.) (2018): Digitaler Wandel in der Sozialwirtschaft. Baden-Baden
- Kreidenweis, H.: Stich in die Herzkammer der Sozialwirtschaft? – Plattformen für soziale Dienstleistungen, in: Sozialus 2/2018, 17-19
- Leist, D., Hießl, C., & Schlachter, M. (2017). Plattformökonomie - eine Literaturlauswertung. Berlin: Bundesministerium für Arbeit und Soziales; Universität Trier, Institut für Arbeitsrecht und Arbeitsbeziehungen in der Europäischen Union (IAAEU). <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-55486-2>
- Parker, Geoffrey; Alstyn, Marshall Van; and Jiang, Xiaoyue. 2017. "Platform Ecosystems: How Developers Invert the Firm," MIS Quarterly, (41: 1) pp.255-266
- Schmidt (2016): Arbeitsmärkte in der Plattformökonomie – Zur Funktionsweise und den Herausforderungen von Crowdwork und Gigwork, Friedrich-Ebert-Stiftung, Bonn
- Schössler, M.: Plattformökonomie als Organisationsform zukünftiger Wertschöpfung. Chancen und Herausforderungen für den Standort Deutschland, in: WISO DISKURS, 21/ 2018