This document was translated from English by machine and may contain mistakes. The English original is at https://www.novaracg.com/2026/03/14/the-1998-assumption-behind-most-marketplaces/.

Die Annahme von 1998 hinter den meisten Marktplätzen

Heather Grizzle · March 14, 2026

Die meisten Marktplätze gehen noch davon aus, dass Menschen durch Kategorien stöbern. Agentic Commerce verändert die Art der Entdeckung, da KI-Agenten strukturierte Vertrauensdaten abfragen statt Verkaufsflächen zu durchsuchen.

Inhalt

1. Wie das Kaufhaus ins Internet zog
2. Ein Muster, das sich zum Standard verfestigte
3. Die Annahme prägte auch die Sprache
4. Warum die Eingangstür weniger wichtig wird

Die meisten digitalen Marktplätze arbeiten heute noch nach einer architektonischen Annahme, die auf die frühe Ära des kommerziellen Internets zurückgeht: Eine Person öffnet einen Webbrowser, gelangt auf eine Startseite und beginnt, durch Kategorien zu navigieren, bis sie das gesuchte Produkt oder die gesuchte Dienstleistung findet.

Wie das Kaufhaus ins Internet zog

Dieses Modell entstand in den späten 1990er-Jahren, als frühe E-Commerce-Plattformen ein einfaches, aber ungewohntes Problem lösen mussten. Verbraucher wechselten von physischen Geschäften in eine digitale Umgebung, in der der Warenbestand nicht mehr sichtbar auf Regalen stand. Um dies auszugleichen, bildeten Websites die Struktur eines Kaufhauses nach. Kategorien ersetzten Gänge. Produktseiten ersetzten Verpackungen. Navigationsmenüs fungierten als Schilder, die Kunden durch das Geschäft lenkten.

Die gesamte Erfahrung war auf das visuelle Erkunden durch einen menschlichen Nutzer ausgelegt. Die Startseite fungierte als Eingangstür. Suchleisten und Filter halfen,

die Auswahl einzugrenzen. Produktlisten zeigten Bilder, Bewertungen und Beschreibungen, die es einer Person ermöglichten, Optionen in ihrem eigenen Tempo zu vergleichen.

Ein Muster, das sich zum Standard verfestigte

Mit der Zeit verfestigte sich dieses Gestaltungsmuster zur Standardarchitektur für nahezu jeden digitalen Marktplatz. Plattformen investierten stark in die Optimierung der Elemente, die das menschliche Browsing unterstützen: Empfehlungssysteme, Werbebanner, Produkt-Karussells und zunehmend ausgefeilte Suchoberflächen. Der Erfolg wurde anhand von Kennzahlen wie Klickrate, Verweildauer auf der Seite und Konversions-Trichtern gemessen, die nachverfolgten, wie sich eine Person Schritt für Schritt durch die Seite bewegte.

Selbst mit fortschreitender Technologie änderte sich die zugrunde liegende Annahme kaum. Der Marktplatz wurde weiterhin als ein Ort vorgestellt, den eine Person „betreten“ würde, ähnlich wie das Betreten eines Geschäfts. Die Entdeckung begann mit einer Startseite und entfaltete sich durch visuelle Navigation.

Der Marktplatz wurde weiterhin als ein Ort vorgestellt, den eine Person „betreten“ würde, ähnlich wie das Betreten eines Geschäfts.

Die Annahme prägte auch die Sprache

Diese Annahme prägte nicht nur das Design der Benutzeroberfläche, sondern auch die Art und Weise, wie Dienstleistungen und Produkte beschrieben wurden. Angebote wurden in erster Linie als Marketinginhalte verfasst, die einen menschlichen Leser überzeugen sollten. Qualifikationen, Fähigkeiten und Garantien waren oft in narrative Beschreibungen eingebettet, anstatt als strukturierte Informationen dargestellt zu werden.

Mehr als zwei Jahrzehnte lang funktionierte dieser Ansatz, weil der Käufer, der Bewertungsprozess und die endgültige Entscheidung allesamt vom Menschen gesteuert wurden. Die Plattform existierte, um eine Person durch eine Abfolge visueller Entscheidungen zu führen, bis sie zu einem Kauf gelangte.

Warum die Eingangstür weniger wichtig wird

Doch diese Architektur spiegelt eine Welt wider, in der Menschen die gesamte Suche selbst durchführen. Da autonome Software-Agenten zunehmend an Suche und Beschaffung teilnehmen, beginnt die Annahme zu bröckeln, dass jede Transaktion damit beginnt, dass eine Person sich durch eine Startseite klickt. Die „Eingangstür“ des Marktplatzes, einst der zentrale Einstiegspunkt für den digitalen Handel, wird weniger wichtig, wenn die Entdeckung durch strukturierte Abfragen statt durch visuelles Durchsuchen erfolgen kann.

DIE ERERBTE ANNAHME

Nahezu jeder Marktplatz geht noch immer davon aus, dass die Entdeckung mit einem Menschen auf einer Startseite beginnt, der sich visuell zu einer Entscheidung hin navigiert.

TIPS

Know something about a sign language AI system that the public should know? Send it to tips@novaracg.com. Every tip is read by me and kept confidential. If you work in the UK, writing to us is not by itself a protected disclosure under the Public Interest Disclosure Act 1998, so before you share employer information, check your options with Protect (protect-advice.org.uk), the free whistleblowing advice line.

Zitierweise

Grizzle, H. M. (2026, March 14). Die Annahme von 1998 hinter den meisten Marktplätzen. Novara Consulting Group. https://www.novaracg.com/de/2026/03/14/the-1998-assumption-behind-most-marketplaces/