

Haucap | Kehder | Loebert

B2B-Plattformen

Potenziale, Hemmnisse und
Handlungsoptionen am Beispiel
von Nordrhein-Westfalen



Nomos

Die Reihe „Wettbewerb und Regulierung von Märkten und Unternehmen“ wird herausgegeben von

Prof. Dr. Justus Haucap,
Heinrich-Heine-Universität, Düsseldorf

Prof. Dr. Gregor Krämer,
Alanus Hochschule für Kunst und Gesellschaft, Alfter

Prof. Dr. Jürgen Kühling,
Universität Regensburg

Prof. Dr. Gerd Waschbusch,
Universität des Saarlandes, Saarbrücken

Band 46

Justus Haucap | Christiane Kehder | Ina Loebert

B2B-Plattformen

**Potenziale, Hemmnisse und
Handlungsoptionen am Beispiel
von Nordrhein-Westfalen**



Nomos



Onlineversion
Nomos eLibrary

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

ISBN 978-3-8487-8146-1 (Print)

ISBN 978-3-7489-2575-0 (ePDF)

1. Auflage 2021

© Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden 2021. Gesamtverantwortung für Druck und Herstellung bei der Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG. Alle Rechte, auch die des Nachdrucks von Auszügen, der fotomechanischen Wiedergabe und der Übersetzung, vorbehalten. Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier.

Geleitwort von Minister Prof. Dr. Andreas Pinkwart

Die Erkenntnis, dass die Plattformökonomie, insbesondere im Business-to-Business-Bereich, enorme Chancen für unsere wirtschaftliche Zukunft bereithält, gab Anlass zu der vorliegenden Studie. Nun wird diese Erkenntnis mit dem erfreulichen Ergebnis angereichert, dass Nordrhein-Westfalen Vorreiter im Bereich der B2B-Plattformen ist. Das ist uns Ansporn, diese Position weiter auszubauen und das Potenzial der entstehenden Plattformmärkte für die Unternehmen in Nordrhein-Westfalen nutzbar zu machen.

Dabei können wir auf zwei Standortvorteilen unseres Bundeslandes aufbauen, die die Studie benennt: dem starken industriellen Sektor und der Bedeutung von Nordrhein-Westfalen als internationalem Messestandort.

Neben weiteren konkreten Handlungsempfehlungen, die die Studie uns an die Hand gibt, bleibt es grundsätzlicher Auftrag, mit entsprechenden Rahmenbedingungen ein günstiges Umfeld für Unternehmen mit innovativen digitalen Ansätzen zu schaffen. Daran arbeiten wir im Land, dazu gehören aber auch die von der Europäischen Kommission angekündigten Rechtsakte – der Digital Services Act und der Digital Markets Act – sowie die 10. GWB-Novelle des Bundes. Von der GAIA-X-Initiative, an der zahlreiche nordrhein-westfälische Akteure beteiligt sind, können wir ebenfalls starke Effekte erwarten.

Mit 66 B2B-Plattformen haben wir in Nordrhein-Westfalen bereits eine starke Basis. Nun wird es darum gehen, diese positive Ausgangslage fortzuentwickeln: Wir wollen stärker für die zunehmende Bedeutung der Plattformökonomie sensibilisieren und unsere Unternehmerinnen und Unternehmer ermutigen, die Welt der digitalen Marktplätze für sich zu erschließen.

Dazu können auch die Plattform-Unternehmen beitragen. Ihre Präsentation auf der nordrhein-westfälischen Bühne beim Digital-Gipfel 2019 hat dem Publikum aus ganz Deutschland demonstriert, welches Potenzial in unserem Bundesland vorhanden ist. Dies zeigt eindrucksvoll, wie Unternehmen als Motivator wirken können. Die vorliegende Studie knüpft auch daran an und kann sicher ihrerseits Motivation geben, das Potenzial der B2B-Plattformen in Nordrhein-Westfalen zu heben.

Prof. Dr. Andreas Pinkwart

Minister für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie
des Landes Nordrhein-Westfalen

Inhaltsverzeichnis

Geleitwort von Minister Prof. Dr. Andreas Pinkwart	5
Vorwort	9
Executive Summary	11
1. Einleitung	17
2. Grundlagen zu B2B-Plattformen	20
2.1 Definition des Plattformbegriffs	20
2.2 B2B-Plattformen	21
2.2.1 Datenbasierte Plattformen	23
2.2.2 Transaktionsbasierte Plattformen	25
2.3 Charakteristika von B2B-Plattformen und Abgrenzung zwischen B2B- und B2C-Plattformen	26
3. Potenziale und Hemmnisse von B2B-Plattformen	32
3.1 Desk Research	32
3.1.1 Potenziale von B2B-Plattformen	32
3.1.2 Hemmnisse bei der Nutzung und Entwicklung von B2B- Plattformen	37
3.2 Experteninterviews und Umfrage	41
3.2.1 Erfolgsfaktoren von B2B-Online-Plattformen	43
3.2.2 Hemmnisse für die Entwicklung und das Wachstum von B2B-Plattformen	46
3.2.3 Standortfaktoren	49
3.2.4 Branchenpotenzial für B2B-Plattformen	52
4. Potenziale von B2B-Plattformen in Nordrhein-Westfalen	54
4.1 Bestandsaufnahme von B2B-Plattformen in Nordrhein- Westfalen	54

Inhaltsverzeichnis

4.2	Inhaltliche Konzentration von B2B-Plattformen in Nordrhein-Westfalen	55
4.2.1	Branchenstruktur in Nordrhein-Westfalen	56
4.2.1.1	Verarbeitendes Gewerbe	56
4.2.1.2	Dienstleistungssektor	62
4.2.2	Evaluierung des Potenzials von B2B-Plattformen in Nordrhein-Westfalen im Verarbeitenden Gewerbe anhand ausgewählter Branchen	65
4.2.2.1	Chemische Industrie	66
4.2.2.2	Maschinenbau	69
4.2.2.3	Stahl- und Metallindustrie und -verarbeitung	72
4.2.2.4	Möbelindustrie	75
4.2.3	Evaluierung des Potenzials von B2B-Plattformen in Nordrhein-Westfalen im Dienstleistungsgewerbe anhand ausgewählter Branchen	77
4.2.3.1	Logistik	77
4.2.3.2	Gesundheitswesen	80
4.2.3.3	Handel	84
4.2.3.4	Entsorgungsbranche	87
4.2.3.5	Informations- und Kommunikationstechnologien	88
4.3	Mögliche Vorteile der Ansiedlung von B2B-Plattformen in NRW	89
5.	Handlungsoptionen	92
5.1	Kommunikation/Moderation/Bewusstseinsbildung	93
5.2	Fallbeispiel: Messe	96
5.3	Förderung von Gemeinschafts-Plattformen	98
5.4	Wettbewerbsrecht und Marktregulierung	99
6.	Fazit	104
	Literaturverzeichnis	109
	Anhang A: Auflistung der deutschen B2B-Plattformen in Nordrhein-Westfalen	113
	Anhang B: Interviewleitfäden für B2B-Plattformen und Digital Hubs aus Nordrhein-Westfalen	127

Vorwort

Alphabet (Google), Amazon, Facebook, Apple und Microsoft, die sog. GAFAM-Konzerne, sind heute die wertvollsten Unternehmen der Welt. Die Giganten der Plattform-Ökonomie dominieren heute wichtige Bereiche im Leben vieler Menschen. Während jedoch bei Business-to-Consumer-Plattformen (B2C) bereits ein rasantes Wachstum stattgefunden hat, ist dies im Business-to-Business-Bereich (B2B) bisher weniger der Fall. Jedoch ist aufgrund der Effizienzpotenziale ein hohes Wachstum auch im Bereich der B2B-Plattformen zu erwarten.

Vor diesem Hintergrund und der ungebremsten Dynamik, welche digitale Technologien und darauf basierende Geschäftsmodelle aufweisen, wurde die DICE Consult, unter Federführung von Prof. Dr. Justus Haucap, vom Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen (MWIDE) mit der vorliegenden Studie über „B2B-Plattformen in Nordrhein-Westfalen: Potenziale, Hemmnisse und Handlungsoptionen“ beauftragt. Für Nordrhein-Westfalen wurde wissenschaftlich untersucht, welche Potenziale für den Aufbau von Plattformen im B2B-Bereich liegen, aber auch welche Hemmnisse der Standort Nordrhein-Westfalen für den Aufbau von B2B-Plattformen gegebenenfalls mit sich bringt und wie Potenziale weiter gefördert sowie Hemmnisse abgebaut werden können.

Für Nordrhein-Westfalen wurden in dieser Studie in Bezug auf die B2B-Plattformökonomie zwei wesentliche Standortvorteile identifiziert: Zum einen der starke industrielle Sektor, etwa im Bereich Maschinenbau, Chemische Industrie oder der Stahl- und Metallindustrie und -Verarbeitung, der insgesamt große Chancen im Industrial Internet of Things (IIoT), aber auch für andere B2B-Plattformen eröffnet. Zum zweiten profitiert Nordrhein-Westfalen davon, Standort für viele internationale Messen zu sein, was ein erhebliches Potenzial für Online-Marktplätze birgt. Der starke industrielle Sektor und die Messen sind zwei wesentliche Standortvorteile, die Nordrhein-Westfalen von anderen Bundesländern in Deutschland abgrenzt.

Festzuhalten ist allerdings auch, dass sich B2C-Plattformen von B2B-Plattformen in einigen Aspekten unterscheiden. Zum einen spielt der Aufbau von Vertrauen eine erheblich bedeutendere Rolle bei Unternehmen als bei Privatkunden. Während letztere oftmals geradezu leichtfertig ihre

Vorwort

Daten preisgeben, legen Unternehmen regelmäßig großen Wert auf die Sicherheit ihrer Daten. Zudem verlagern Unternehmen vor allem dann Transaktionen auf Plattformen, wenn sie auf den langfristigen Fortbestand der Plattform vertrauen. Zum anderen sind B2B-Plattformen oftmals deutlich branchenspezifischer und ihr Betrieb erfordert regelmäßig ein detailliertes Branchen-Know-how. Ihre Skalierbarkeit ist daher im Vergleich zu B2C-Plattformen oftmals beschränkter. Gleichwohl sind die Perspektiven für das Wachstum von B2B-Plattformen in vielen Wirtschaftsbereichen aufgrund der Effizienzpotenziale als hoch einzuschätzen.

Im Rahmen der vorliegenden Studie haben wir mit zahlreichen Expertinnen und Experten Gespräche führen können, die wertvollen Input für diese Studie geliefert haben. Besonders bedanken möchten wir uns an dieser Stelle bei Sebastian Brenner (CheMondis), Jürgen Bretfeld (Advaneo Data Marketplace), Max Dering (Cargo-Bay), Stephan Schnück (empto), Michael Frank (Enerlytics), Gunnar Gburek (Timocom), Nicolaus Gedat (nmedia), Bernd Gross (Cumulocity IoT), Dr. Markus Große Böckmann (Oculavis), Heribert-Josef Lakemeyer (Pinpools), Lotte Lehbruck (Next Kraftwerke), Tim Milde (XOM Materials), Andre Ries (verivox), sowie Maximilian von Löbbecke (365FarmNet), die sich viel Zeit genommen haben, um mit uns ausführlich über ihre B2B-Plattformen zu sprechen. Neben B2B-Plattformunternehmen wurden auch Vertreter von DigitalHubs aus Nordrhein-Westfalen interviewt. Zu den Interviewpartnern gehörten: Dr. Lorenz Gräf (STARTPLATZ), Oliver Weimann (Ruhr:HUB), Dr. Klemens Gaida (Digital Innovation Hub Düsseldorf Rheinland) und Dr. Sebastian Köffer (münsterLand.digital). Zudem fanden Gespräche mit Dr. Fabian Schnabel (Kreishandwerkerschaft Essen) und Till Knorr (expacon) statt. Ihnen sei für ihre Auskünfte und Anregungen sehr gedankt. Vielfältige Unterstützung erhielten wir auch durch Dr. Nikolaus Paffenholz und Marion Hörsken (beide IHK Düsseldorf). Auch den Mitarbeitern des Ministeriums für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie (MWIDE) des Landes Nordrhein-Westfalen Dank gesagt. Christian Dinnus, Michael Henze, Sebastian Ley, Dirk Schlotböller, David Stephenson und Johannes Velling (alle MWIDE) haben diese Studie mit Diskussionen und Kommentaren begleitet und so zu ihrem Gelingen fruchtbar beigetragen. Last, but not least sei Marlene Merker und Malte Prüfer für die kritische Durchsicht des Manuskriptes gedankt.

Justus Haucap

Christiane Kehder

Ina Loebert

Düsseldorf, im Dezember 2020