

Vorwort

Viele der Berufseinsteiger kennen die Zeit vor dem Internet, die ich hier als „Pre-Digital Age“ bezeichne, nur aus Erzählungen ihrer Eltern. Deren „Babyboomer-Generation“ wurde in ihren frühen Berufs Jahren Mitte der 90er-Jahre mit dem Phänomen Internet erstmalig konfrontiert und konnte wohl nur erahnen, welche tiefgreifenden Änderungen das digitale Zeitalter bereithalten sollte. Auch der Großteil der Unternehmen weltweit wurde vor dem digitalen Zeitalter gegründet. Diese Unternehmen mit ihren Wertschöpfungsprozessen sehen sich erheblichen Herausforderungen gegenüber (s. Abbildung 0-1). Denn es gilt, in einem Wirtschaftskreislauf des „Digital Age“ erfolgreich und nachhaltig zu bestehen.

Dabei beginnt wieder einmal eine neue Welle der Internetrevolution. Diese nun bevorstehende Revolution wird weitreichende Änderungen der Realgüterwirtschaft mit sich bringen. Lassen Sie mich zunächst Revue passieren.

Die frühe und erste Gründerwelle der Internet-Ökonomie begann in den frühen 90er-Jahren und endete in dieser Dekade mit einem lauten Knall. Diese erste Welle hat sich zunächst mit der Frage befasst: Wie verschafft man Menschen Zugang zum Internet? Ihre Anwendungen selbst waren limitiert, etwa E-Mail-Services oder erste Informationsportale wie Lycos. Mit bekannten Stars der „analogen“ Zeit (etwa Boris Becker „Ich bin drin“) vermarkteten Anbieter wie der Onlinedienst AOL ihre Internetanschlüsse, bis die großen Telefonie-Anbieter dieses „Zugangsgeschäft“ mit der Telefonrechnung

zusammenführten. Damit war der Weg frei für jedermann, außerhalb proprietärer Dienste wie AOL, die mit dem Internetzugang lediglich eigene Inhalte anboten, in unfassbar schnell wachsenden, frei verfügbaren Inhalten im Netz zu recherchieren.



“We need to rethink our strategy of hoping the Internet will just go away.”

Abbildung 0-1: Abschied an die gute, alte, analoge Zeit

Ende der 90er war eine Riesenparty im Gange. Der „Neue Markt“ an der Börse entstand, und täglich wurden viele neue Unternehmen mit Wagniskapital gegründet. Ende der 90er waren zu viel Geld der Investoren, aber zu wenige zahlende Nutzer im Internet unterwegs, sodass im Jahr 2000 die als „Dotcom Bubble“ bezeichneten

Wachstumsträume platzten: Über 90 Prozent der Gründungen im Netz gingen pleite.

Die zweite Welle der Internet-Revolution begann bereits Ende der 90er-Jahre und verschaffte mit ihren Angeboten Übersicht im entstandenen Content Chaos, und so wanderten die analoge Welt der Werbung, die Inhalte-Anbieter und der Handel systematisch ins Internet. Ein immer schnelleres Wachstum der Nutzer und Handelstransaktionen brachte nach dem Platzen der ersten Blase schnell Vertrauen an Gewinnchancen zurück, womit die wenigen Überlebenden der ersten Dotcom-Welle und ihre Investoren ihre heutigen milliardenschweren Geschäfte aufbauten. Google und Amazon kommen aus dieser Zeit und setzten sich als Standard für ihre Kategorie durch.

Typisch für die erste Welle war, dass die Nutzer mit den Anbietern und ihren Services im Kontakt stehen, aber nicht untereinander. Die zweite Gründerwelle nach dem Platzen der Dotcom-Blase fing vor allem an, die Beziehungen der Menschen untereinander als Wert zu entdecken. Neben eBay und E-Darling entstand in der zweiten Welle auch das, was heute als soziale Medien aus dem Alltag nicht mehr wegzudenken ist.

Das Internet der ersten und zweiten Welle hat die Art und Weise, wie wir Informationen austauschen, uns informieren und Handel treiben, revolutioniert. Wir alle haben uns in sozialen Medien einen „digitalen Zwilling“ geschaffen, der so ist, wie wir sind oder sein wollen. Wir haben Transparenz über Preisbildung und Angebote der Services im Internet und darüber hinaus nahezu aller Produkte der analogen Ökonomie der Dinge. Das Internet hat in nur 20 Jahren die Art und