

Der Krieg der Plattformen

## Kleine Schweizer Player gegen die US-Kolosse aus dem Silicon Valley

Es vergeht kein Tag, an dem in Schweizer Unternehmen nicht die *Buzzwords* «Digitale Transformation» und «Disruption» fallen. Die Schweizer Wirtschaft steht vor grossen Herausforderungen. Es gilt die digitale Reise zu starten und die Geschäftsmodelle an das digitale Zeitalter anzupassen. Mit Blick aufs Silicon Valley fällt auf, dass viele grosse Unternehmen versuchen, sogenannte Plattformen zu kreieren. Doch haben Schweizer Plattformen überhaupt eine Chance?

TEXT  
Sven Ruoss

Wenn wir eine Pizza nach Hause bestellen möchten, gehen wir zu foodarena.ch. Einen kurzen Citytrip nach Berlin buchen wir über ebookers.ch und Airbnb. Immer öfter bringt uns ein Uber-Chauffeur nach Hause. Auf tutti.ch finden wir innert kürzester Zeit einen Käufer für das nicht mehr benötigte Sofa. Die Apps auf dem Smartphone laden wir aus dem App-Store herunter. Unsere Einkäufe erledigen wir regelmässig über siroop.ch. Auf renovero.ch finden wir einen passenden Maler, der uns die Wohnung neu streicht.

Die Gemeinsamkeit dieser aufgezählten Unternehmen ist: Jeder dieser Dienstleister verfolgt strikt den Plattform-Gedanken. Diese digitalen Angreifer erobern durch exzellente digitale Experience die Beziehung zu uns Kunden und werden dadurch zu Gatekeeper. Sie designen Unternehmen das Interface und im Endeffekt die Beziehung zum Kunden. Der Zugang zu den Nutzern wird von ihnen verkauft beziehungsweise versteigert. Für uns User verringern sich die Transaktionskosten. Für die Unternehmen werden zwar die Vertriebskosten reduziert, gleichzeitig aber auch ihre Margen, da die Plattformen meistens eine Provision für ihre Dienstleistungen verrechnen. Egal, ob es sich um soziale Kommunikationsplattformen, digitale Marktplätze, Vermittlungsplattformen oder Crowdfunding-Plattformen handelt, alle Plattformen ermöglichen durch digitale Technologien einen friktionslosen Zugang von Produzenten und Konsumenten.

Die GAFA-Unternehmen sind die vier führenden Plattformen weltweit. Diese vier Buchstaben stehen für die US-Konzerne Google, Apple, Facebook und Amazon. Die GAFA-Unternehmen gehören nach der Marktkapitalisierung zu den teuersten Unternehmen und gleichzeitig wertvollsten Marken der Welt. Der Wettbewerb unter den Plattformen ist intensiv. Obschon die Eintrittshürden für neue Anbieter niedrig sind, handelt es sich bei Plattformmärkten meistens um Oligopole. Es gilt wie so häufig in der digitalen Welt: «The winner takes it all!» Die Machtpositionen und Gewinne der dominanten Player sind gewaltig.



### Der Autor: Sven Ruoss ...

... ist Studienleiter CAS Social Media Management an der HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich. Sein Berufsweg führte Sven Ruoss von der Beratungs- in die Medienbranche. Seit fünf Jahren arbeitet er hauptberuflich im Bereich Business Development bei verschiedenen Medienunternehmen in der Schweiz (Tamedia, watson, Ringier) und setzt sich für die digitale Transformation in der Medienbranche ein. Nebenamtlich ist Ruoss als Studiengangsleiter des CAS Social Media Management und als Dozent am Center for Digital Business der HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich engagiert. In seiner Freizeit rennt Ruoss gerne Marathons. Mindestens einmal pro Jahr macht er eine digitale Diät und besteigt Berge – ohne Smartphone und ohne Internet.

[Svenruoss.ch](http://Svenruoss.ch), [Fh-hwz.ch/cassmm](http://Fh-hwz.ch/cassmm)



Viele Unternehmen, die in den Plattformkrieg gezogen sind, werden, nachdem sie viel Geld verbrannt haben, scheitern. Die aktuelle Marketingpenetration von Siroop in der Schweiz ist ein deutliches Zeichen dafür, dass der Plattformkrieg in vollem Gang ist. Doch wird sich Siroop langfristig als der Schweizer Online-Marktplatz in der Schweiz etablieren können? Werden sich hierzulande Nischen-Plattformen langfristig gegen die grossen US-Konzerne wie beispielsweise die GAFA-Unternehmen behaupten? Es bleibt zu hoffen, dass die Schweiz in der digitalen Plattformökonomie eine aktive Rolle findet. Schwierig wird es auf jeden Fall. Sehr schwierig.