

DIGITALE PLATTFORMEN

Plattformen sind omnipräsent

51 % 26 % 30 %



nehmen teil.



sind Initiator.

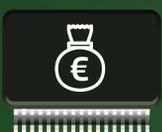


bauen Know-how auf.

Nur **10 %** sagen, digitale Plattformen seien nicht relevant für ihr Unternehmen.

Vorteile

Die schöne neue Plattformwelt



62 %

Kosten-einsparungen



61 %

Neue Geschäftsmodelle



51 %

Vertriebspower

Risiken

Furcht vor Nebenrolle im Plattformgeschäft

71 %



Abhängigkeit vom Plattformbetreiber

57 %



Verdrängung von der Kundenschnittstelle

47 %



Verlust von Geschäft

Bedrohungspotenzial nach Plattformart



Plattformanhänger sind in der Mehrzahl

63 %



Vorteile überwiegen

90 %



Plattformen bieten Wettbewerbsvorteile für alle Branchen

Alle für einen: den Kunden



Digitale Geschäftsmodelle funktionieren nur mit Partnern

83 %



Mehr Leistungspakete mit Zutaten anderer Anbieter

82 %



Öffnung statt Abschottung gegenüber Wettbewerbern

62 %