

Die Entwicklung einer digitalen Plattform - das Raketenmodell

Gustav Kichler, Mai 2021

Bei der Betrachtung von digitalen Plattformen geht es im Kern darum, Erzeuger und Anbieter von Produkten, Dienstleistungen und Informationen mit der Community der Nachfrager und Konsumenten zusammenzubringen. Dabei ist das Betreiben einer Plattform das eigentliche Geschäftsmodell. Wir zeigen ihnen anhand des „Raketenmodells“ wie sie eine digitale Plattform entwickeln können, und worauf sie im Speziellen achten sollten.

Warum Raketenmodell

Der Start einer mehrseitigen Plattform erfordert eine Menge Energie, ähnlich wie der Start einer Rakete ins All. Sie müssen auf mindestens zwei Seiten des Marktes rekrutieren (z. B. Käufer und Verkäufer), ebenso Entwicklung und Marketing für jede Seite betreiben. In gewisser Weise ist es also so, als würden sie zwei Unternehmen gleichzeitig gründen. Der Vorteil ist, dass die Rakete, sobald sie eine kritische Distanz von der Erdoberfläche erreicht hat, weniger Energie benötigt, um sich selbst anzutreiben. Und so ist es auch beim Start von Plattformunternehmungen als eigenes Geschäftsmodell.

Das Raketenmodell für digitale Plattformen

Sehen wir uns die Entwicklungsstufen dieses Modells (siehe Abb.1) im Detail an:

- **Attract Critical Mass:** Das ist der Beginn aller Entwicklungsschritte. Dieser Baustein umfasst die Prozesse, durch die eine Plattform in der Lage ist, Produzenten und Konsumenten anzuziehen. Die Plattform agiert wie ein Magnet auf potentielle Plattformteilnehmer. Beim Start konzentriert sich die Attract-Funktion in erster Linie auf die rasche Gewinnung und Bindung neuer Kunden.
- **Match:** Damit beide Seiten miteinander interagieren können, müssen sie erst einmal zusammengebracht werden. Für Airbnb ist es die Präsentation von Gästen mit den richtigen Objekten am richtigen Ort zur richtigen Zeit. Die Qualität des Matchings ist entscheidend für den Erfolg der Plattform.
- **Connect:** Oft müssen Plattformteilnehmer zusätzliche Informationen mit ihrem Gegenüber austauschen, bevor sie zur Transaktionsphase übergehen. Bei eBay können Käufer vor einem Kauf bestimmte Fragen an den Verkäufer stellen. Diese Plattformfunktion erhöht auch das Vertrauen der Parteien und reduziert die Informationsasymmetrie, die der Transaktion im Wege stehen kann.
- **Transact:** Die Transaktionsphase ist das Herzstück des Wertversprechens der Plattform. Eine Transaktion kann viele Formen annehmen, je nachdem, welcher Markt bedient wird. Es kann ein physisches Produkt sein (eBay, Alibaba), ein Mietvertrag (airbnb) oder eine Fahrt (Uber). Eine Transaktion erfordert meist einen eigenen Bezahlvorgang.

- **Optimise:** Dieser letzte Optimierungsschritt ist ein absolut kritischer Prozess für die kontinuierliche Verbesserung der Plattform und steht im Mittelpunkt der datengesteuerten Natur vieler dieser Unternehmen. Es gilt die richtige Balance zwischen den beiden (oder mehreren) Seiten des Marktes zu finden, dabei sind alle Matching-, Verbindungs- und Transaktionsfunktionen der Plattform zu optimieren.

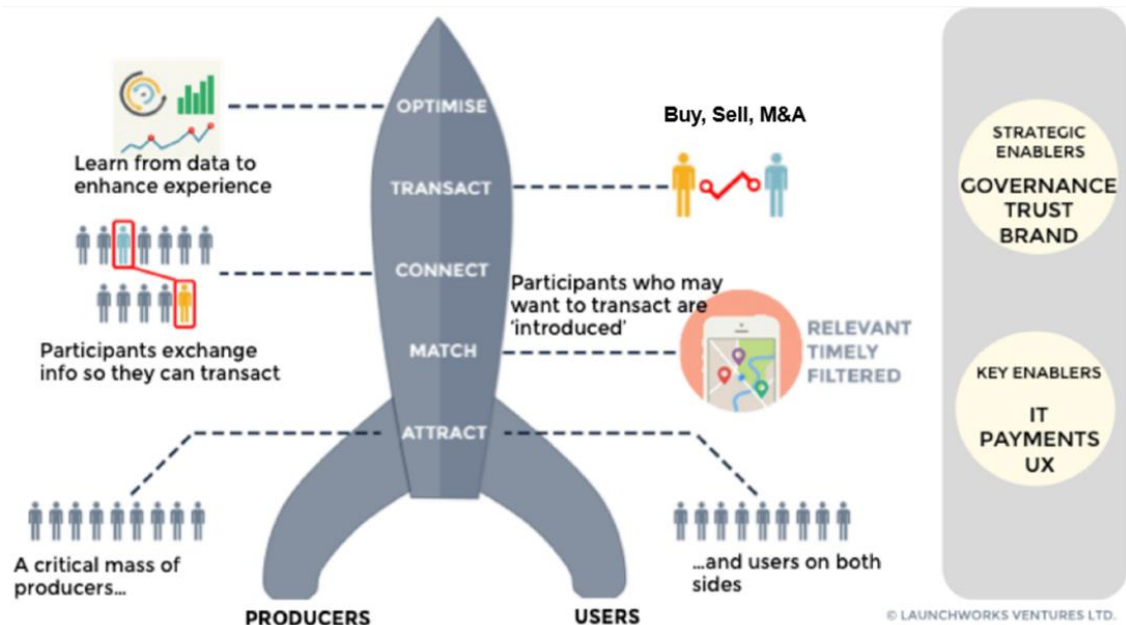


Abbildung 1: The Rocket model¹

Grundsatzentscheidungen

Die Realisierung bzw. der Aufbau einer eigenen Plattform erfordert umfangreiche Ressourcen. Wenn Sie sich für eine digitale Plattform entscheiden, besteht neben der Möglichkeit, eine eigene Plattform zu entwickeln, auch die Option, sich bestehenden Plattformen anzuschließen. Die **CONSENZUM Managementberatung** unterstützt mittelständische Unternehmen im Rahmen der disruptiven oder transformativen Richtungsänderung ihrer Geschäftsmodelle in der Entwicklung digitaler Plattformen.

Gustav Kichler

CONSENZUM - Managementberatung

kichler@consenzum.com | www.consenzum.com

Vertriebsentwicklung – Strategieentwicklung – Prozessoptimierung – Unternehmensnachfolge

(1) L.C. Reillier, B. Reillier (2017): Platform Strategy: How to Unlock the Power of Communities and Networks to Grow Your Business