

ZEIT RECEPTION DAVOS 2019

The Power of Platforms: A New Digital Business Model

»Technologischen Fortschritt verantwortungsvoll steuern«

Wohin bewegt sich die digitale Wirtschaft? Dieser Frage gingen Experten anlässlich des Weltwirtschaftsforums in Davos nach. Gemeinsam mit CMS lud DIE ZEIT Gäste aus Wirtschaft und Politik zur Diskussion.

»Nicht selten beschleicht uns ein unguutes Gefühl, wenn wir beobachten, wie das Reisebüro um die Ecke verschwindet, der Elektrofachhandel oder Buchladen am Ort die Tore schließen. Wir sehen, in

nur drei der zehn größten Unternehmen weltweit keine Plattform-Firmen sind. Das hätten die wenigsten aus dem Publikum im Steigenberger Grandhotel Bellevédère gedacht. Die Zahl spiegelt die rasante Entwicklung der digitalen Wirtschaft wider. Die Frage an die Experten lautete daher, wie man technologischen Fortschritt steuern kann, ohne von den Entwicklungen überfordert zu werden. In nur wenigen Jahren setzte sich die Plattform-Idee durch und wird

halten«, sagte Dóra Petrányi, Technology, Media and Communications Partner von CMS. Um nicht auf der Strecke zu bleiben, muss diese Entwicklung koordiniert werden. »Wir müssen global entscheiden«, sagte Petrányi. Mit einer guten Regulierung lässt sich Wettbewerb steuern. Das Problem sei, dass das Internet keineswegs die Demokratisierung gebracht hat, die man sich anfangs davon versprach. Inzwischen ist Wachstum auf wenige Unternehmen beschränkt. Hel-

zess, den seine Bank nach der immensen Kritik der vergangenen Jahre durchlaufen habe. Die Zutaten? Disziplin und ein solides Fundament. Seine Kursansage klingt einfach: nach vorn schauen. Dann kehre auch die Leidenschaft der Mitarbeiter zurück. »Wieder stolz sein, ein Deutschbanker zu sein«, lautet Sewings Motto. Aus diesem Anspruch leitet sich die Digitalstrategie der Bank ab. »Wir sind eine solide Bank – das ist unsere DNA. Wir müssen wieder die beste Investmentbank in Deutschland werden, um auch für Auslandsgeschäfte wieder die Nummer eins zu werden.« Dafür braucht es die

**»Wieder stolz sein,
ein Deutschbanker zu sein«**

Zusammenarbeit mit anderen digitalen Finanzunternehmen, sogenannten Fintechs. Sewing erklärte: »Microsoft-Gründer Bill Gates soll gesagt haben, dass es in Zukunft Banking ohne Banken geben wird, aber ich glaube das nicht.«

Richtig eng wurde es vor der Bühne des Steigenberger Hotels, als Facebook-Vorstand Sheryl Sandberg von Uwe Jean Heuser begrüßt wurde. Welchem Wandel die allgegenwärtige Social-Media-Plattform unterliege, wollte er von ihr wissen. Dem Vorwurf, Inhalte nicht ausreichend zu kontrollieren und Nutzerdaten weiterzugeben zu ha-

ben, begegnete das Unternehmen mit einer Serviceoffensive. 30.000 Mitarbeiter seien nur damit beschäftigt, Inhalte zu prüfen. Sandberg betonte die Wichtigkeit der Plattformen im Internet für kleinere Unternehmen. »Nur hier können sie genauso Werbung treiben wie die Großen.« Und solange das funktioniert, bleibt das Angebot für die Nutzer kostenfrei. Sandberg setzt dabei auf Lerneffekte und Eigenverantwortlichkeit der User: »Jeder entscheidet selbst, mit wem er wel-

che Informationen teilen möchte.« Sie räumte aber ein, dass die Nutzer verantwortungsvoller mit den Daten umgehen und lernen müssen, dass es sich um wichtiges Eigentum handelt.

Am Ende gab es eine weitere Toblerone-Schokolade für das Wissen, dass sich unter den weltweit zehn gewinnträchtigsten Unternehmen kein einziges Plattform-Unternehmen befindet. Beim Geldverdienen hat die »Old Economy« noch die Nase vorn.



Über den richtigen Kurs der Digitalwirtschaft diskutierten (v.l.n.r.) Olivier Grémillon, Vice President von Booking.com, Dóra Petrányi, Technology, Media and Communications Partner von CMS, Craig Dawson, Executive Partner bei IBM, und Annabelle Gawer, Professorin in Digital Economy an der Surrey Business School

welch kurzer Zeit digitale Plattformen wie der Social-Media-Gigant Facebook, Internethändler Amazon oder das Taxiunternehmen Uber unser Leben bestimmen«, so Cornelius Brandi, Executive Chairman von CMS, in seiner Begrüßungsrede. Passend zum Schweizer Veranstaltungsort belohnte Moderator und ZEIT ONLINE-Chef Jochen Wegner den Gast mit einer Toblerone-Schokolade, der wusste, dass

von Millionen weltweit genutzt. Plattformen sind Marktplatz für ihre Kunden und Innovationstreiber für andere. Sie bestimmen das Nutzer-

**»Wir müssen global
regulieren und entscheiden«**

verhalten weltweit. »Nur acht Prozent der Firmen könnten überleben, wenn sie ihr Geschäftsmodell so, wie es jetzt ist, beibe-



»Proaktiv auf die Kunden zugehen«, lautet die Marschroute von Christian Sewing, Vorstandschef der Deutschen Bank, für das Geldinstitut

fen kann die europäische Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO). Das weitreichende Gesetzeswerk klärt umfangreich Verantwortlichkeiten der Anbieter sowie Rechte der Nutzer.

Zum digitalen Business der Deutschen Bank befragte anschließend der Leiter des ZEIT-Wirtschaftsressorts, Uwe Jean Heuser, Vorstandschef Christian Sewing. Der betonte den Erneuerungspro-



Sheryl Sandberg, Chief Operating Officer von Facebook: »Facebook ist ein Teil von mir. Wir befinden uns gerade in einem reflektiven Prozess, in dem sich entscheidet, welches Internet wir wollen und wie stark es kontrolliert werden soll«

Veranstalter:

CONVENT  **.de**
EIN UNTERNEHMEN DER ZEIT VERLAGSGRUPPE

In Zusammenarbeit mit:

C/M/S
Law . Tax