
Web 3.0 – Der Einfluss auf eShops

So rosig die Zeiten für eShop-Betreiber auch sind – Sie müssen ständig ihren eShop Up-to-Date-Halten. Die aktuelle Diskussion über Web 2.0 zeigt deutlich, dass hier im internationalen Vergleich Aufholbedarf besteht. Während Web 2.0 allerdings „nur“ ein Paradigmenwechsel hin zur Sozialisierung des Internet ist (Stichwort: Umkehrung der Informationspyramide) und mehr ein unternehmens- und marketing-politischer Wandel, denn einen monetären Investitionsbedarf darstellt, bedeutet Web 3.0 viel mehr: Im Grunde genommen eine Weiterentwicklung von (Grund-) Technologien mit daraus folgenden, fundamentalen Auswirkungen auf eShops.

Welche Faktoren und Rahmenbedingungen sind für das Web 3.0 erforderlich:

- Leistungsstarke Infrastruktur: 50 Mbit/ s werden ubiquitär
- „The Missing Link“: Die reale Welt wird mit der virtuellen Welt verknüpft
- Technologische Entwicklungen hin zum Cyberspace
- Weiter zunehmender Wunsch in der Gesellschaft nach anderen/ mehreren Identitäten

An sich sind die Voraussetzungen für Web 3.0 schon (bald) erfüllt. Es fehlt hauptsächlich an einer sinnvollen Kombination der neuen Möglichkeiten und der Generierung einer innovativen Plattform/ Applikation.

Abgeleitet von diesen Weiterentwicklungen kristallisieren sich zwei Mega-Trends heraus:

- Dynamisierung des Internet: Dies sind also animierte Applikationen
- Interaktivierung: Zwischen Unternehmen und Kunden, den Kunden untereinander und Kunden und Technologie – im Prinzip ist das die konsequente Weiterentwicklung von Web 2.0

Welche konkreten Auswirkungen können die veränderten Rahmenbedingungen für eShop-Betreiber haben? Nun, einerseits werden sich die eShops ändern (müssen), andererseits werden zukünftig virtuelle Produkte stärker nachgefragt werden – konkret:

- Rich Media Produktdarstellungen: Der statische Katalog wandelt sich in eine Multimedia-Erlebnisproduktpräsentation
- Der eShop wandelt sich hin zu einer virtuellen Einkaufswelt: Irgendwann wird der Kunde mit der Cyber-Brille durch den eShop flanieren
- Oder: Der Konsument lässt elektronische Agenten für sich Shoppen
- Der Konsument wandelt sich auch zum „Prosument“: Er hat Einfluss auf die Produktentwicklung und -gestaltung und produziert teilweise selbst
- Um den eShop entwickelt sich ein soziales Netzwerk, in dem intensiv kommuniziert wird – sozusagen „Mundpropaganda 2.0“
- Zusätzlich entstehen verstärkt autonome soziale Netzwerke, über die auch Produkte vertrieben werden (bspw. „Long Tail“)
- Die Nachfrage nach virtuellen Gütern wird explosionsartig steigen: Im Cyberspace ist man cyber-schick, und in Games erringt man Status durch virtuelle Äußerlichkeiten
- Die „Diversifizierung“ des eCommerce zieht natürlich einen fundamentalen Wandel von Online und Offline Marketing nach sich – erste Ansätze sind mit Blog- und Podcast-Marketing bereits gemacht; darüber hinaus werden sich die Zielgruppen weiter fragmentieren
- Marketing-Aktionen in der realen Welt werden mittels Technologie mit dem Internet/ dem eShop verbunden

Für das Web 3.0, das viel schneller hier sein wird, als heute angenommen, sind fundamentale Änderungen in der Denkweise, Unternehmertum, Unternehmenspolitik und Technologie zu vollziehen. Die Belohnung kann eine exponierte und überaus erfolgreiche Brand sein – Amazon von morgen sozusagen. Erforderlich ist allerdings der möglichst frühzeitige Beginn dieses Denkprozesses – das Projekt startet heute.

WACH eShop Experts
Elmar P Wach

Hummelsbüttler Hauptstraße 43
22339 Hamburg

Telefon: +49 (0) 40 53 20 34 93
eMail: wach@eshopexperts.de