



Jetzt wird es ernst: Bei Metaverse (das ist die neue eskapistische Welt, die Facebook plant) will Walmart von Anfang an dabei sein und hat mehrere Patente dafür angemeldet. Mit spezieller Kryptowährung und Software zu deren Verwaltung, Online Dienstleistungen und einer eigenen NFT Sammlung (virtuelle Produkte) will man auf keinen Fall die Zukunft verpassen.

Zuerst aber: Metaverse in ein paar Sätzen

Im Science-Fiction-Roman „Snow Crash“ von Neal Stephenson wurde bereits 1991 der Begriff Metaverse erwähnt. Es ist eine Art globale virtuelle Realität, in der Menschen als Avatare miteinander interagieren. Metaverse ist daher als eine digitale Alternative zur physischen Welt zu verstehen. Folgende Charakteristika machen das Metaverse aus:

Metaverse kann nicht stoppen. Wie im echten Leben läuft die Zeit und virtuelle Umwelt weiter

Es findet in Echtzeit statt und ist Live

Metaverse kann nie voll werden, es kann unbegrenzt User aufnehmen

Es hat seine eigene Wirtschaft. Jeder kann investieren, kaufen, verkaufen und innerhalb des Metaverse Umsatz machen.

Es verbindet die physische wie die digitale Welt und kann offene und geschlossene Plattformen enthalten

Digitale Objekte sind auf der Plattform austauschbar. So kann man mit dem Mario Cart auch durch Fortnite fahren.

Jetzt denkt man: gab es das nicht schon mal?

Ja, das hieß Second Life und wurde bereits 2003 von den Linden Labs entwickelt. Jedes Unternehmen, das etwas auf sich hielt, war dort vertreten. IBM hatte eine eigene Insel und Nike hat für echtes Geld Sneakers für die Avatare der Nutzer verkauft, die sie dann auf virtuellen Parties ausführen konnten. Irgendwann war der Hype zu Ende, die Plattform gibt es aber immer noch ([LINK](#))



Second Life Screenshot

Was verspricht sich Walmart davon?

Aus den Patentanmeldungen kann man schließen, dass der Konzern virtuelle Waren anbieten will, die man zudem auch dann im echten Leben geliefert bekommen kann.

In einer Stellungnahme sagte der Konzern: „Walmart untersucht stetig, wie neue Technologien zukünftige Einkaufserlebnisse prägen können.“ Ob und wann die neuen Online-Dienste nutzbar sein werden, wurde aber nicht geschildert. Darin liegt aber ein großes Potenzial: Endlich einen erlebnisorientierten Onlineshop zu kreieren, der eine disruptive Veränderung der Branche mit sich bringt.

Was bedeutet das für den Händler?

Kennt ihr Ailin und Guntram Gräf? Das waren die ersten virtuellen Millionäre in Second Life, die Grundstücke dort gekauft und (virtuell natürlich) bebaut haben. Ein Geschäftsmodell, das sie auch im echten Leben zu erfolgreichen Unternehmern gemacht hat. Ich selbst war 2009 auch in einer virtuellen Welt mit zwei Retail spezifischen Projekten unterwegs:

In dem Metaversum „Twinity“ (in der Berlin 1:1 abgebildet wurde) wurde ein Store von den Usern kreiert. So gab es den ersten „User generated“ Supermarkt der Welt, der die Bedürfnisse der Menschen widergespiegelt hat.

Auch für den B2B Bereich wurden neue Formate der Beschaffung entwickelt: Je nach Branche konnte man in einem virtuellen Großhandel nur die Produkte finden, die man für sein Business braucht.

Das große Potenzial liegt also daran, in dieser eskapistischen Welt ganz neue Einkaufserlebnisse im Bereich eCommerce zu schaffen. Sein wir doch mal ehrlich: Heutige Onlineshops unterscheiden sich nur unwesentlich von denen vor 20 Jahren. Listendarstellungen, die weit von einer inspirativen Shoppingwelt entfernt sind. Innovation ist dringend notwendig: Genau das steckt in Metaverse.

Die o.g., fast 15 Jahre alten Projektbeispiele zeigen, dass die Zeit noch nicht reif war. Ist sie das jetzt? Unsere Antwort: Noch nicht ganz, aber fast! Es bleibt spannend!