

# Kann Europäischer Plattform-Kapitalismus nachhaltig sein?

10 Juni 2020

*Welche Geschäftsmodelle europäischer Plattformen sind tragfähig und nachhaltig? Das war die Frage, die letzte Woche in einer virtuellen Veranstaltung des HIIIG gestellt und adressiert wurde. Forschungsprojektleiter Nicolas Friederici fasst zusammen.*

---

Bislang haben europäische Plattformen in der digitalen Wirtschaft die zweite Geige gespielt. Amerikanische Plattformen, insbesondere die fünf großen Technologiekonzerne, haben digitale Infrastrukturen geschaffen, an denen kaum jemand vorbei kommt, die oder der das Internet nutzt. Selbst die erfolgreichsten europäischen Plattformen sind viel kleiner und auf spezifische Aspekte unseres digitalen Lebens beschränkt geblieben, z.B. Spotify als Musik-Streaming-Dienst.

Vor kurzem veranstalteten wir ein [Webinar](#), um herauszufinden, warum dem so ist und wie die Zukunft des europäischen Plattformunternehmertums aussehen könnte. Wir wollten erörtern, welche Strategien europäische Plattformen umsetzen, um in der globalisierten digitalen Wirtschaft wettbewerbsfähig zu sein, aber auch, ob sich europäische Organisationen tatsächlich stärker an europäischen Werten und Institutionen orientieren.

Die virtuelle Veranstaltung war der erste Meilenstein des Projekts [Platform Alternatives](#), einer von der Hans-Böckler-Stiftung geförderten zweijährigen Studie zum europäischen Plattformkapitalismus. Subin Park vom Oxford Internet Institute und ich stellten erste Forschungsergebnisse vor, darunter [einen Bericht](#) über Unterschiede in der Plattformisierung innerhalb Europas. Danach überließen wir die Bühne VertreterInnen europäischer Plattformunternehmen, damit sie ihre Ansichten und Einsichten austauschen konnten. Unser Panel wurde von Asal Dardan moderiert und bestand aus Thorsten Seeger vom paneuropäischen fintech October, Ionut Lacusta von der global agierenden Lieferplattform Glovo, Jovana Karanović von Reshaping

Work, einem führenden europäischen Wissensforum zur Plattformwirtschaft, und Daniel Enke vom Mode-E-Commerce-Händler Zalando.

Sowohl die Präsentationen als auch das virtuelle Panel beinhalteten eine Menge interessante Einblicke, weshalb ich empfehlen würde, sich die [gesamte Veranstaltung](#) anzuschauen. In diesem Post werde ich drei Erkenntnisse wiedergeben, die mir besonders aufgefallen sind und die alle verdeutlichen, dass sich europäische Plattformen stark von den fünf großen amerikanischen unterscheiden.

## Risikokapital

Ein Großteil der Diskussion drehte sich um Venture Capital als das ausgeprägteste Unterscheidungsmerkmal zwischen europäischen und amerikanischen Plattformen. Jovana Karanović wies darauf hin, dass Plattformen mehr als andere Unternehmen von Investitionen abhängen, um, noch bevor Umsatz generiert wird, schnell skalieren und Netzwerkeffekte nutzen zu können. Europäische Plattformen sind für Risikokapitalgeber oft weniger attraktiv, insbesondere [Platform Coops](#), die über kollektive Besitzstrukturen verfügen. Thorsten Seeger und Daniel Enke bestätigten, dass in den USA kulturell eher Geschäftsmodelle akzeptiert würden, die auf eine langfristige Marktbeherrschung ausgerichtet sind, während europäische Plattformen oft kritisiert werden, wenn sie Cash verbrennen ohne kurzfristig profitabel zu sein.

Ionut Lacusta verknüpfte Risikokapital, Marktfragmentierung und Skalierbarkeit. Bei ansonsten gleichen Voraussetzungen würden global agierende Kapitalgeber in der Tat Plattform-Startups bevorzugen, die auf die USA abzielen, wo der Heimatmarkt homogen und die Skalierbarkeit schneller ist. Daher sei der Schlüssel für europäische Plattformen seiner Ansicht nach ihre Hyperlokalisierung (also die passgenaue Abstimmung mit lokalen Kontexten) in einen Vorteil zu verwandeln. So erleichterte Glovos Erfahrung mit der Anpassung seines Modells an eine Reihe von Märkten innerhalb der EU später die Expansion außerhalb der EU. Thorsten Seeger bestätigte, dass, sobald sich eine Plattform in einigen wenigen Märkten etabliert hat, die Expansion in die nächsten Märkte leichter werde. Für Zalando sei genügend Risikokapital in einem frühen Stadium unerlässlich gewesen, um Märkte zu erobern und Standards zu setzen. Für mich etwas überraschend war hier die Ähnlichkeit der übergeordneten Erkenntnis zu unseren [Forschungsergebnissen](#)

**für afrikanische Plattformen:** Ein direkter Wettbewerb mit amerikanischen Plattformen ist angesichts viel tieferer Taschen und ihres längeren Atems zwecklos, wohingegen eine Differenzierung vielversprechend und skalierbar sein kann, wenn Regulierung und Offline-Marktanpassungen Schutz vor den transnationalen Plattformgiganten bieten.

## **Sinn und Vertrauen**

Der zweite Kerngedanke der Debatte war, dass europäische Plattformen die Währung "Vertrauen" in einen Wettbewerbsvorteil verwandeln können. Ionut Lacusta erinnerte an Margrethe Vestagers **Vision**, dass die USA Kapital haben mögen und China die Daten, Europa aber dafür Sinn und ein Ziel (engl. "purpose"). Er argumentierte, dass die DSGVO eine gute Referenz sei, bei der eine anfänglich „teure Pille zu schlucken“ war, letztendlich aber ein globaler regulatorischer Goldstandard geschaffen wurde. Daniel Enke von Zalando bestätigte, dass bisher amerikanische und chinesische E-Commerce-Konkurrenten im Modesektor nicht in der Lage gewesen seien Markenbekanntheit zu schaffen, was Zalando die Möglichkeit eröffnete, sich als der vertrauenswürdige europäische Anbieter zu positionieren.

Thorsten Seeger betonte, dass die Bedeutung von Vertrauen im Finanzsektor noch ausgeprägter sei. Er betonte jedoch auch, dass für die beiden Marktseiten der October-Plattform (Großinvestoren und KMU auf der Suche nach Finanzmitteln) eine sehr unterschiedliche Vertrauensdynamik im Spiel sei und dass die Macht seiner Plattform Vertrauen zu schaffen begrenzter ist als die von Zalando. In ähnlicher Weise skizzierte Ionut Lacusta, wie Glovo sogar drei Marktseiten orchestrierte (VerbraucherInnen, Kuriere und Restaurants oder andere Geschäfte), jede mit ihren eigenen komplexen und lokalisierten Vertrauensbedingungen. Als Reaktion brachte Jovana Karanovic die kühne Idee einer EU-Behörde vor, die Plattformstandards durchsetzen und zertifizieren könnte, insbesondere im Bereich der algorithmischen Transparenz und Fairness gegenüber Gig-Arbeitenden. Eine solche Behörde könnte dazu beitragen, das Vertrauen in europäische Plattformen zu stärken, insbesondere in kleine Marktteilnehmer, die zwar über bessere oder ethischere Produkte verfügen, aber noch nicht von Plattform-Marktmacht oder Markenbekanntheit profitieren.

## Folgen der Krise

Die dritte Erkenntnis, die ich Dank der Diskussion hatte, betrifft die Abhängigkeit der europäischen Plattformen von der traditionellen Wirtschaft und nationalen Regulierungssystemen. Diese Abhängigkeit wird aktuell durch die Corona-Krise besonders sichtbar und zog sich durch die Berichte der Panel-Teilnehmenden, auch wenn diese im Detail sehr unterschiedlich waren. Zalando wird wahrscheinlich durch die verringerten Konsum-Ausgaben der Verbrauchenden in absoluten Zahlen negativ beeinflusst werden, aber relativ weniger als der traditionelle Einzelhandel. October sieht sich mit einem drastischen Rückgang der Nachfrage nach Finanzierungen von KMUs konfrontiert, da viele bankrott gehen werden, während deutsche Finanzregulierung vorschreibt, dass Notfallkredite über Banken und nicht über Fintechs ausgegeben werden müssen. Glovo versteht sich als „Seismograph für die Wirtschaft“, die an den meisten Orten schrumpft. Gleichzeitig ist Glovos Last-Mile-Lieferservice in einigen Städten nun zur kritischen Infrastruktur geworden und wird von kommunalen Entscheidungsträgern auch als solche anerkannt. Schließlich wies Jovana Karanović darauf hin, wie Gig-Arbeitende in mehreren europäischen Ländern völlig durch die sozialen Netze fallen, obwohl sie während der Lockdowns am stärksten in der Pflicht standen.

So unterschiedlich diese Folgen auch sind, sie alle deuten darauf hin, dass das Schicksal der europäischen Plattformorganisationen eng mit dem der gesamten europäischen Wirtschaft verknüpft ist, insbesondere während eines Abschwungs wie ihn das Coronavirus verursacht. Dies ist ein deutlicher Unterschied zu den amerikanischen Technologie-Giganten. Sie bieten digitale Infrastruktur an, von der wir während der Krise eher noch abhängiger geworden sind. Dementsprechend hat Big Tech seine Marktbewertungen aus der Zeit vor der Krise bereits jetzt wieder **erreicht und sogar übertroffen**.

## Auf dem Weg zu nachhaltigem Plattformkapitalismus?

Wie geht es weiter? Im empirischen Teil unseres Projekts werden wir uns eingehender mit den oben erwähnten besonderen Merkmalen europäischer Plattformen befassen. Wir werden uns auf die Verbindung und möglich Widersprüche zwischen gutem Geschäft und ethischen Maßgaben konzentrieren. Daniel Enke von Zalando betonte, dass das Unternehmen „wichtige, manchmal schmerzhaft Lektionen“ in Bezug auf den Schutz und die Bedingungen für Arbeitende in Lagerhäusern gelernt habe. Er sprach auch von

Plänen, ethische Standards für die gesamte Mode-Lieferkette durchzusetzen. Ionut Lacusta argumentierte, dass Glovos Plattform für „das gesamte wirtschaftliche Ökosystem“ in Städten in ganz Europa von Nutzen sein könne und dass das Unternehmen „einfach beschlossen habe, niemals Daten von Nutzern oder Kurieren zu missbrauchen“.

Diese Vorsätze fassen die These zusammen, die unser Projekt in den nächsten 18 Monaten untersuchen wird: dass europäische Plattformen – sowohl aus Marktnotwendigkeit als auch aus Prinzip – eine nachhaltigere Version des Plattformkapitalismus hervorbringen können.