

WEB 3.0 - WAS DÜRFEN WIR VOM ZUKÜNFTIGEN INTERNET ERWARTEN?

Carsten Hinze, Tomorrow, 01/2007

Visionen für fantastische Möglichkeiten gibt es viele. Da bewegt sich der Mensch – mit einer Datenbrille ausgestattet – zwischen natürlicher Umwelt und virtueller Realität. Je nach Bedarf wird die Perspektive zur Welt gewechselt: Man spricht von "sich überlagernden Realitäten" – "Augmented Reality". Dabei wird die reale Situation mit Informationen aus unterstützenden Datensystemen angereichert. Denkbar ist eine Brille, die den Namen eines unbekanntes Gegenübers automatisch per Gesichtserkennung einblendet, ferner sein Profil, mit Angaben zu Arbeitsplatz, Qualifikationen und Hobbys. Für bekannte Personen gibt es Zusatzinformationen wie "X zuletzt am 1. Juni 2010 getroffen: Gespräch über anstehende Entscheidung zum Wohnungswechsel. Achtung: X hat eine neue Frisur." Auch vom "Internet der Dinge" erhofft man sich viel. Zahlreiche Gegenstände sind darin untereinander vernetzt. Umgesetzt wird das Konzept zum Beispiel in der hochwertigen Haustechnik. Heizung, Kaffeemaschine und selbst der Briefkasten melden ihren Status im Netz und lassen sich zentral steuern. Solche Geräte verbreiten sich, aber Eigenlösungen der Hersteller werden noch lange einen übergreifenden Standard verhindern.

Die wahrscheinliche Zukunft des Internet dieht dagegen nüchtern aus. Das Netz wird in immer mehr wirtschaftliche Prozesse einbezogen und bildet sogar den Kern neuer Geschäftsmodelle und Organisationsformen. Die Vorteile sind klar: Erreichbarkeit, hohe Teilnehmerzahl, flexible Vernetzung und Schnelligkeit. Sinkende Kosten und wachsende Bandbreiten führen zur permanenten Verbindung zum Internet ("always on"). Daten werden bald hauptsächlich auf virtuelle Festplatten im Netz gespeichert, und die Zukunft von lokal installierter Software wie Microsoft Office wird zweifelhaft. Wahrscheinlicher sind neue Geschäftsmodelle, die den Zugang zu komplett online laufenden Programmen bieten. Für die Software wird dann pro Nutzung gezahlt – die Ära des Kaufens geht zu Ende.

Es zeichnet sich ab, dass das Internet noch stärker für Eigenmarketing eingesetzt wird. Denn der Mensch der Zukunft arbeitet nicht nur für einen "Kunden". Er muss sich immer wieder mit einem klaren Profil für das nächste Projekt am Markt positionieren. Erfolg wird nur haben, wer sich selbst als eigenständige Marke anbietet, und jene, die sich nicht dementsprechend im Netz präsentieren, werden künftig weniger Chancen auf dem Arbeitsmarkt haben.

Virtuelle Welten wie World of Warcraft zeichnen es vor: Ein Wechsel hin zu einer breit angelegten, neuen Erfahrungsqualität steht bevor: das 3-D-Internet. Für die schnelle Info wie eine Telefonauskunft wird es das herkömmliche Web aber noch geben, genauso wie Verbindungen zwischen diesen Welten. Aber bei den meisten Anwendungen im Internet geht es eigentlich um mehr als das rein Faktische, es geht um Kommunikation zwischen Menschen. Die technologische Entwicklung nähert sich dabei dem natürlichen Ideal, nämlich der Vermittlung von Gestik, Mimik und Stimme, die eine Vielzahl von zusätzlichen Informationen transportiert. Im 3-D-Internet hat der Benutzer zudem den Vorteil, sein Erscheinungsbild durch einen Avatar aufwerten zu können. Im Vergleich zur Videokonferenz erlaubt dieses Netz auch produktive Gruppenarbeit. Bei der Entwicklung von Produkten und Dienstleistungen sowie im Vertrieb steckt weiteres Potenzial. "Virtual Prototyping" bezeichnet Entwicklung und Test neuer Leistungen in der virtuellen Welt, um für die reale Markteinführung Bedarfsprofile zu ermitteln und Erfahrungen zu sammeln: Ein Hotelkomplex wurde virtuell in Second Life gebaut und provozierte Reaktionen virtueller Gäste. Die Methode, eine reale Gestaltung derart zu optimieren, findet Nachahmer in allen Branchen, weil das Risiko von Investitionen enorm reduziert werden kann. Im Vertriebsbereich wird sich das virtuelle Ausprobieren weiter verbreiten,

sei es bei Kleidung, Möbeln oder Autos, denn mit 3-D-Internet wird das Einkaufserlebnis intensiver. Menschen assoziieren Shopping nun einmal mit Läden, in die man hineingeht, sich umschaute und wo man sich inspirieren lässt, und nicht mit Katalogen oder Websites in der herkömmlichen Zweidimensionalität. Weiterhin bietet das 3-D-Internet bei Projektarbeit und Auftragsabwicklung deutliche Vorteile, besonders auch für Ein-Mann-Unternehmen.

Die Diversifikation des Angebots und damit die Wahlmöglichkeit zwischen Plattformbetreibern wird viele Menschen und Unternehmen bald dauerhaft in das 3-D-Internet ziehen. Zahlreiche Anbieter – wie Bigworld Technology und Multiverse – werden die Gestaltung des 3-D-Internet nicht kampflos den heutigen Marktführern überlassen.