

ZUSAMMENFASSUNG

- Die Risiken von Plattformen bestehen laut Befragten vor allem in der Abhängigkeit vom Betreiber der Plattform (71 Prozent), dem Verlust der Kundenschnittstelle (57 Prozent) und dem wachsenden (Preis-)Wettbewerb.
- Die Mehrheit der Befragten (63 Prozent) sieht in der Teilnahme an Plattformen mehr Vor- als Nachteile. Diesbezüglich herrscht aber relativ viel Ungewissheit unter den Befragten (vor allem im verarbeitenden Gewerbe): insgesamt machen 27 Prozent keine Angaben.
- Eine passende Strategie ist für 85 Prozent der Befragten die Voraussetzung für die erfolgreiche Teilnahme an Plattformen. Eine weitere häufig genannte Voraussetzung sind qualifizierte Mitarbeiter (63 Prozent).
- Rund die Hälfte ist bereits Teilnehmer an mindestens einer Plattform, 26 Prozent sind sogar Initiator einer eigenen Plattform. Nur jeder zehnte hält Plattformen für nicht relevant.
- Mit Wettbewerbern auf einer Plattform zusammenzuarbeiten können sich 62 Prozent der Entscheider vorstellen.
- Bevorzugte Plattformpartner sind Unternehmen aus der eigenen Branche (50 Prozent) und junge Tech-Unternehmen (40 Prozent).

