

Digitalisierung

Finanzen

Energiewende

Nachfolge

Nils Brestrich | X-Tron

Beitragsserie: Zukunftsfähig mit digitalen Technologien?

Teil VI: Digitale Plattformen: Transformation im Mittelstand

03. Dezember 2020

Beitragsserie: Zukunftsfähig mit digitalen Technologien?

Teil VI: Digitale Plattformen: Transformation im Mittelstand

Digitale Plattformen haben den reinen E-Commerce längst überholt. Sie bieten nicht nur neue Marktchancen und Geschäftsmöglichkeiten, sondern transformieren zunehmend die Wirtschaft. Welche Rolle spielen Plattformen für kleine und mittelständische Unternehmen? Anhand des Beispiels von X-Tron, einem Online-Marktplatz für Exportfinanzierung, wird aufgezeigt, wie sich neue Marktchancen und Geschäftsmöglichkeiten über Plattformen erschließen lassen.

Vom reinen Vertriebskanal zu digitalen Plattformen

Während in den neunziger Jahren das Internet als Vertriebskanal entdeckt wurde, haben in den letzten zwanzig Jahren die "Plattform-Geschäftsmodelle", wie eBay und YouTube, den reinen, einseitigen Vertrieb von Gütern und Dienstleistungen über das Internet schrittweise überholt. Spätestens seit dem Einzug von Airbnb, Amazon, Uber und Co. sind Plattformen aus dem Alltagsleben nicht mehr wegzudenken. Dort werden Gastgeber und Gäste, Verkäufer und Käufer oder Fahrer und Fahrgäste zusammengebracht. Egal, in welchem Bereich sie auftauchen: Plattformen krepeln den Markt um und lösen eine wahre Revolution aus.

Heute zählen laut ARD sieben der zehn wertvollsten Unternehmen der Welt zu den Plattformunternehmen. Bei Plattformen handelt es sich, im Gegensatz zum herkömmlichen E-Commerce, um einen virtuellen Marktplatz, welcher Nutzen stiftende Transaktionen zwischen externen Produzenten und Konsumenten fördert.

Netzwerkeffekt als Erfolgsfaktor für Plattformunternehmen

Das Plattform-Geschäftsmodell unterscheidet sich grundlegend von klassischen, linearen Geschäftsmodellen. Der Mehrwert wird nicht lediglich durch die Produzenten erschaffen und erst am Ende der Wertschöpfungskette (vom Einkauf bis zum Vertrieb) an die Kunden weitergegeben. Produzenten und Kunden können bereits in der Mehrwert-Entstehungsphase miteinander in Kontakt treten. Dadurch können Kunden sogar an der Schaffung des Produktes bzw. der Dienstleistung aktiv mitwirken.

Im Gegensatz zu den klassischen Plattformunternehmen sind es die Nutzer selbst, die die Wertschöpfung leisten. Vorläufer für diese Entwicklung waren z.B. Ikea oder McDonalds, wo einige Dienstleistungen bereits auf die Kunden übertragen wurden. Plattformunternehmen können also auch immer auf Ressourcen zurückgreifen, die sie gar nicht selbst besitzen. Das

¹ Nils Brestrich ist Geschäftsführer von X-Tron, einem digitalen Marktplatz für Exportfinanzierung, der Exporteure bei der Finanzierung und Absicherung ihrer Exportgeschäfte unterstützt. Über die Plattform können Unternehmen effizient die attraktivsten Finanzierungsangebote internationaler Banken finden, vergleichen und auswerten.

spart viel Geld. Ein weiteres Beispiel ist Wikipedia, eine Plattform, auf der Nutzer ihr Wissen mit anderen teilen können.

Plattformunternehmen sind erfolgreich, obwohl sie über keine für ihre Branche zentralen Ressourcen verfügen. So besitzt Airbnb keine Hotels, Uber keine Taxis und Facebook keine Heerscharen von Redakteuren. Sie stellen „lediglich“ eine Plattform, auf der Teilnehmer gerne zusammenkommen und sich austauschen können.

Genau diese Schlankheit lässt sie ungeahnt schnell wachsen. Ein gewöhnliches Hotelunternehmen muss erst Immobilien kaufen, um das Geschäft überhaupt anlaufen zu lassen. Das erfordert nicht nur hohe Investitionen, sondern dauert darüber hinaus auch sehr lange. Airbnb konnte sich dagegen viel schneller entwickeln, da das Unternehmen nicht erst auf ausreichendes Kapital angewiesen war.

Die eigentliche Sprengkraft dieser neuen Unternehmensgattung liegt jedoch im Netzwerkeffekt. Da sich Angebot und Nachfrage gegenseitig stimulieren, wird die Plattform durch jeden neuen Nutzer attraktiver. Je mehr Nutzer sich auf der Plattform wiederfinden, desto mehr Nutzen stiften sie für die Nutzer und desto wirtschaftlicher können Plattformunternehmen arbeiten. Plattformen können ungeahnte Skaleneffekte realisieren, denn ihre Kosten steigen nicht proportional mit der Anzahl der Nutzer.

Neben den Skaleneffekten gibt es noch weitere Erfolgsfaktoren:

- ❖ **Kundenfokus:** Der Kunde steht immer im Mittelpunkt, das heißt, das Plattformunternehmen richtet sich bedingungslos auf die Bedürfnisse der Kunden aus und entwickelt seine Plattform radikal im Sinne seiner Nutzer weiter.
- ❖ **Offenheit:** Die Plattform steht anderen Partnern und Anbietern offen. So kann ein „Ökosystem“ mit dem Kunden im Zentrum entstehen.
- ❖ **Innovation:** Anbieter von Plattformen investieren gegenüber herkömmlichen Unternehmen sehr viel stärker in Innovationen.
- ❖ **Datenfokus:** Frühzeitig haben Plattformunternehmen den außerordentlichen Wert von Daten erkannt. Sie verfolgen daher konsequent das Ziel, relevante Daten zu generieren und zu analysieren, um damit die Plattform den Kundenbedürfnissen entsprechend weiterzuentwickeln.
- ❖ **Transaktionskosten:** Da alle Prozesse digitalisiert ablaufen, reduzieren sich die Transaktionskosten für die Nutzer erheblich. Für einen Kunden werden z.B. die Suchkosten reduziert, für den Anbieter gleichzeitig die Akquisitionskosten.
- ❖ **Agilität:** Während der Geschäftskern bleibt, kann das Geschäftsmodell rasch den sich ändernden Marktbedingungen angepasst werden. Durch das Anbieten zusätzlicher Dienstleistungen entsteht somit immer wieder neues Geschäftspotential.

Vergangenheit und Zukunft: Plattformen transformieren die Wirtschaft

In den vergangenen zwei Jahrzehnten haben Plattformen die Wirtschaft transformiert. Die größten Auswirkungen stehen aber noch bevor und werden sich zeigen, wenn Plattformen auch im B2B-Bereich flächendeckend verwendet werden.

Der digitale Wandel ist sowohl wirtschaftlich als auch gesellschaftlich in vollem Gange und doch glauben viele mittelständischen Unternehmen, dass sie noch Zeit hätten, diesen Wandel zunächst nur zu beobachten. Das dürfte sich als großer Fehler entpuppen, denn die Technologie ist bereits da – und zwar mit mehr Leistung als je zuvor. Neue Geschäftsmodelle lassen sich heute mit ihr so einfach wie nie zuvor umsetzen. Für Unternehmenslenker wird eine der größten Herausforderungen der nächsten Jahre sicherlich darin bestehen, strategische Antworten auf diese Umwälzungen durch die Digitalisierung zu finden. Gelingt ihnen das nicht, könnte das gesamte Unternehmen auf dem Spiel stehen. Beim stationären Einzelhandel können wir bereits heute sehr genau beobachten, wer zu den Verlierern und wer zu den Gewinnern zählen wird.

Neue Marktchancen und Geschäftsmöglichkeiten für den deutschen Mittelstand

In Deutschland laufen bereits erste Handelsfinanzierungen über Blockchain-Plattformen. Die durch virtuelle Währungen bekannt gewordene Blockchain-Technologie eignet sich grundsätzlich auch als Basis für Plattformen, die Unternehmen das Handelsgeschäft erleichtern sollen.

Dem deutschen Mittelstand könnten sich damit in der Theorie neue Marktchancen und Geschäftsmöglichkeiten mit Handelspartnern, mit denen sie bislang noch keine direkte Geschäftsbeziehung haben, ergeben. Diese Blockchain-basierten Plattformen lösen Abläufe wie etwa die Zahlung oder die Lieferung automatisch aus, sobald vereinbarte Bedingungen erfüllt sind.

Derzeit konkurrieren verschiedenen Blockchain-Plattformen um die Gunst der Importeure und Exporteure. Allerdings sind diese Plattformen nicht unabhängig. Hinter den Entwicklungen stehen immer Bankenkonsortien. Da die Anlaufkosten für die Erstellung und Vermarktung einer auf Blockchain-basierten Plattform sehr hoch sind, ist zudem zu befürchten, dass die Kosten auf die Nutzer abgewälzt werden. Folglich sind internationale Großkunden der teilnehmenden Banken mit Jahresumsätzen im ein- oder zweistelligen Milliardenbereich die First Mover. Nur sie können beginnen, ihre Prozesse für ein Finanzprodukt vollständig zu digitalisieren, was dort die Voraussetzung für die Geschäftspartner ist, um überhaupt ein Geschäft erfolgreich abzuwickeln. Dieser Aufwand lohnt sich aber nur für Unternehmen mit entsprechend hohen Stückzahlen. Daher dürfte Blockchain in den nächsten Jahren vermutlich nur etwas für die deutsche Großindustrie sein, die ihre Geschäfte mit großen US-amerikanischen oder chinesischen Partnern abwickeln möchte.

Vorteil der Plattform als digitaler Marktplatz

Der Vorteil eines Plattform-Geschäftsmodells liegt auf der Hand: Die Plattform selbst schafft einen Marktplatz-ähnlichen Rahmen, indem sie den Kontakt zwischen Produzenten und Konsumenten herstellt (Matching). Führt dieser Kontakt zu einer Transaktion, so führen die Beteiligten eine geringe Gebühr an die Plattform ab. Im Gegenzug gelingt es Produzenten und Konsumenten, sich gegenseitig zu finden und, wie z.B. im Falle von AirBnB, Mietobjekt gegen Bezahlung auszutauschen.

Vereinfachte Exportfinanzierung durch die Plattform X-Tron

X-Tron hat früh erkannt, dass der Markt für internationale Finanzierungen sehr intransparent ist. Grund ist, dass selbst größere, exportierende Unternehmen nicht wissen, ob und zu welchen

Konditionen im Zielland Finanzierungsmöglichkeiten bestehen. Diese Informationen werden nämlich von anderen Exporteuren, vor allem von Banken, nicht geteilt. Selbst die Existenz und die Konditionen vergangener Transaktionen werden mit großer Verschwiegenheit behandelt. Besonders aus diesem Grund bietet dieser Bereich viel Potential für einen Online-Marktplatz. Da er nicht auf Blockchain basiert, ist dessen schnelle Verbreitung sehr einfach. Davon profitieren speziell deutsche Mittelständler und ihre Kunden in Entwicklungs- und Schwellenländern. Es wird hier nämlich – im Gegensatz zur Blockchain - nicht vorausgesetzt, dass Unternehmen ihre Prozesse digitalisiert haben.

Heute vereint X-Tron als führendes ExportTech die Suche nach Bestellerkrediten, Außenhandelsfinanzierungen und internationalen Ausschreibungen unter einem Dach.

Klassische Prozesse im Bereich der Außenhandels- und Exportfinanzierung werden durch den Einsatz einer modernen und skalierbaren Online-Plattform deutlich vereinfacht.

X-Tron geht aber weit über eine klassische Plattform hinaus, indem mit Exporteuren, Importeuren aus Schwellen- und Entwicklungsländern und Banken gleich drei statt zwei Akteure zusammengebracht werden. Jede dieser Verbindungen schafft Mehrwert. Darüber hinaus bietet X-Tron aber auch gute Übersichts- und Auswertungsfunktionen, mit denen Unternehmen beider Angebotsauswahl viel Zeit sparen und wichtige Erkenntnisse aus vergangenen Transaktionen gewinnen können.

Das Angebot von X-Tron richtet sich an erfahrenere und exportorientierte Unternehmen, die keine Beratung für ihre Finanzierung benötigen. Die Plattform lässt sich unverbindlich ausprobieren und ohne Installation von Software auf den eigenen Systemen nutzen. Die Daten werden ausschließlich auf Servern in Deutschland gespeichert.

Mehr zu X-Tron finden Sie auf <https://x-tron.tech>