

TASK FORCE  
EUROPÄISCHE PLATTFORMÖKONOMIE

Die **Task Force Europäische Plattformökonomie** ist eine Gruppe von WissenschaftlerInnen des HIIG, die sich mit den Implikationen der globalen Plattformisierung für europäische Akteure und Institutionen beschäftigt. Die Task Force arbeitet projekt- und fachübergreifend, explorativ und in Zusammenarbeit mit externen ForscherInnen, politischen EntscheidungsträgerInnen und WirtschaftsexpertInnen. Ziel ist es, Forschung zum Thema digitale Plattformen durchzuführen und voranzutreiben, ein Netzwerk aus ExpertInnen zu etablieren und Wissenstransfer- und austausch zu fördern. Im Rahmen der Task Force werden regelmäßig Roundtables, Talks und Workshops zu verschiedenen Fragen der Plattformökonomie stattfinden.



### DIE ENTSTEHENDE GLOBALE PLATTFORMÖKONOMIE

Die digitale Ökonomie läuft auf Plattformen. Durch die globale Reichweite der Digitalisierung ist es heute möglich, dass Plattformen Milliarden von Geräten und NutzerInnen verbinden und unvorstellbare Datenmengen verarbeiten. Plattformen sind Technologien, die viele Akteure miteinander verbinden und eine kuratierte, virtuelle Umgebung schaffen, um Transaktionen zu steuern und zu sichern. Plattformen haben sich zu den wichtigsten Aggregatoren, Prozessoren und Gatekeepern einer umfangreichen digitalen Konnektivität entwickelt. Plattformen sind so zu zu tief verwurzelten digitalen Infrastrukturen und zu bestimmenden Faktoren für ökonomisches Wachstum und Macht geworden.

Innerhalb der Plattformökonomie konnten bisher vor allem Unternehmen aus den USA und China die größte Reichweite und die höchsten monetären Gewinne erzielen. 2018 sind sieben der zehn wertvollsten Unternehmen der Welt amerikanische und chinesische Technologie- und Plattformunternehmen (Apple, Amazon, Microsoft, Alphabet, Facebook, Tencent, Alibaba). Häufig sind insbesondere die US-amerikanischen transnationalen Unternehmen auch in Europa die Treiber von Plattformisierung. Aus Europa selbst stammen aber nur wenige digitale Unternehmen mit globaler Verbreitung (z.B. Spotify, Skype), die wiederum häufig von etablierten Unternehmen aus den USA aufgekauft werden.

Diese Dominanz einiger weniger transnationaler Unternehmen wirkte sich zuletzt negativ auf die europäische digitale Wirtschaft aus (Couldry & Mejias 2018; Srnicek 2017; Zuboff 2019). Hart erkämpfte europäische Institutionen und Normen wie Mitbestimmung, ArbeitnehmerInnenschutz und Privatsphäre durch rasant wachsende Unternehmen wie Uber, Facebook und Amazon oft umgangen und untergraben. Auch sind große Innovationsplattformen wie Google, Apple und Microsoft zu digitalen Enablern für europäische Unternehmen geworden, aber setzten auch unausweichliche Standards und sind durch ihre Größe häufig zu übermächtigen Wettbewerbern für Plattform-Startups geworden.



### PLATTFORMISIERUNG ALS STRUKTURWANDEL IN DER DIGITALEN ÖKONOMIE

Wir verstehen Plattformisierung als einen grundlegenden strukturellen Wandel von Wertgenerierung und Wert(ab)schöpfung durch Wirtschaftsakteure. Wertschöpfung findet nicht mehr nur in Unternehmen und linearen Wertschöpfungsketten statt - vielmehr werden PlattformnutzerInnen zu Wert-Koproduzenten, während PlattformbetreiberInnen als wertabschöpfende Orchestrator-Firmen agieren (Amit & Han 2017; Parker et al. 2016).. Plattformen bleiben dabei häufig "asset-light": Sie nutzen die produktive Tätigkeit und physischen Vermögenswerte (Gebäude, physische Infrastruktur usw.) anderer, ohne selbst vor Ort operativ tätig zu werden (Evans & Gawer 2016). Gleichzeitig bestimmen Plattformen unilateral Institutionen (Werte, Normen und Regeln) für NutzerInnen (de Reuver et al 2018; Lehdonvirta et al 2018). US-Plattformen verfolgen häufig aggressive "winner-take-all" Strategien und profitieren von dreifachen

Skaleneffekten: Netzwerkeffekten, quasi-null Grenzkosten bei der Registrierung neuer NutzerInnen, und Big-Data Analyse. In Teilen der Wirtschaft, in denen erhebliche analoge Anpassungen erforderlich wären, um kontextuelle Besonderheiten zu berücksichtigen, scheint die Plattformisierung jedoch weniger ausgeprägt zu sein (Friederici & Graham 2018).

Plattformisierung führt zu sozio-technischen Strukturen, die auf mehreren geografischen Skalen parallel (lokal, regional, global) vernetzt sind und irgendwo zwischen Hierarchien (Unternehmen) und Märkten liegen (Parker et al. 2016). Damit stellt Plattformisierung traditionelle Normen und bestehende Regelwerke (z.B. Wettbewerbsrecht) als auch Kollektive (z.B. Gewerkschaften) vor neue Herausforderungen (Capitol Forum 2018; Wood et al. 2018).



## FORSCHUNGSTHEMEN

Um die zentralen strukturellen Veränderungen (und dabei Möglichkeiten sowie Herausforderungen) der Plattformisierung zu verstehen, beschäftigen sich HIIG Forscher mit einer ganzen Reihe verbundener Fragen. Dabei arbeitet die Gruppe interdisziplinär und baut auf einer großen Bandbreite an bereits existierendem Wissen aus den [HIIG Forschungsprogrammen, -gruppen und -projekten](#) auf.

- Wie wirkt sich Plattformisierung auf verschiedene Marktsegmente der digitalen Ökonomie aus? In welchen Bereichen ist Plattformisierung mehr oder weniger stark ausgeprägt, und warum?
- Wie und von wem wird in der digitalen Ökonomie Wert generiert und abgeschöpft? Welche [Datengovernance- und Dateneigentumsmodelle](#) existieren?
- Wie schaffen digitale Plattformen Infrastrukturen für die Verbreitung von Information und die Produktion von Wissen? Welche Rolle spielen dabei Standards und Regeln, die von diesen Infrastrukturen festgelegt werden (z.B. befähigende vs. einschränkende Rolle)?
- Wie wirkt sich die Marktmacht einer weniger digitalen Unternehmen auf die Möglichkeiten von europäischen Plattform Start-Ups in verschiedenen Produktkategorien aus? Was sind praktikable Strategien für aufstrebende europäische Plattformbetreiber, um Alternativen und Innovationen anzubieten?
- Wie können europäische Stakeholder effektiver zusammenarbeiten, um eine nachhaltigere und gerechtere Plattformökonomie zu schaffen?
- Welche Rolle spielen alternative Modelle der Plattformorganisation und Rechtsformen wie Plattformkooperativen und Plattformstiftungen für die Plattformökonomie, und was ist deren Potential?
- Wie können und sollten Plattformen hinsichtlich ihres transnationalen, infrastrukturellen, institutionellen und privaten Charakters reguliert werden? Welche Probleme sollten auf nationaler Ebene, welche auf europäischer Ebene gelöst werden?



## EUROPÄISCHES PLATTFORMÖKONOMIE-NETZWERK UND WISSENSTRANSFER

Das HIIG beabsichtigt, ein Netzwerk aus ExpertInnen und Interessengruppen aus verschiedenen Bereichen (Wissenschaft, Politik und Unternehmen) aufzubauen, um sich über die Zukunft der europäischen und globalen digitalen Wirtschaft auszutauschen. Zu diesem Zweck wird die Task Force diese Interessengruppen in neuen und bereits etablierten Formaten wie Roundtables, Talks usw. zusammenbringen. Das Netzwerk wird auf der Gründungsrolle des HIIG im [Europäischen Hub für Internet und Gesellschaftsforschung](#) aufbauen.

### TASK FORCE MITGLIEDER

- [Sina Beckstein](#), Studentische Mitarbeiterin: Innovation & Entrepreneurship
- [Frédéric Dubois](#), Chefredakteur: Internet Policy Review
- [Dr. Nicolas Friederici](#), Forschungsgruppenleiter: Innovation & Entrepreneurship
- [Kirsten Gollatz](#), Wissenschaftliche Mitarbeiterin: Die Entwicklung der digitalen Gesellschaft
- [Lorenz Grünewald-Schukalla](#), Project Manager: Third Engagement Report
- [Prof. Dr. Jeanette Hofmann](#), Forschungsdirektorin
- [Prof. Dr. Christian Katzenbach](#), Co-Forschungsprogrammleiter: Die Entwicklung der digitalen Gesellschaft
- [Philip Meier](#), Wissenschaftlicher Mitarbeiter: Innovation & Entrepreneurship
- [Prof. Dr. Dr. Thomas Schildhauer](#), Forschungsdirektor

### REFERENCES

- Amit, Raphael, and Xu Han. "Value Creation through Novel Resource Configurations in a Digitally Enabled World." *Strategic Entrepreneurship Journal* 11, no. 3 (September 1, 2017): 228–42. <https://doi.org/10.1002/sej.1256>.
- The Capitol Forum. "Amazon: EC Investigation to Focus on Whether Amazon Uses Data to Develop and Favor Private Label Products; Former Employees Say Data Key to Private Label Strategy." *Thecapitalforum.com* 6, no. 393 (May 11, 2018): 1–4.
- Couldry, Nick, and Ulises A Mejias. "Data Colonialism: Rethinking Big Data's Relation to the Contemporary Subject." *Television & New Media*, 2018, 1–14.
- Evans, Peter C, and Annabelle Gawer. "The Rise of the Platform Enterprise." *The Emerging Platform Economy Series*. The Center for Global Enterprise, 2016.
- Friederici, Nicolas, and Mark Graham. "The Bounded Opportunities of Digital Enterprises in Global Economic Peripheries." SSRN Scholarly Paper. Rochester, NY: Social Science Research Network, April 14, 2018. <https://papers.ssrn.com/abstract=3249499>.
- Parker, Geoffrey G., Marshall W. Van Alstyne, and Sangeet Paul Choudary. *Platform Revolution: How Networked Markets Are Transforming the Economy - and How to Make Them Work for You*. 1 edition. New York: W. W. Norton & Company, 2016.
- Reuver, Mark de, Carsten Sørensen, and Rahul C. Basole. "The Digital Platform: A Research Agenda." *Journal of Information Technology* 33, no. 2 (June 1, 2018): 124–35. <https://doi.org/10.1057/s41265-016-0033-3>.
- Srnicek, Nick. *Platform Capitalism*. 1st edition. Cambridge: Polity Press, 2017.
- Wood, Alex J., Vili Lehdonvirta, and Mark Graham. "Workers of the Internet Unite? Online Freelancer Organisation among Remote Gig Economy Workers in Six Asian and African Countries." *New Technology, Work and Employment* 33, no. 2 (2018): 95–112. <https://doi.org/10.1111/ntwe.12112>.
- Zuboff, Shoshana. *The Age of Surveillance Capitalism. The Fight for a Human Future at the New Frontier of Power*. 1st ed. New York: Public Affairs, 2019.

## Über das Institut

### Forschung zu Internet und Digitalisierung

Das Alexander von Humboldt Institut für Internet und Gesellschaft (HIIG) erforscht die Entwicklung des Internets aus einer gesellschaftlichen Perspektive. Ziel ist es, die damit einhergehende Digitalisierung aller Lebensbereiche besser zu verstehen. Als erstes Institut in Deutschland mit einem Fokus auf Internet und Gesellschaft hat das HIIG ein Verständnis erarbeitet, das die Einbettung digitaler Innovationen in gesellschaftliche Prozesse betont.

### Europäischer Knoten eines internationalen Forschungsnetzwerkes

Um seine Ziele zu erreichen, versteht sich das Institut als Knoten eines [internationalen Netzwerks](#) der Wissensproduktion und -verbreitung. Dazu lädt es etablierte DenkerInnen zu Vorträgen über den aktuellen Strukturwandel ein und [bietet sich NachwuchswissenschaftlerInnen als Inkubator an](#). Das Institut unterstützt die [internationale Vernetzung von ForscherInnen](#), um die Potentiale der Zusammenarbeit für die Wissenschaft zu heben. Für das HIIG ist dabei die europäische Perspektive zentral, die Debatten sowohl national als auch global noch stärker untermauern sollte als dies bislang der Fall ist.

Die dabei entstehenden Ergebnisse sollen für unterschiedliche Zielgruppen nachvollziehbar und verwertbar sein. Der angestrebte Impact des HIIGs basiert auf exzellenter, gesellschaftlich relevanter, interdisziplinärer Forschung. Das wird durch Transferleistungen, wie Online-Magazine, Wissenschaftsblogs, öffentliche Diskussionsrunden, journalistische Beiträge und Podcasts realisiert.

### Kontakt | Task Force Europäische Plattformökonomie

Dr. Nicolas Friederici · [nicolas.friederici@hiig.de](mailto:nicolas.friederici@hiig.de) | Sina Beckstein · [sina.beckstein@hiig.de](mailto:sina.beckstein@hiig.de)

Innovation und Entrepreneurship

Alexander von Humboldt Institut für Internet und Gesellschaft gGmbH

Französische Straße 9 · 10117 Berlin · T +49 30 20 07-6082 · [www.hiig.de](http://www.hiig.de)