

Identity Economy – Report

B2B-Marktplätze für Datenprodukte

Teil 1: Maschinen- und Fertigungsdaten

Autor: Ralf Keuper

November 2020

Inhaltsverzeichnis

<u>EINLEITUNG</u>	<u>3</u>
<u>DEFINITION DER WICHTIGSTEN BEGRIFFE.....</u>	<u>4</u>
<u>KERNELEMENTE VON DATENMARKTPLÄTZEN</u>	<u>4</u>
<u>ANBIETER.....</u>	<u>8</u>
ZENTRALISIERTE DATENMARKTPLÄTZE	8
DEZENTRALISIERTE DATENMARKTPLÄTZE.....	9
WEITERE UNTERSCHIEDUNGSKRITERIEN	10
<u>ANWENDUNGSFÄLLE AUS DEM MASCHINENBAU</u>	<u>10</u>
<u>WERTSCHÖPFUNG IN DATENÖKOSYSTEMEN.....</u>	<u>12</u>
<u>DATENPRODUKTE ALS ASSET-KLASSE</u>	<u>15</u>
<u>TRUSTS – PLATTFORM FÜR DATENMARKTPLÄTZE.....</u>	<u>17</u>
<u>SICHERE DATENINFRASTRUKTUREN – BEISPIEL GAIA-X.....</u>	<u>18</u>
<u>DATENMARKTPLÄTZE – BEGINN EINER NEUEN KOMMERZIELLEN REVOLUTION.....</u>	<u>18</u>

Einleitung

Einer weit verbreiteten Auffassung nach sind Daten das neue Öl. Demzufolge handelt es sich bei Daten um einen knappen Rohstoff, der mit großem Aufwand gefördert und verfeinert werden muss, bevor er verbraucht werden kann.

Nun sind Daten keineswegs knapp, ebenso wenig werden sie bei Gebrauch vernichtet. Ihren Wert erhalten sie durch Mehrfachnutzung, durch die Weiterverarbeitung zu Informationen und Wissen. Maschinen- und Fertigungsdaten sind handelbare Wirtschaftsgüter bzw. Datenprodukte. Je nach Gehalt und Art stellen sie sowohl für die Datenproduzenten wie auch die Datenkonsumenten einen hohen wirtschaftlichen Wert dar. Als Wirtschaftsgüter können Maschinen- und Fertigungsdaten gehandelt werden, entweder über einen zentralen Marktplatz oder direkt untereinander, wie bei dezentralen Marktplätzen auf Blockchain-Basis. Die größten Datenerzeuger sind Maschinen und andere technische Geräte, weshalb Marktplätze für IoT-Daten an Zahl deutlich zugenommen haben.

Ein Datenmarktplatz kann von der Organisation her proprietär/geschlossen sein, von einem Konsortium betrieben werden oder neutral/unabhängig auftreten. Aus technischer Perspektive können Datenmarktplätze zentral (Cloud) oder dezentral (Edge/Cloud) konstruiert sein. Bei der Cloud-Variante werden die Datenprodukte von verschiedenen Anbietern über eine zentrale Stelle angeboten. Das hat den Vorteil, dass die Daten durch die Verwendung einheitlicher Datenmodelle- und Formate leicht durchsucht werden können. Nachteilig für die Datenlieferanten ist der Verlust der Datenhoheit. Das Nutzungsrecht an den Daten liegt in den meisten Fällen bei dem Betreiber des Marktplatzes, der die Geschäftsbedingungen und technischen Zugangsvoraussetzungen festlegt.

Beim dezentralen Ansatz hingegen behält der Lieferant die Hoheit über seine Daten. Der Austausch erfolgt bilateral. Die Daten werden an die Nutzungsbedingungen des Lieferanten gekoppelt. Allerdings wird der durchgängige Datenaustausch durch die hohe Anzahl unterschiedlicher Interfaces, Formate und Preismodelle eingeschränkt.

Ganz gleich, welche Variante, zentraler oder dezentraler Marktplatz, sich durchsetzen wird, entscheidend ist, in welchem Datenökosystem und Datenraum er sich bewegt. Je vielfältiger, offener und rechtssicher er ist, je werthaltiger die Datenprodukte sind, um so mehr Lieferanten, Datenveredler und Käufer zieht er an. Nicht die Menge an Daten, die auf einem Marktplatz gehandelt werden, ist entscheidend. Daten werden erst durch ihre (Mehr-)fachnutzung in verschiedenen z.T. unvorhergesehenen Anwendungsszenarien wertvoll. Nur so kann Wissen als Grundlage für Produkt- und Prozessinnovationen generiert werden. Alles andere, Marktplätze mit der Zielsetzung aufzubauen, Unsicherheit durch Verhaltensmodifikation der Akteure auszuschalten, wäre nur eine andere Form von Planwirtschaft und Anmaßung von Wissen (F.A. von Hayek).

Der Schwerpunkt der vorliegenden Reports liegt auf den Datenmarktplätzen in der Industrie (B2B). Marktplätze für den Handel personenbezogener Daten (Audience Data) werden hier nicht näher behandelt.