

INTERVIEW mit Prof. Dr. Jürgen Seitz

KURZER HYPE ODER TECHNOLOGIE MIT ZUKUNFTSPERSPEKTIVE?

Nachdem NFTs im Januar 2022 die Spitze ihres Hypes erreichten und immer stärker an Popularität gewannen, rauschten die Kurse am Krypto-Markt rasant in den Keller. Die Nachfrage reduzierte sich deutlich und entsprechend verschlechterte sich die allgemeine Resonanz der Gesellschaft. Wir haben mit Dr. Jürgen Seitz, Professor in den Lehrbereichen Marketing, Medien und Digitale Wirtschaft an der Hochschule der Medien in Stuttgart gesprochen und ihn über die Gefahren und Potenziale der NFTs befragt.

IPW-Team: Zurzeit sind NFTs mit eher negativen Schlagzeilen in der Öffentlichkeit präsent, wodurch auch der Markt an gehandelten NFTs deutlich eingebrochen ist. Wie würden Sie die aktuelle Marktlage bewerten?

Prof. Dr. Jürgen Seitz: Ich glaube, Sie haben es in der Frage schon gut zusammengefasst. Der Markt ist am Boden. Das hat meiner Meinung nach drei große Gründe. Der erste große Grund ist, dass es sich um eine Spekulationsblase gehandelt hat. Das heißt, man wollte mit NFTs sehr schnell sehr viel Geld verdienen. Allerdings ist jede Spekulationsblase vorprogrammiert irgendwann zu platzen.

Das zweite Thema bezieht sich auf die Tatsache, dass zu viele Projekte existierten. Diese Projekte haben eigentlich die gleiche Zielsetzung wie die Spekulant:innen gehabt, nämlich schnell Geld zu verdienen. Dadurch haben sie immer mehr versprochen, als sie geliefert haben, was unter dem Begriff „Rug Pull“ zusammengefasst wird. Dies kann objektiv zwischen realem Betrug und „die Projekte haben sich übernommen“ bewertet werden.

Und zuletzt ist mit Sicherheit ein Grund, dass es sich um ein dezentrales System handelt, in dem viel Betrug möglich ist. Das heißt, wir hatten auch arglose Nutzer:innen, die relativ schnell um ihre NFTs gebracht wurden. Leider liegt es in der Natur der Sache eines dezentralen Systems, dass man diese auch nicht mehr zurückbekommen kann.

Wann kamen Sie denn das erste Mal mit NFTs in Berührung und was genau waren Ihre ersten persönlichen Erfahrungen damit?

Das ist, glaube ich, eine ganz gängige Geschichte. Dadurch, dass wir sehr viel mit digitalen Geschäftsmodellen arbeiten, habe ich mich schon viel mit Krypto beschäftigt. Und da waren NFTs schon vor Ewigkeiten ein Thema, wenn auch ein absolutes Nischenthema.

Relevant wurde es dann für mich und die Hochschule, als durch erste Auktionen erkennbar war, dass digitale Kunst einen spekulativen Wert haben kann. Wir haben dann erste Projekte dazu gestartet und stiegen immer tiefer in das Thema ein. Ich habe persönlich nie mit NFTs oder Ähnlichem spekuliert, aber ich hatte den Markt in der frühen Phase schon vor dem Hype ganz gut im Blick.



Was würden Sie Neueinsteiger:innen als erste Schritte empfehlen, um sich dem Thema anzunähern?

Das Entscheidende ist – sich mit NFTs zu beschäftigen ist kein Selbstzweck, sondern es sollte immer einen Nutzen geben, den ich daraus ziehen möchte. Denn NFTs sind ja immer nur die darunter liegende Technologie.

Will ich spekulieren, dann muss ich wie Spekulant:innen handeln. Das bedeutet in entsprechenden Märkten schauen, wo ich etwas Günstiges kaufen kann, was möglicherweise im Wert steigt. Wer Entertainment möchte, der hat sicher bei einer Plattform wie „Sorare“

am meisten Spaß und wer sich mit digitaler Kunst beschäftigen möchte, der sollte sich natürlich an kuratierte Kunstplattformen halten.

Außerdem ist es natürlich ganz wichtig, sich von Anfang an im Bereich der seriösen Quellen zu bewegen. Hält man sich beispielsweise an die großen Krypto-Anbieter, welche auch in den USA registriert sind, kann man nicht viel falsch machen.

Sie haben bereits die von Ihnen ins Leben gerufenen NFT-Projekte angesprochen, welche Sie in Kollaboration mit dem Künstler Cro und dem Unternehmen Timeless an der Hochschule der Medien betreut haben. Wie können sich Außenstehende den Ablauf des Projekts vorstellen und vor welchen Aufgaben standen die Studierenden?

Wir versuchen im „Digital Business“-Kurs auch immer „Digital Business“ real umzusetzen. Gerade bei Krypto ist es besonders wichtig an realen Projekten lernen zu können. Dabei hatten wir das Glück, dass wir mit dem Stuttgarter Künstler Cro und Timeless zwei Partner gefunden haben, die schon im Bereich der Fraktionalisierung, also der Aufspaltung einzigartiger Kunst in Anteile, zusammengearbeitet haben. Die NFT-Kollektion wurde von uns gemeinsam aufgesetzt, wobei die ganze Erstellung und Konzeption dahinter aus dem studentischen Projekt entstanden ist. Das Interessante für die Studierenden war somit, das gesamte Projekt von A bis Z in der Realität zu erleben. Die Umsetzung erfolgte aber durch den Künstler.

Cro hat sich neben seiner Musik auch einen Namen als Maler gemacht. Die Kunst hat eine sehr klare Linie, in der man „Carlito“, sein Pseudonym, auch erkennt. Genau da wollten wir ansetzen und eine NFT-Kollektion erstellen, die sowohl digitale Kunstfreund:innen als auch seine Fans ansprechen kann. Dies ist uns mit dem erfolgreichen Drop der Kunst-Kollektion auch gelungen.

FAKTEN

8 von 10 Deutschen war 2016 der Begriff Blockchain noch nicht bekannt - lediglich **14 %** haben den Begriff schon gekannt.

Auch in 2021 weiß in Deutschland ca **83 %** der Bevölkerung nicht, was NFTs sind.

Gab es bei dem Projekt besondere Herausforderungen oder Schwierigkeiten für die Studierenden?

Grundlegend war die Schwierigkeit, die Kunst von Cro massenfähig zu machen. So sollten neben dem typischen Cro Fan auch Menschen angesprochen werden, welche sich für NFT-Kunst interessieren oder Leute, die hier erstmals mit der Kunst von Cro in Kontakt kommen. Da die Kunstwerke sonst preislich im zweistelligen

Tausenderbereich liegen, war das Ansprechen dieser unterschiedlichen Zielgruppen wohl die interessanteste, sowie die größte kommunikative Herausforderung. Ich denke dieser Faktor der Massentauglichkeit ist auch heute und in der Zukunft bei vielen NFT-Projekten entscheidend.

Was ist Ihr Resümee zu diesem vergangenen Projekt und können Sie uns schon Ausblicke auf mögliche Zukünftige geben?

Grundsätzlich kann man sagen, dass dieses Projekt sehr erfolgreich und besonders für die studentische Zielgruppe relevant war. Diese Relevanz kam natürlich durch den involvierten Künstler, aber auch über das grundlegende Thema. Das Spezielle bei NFT-Projekten ist die Zusammenarbeit mit Künstler:innen, welche ganz andere Ansprüche an das Projekt stellen. Besonders spannend war es hier, diese künstlerischen Ansprüche mit der Business-Perspektive zusammenzubringen. Außerdem wird es zukünftig weitere Projekte im gesamten WEB 3.0 Umfeld geben. Nur weil der Markt momentan sowohl bei Kryptowährungen als auch bei NFTs am Boden ist, heißt das noch lange nicht, dass die Technologie kein Potenzial hat. Gerade sehen wir eher, dass es durchaus auch Erfolgsgeschichten mit sogenannten „Killerapplikationen“ gibt, wie beispielsweise die „Fantasy Football“-Anwendung Sorare in Frankreich. Die Killerapplikation verhilft einer vorhandenen Technik zum Durchbruch. Im Fall von Sorare funktioniert die Anwendung fast unabhängig von NFTs durch den Entertainment-Faktor.

Die nächsten Projekte werden „Utilities“ vor allem in den Bereichen Charity und Nachhaltigkeit haben, um dem ganzen NFT-Thema einen positiven Mehrwert zu geben.

Wenn Sie sich jetzt entscheiden müssten, in welcher Anwendungsfunktion sehen Sie die größten zukünftigen Chancen für NFTs und warum?

Um die zukünftigen Chancen zu bewerten, ist die Technologie aktuell noch zu jung. Mir kommt allerdings eine Anwendung in den Sinn, welche mit dem aktuellen Boom schon einen Durchbruch erfahren hat – die digitalen Luxusgüter. Beispielsweise Adidas verkauft bereits digitale Güter sowie Kombinationen aus digitalen und realen Gütern zu sehr hohen Preisen. Die Zielgruppe hierfür ist allerdings momentan noch recht klein. Ich würde auf jeden Fall daraufsetzen, dass es für digitale Luxusgüter, ob Kunst, Sammlerstücke oder Luxusmode einen relevanten Markt gibt, welcher auch weiter wachsen wird. Hier spielt dann auch die NFT-Technologie eine Rolle, da sie den Handel der Güter plattformübergreifend ermöglicht. Außerdem haben auch NFTs als Zugang zu exklusiven Inhalten oder zu exklusiven Communities an Relevanz gewonnen. Auch wenn die Technologie hier noch nicht so weit ist, würde ich trotzdem sagen, dass die NFT-Membership-Cards, „here to stay“ sind.