



In den kommenden Wochen wird Handelsexpertin Marilyn Repp in ihrer Reihe zu Web3 und Metaverse einen Blick in die Zukunft werfen. Sie zeigt der Handelsbranche, welche Trends wichtig werden und worauf sich Händler:innen einstellen können. Im ersten Teil werden einige wichtige Begriffe und Grundlagen der neuen Welt Metaverse geklärt.

Metaverse und Web3 -was ist das?

Metaverse ist eine Vision für eine gemeinsame Online-Welt, die derzeit noch nicht existiert. In ihr verschmelzen virtuelle Welt, erweiterte Realität und die echte Welt. Die Nutzer:innen haben dabei **eine** digitale Identität, mit der sie sich nahtlos zwischen verschiedenen virtuellen Räumen und Anwendungen bewegen können. Das Einloggen, Ausloggen, Passworteingabe, Öffnen von Apps und Browser wird dabei nicht mehr nötig sein. Die Nutzer:innen können sich einen Avatar anlegen, der als Abbild der digitalen Identität dient.



Was ist Metaverse in Abgrenzung zu Web3?

Web3 bezeichnet eine neue Phase des Internets – sozusagen das langsam entstehende Internet der Zukunft nach Web1 und Web2. Als Web1 wird die Phase von Anfang der 90er bis etwa 2004 bezeichnet, geprägt durch starre Webseiten und Inhalte, die eher ein Abbild der analogen Welt waren. Man konnte nur wenig mitgestalten als Nutzer:in. Die zweite Stufe des World Wide Webs begann etwa Mitte der 00er Jahre und ist geprägt von Inhalten, die von Nutzer:innen gestaltet werden. Social Media und Blogs sind schillernde Beispiele für diese Phase, in der wir uns derzeit noch immer befinden. Derzeit sind es aber die großen Plattformen und Internet-Giganten, die Gatekeeper der Wertschöpfung und Eigentümer der Daten sind. Das wird sich im Web3 ändern. Diese neue Phase des Internets entsteht langsam – der Übergang ist also fließend. Was diese neue Phase prägt, ist **Dezentralität**, ermöglicht durch eine prägende Technologie: die **Blockchain**. Das bedeutet, dass Daten nicht mehr zentral verwaltet werden, sondern dezentral auf vielen verschiedenen Servern weltweit gespeichert und somit vor Fälschung gesichert sind. Die Nutzer:innen emanzipieren sich von den Plattformen und Internet-Konzernen, sie werden Herr:innen ihrer Daten, die sie nach Belieben für einzelne Anwendungen freigeben oder verbergen können. Auch im Web3 werden die Inhalte, Räume, Events und Anwendungen von den Nutzer:innen selbst gestaltet.

Das Web3 wird ist also die Phase des Internets und Metaverse ist sozusagen der Begriff für

das Erlebnis darin.

Community, Community, Community!

Im neuen Internet wird es außerdem, wie auch heute schon, um Reichweite und Communities gehen.

Die Discords sprießen gerade wie Pilze aus dem Boden. Discord ist ein Kommunikationsdienst, der zunächst hauptsächlich von der Gaming Community genutzt wurde. Es gibt keinen Newsfeed, keinen Algorithmus und keine Likes, dafür finden sich hier Interessensgruppen zusammen und tauschen sich über ihr Hobby oder Interesse aus. So finden sich in den einzelnen Gruppen teilweise mehrere Hunderttausend Menschen zusammen und diskutieren. Diese Reichweite ist für Unternehmen natürlich interessant. Krypto- Web3- und Metaverse affine Personen finden sich hier zusammen, derzeit wird die Plattform aber von immer weiteren Interessensgruppen entdeckt.

Dieses Bedürfnis vieler Menschen nach themenspezifischem Austausch, Gemeinschaft und echter Mitbestimmung hat enormes Potential für den Handel!

Auch andere Plattformen wie Instagram versuchen sich bereits an Web3-Anwendungen. So wird es bei Instagram auch in Europa bald möglich sein, NFTs zu kaufen, die hier Digital Collectibles heißen. Übrigens: digitale Musik nennt man heute auch nicht mehr MP3, auch wenn dieses Format dahinter steckt. Das Naming ist wichtig, denn den meisten Menschen wird der Blockchain-Begriff vermutlich auch in ein paar Jahren noch fremd und daher eher suspekt sein.

Echte Fans: Token Gated Commerce

Bei NFT-Projekten geht es um den Aufbau von Communities. Denn wer einmal ein NFT von einem Unternehmen oder eine:r Künstler:in gekauft hat, hat einen direkten Draht und eine geteilte Geschichte zum Unternehmen. Mit sogenannten „Airdrops“ werden die NFT-Holder immer wieder kontaktiert und incentiviert. Airdrops sind so etwas wie eine Dividende für Aktionäre. Das Unternehmen kann immer wieder digitale Güter verschenken und einen Call-to-Action einbauen. Somit entsteht Interaktion mit den Kund:innen. Die NFT-Holder können

außerdem über Produkte mitbestimmen, indem sie als echte Fans und Botschafter:innen in den Kurationsprozess von Anfang an eingebunden werden. Ein Demokratisierungsprozess, wie es ihn noch nie gab!

Das Web3 wird die Machtstrukturen im Internet demokratisieren. Dass die Daten der einzelnen Nutzer:innen irgendwann via Blockchain auch zentral von den einzelnen Personen verwaltet werden, gilt als gesichert. Durch die Beteiligungsmöglichkeiten, die durch Token Gated Commerce gerade getestet werden, sind völlig neue Mitbestimmungsprozesse vorstellbar. Schon jetzt beteiligen einzelne Marken ihre Community aktiv an den Kurationen. Das Ergebnis: Produkte, die noch besser gefallen und eine sehr treue Fangemeinde, die selbst zu Markenbotschafter:innen werden. Diese neue, digitale Organisationsform im Web3 hat drei Buchstaben: DAO – Dezentrale Autonome Organisation. Auch sie wird über die Blockchain gesichert und organisiert. Die schon im Web2 in der Auflösung befindlichen Hierarchien werden dadurch noch weiter torpediert. Ein Emanzipationsprozess, der Diversität im digitalen Raum noch weiter befördern wird.

Im zweiten Teil wird es darum gehen, wie Kundenbindung im Metaverse aussieht, was mittelständische Unternehmen hier schon machen und wie der stationäre Einzelhandel punkten kann.

Passende Podcasts

[ZDE Podcast 137: Wie das Metaverse den Handel revolutionieren wird](#)

[ZDE Podcast 139: ein Tag im Metaverse im Jahr 2035](#)

[ZDE Podcast 141: NFT – was ist das und was soll das?](#)