ECONSTOR
Make Your Publications Visible.

A Service of

ZBW Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft
Leibniz Information Centre for Economics

Demary, Vera; Rusche, Christian

Research Report

Plattformen: Mehr Fairness trotz Marktmacht

IW-Kurzbericht, No. 79/2020

Provided in Cooperation with:
German Economic Institute (IW), Cologne

Suggested Citation: Demary, Vera; Rusche, Christian (2020) : Plattformen: Mehr Fairness trotz Marktmacht, IW-Kurzbericht, No. 79/2020, Institut der deutschen Wirtschaft (IW), Köln

This Version is available at:
https://hdl.handle.net/10419/222629

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

WWW.ECONSTOR.EU

Mitglied der Leibniz-Gemeinschaft

IW-Kurzbericht 79/2020

Plattformen: Mehr Fairness trotz Marktmacht

Vera Demary / Christian Rusche, 10. Juli 2020

Von der Pandemie konnten Plattformen wie Amazon profitieren. Bereits vorher führte die Marktmacht von Plattformen dazu, dass Behörden eine stärkere Regulierung anstrebten. Ab 12. Juli 2020 verbessert eine Verordnung der Europäischen Union die Position von Unternehmenskunden auf Plattformen, wodurch insbesondere kleinen und mittleren Unternehmen geholfen wird.

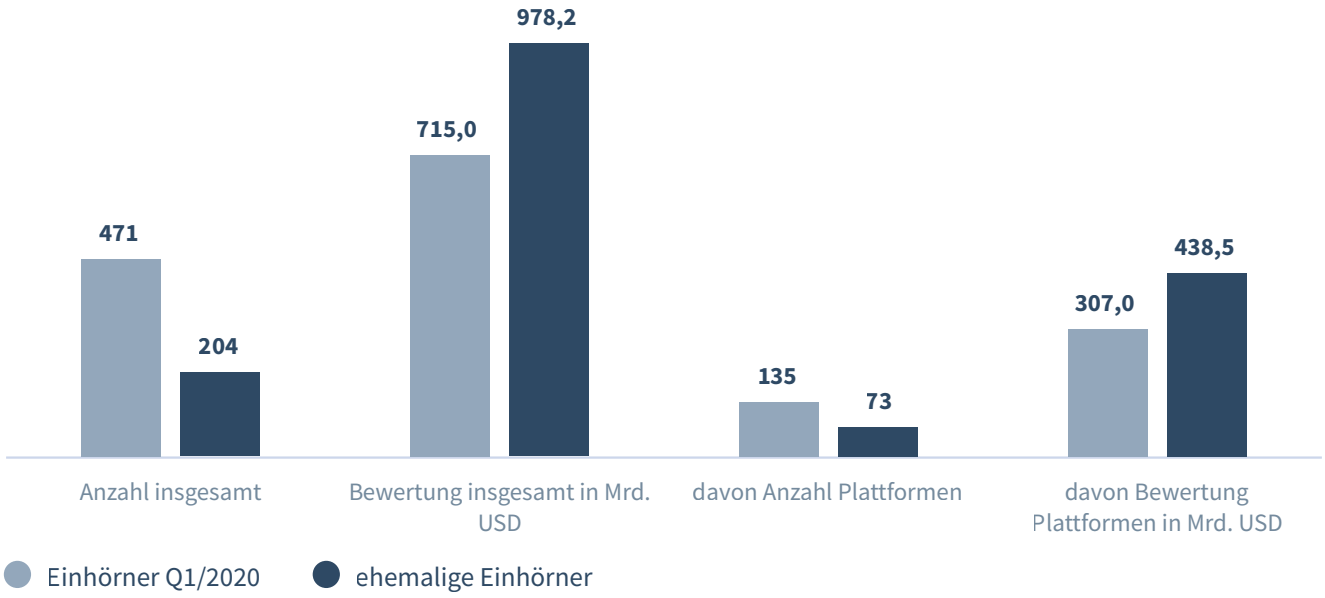
Durch die Corona-Beschränkungen in der analogen Welt haben Konsumenten und Unternehmen ihre Tätigkeiten zunehmend in die digitale Welt verlagert. Dadurch haben insbesondere auch viele große digitale Plattformen, die bereits vor der Pandemie Marktmacht besessen haben und stark gewachsen sind (Demary/Rusche, 2018), profitiert: Amazon beim Onlineshopping und in der Unterhaltung (Demary, 2020), Microsoft durch Videokonferenzen (Engels et al., 2020), Facebook durch Nachrichten und Kommunikation sowie Alphabet mit Google und YouTube bei Informationen und Unterhaltung. Wie stark die Plattformen profitieren, wird unter anderem auch an den Börsenbewertungen deutlich. Der DAX30 - der Index der größten börsennotierten Unternehmen in Deutschland – verlor in den vergangenen sechs Monaten mehr als fünf Prozent (Recherche am 6.7.2020 auf finanzen.net). Im gleichen Zeitraum verlor der breitere STOXX Europe 600 – der Index der 600 größten europäischen Unternehmen – fast 13 Prozent. Im Vergleich zu diesen Indices, die alle Unternehmen abbilden, konnten die Plattformen im gleichen Zeitraum erheblich besser abschneiden: Die Facebook-Aktie stieg trotz Werbeboykott um mehr als 10 Prozent, Microsoft um mehr als 28 Prozent, Amazon um fast 55 Prozent und Alphabet (Alphabet C) um mehr als 6 Prozent.

Doch nicht nur an der Börse kann der Erfolg von Plattformen abgelesen werden. Auch unter sogenannten Unicorns (Einhörnern) spielen Plattformen eine wichtige Rolle. Als Unicorn wird ein nicht-börsennotiertes Unternehmen bezeichnet, welches auf Basis bisheriger Investitionsrunden eine Bewertung von mindestens einer Milliarde US-Dollar (USD) aufweist. Damit handelt es sich bei Einhörnern um Unternehmen, denen besonders gute Chancen auf zukünftigen wirtschaftlichen Erfolg zugeschrieben werden.

Zum Ende des 1. Quartals 2020 gab es weltweit 471 Unicorns (Abbildung), was eine Analyse von Daten des Informationsdienstes CBInsights (2020a) ergab. Das Biologietechnologie-Unternehmen CureVac, welches an einem Impfstoff gegen das Corona-Virus forscht, gehörte beispielsweise ebenfalls dazu. 135 und damit rund 29 Prozent dieser 471 Einhörner konnten als Plattform identifiziert werden. Beispiele für Unicorn-Plattformen

Anzahl und Bewertung von aktuellen und ehemaligen Einhörnern sowie von Plattformen unter den Einhörnern

Bewertung in Milliarden US-Dollar, Stand: Juni 2020



Quelle: CBInsights (2020a; 2020b); eigene Darstellung

sind der Fahrdienstvermittler BlaBlaCar (1,6 Milliarden USD) und der Hamburger Onlinehändler About You (1 Milliarde USD). Die Gesamtbewertung der Unicorns betrug am Ende des 1. Quartals 715 Milliarden USD. Davon entfielen rund 43 Prozent auf Plattformen. Digitale Plattformen haben gemessen an ihrer Häufigkeit somit eine überproportional hohe Bewertung.

Diese überdurchschnittlich hohe Bewertung wird ebenfalls bei den ehemaligen Unicorns deutlich. Der Grund, warum ein Unternehmen aus der Liste herausfällt, sind in der Regel der Aufkauf durch ein anderes Unternehmen, eine Fusion oder eine Börsennotierung. Auch eine Insolvenz kann ein Grund sein. Seit 2009 haben insgesamt 204 Unternehmen den Status als Einhorn verloren (CBInsights, 2020b). Dass eine Geschäftsaufgabe gerade nicht der häufigste Grund dafür war, wird an der aufsummierten Bewertung beim Ausscheiden deutlich: Die 204 Unternehmen wiesen eine Bewertung von mehr als 978 Milliarden USD auf. Beispiele für erfolgreiche Unternehmen sind Spotify aus Schweden (29,5 Milliarden USD), HelloFresh aus Deutschland (2 Milliarden USD) oder der chinesische Smartphone Hersteller Xiaomi (54 Milliarden USD). Unter diesen 204 ehemaligen Einhörnern waren 73 Plattformen mit einer Bewertung von mehr als 438 Milliarden USD. Die Plattformen wie Zalando oder Etsy standen somit für 36 Prozent der Unternehmen und 45 Prozent der Bewertung.

Somit deutet alles darauf hin, dass Plattformen auch in Zukunft eine große Rolle in der Wirtschaft spielen werden. Da das Geschäftsmodell insbesondere auf der Vermittlung von Transaktionen besteht und sie die angebotenen Waren sowie Dienstleistungen nicht selbst bereitstellen müssen, können sie auch weiterhin schnell wachsen und in kurzer Zeit Marktmacht erlangen (Demary/Rusche, 2018). Dadurch werden Plattformen auch für Unternehmen immer wichtiger, da sie mithilfe von Plattformen einfacher neue Kunden gewinnen können. Um insbesondere die Bedingungen von kleinen- und mittleren Unternehmen gegenüber den Plattformen zu verbessern, hat die Europäische Union 2019 eine Verordnung erlassen (Amtsblatt der Europäischen Union, 2019). Diese Verordnung tritt ab dem 12. Juli 2020 in Kraft und entfaltet damit unmittelbare Gültigkeit auch in Deutschland. Die Verordnung betrifft unter anderem:

- Die Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB; Artikel 3): Diese müssen klar und verständlich sein und die Plattform darf sie nicht willkürlich verändern.

- Sperrung (Artikel 4): Die Plattform darf ein Unternehmen in der Regel nicht kurzfristig sperren, muss eine Sperrung begründen und dem Unternehmen eine Klärung des zur Sperrung führenden Sachverhalts ermöglichen;

- Ranking (Artikel 5): Die Hauptparameter für die Reihenfolge, in der Unternehmen oder Angebote von Unternehmen dargestellt werden, müssen benannt werden;

- Daten (Artikel 9): Es muss angegeben werden, welche Daten (personenbezogen- und nicht-personenbezogen) anfallen sowie ob und unter welchen Bedingungen ein Unternehmen Zugang erhält.

- Beschwerdesystem (Artikel 11): Plattformen müssen ein Beschwerdesystem für die Anliegen ihrer Geschäftskunden einrichten, welches insbesondere einfach zugänglich und kostenfrei ist und schnell zur Klärung führt.

Die Verordnung sorgt dafür, dass, auch wenn es sich um eine ausländische Plattform ohne Niederlassung in Deutschland handelt, die Geschäftskunden der Plattform einen geeigneten Ansprechpartner haben. Zudem müssen die Plattformen transparenter werden und Informationen bereitstellen. Dadurch fällt es leichter, die Handlungen der Plattformen juristisch zu überprüfen.

Diese Überprüfung muss in der Regel zivilrechtlich erfolgen, da die Verordnung als Marktverhaltensregel eingestuft wird (Wissenschaftliche Dienste des Bundestags, 2020). Sollte die Plattform somit gegen diese Regelungen verstoßen, stehen den betroffenen Unternehmen beispielsweise Unterlassungs- und Schadensersatzansprüche zu. Insbesondere kleine Unternehmen könnten jedoch vor Klagen zurückschrecken, da sie Nachteile bei ihrer Geschäftstätigkeit über die Plattform befürchten. Um dem entgegenzuwirken, hat die Europäische Union auch die Klageeinreichung beispielsweise von Verbänden oder öffentlichen Stellen ermöglicht (Artikel 14).

Insgesamt bietet die Verordnung den Geschäftskunden von Plattformen mehr Rechte und Information, diese Rechte auch durchzusetzen. Vor dem Hintergrund der wachsenden Bedeutung von Plattformen, ist dieser Schritt zu begrüßen.

Literatur

Amtsblatt der Europäischen Union, 2019, Verordnung (EU) 2019/1150 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20. Juni 2019 zur Förderung von Fairness und Transparenz für gewerbliche Nutzer von Online-Vermittlungsdiensten, 62. Jg., Nr. L 186, S. 57-79

CBInsights, 2020a, The Global Unicorn Club, https://www.cbinsights.com/research-unicorn-companies [1.6.2020]

CBInsights, 2020b, The Unicorn Exits Tracker, https://www.cbinsights.com/research-unicorn-exits [1.6.2020]

Demary, Vera / Rusche, Christian, 2018, The Economics of Platforms, IW-Analysen, Nr. 123, Köln

Demary, Vera, 2020, Onlinehandel: Warum Corona Amazon weiter stärkt, IW-Kurzbericht, Nr. 32, Köln

Engels, Barbara / Mertens, Armin / Scheufen, Marc, 2020, Neuerungen in der beruflichen Kommunikation, IW-Kurzbericht, Nr. 41, Köln

finanzen.net, 2020, https://www.finanzen.net/ [6.7.2020]

Wissenschaftliche Dienste des Bundestags, 2020, Fragen zur Umsetzung der Verordnung (EU) 2019/1150 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20. Juni 2019 zur Förderung von Fairness und Transparenz für gewerbliche Nutzer von Online-Vermittlungsdiensten, WD 5 - 3000 - 038/20, Berlin