

**Pressekontakt:**

ECC Köln  
Melanie Günther  
Referentin Unternehmenskommunikation

+49 (0) 221 94 36 07-23  
[m.guenther@ifhkoeln.de](mailto:m.guenther@ifhkoeln.de)  
[www.ecckoeln.de](http://www.ecckoeln.de)

# PRESSEMITTEILUNG

## Digitale Plattformen: Droht Deutschland das Abstellgleis?

*Plattformen sind heute, ob bewusst oder unbewusst, fest im Informations- und Beschaffungsprozess der Kunden verankert. Zum Großteil steuern digitale Plattformen daher bereits den Kundenzugang. Die aktuelle ECC-Club-Studie 2018 zeigt: Insbesondere in deutschen Unternehmen fehlt die notwendige Sensibilisierung für das Thema. Erfolgreiche Geschäftsmodelladaptionen fallen schwer.*

**Köln, 27.09.2018** – Deutschland hinkt im internationalen Vergleich bei der Entwicklung digitaler Plattformen hinterher und droht sich selbst auf das Abstellgleis zu manövrieren. Das zeigt die neue ECC-Club-Studie „Digitale Plattformen – Deutschland auf dem Abstellgleis?“ des ECC Köln, die mit freundlicher Unterstützung der ECC-Club-Mitglieder realisiert wurde. Sie leitet außerdem Fragen ab, die sich deutsche Unternehmen stellen sollten, um Potenziale von Plattformen zu erkennen und strategisch im Geschäftsmodell zu verankern.

Digitale Plattformen haben in den letzten Jahren rasant an Bedeutung gewonnen, nicht zuletzt aufgrund der Digitalisierung und der damit einhergehenden Veränderungen im Konsumverhalten der Kunden – sei es im B2C- oder B2B-Umfeld. Das Potenzial ist noch lange nicht ausgeschöpft und in bestimmten Märkten und Branchen sind Plattformen bereits zum digitalen Gatekeeper avanciert: Sie steuern und koordinieren den Zugang zum Kunden und können somit als Servicekanal aufgefasst werden, der vertriebliche und marketingorientierte Funktionen übernimmt.

*„Digitale Plattformen agieren kundenorientiert und passen sich gesellschaftlichen, aber auch wirtschaftlichen Veränderungen sehr schnell an. Adaptionen werden primär vor dem Hintergrund des sich stetig wandelnden Kundenverhaltens getätigt. Bekannte Beispiele wie Uber und Airbnb zeigen, wie schnell bestehende Konzepte überholt werden können“, erklärt Mailin Schmelter, Teamleiterin am ECC Köln.*

### Investitionstätigkeit in Plattformen spaltet deutsche Unternehmen

Vor dem Hintergrund der starken internationalen Relevanz von Plattformen muss jedoch festgehalten werden, dass deutschen Unternehmen überwiegend die notwendige Sensibilisierung für das Thema fehlt. Sie stehen häufig vor der Herausforderung, eine geeignete Plattformstrategie in das bestehende Geschäftsmodell zu integrieren. Konkrete Maßnahmen und Umsetzungsbeispiele gibt es daher nur wenige.

Die ECC-Club-Studie zeigt weiterhin, dass für die Entwicklung einer gezielten Plattformstrategie der Vergleich mit Plattformkonzepten der großen Vorreiternationen grundsätzlich wenig zielführend ist. Denn insbesondere kleine und mittelständische Unternehmen können umsatzbedingt vergleichsweise weniger

Investitionen tätigen. Hier gilt es abzuwägen, inwiefern eine eigene Plattformlösung zielführend ist, ob sich das Unternehmen bestehenden Plattformen anschließt oder gar eigenständig am Markt weiterexistieren kann.

*„Ein Koexistieren mit digitalen Plattformen wird zwangsläufig dazu führen, dass der Wettbewerber den Zugang zum Kunden für sich verbucht. Der Großteil der deutschen Unternehmen muss jetzt die Weichen für die Zukunft stellen. Es gilt, die richtigen Schlüsse für die eigene Branche und das eigene Unternehmen zu ziehen, strategische Überlegungen zu reflektieren, Geschäftsmodelle zu hinterfragen und konsequent vom Kunden aus zu denken“, so Andreas Bauer, digitaldrift und Co-Autor der ECC-Club-Studie.*

Wörter der Meldung: 418

Zeichen (inkl. Leerzeichen): 3.385

### **Über die Studie**

Das Thema digitale Plattformen wird den Wirtschaftsraum Deutschland zukünftig (noch mehr) verändern und auch uns. Mit der diesjährigen ECC-Club-Studie liefern wir konkrete Learnings für die Praxis. Wir beleuchten internationale Marktentwicklungen, zeigen Erfolgsfaktoren und Wirkungsmechanismen auf und leiten richtungweisende Fragestellungen für deutsche Unternehmen ab. Weitere Deep-Dives werden folgen. Stay tuned!

Die Studie steht zum kostenlosen Download bereit: [www.ecc-club.de/studie2018](http://www.ecc-club.de/studie2018)

### **Über das ECC Köln**

Eingebunden in das IFH Köln ist das ECC Köln erster Ansprechpartner für Trends und Entwicklungen in der digitalen Handelswelt. Händler, Hersteller und Dienstleister profitieren von einzigartigem Market und Customer Insights sowie individueller Marktforschung und Strategieberatung. Mit dem ECC-Club ([www.ecc-club.de](http://www.ecc-club.de)) bietet das ECC Köln eine einzigartige Content- und Networkingplattform für Entscheider im E-Commerce. *Content. Commerce. ONE Community – Dafür steht das ECC Köln.*

Mehr unter: [www.ecckoeln.de](http://www.ecckoeln.de)

### **Über den ECC-Club**

Der ECC-Club bietet Entscheidern im E-Commerce eine exklusive Networking-Plattform und wertvolle Branchenerkenntnisse. Händler, Hersteller und Dienstleister profitieren von aktuellsten Insights. Verschiedene Eventformate bieten dabei Raum für Austausch und Diskussion auf Augenhöhe.

Mehr erfahren unter [www.ecc-club.de](http://www.ecc-club.de)