

Cathy Hackl | Dirk Lueth | Tommaso Di Bartolo



META ERFOLGREICH IM VERSE

So nutzen Sie
die Chancen der neuen
virtuellen Realität

PLASSEN
VERLAG

Erfolgreich im Metaverse
Cathy Hackl . Dirk Lueth . Tommaso Di Bartolo

Cathy Hackl | Dirk Lueth | Tommaso Di Bartolo

META ERFOLGREICH IM VERSE

So nutzen Sie
die Chancen der neuen
virtuellen Realität

PLASSEN
VERLAG

Die Originalausgabe erschien unter dem Titel
Navigating the Metaverse: A Guide to Limitless Possibilities in a Web 3.0 World
ISBN 978-1-1198-9899-3

Copyright der Originalausgabe 2022:
Copyright © 2022 by John Wiley & Sons, Inc. All rights reserved.
This translation published under license with the original publisher
John Wiley & Sons, Inc.

Copyright der deutschen Ausgabe 2023:
© Börsenmedien AG, Kulmbach

Übersetzung: Rotkel e. K., Berlin
Gestaltung Cover: Daniela Freitag
Gestaltung, Satz und Herstellung: Timo Boethelt
Lektorat: Sebastian Politz
Druck: CPI books GmbH, Leck, Germany

ISBN 978-3-86470-915-9

Alle Rechte der Verbreitung, auch die des auszugsweisen Nachdrucks,
der fotomechanischen Wiedergabe und der Verwertung durch Datenbanken
oder ähnliche Einrichtungen vorbehalten.

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten
sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

BÖRSEN  MEDIEN
AKTIENGESELLSCHAFT

Postfach 1449 • 95305 Kulmbach
Tel: +49 9221 9051-0 • Fax: +49 9221 9051-4444
E-Mail: info@plassen-buchverlage.de
www.plassen.de
www.facebook.com/plassenverlag
www.instagram.com/plassen_buchverlage

CATHY HACKL

Ich widme dieses Buch meinen drei Kindern, die mich unterstützen und meine besten Lehrer sind. Ich bin euch von Herzen dankbar. Und denjenigen, die ihre innere Stärke verloren haben, wünsche ich, dass sie zu ihr und zu sich selbst zurückfinden. Wenn Sie das schaffen, können Sie Magisches bewirken (*Bibbidi-Bobbidi-Boo*).

DIRK LUETH

Ich widme dieses Buch dem Upland-Team, das dabei hilft, die Vision des Metaversums Wirklichkeit werden zu lassen. Und meinen Mitgründern Idan Zuckerman und Mani Honigstein, die mich auf dieser Reise begleiten. Und meiner Frau Karin und meinen beiden Söhnen, die mich bei diesem Projekt immer unterstützt haben, obwohl sie wussten, dass ich weniger Zeit mit ihnen verbringen würde.

TOMMASO DI BARTOLO

Gewidmet Ihnen, dem Leser. Schließen Sie Frieden mit Ihrer Vergangenheit und konzentrieren Sie sich auf Ihre Zukunft. *Make things, break things* – Erschaffen Sie Dinge, zerstören Sie Dinge! Und in Liebe meiner Frau Gata Zenaïdy. Für David und Samuel: Die Welt braucht euch, Söhne! Für meine Eltern, meinen Bruder und meine Schwester. Ich sende ein ♥ aus dem Metaversum.

INHALT

Vorwort Yat Siu, Vorstandsvorsitzender von Animoca Brands	11
Einleitung	13
Warum sollten sich Unternehmen für die Metaversum-Wirtschaft interessieren?	15
Wer dieses Buch lesen sollte	18
Wie wir das Buch strukturiert haben	19
Teil 1 – Was sind Metaversum und Metaversum-Wirtschaft?	25
Kapitel 1 – Eine Einführung in das Metaversum	27
Terminologie	28
Was ist das Metaversum?	32
Das Metaversum im geschichtlichen Kontext.	39
Ein Universum zum Mitmachen	42
Interoperabilität ist essenziell für die Zukunft des Metaversums	43
Kapitel 2 – Was ist die Metaversum-Wirtschaft?	50
Wie funktioniert Währung im Metaversum?	53
Das Metaversum: Einstieg und erste Schritte.	55
Tokenomics.	59
Der Aufschwung des Community Commerce.	66
Die Macht dem Spieler: Dezentralisierte Governance.	68
Vier essenzielle NFT-Vertriebskanäle	70

NFT-basiertes Umsatzmodell im Metaversum	72
Zusätzliche Hinweise der Autoren	85

Teil 2 – Aufbau einer Strategie für die Metaversum-Wirtschaft 87

Kapitel 3 – Erstellung eines Business Case für das Metaversum 89

Herausforderungen für Unternehmen	90
Ist das Metaversum nur eine Modeerscheinung oder ein echter Trend?	94
Die NFT-Marktstatistik.	95
Die wichtigsten Vorteile der Metaversum-Wirtschaft für Marken	98
Timing ist alles.	104
Die Metaversum-Kluft überwinden	106
Die Auswirkungen der Web-3.0-Technologie auf Unternehmensprozesse	107
Zusätzliche Hinweise der Autoren	112

Kapitel 4 – Lernen Sie die Metaversum-Konsumenten kennen 115

Demografische Daten	116
Die drei Arten der Nutzerbeteiligung	120
Metaversum-Mentalitäten	124
Bedeutung von Avataren für das Metaversum und die digitale Identität	132
Zusätzliche Hinweise der Autoren	135

**Kapitel 5 – Neue Geschäftsmöglichkeiten
im Metaversum137**

Geschäfts- und Berufskonzepte im Metaversum 138

Metaversum-Metriken 147

Zusätzliche Hinweise der Autoren 152

**Kapitel 6 – Schlüsselsegmente
der NFT-Vermarktung155**

Märkte 157

(Fan-)Token-Angebote. 160

Fantasyspiele und Sammlerstücke 163

Metaversum-dApps. 165

Weitere Möglichkeiten 170

Zusätzliche Hinweise der Autoren 174

**Teil 3 – Produktentwicklung, Handlungsrahmen
und Zukunftsperspektiven im Metaversum . . .177**

Kapitel 7 – Eintauchen in NFTs179

Was ist ein NFT? 180

NFT-Typen 181

Wie passen NFTs in die Metaversum-Wirtschaft? 183

Wichtige Überlegungen bezüglich NFT-Design und -Zweck 189

Zusätzliche Hinweise der Autoren 204

Kapitel 8 – Erstellen eines Aktionsplans207

Entdecken 209

Lernen 210

Einen Business Case erstellen 212

Finden Sie Ihre Community. 214

Bringen Sie Ihr geistiges Eigentum ins Metaversum216
Vorbereiten auf morgen218
Zusätzliche Hinweise der Autoren219

Kapitel 9 – Perspektiven für das Metaversum von morgen223

Wachsen Sie mit der Community223
Anschluss an das Technologie-Dreigestirn226
Erlebnisse sind das Wichtigste228
Sich richtig in der Wirtschaft bewegen230
Abschließende Hinweise der Autoren246
Mutig sein249

Über Upland251

Referenzen253

Danksagung261

Danksagung von Cathy263
Danksagung von Dirk264
Danksagung von Tommaso.265

Über die Autoren267

Cathy Hackl.267
Dirk Lueth268
Tommaso Di Bartolo269
John Arkontaky269
Yat Siu (Autor des Vorworts)270

Vorwort

YAT SIU, VORSTANDSVORSITZENDER VON ANIMOCA BRANDS

Am 28. Oktober 2021 gab Facebook bekannt, dass es seinen Namen mit sofortiger Wirkung in Meta ändert und ein Metaversum-Unternehmen wird. Die Welt reagierte mit einer Mischung aus Verwirrung und Aufregung, begeistert von der Idee einer virtuellen Existenz in dieser Hochglanzvisualisierung des Metaversums.

Aber für eine kleine Gruppe von Menschen, darunter auch die Autoren dieses Buches, war das von Facebook/Meta propagierte Konzept in vielerlei Hinsicht bereits Realität.

Es gibt Menschen, die schon seit Jahren Metaversum-Luft schnupern – seit es echte digitale Eigentumsrechte gibt. Ich beziehe mich auf das Eigentum an Vermögenswerten, das durch Krypto-Token und insbesondere NFTs ermöglicht wird, ein Eigentum, das den Nutzern in Spielwelten wie Axie Infinity, Decentraland, Upland und The Sandbox zur Verfügung gestellt wird.

Selbst heute, mehr als vier Jahre nachdem CryptoKitties die Öffentlichkeit erstmals auf NFTs aufmerksam gemacht hat, verstehen die meisten Menschen die Bedeutung und Tragweite von NFTs immer noch nicht wirklich. Die meisten Menschen verstehen nicht, dass diese Technologie die Betreibermacht brechen kann, die im Informationszeitalter größtenteils bestand und noch besteht; sie sind sich des radikalen Wandels, der sich vollzieht, während Sie diese Zeilen lesen, einfach nicht bewusst.

Es handelt sich um einen Wandel, der auf Offenheit, Eigentum und der Herrschaft der Nutzer (User) beruht, und der ein Gräuel für die geschlossenen, firmeneigenen Systeme ist, die bisher unser digitales Leben beherrscht haben. Das *offene* Metaversum ist die unausweichliche Zukunft.

Dieses Buch ist eines der ersten veröffentlichten Werke, die das offene Metaversum definieren: als eine Reihe von Welten, in denen die Nutzer das Eigentum und die Verfügungsgewalt über ihre digitalen Vermögenswerte innehaben, ein riesiges Online-Ökosystem, in dem Eigentumsrechte als Grundlage für eine potenziell unendliche Anzahl von Neuschöpfungen dienen, von Nutzern und für Nutzer.

Die Autoren, allesamt Experten auf diesem Gebiet, führen Sie durch die verschiedenen Möglichkeiten des Metaversums – Möglichkeiten, die ebenso wichtig sind wie der Aufschwung des World Wide Web in den späten 1990er-Jahren oder das Aufkommen des Smartphones als universeller persönlicher Computer. Wenn Sie *diese* Revolutionen verpasst haben, ist dieses Buch Ihre Chance, an deren heutiger Entsprechung teilzuhaben.

Noch wichtiger ist jedoch, dass auf diesen Seiten schlagkräftige und klare Argumente gegen das Schaffen, Arbeiten und Leben in einem *geschlossenen* Metaversum zu finden sind: die firmeneigenen, zentralisierten Umgebungen, die Facebook und viele andere geschlossene Plattformen befürworten und verfechten, um ihre Marktführerschaft aufrechtzuerhalten.

Schließlich wird in diesem Buch erläutert, wie Blockchain, NFTs, dezentrale autonome Organisationen (DAOs) und Kryptowährungen im Allgemeinen Teile des Puzzles sind, die, wenn sie zusammengesetzt werden, einen der bedeutendsten Paradigmenwechsel in der digitalen Geschichte offenbaren werden: die Schaffung eines echten und offenen Metaversums.

Einleitung

Es begann mit einer gewöhnlichen Partie Monopoly. Drei Freunde würfelten und tauschten rosa und blaue Scheine auf einem alten, zerfledderten Spielbrett aus, während die Nacht in Santa Clara Stunde um Stunde verging.

Das Spiel verlief so, wie es schon verlaufen war, als sie noch Kinder waren: der erste Kauf einer Straße, die Allianzen, die Wut darüber, ins Gefängnis zu müssen (was einem dann doch nichts ausmachte), das plötzliche Hochschnellen des Einsatzes, wenn ein rotes Hotel auf der Schlossallee eröffnet wird. Irgendwann fragte einer der Freunde die Gruppe, ob sie schon einmal etwas von einem „NFT“ oder auch „Non-Fungible Token“, also einer nicht ersetz- oder austauschbaren digitalen Wertmarke, gehört hätten. Einer der Freunde zuckte mit den Schultern. Ein anderer sagte, er solle aufhören, sie hinzuhalten, und die Miete zahlen. Schließlich war es das Jahr 2018. CryptoPunk-NFTs wurden noch nicht für Millionen von Dollar verkauft und Snoop Dogg würde erst in drei Jahren als NFT-Influencer Cozomo de' Medici enttarnt werden. NFTs waren einfach noch keine große Sache.

Im Verlauf des Spiels sprachen sie weiter über NFTs. Sie wussten nicht viel darüber, aber die Idee des echten Eigentums an digitalen Vermögenswerten, gesichert durch die Blockchain, eröffnete interessante Perspektiven. Genau dort, wo das Ansammeln von Eigentum im Monopoly-Stil, Blockchain-Gaming und NFTs zusammenkamen, wurde das Upland-Metaversum geboren.

Das mag heutzutage nicht verrückt klingen, aber 2018 war das Metaversum nicht annähernd so trendy wie heute. Damals klang es

ein wenig bekloppt, ein Blockchain-Game zu starten. Überlegen Sie mal: Drei Unternehmer aus dem Silicon Valley glaubten, sie könnten mit einem mobilen Spielkonzept, das auf einem jahrhundertalten Brettspiel zur Immobilienverwaltung basiert, milliardenschwere Branchen wie Videospiele und soziale Medien auf den Kopf stellen. Wie sich herausstellte, lagen sie nicht nur goldrichtig, sondern waren auch dem Großteil der Welt um Jahre voraus. Noch vor ein paar Jahren hatte niemand NFTs und das Metaversum auf dem Schirm. CryptoKitties, das Spiel, von dem viele sagen, es habe dem Blockchain-Gaming Glaubwürdigkeit verliehen, wurde 2017 veröffentlicht. OpenSea, einer der beliebtesten NFT-Marktplätze, eröffnete ebenfalls 2017. Axie Infinity, ein weiteres Blockchain-Game, das sich wie ein Lauffeuer verbreitete, wurde 2018 auf den Markt gebracht. Heute spricht jeder, von Mark Zuckerberg über Teenager bis hin zu Snoop Dogg, über NFTs und das Metaversum.

Was also hat die Gründer von Upland zu der Überzeugung gelangen lassen, dass das Metaversum eine so große Sache werden würde? Brauchen Sie einen Tipp? Wir haben es bereits erwähnt. Ein Wort: *Eigentum*.

Monopoly gibt es in Hunderten von Varianten, in unzähligen Sprachen und auf praktisch jedem Gerät. Warum ist es so beliebt in verschiedenen Kulturen auf der ganzen Welt? Ist es die perfekte Mischung aus Zufall und Können? Vielleicht für einige Leute, die ein Händchen fürs Gewinnen haben. Wir glauben jedoch, dass es das mächtige Konzept des Eigentums – der Anhäufung von Vermögen – ist, das tief in uns allen einen Nerv trifft. Wer möchte nicht mehr Kontrolle über – oder auch das Monopol(y) auf – sein berufliches, persönliches und finanzielles Leben haben?

Monopoly ist natürlich nicht real. Aber was würde passieren, wenn man in einem Spiel Vermögenswerte verdienen könnte, die einen realen Wert haben? Das Konzept von Eigentum, den Spielern eine *echte* Beteiligung am Spiel zu ermöglichen, ändert alles. Das ist das Wesen eines NFT. In einer digitalen Welt voller Stock Art, Torrent-Medien und sogar künstlicher Intelligenz (KI), die Inhalte schreibt, stellt ein NFT sicher, dass der Eigentümer die alleinigen Rechte an dem digita-

len Gut besitzt. Jetzt können Vermögenswerte mehr als nur Einsen und Nullen sein – sie sind einzigartig und auf der Blockchain verifizierbar.

Dieses Konzept hat alles verändert. Die Menschen sind bereit, echtes Geld für NFTs zu bezahlen. Damals boten die Blockchain-Games den Spielern mehr als nur einen intrinsischen Wert im traditionellen „Play to Win“-Modell: „Play to Earn“-Spiele, bei denen die Spieler mit Werten belohnt werden, die einen extrinsischen, monetären Wert haben, wurden Realität.

Was ist besser: ein Spiel, bei dem man Zeit gegen Unterhaltung (und vielleicht ein wenig Ruhm) eintauscht, oder ein Spiel, bei dem man etwas erlebt *und* etwas von echtem Wert erhält? Fairerweise muss man sagen, dass Spaß zu haben durchaus eine valide Belohnung ist, und es wäre oberflächlich, zu behaupten, dass Menschen immer finanzielle Anreize wollen. Es gibt jedoch zahlreiche Beispiele, die belegen, dass sich Menschen zu belohnungsbasierten Systemen hingezogen fühlen: das Sammeln von Punkten bei einem Kreditkartenanbieter, spielerische Anreize am Arbeitsplatz, E-Sports-Wettbewerbe – die Liste ließe sich beliebig fortsetzen, denn Menschen mögen das Gefühl, etwas Bestimmtes anzusammeln. Wir alle suchen den Nervenkitzel des Gewinnens.

In Anbetracht all dessen war der Anbruch einer neuen Ära – nennen wir sie die Metaversum-Wirtschaft – unvermeidlich. Die Technologie musste sich nur weiterentwickeln, um unsere Verhaltensweisen besser widerzuspiegeln. Und jetzt ist es so weit. Das Metaversum stellt die neueste Umgebung dar, in der Menschen einen extrinsischen Wert aus Unterhaltung generieren können. Aber was hat das mit Unternehmen zu tun?

WARUM SOLLTEN SICH UNTERNEHMEN FÜR DIE METAVERSUM-WIRTSCHAFT INTERESSIEREN?

Wir hoffen, Ihnen mit diesem Buch nicht nur zu Ihrem Heureka-Moment zu verhelfen, wie ihn auch die Upland-Gründer hatten, sondern Ihnen auch die Werkzeuge an die Hand zu geben, die Sie brau-

chen, um etwas daraus zu machen. Bevor wir dazu kommen, halten wir es für wichtig, Unternehmen dabei zu helfen, ihr „Warum“ zu finden. Wir widmen ein ganzes Kapitel dem Aufbau eines Business Case, aber die kürzeste und einfachste Antwort, die wir haben, kennen Sie bereits.

Es geht um *Eigentum*.

Bei Innovationen (nicht bei der schrittweisen *Optimierung* von Technologien, sondern bei transformativen, umwälzenden Innovationen) sind in der Regel zwei Faktoren ausschlaggebend: eine kulturelle Verhaltensänderung und die sie umgebende Technologie. Das war so, als die Menschen die ersten Zivilisationen errichteten, und so ist es auch, wenn wir Klempner mit Latzhosen in grüne Rohre schicken, um eine Prinzessin vor einem bösen Drachen zu retten.

Demnach ist die Metaversum-Wirtschaft das Ergebnis eines Wendepunkts im Verbraucherverhalten. Digital orientierte Verbraucher, die ihre Freizeit mit Telefonen, Computern und Spielkonsolen verbringen, bauen sich eine Identität – sogar eine Online-Persona – auf, die ihnen wichtig ist. Aber wenn sie sich abmelden, um in die Offline-Welt zurückzukehren, bleibt dieses Gefühl der Identität weitgehend zurück. Somit ist das Eigentum, ist der Besitz, begrenzt und endlich.

Der Schriftsteller und Philosoph Will Durant sagte einmal: „Wir sind, was wir immer wieder tun.“ Für viele Menschen, die Zeit, Energie und Geld in ihr „digitales Leben“ investieren, geht dieser Verbindungspunkt bei der Arbeit, in der Schule oder beim Gang über die Straße jedoch weitgehend verloren. Das Metaversum hat das Potenzial, das zu ändern, indem es Online- und Offline-Realitäten zu etwas Neuem verwebt. Dies wird auf verschiedene Weise erreicht:

- Metaversum-Apps bieten den Menschen Gemeinschaften und Ökosysteme, um ihre digitale Identität weiterzuentwickeln.
- Web-3.0-Technologien wie Augmented Reality (AR) und Virtual Reality (VR) werden in virtuellen *und* physischen Räumen umfassendere Erlebnisse ermöglichen.
- Blockchain-gestützte Vermögenswerte, wie zum Beispiel Non-Fungible Token (NFTs), bieten den Menschen eine

Möglichkeit, digitale Gegenstände mit echtem Fiatwert zu erwerben und zu besitzen.

Echtes Eigentum an Vermögenswerten und an Technologien, die digitale Welten in die reale Welt bringen, sowie umfassendere digitale Welten erlauben den Verbrauchern, ihre digitale Identität überall wirklichkeitsgetreu darzustellen und auszuleben – mit dem Potenzial, die Art und Weise zu verändern, wie wir leben, arbeiten, lernen, einkaufen und Kontakte pflegen. Und hier kommen die Unternehmen ins Spiel.

Durch das Metaversum können Unternehmen ihre digitalen Plattformen anders als bisher mit der realen Welt verknüpfen. Wenn sie dies tun, ergeben sich neue Möglichkeiten für Inhalte, Marketing, Produkte, Dienstleistungen und Einnahmequellen, die so multidimensional sind wie nichts zuvor. Dank der unveränderlichen Blockchain gibt es transparente Aufzeichnungen und Kontrollen für geistiges Eigentum („intellectual property“, IP). Noch besser: Unternehmen haben die Chance, die Erwerbswege wieder selbst in die Hand zu nehmen. Dank des elektronischen Handels und einer Fülle von Online-Inhalten haben Marken heutzutage nur mit viel Glück etwas bei der Kaufentscheidung zu melden. Innerhalb des Metaversums können Unternehmen jedoch Werte und Erfahrungen schaffen, die bereitwillige Kunden anziehen. Neue Einkaufswege in der Metaversum-Wirtschaft ermöglichen es den Unternehmen, wieder aktiv am Einkaufsprozess teilzunehmen. Darüber hinaus liefert jede Interaktion nützliche Daten über die Vorlieben der Verbraucher in diesem neuen Raum.

Unternehmen, die sich frühzeitig an der Entwicklung des Metaversums beteiligen, haben als Frühanwender (Early Adopter) einen deutlichen Vorteil, da sie mehr Anteil am gesamten verfügbaren Markt und an der Kultur des Metaversums haben, sobald es sich durchgesetzt hat. Man muss nicht lange suchen, um festzustellen, wie IPs wie Fortnite und Roblox Spiele bereits in soziale Unterhaltungszentren verwandelt haben, die für Geschäftspartner unglaublich profitabel sind. Diese Plattformen kratzen nur an der Oberfläche von Metaversum-Anwendungen, aber sie zeigen uns, wie sehr sich ein jüngeres Publikum nach Gemeinschaft und neuartigen Inhalten sehnt – sogar

solche von Marken. Eine offene Metaversum-Wirtschaft mit diesen Erfahrungen zu verweben eröffnet Spielern und Unternehmen unbegrenzte Möglichkeiten, in das Metaversum hineinzuwachsen und gemeinsam eine neue Kultur aufzubauen, die Spiel, Arbeit, Bildung, Sozialisierung und Handel umfasst.

WER DIESES BUCH LESEN SOLLTE

Wir schreiben dieses Buch für diejenigen, die Fragen haben, für die, die sich mit dem Metaversum und der Blockchain ein wenig auskennen, und für Leser, die einfach nur neugierig, aber auch etwas skeptisch sind. Diejenigen, die das Metaversum leben und atmen, finden vielleicht schon zu Beginn des Buches eine Bestätigung ihres vorhandenen Grundwissens. Aber die Rahmenbedingungen, die Experteninterviews und die Erkenntnisse der Autoren im Hauptteil des Buches können jedem helfen, ein Projekt oder eine Strategie zu konkretisieren.

Wer auch immer Sie sind und welche Ziele Sie verfolgen: Danke, dass Sie unser Buch lesen! Es gibt eine Fülle von Informationen im Internet und wir hoffen, dass die Inhalte dieses Buches so strukturiert sind, dass sie die Verwirrung auflösen und Ihnen helfen, Entscheidungen zu treffen.

Wenn Sie dieses Buch lesen, interessieren Sie sich wahrscheinlich für Innovationen – Sie sind neugierig darauf, was kommen wird und wie Sie oder Ihr Unternehmen sich vorteilhaft positionieren können. Die Frage ist: Werden Sie eine führende Rolle bei dieser neuen Kundenreise im Metaversum spielen? Wird Ihr Unternehmen Teil eines kulturellen Wandels sein? In diesem Buch haben wir Informationen und Perspektiven von Vordenkern und aus der Forschung zusammengetragen, um Ihnen nicht nur zu helfen, eine Entscheidung in puncto Metaversum-Wirtschaft zu treffen, sondern auch, um neue Kontakte und Einnahmequellen mit einer neuen Generation von Verbrauchern aufzubauen.

Wir glauben, dass im Metaversum und seiner Wirtschaft Platz für alle ist. Tatsächlich braucht das Metaversum Unternehmen, die

diesen Grenzraum mit etwas bevölkern, das man tun kann. Football-Vereine (oder Fußballmannschaften, je nach Hemisphäre) stürzen sich zum Beispiel auf Fan-Token-Erlebnisse. Musikkünstler wie Ariana Grande veranstalten (sehr erfolgreiche) Konzerte in Fortnite und anderen digitalen „Veranstaltungsorten“. Clinique hat seinen ersten NFT im Bereich der Schönheitspflege eingeführt. Upland ist eine Partnerschaft mit Hyperloop TT eingegangen, um ein Massentransportsystem ins Spiel zu bringen. Es handelt sich um große, globale Marken, aber es gibt ständig neue Anwendungsfälle für große und kleine Unternehmen. Genau wie die sozialen Medien und das Internet könnte das Metaversum die richtige Gelegenheit für kleinere Unternehmen sein, ihre Branchenschwergewichte zu überholen.

Falls Sie sich fragen, ob dieses Buch für Sie das Richtige ist, sei es aufgrund Ihres Berufs, Ihrer Interessen oder Ihres Hintergrunds, so sei Ihnen gesagt: Wir glauben, dass dieses Buch so gut wie jedem helfen kann, das Metaversum, seine Ursprünge und die Funktionsweise der Metaversum-Wirtschaft zu verstehen. Und ausgehend davon halten wir es für möglich, dass jeder, vom unabhängigen Künstler bis hin zum leitenden Angestellten, unser Wissen einsetzt, um eine Strategie und ein Produktportfolio im Metaversum aufzubauen.

WIE WIR DAS BUCH STRUKTURIERT HABEN

Wir möchten Sie zu Ihrem Aha-Erlebnis führen – genau wie die drei Unternehmer, die über dem Monopoly-Spielbrett saßen. Wir möchten, dass Sie die Möglichkeiten der Metaversum-Wirtschaft erkennen. Dann gehen wir noch einen Schritt weiter und helfen anderen Beteiligten in Ihrem Unternehmen, denselben Aha-Effekt zu erleben. Und schließlich geben wir Ihnen Werkzeuge an die Hand, mit denen Sie eine Strategie entwickeln und Ihr erstes Projekt umsetzen können.

Es ist schwierig, Ideen zu entwickeln und Inspiration zu finden, wenn man über Details stolpert. Unser Ziel ist es, das Metaversum und die Metaversum-Wirtschaft transparent zu machen, damit wir die technischen Aspekte hinter uns lassen und zu einer Orientie-

rungshilfe übergehen können. Zu sehr ins Technische zu gehen ist hier nicht hilfreich – es wird Ihnen kein Aha-Erlebnis bescheren.

Im Verlauf des Buches finden Sie Grundlagenwissen, vertiefende Metaversum-Untersuchungen, Trendanalysen, betriebswirtschaftliche Grundlagen und Konzepte aus der Produktentwicklung und Unternehmensentwicklung. Jeder startet bei diesem Buch mit einem bestimmten Wissensstand. Viele Leser werden hier zum ersten Mal mit dem Begriff „Metaversum“ (engl. „*metaverse*“) konfrontiert. Andere sind vielleicht Metaversum- oder Technologieexperten. Springen Sie einfach zwischen den Kapiteln hin und her und holen Sie sich aus den Inhalten das heraus, was Sie brauchen. Aber denken Sie daran, dass wir die Kapitel so gestaltet haben, dass sie aufeinander aufbauen. Wenn Sie einen Blick auf das Inhaltsverzeichnis werfen, werden Sie feststellen, dass wir mit den übergeordneten Themen beginnen – zum Beispiel mit der Beschreibung, was das Metaversum ist – und den Leser nach und nach zu spezifischerem Wissen und Maßnahmen für den Aufbau einer Metaversum-Strategie und NFT-Projekten hinführen. Vielleicht ist unsere Grafik der einfachste Weg, um sich ein Gesamtbild unserer Botschaft zu machen. Von der Entdeckung über die Entwicklung bis hin zur Wiederholung entspricht Abbildung E.1 der Struktur des Buches von vorn nach hinten, Kapitel für Kapitel, und will Ihnen damit ein einfacher (und möglicherweise vertrauter) Kompass für Ihre Reise ins Metaversum sein.

Die Zusammenstellung dieses Buches war eine Erfahrung, die demütig macht. Wir alle wissen, wie groß das Metaversum ist, und wir können es nur durch die Linse unserer gemeinsamen Erfahrungen betrachten. Wir sind Metaversum-Unternehmer, Markenberater, Vermarkter, Investoren, Redner, Akteure, Verbraucher und einfache Bürger. Wir haben Hunderte von Gesprächen geführt mit jenen, die im Metaversum eine führende Rolle spielen, und mit Unternehmen, die versuchen, diese neue Spielwiese zu verstehen. Dadurch haben wir erkannt, dass sich viele Marken zunächst darauf konzentrieren, was sie mit NFTs und Token tun können. Dies sind nicht die einzigen Zugänge zum Metaversum, und es gibt Tausende von Innovatoren, die schon jetzt Visionen vorstellen, die Ihnen noch mehr Möglich-

keiten eröffnen werden. Aber zum jetzigen Zeitpunkt, an dem das Metaversum noch in den Kinderschuhen steckt, tendieren wir für unsere Anleitung zu NFTs. Irgendwann werden die NFTs irgendwie normal sein; sie werden so häufig besessen und benutzt werden wie Kleingeld (als Kleingeld noch von Bedeutung war). In ein paar Jahren könnten Virtual oder Augmented Reality leicht die Themen sein, um die sich das Gespräch dreht. Aber deshalb gibt es ja auch Fortsetzungen und Zweitaufgaben von Büchern. Kurz gesagt, wir wollen uns nicht übernehmen, und die Ausrichtung dieses Buches spiegelt wider, was viele, viele, *viele* Unternehmen in diesem Stadium der Metaversum-Wirtschaft beschäftigt.



Abbildung E.1
Handlungstrichter der Metaversum-Wirtschaft

Wir hoffen, dass dieses Buch Ihnen ein ebensolches Aha-Erlebnis bescheren wird, wie es wir drei Unternehmer hatten. Vielleicht haben Sie ja schon bemerkt, dass drei Co-Autoren ihr Wissen in das Buch haben einfließen lassen:

- **Cathy Hackl, die Futuristin**, ist eine international anerkannte Tech-Visionärin und Führungskraft mit umfassender Erfahrung in Metaversum-bezogenen Bereichen von Unternehmen wie HTC VIVE, Magic Leap und Amazon Web Services. Sie leitet eine der weltweit führenden Metaversum-Beratungsfirmen und arbeitet mit globalen Top-Marken an Metaversum-Strategien, NFTs, virtueller Mode und der Ausweitung ihrer Marken in virtuelle Welten. Sie hat auch mit Upland an Metaversum-Wachstumsstrategien gearbeitet.
- **Dirk Lueth, der Serienunternehmer**, hat im Laufe der Jahre verschiedene Führungspositionen in kleinen und großen Unternehmen innegehabt, Dutzende von Start-ups als Mentor begleitet und seit 2011 an verschiedenen Projekten im Bereich Blockchain und dezentraler Ledger-Technologie mitgewirkt. Er bringt seine Erfahrung als Serienunternehmer mit mehreren Exits und als Mitgründer von Upland ein, der Metaversum-Plattform, die die reale Welt abbildet.
- **Tommaso Di Bartolo, Fakultätsmitglied im Fachbereich Unternehmertum der University of California, Berkeley**, ist ein im Silicon Valley ansässiger Serienunternehmer mit zwei erfolgreichen Exits und Fakultätsmitglied an der UC Berkeley, wo er Vorlesungen über Unternehmertum und Innovation mit dem Schwerpunktthema Blockchain hält. Tommaso ist Autor, Tech-Start-up-Investor und Philanthrop, der sich für zukunftsfähige Ernährung einsetzt. Er spricht sieben Sprachen und ist ein gefragter Keynote-Referent, der bei renommierten Veranstaltungen auf der Bühne steht. Bei Upland gehört er zum Management-Team und ist verantwortlich für Upland Business.

Der Grund für so viele Autoren ist, dass das Metaversum komplex ist. Verschiedene Blickwinkel sorgen für mehr Facetten und Kontext. Das gebündelte Wissen der Co-Autoren liefert eine Mischung aus Branchenkenntnissen, harten Geschäftspraktiken und ehrgeizigen Plänen. Innerhalb eines jeden Kapitels gibt es einen Abschnitt, in dem die Autoren die wichtigsten Themen aus ihrer jeweiligen Perspektive zusammenfassen. Und schließlich sind aller guten Dinge drei.

Eines haben alle Autoren gemeinsam: ihren starken Glauben an die Verbindung des Metaversums mit Blockchain, dezentralen Anwendungen, nutzerorientiertem Handel und Anwendungssteuerung, NFTs und mit der Zukunft, die das Web 3.0 bringen wird. (Wenn Sie nicht genau wissen, was das ist, keine Sorge. Wir erklären alles.)

Beachten Sie, dass wir zwar Befürworter der Metaversum-Wirtschaft sind, aber keine finanziellen oder strategischen Entscheidungen befürworten oder empfehlen. Wir möchten Organisationen dazu anregen, ihren Weg im Metaversum zu finden. Die Route ist für jeden anders – wir stellen einen Kompass zur Verfügung.

Vielen Dank, dass Sie mit uns die Wirtschaft des Metaversums erforschen. Heute, im Jahr 2022, sind wir alle Metaversum-Pioniere. Auch wenn wir vielleicht schon etwas weiter sind als einige von Ihnen, ist dies eine Gelegenheit für uns alle, die Zukunft gemeinsam zu gestalten.

Fangen wir also an.