

# INHALT

<b>Vorwort Yat Siu, Vorstandsvorsitzender von Animoca Brands</b>	<b>11</b>
--	-----------

<b>Einleitung</b>	<b>13</b>
-------------------	-----------

Warum sollten sich Unternehmen für die Metaversum-Wirtschaft interessieren?	15
--	----

Wer dieses Buch lesen sollte	18
------------------------------	----

Wie wir das Buch strukturiert haben	19
-------------------------------------	----

<b>Teil 1 – Was sind Metaversum und Metaversum-Wirtschaft?</b>	<b>25</b>
--	-----------

<b>Kapitel 1 – Eine Einführung in das Metaversum</b>	<b>27</b>
--	-----------

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
--	----

<b>Kapitel 2 – Was ist die Metaversum-Wirtschaft?</b>	<b>50</b>
---	-----------

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 Metaversum . . . . .137**

Geschäfts- und Berufskonzepte im Metaversum . . . . .138

Metaversum-Metriken . . . . .147

Zusätzliche Hinweise der Autoren . . . . .152

## **Kapitel 6 – Schlüsselsegmente der NFT-Vermarktung . . . . .155**

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 NFTs . . . . .179**

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 Aktionsplans . . . .207**

Entdecken . . . . .209

Lernen . . . . .210

Einen Business Case erstellen . . . . .212

Finden Sie Ihre Community . . . . .214

Bringen Sie Ihr geistiges Eigentum ins Metaversum . . . . .	. 216
Vorbereiten auf morgen . . . . .	. 218
Zusätzliche Hinweise der Autoren . . . . .	. 219

## **Kapitel 9 – Perspektiven für das Metaversum von morgen . . . . . . 223**

Wachsen Sie mit der Community . . . . .	. 223
Anschluss an das Technologie-Dreigestirn . . . . .	. 226
Erlebnisse sind das Wichtigste . . . . .	. 228
Sich richtig in der Wirtschaft bewegen . . . . .	. 230
Abschließende Hinweise der Autoren . . . . .	. 246
Mutig sein . . . . .	. 249

## **Über Upland . . . . . . 251**

## **Referenzen . . . . . . 253**

## **Danksagung . . . . . . 261**

Danksagung von Cathy . . . . .	. 263
Danksagung von Dirk . . . . .	. 264
Danksagung von Tommaso . . . . .	. 265

## **Über die Autoren . . . . . . 267**

Cathy Hackl. . . . .	. 267
Dirk Lueth . . . . .	. 268
Tommaso Di Bartolo . . . . .	. 269
John Arkontaky . . . . .	. 269
Yat Siu (Autor des Vorworts) . . . . .	. 270