



## Vorgeschichte

Pierre Omidyar erinnert sich noch genau an den Moment, als ihm klar wurde, dass eBay, die klobige Website, die er aus dem Gästezimmer seines Reihenhauses im Silicon Valley betrieb, die Welt verändern könnte: Es war der Moment, als er seinen Laserpointer verkaufen wollte.

Damals hieß eBay noch AuctionWeb und hatte nur sieben Kategorien, die sich in schmaler, schwarzblauer Schrift auf grauem Grund präsentierten. Die wenigen angebotenen Artikel waren meist alte Festplatten, gebrauchte Modems und ähnliche Schätze für den Computerbastler. Um zu sparen, ließ Omidyar AuctionWeb nebenher auf dem Server seiner persönlichen Homepage laufen. Das ganze Projekt mutete noch sehr amateurhaft an.

Omidyar hatte versucht, seine Freunde und Kollegen von der Idee zu begeistern, doch die reagierten äußerst verhalten. Das Internet war immer noch so furchteinflößend, dass selbst große Unternehmen Schwierigkeiten hatten, ihre Kunden davon zu überzeugen, online Geld auszugeben. Und nun behauptete ein Programmierer mit Pferdeschwanz, der aussah, als sei er gerade mal 18, dass auf seiner seltsamen kleinen Website, von der noch nie irgendjemand gehört hatte, vollkommen Fremde in Online-Auktionen miteinander Geschäfte machen würden. Selbst Omidyars beste Freunde fanden diese Vorstellung ein wenig absurd.

Bislang hatten sie Recht behalten. Neben seiner informellen

Mundpropaganda hatte Omidyar den Start von AuctionWeb in Internet-Verzeichnissen angekündigt, die neue Websites bekannt gaben. „Viel Spaß beim Kaufen und Verkaufen im Web!“, hatte er in einer Anzeige versprochen, obwohl AuctionWeb zu diesem Zeitpunkt nur wenige Verkäufe erlebt und noch wenig Freude bereitet hatte. Damals versuchte einfach jeder, mit einer Internet-Adresse und einem Server eine Website zu starten, und es sah ganz danach aus, als würde AuctionWeb, wie die meisten Projekte dieser Art, nach kurzer Zeit mangels Interesse wieder verschwinden.

Tatsächlich hatte auch Omidyar zunächst keine großen Erwartungen: Als er das Programm für AuctionWeb über ein Feiertags-Wochenende schrieb, betrachtete er das Ganze als Hobby und Übung. Nie hätte er daran gedacht, dafür seinen Job aufzugeben. Die meiste Zeit verbrachte Omidyar, der alles andere als arbeitswütig war, damit, die Website am Laufen zu halten und nach den ständigen Abstürzen neu zu starten. AuctionWeb hätte gut und gerne als Flop enden können.

Zu dieser Zeit erinnerte Omidyar sich an seinen Laserpointer, ein billiges Spielzeug, mit dem der Management-Nachwuchs auf seine Präsentationen zeigte und das er selbst in einem seltenen Moment des Ehrgeizes gekauft hatte. Benutzt hatte er es bisher nur, um den roten Punkt auf seinen Teppich zu strahlen und zuzusehen, wie seine Katze diesem stundenlang nachjagte; nach zwei Wochen gab das Gerät den Geist auf. Omidyar wechselte ohne Erfolg die Batterien und war kurz davor, den defekten Laserpointer wegzuworfen.

Stattdessen entschied er sich jedoch, ihn zu versteigern. Es wäre eine gute Möglichkeit, AuctionWeb zu testen, und würde ihn nichts kosten. Die Auktion überschrieb er mit „Defekter Laserpointer“, nannte die genaue Nummer des Modells und erklärte, er habe für das neue Gerät 30 Dollar bezahlt. Er beschrieb deutlich, dass der Laserpointer selbst mit neuen Batterien nicht mehr funktionierte, startete die Auktion und dachte nicht mehr daran.

In der ersten Woche gab es keine Gebote. Omidyar sah in der zweiten Woche noch einmal nach und stellte fest, dass jemand

tatsächlich 3 Dollar geboten hatte. Ein anderer bot kurz darauf 4 Dollar. Am Ende der zweiwöchigen Auktion hatten die Gebote 14 Dollar erreicht – für einen so gut wie wertlosen Gegenstand. Als Omidyar den defekten Laserpointer verpackte und an den Höchstbietenden verschickte, wurde ihm klar, dass AuctionWeb eine große Zukunft hatte.

||||

Omidyar erzählte mir die Geschichte mit dem Laserpointer an einem kühlen Oktobermorgen bei Fouquet, einem Straßencafé auf den Champs-Élysées in Paris. Mittlerweile fiel es ihm gar nicht mehr so leicht, sich an die frühen Tage zu erinnern. Dabei waren gerade einmal vier Jahre vergangen, seit er Anfang September 1995 AuctionWeb gestartet hatte. Vier Jahre, die es in sich hatten: AuctionWeb hieß inzwischen eBay, und eBay war eine Internet-Legende – ein Online-Marktplatz, der mehr wert war als Sears oder Kmart und J.C. Penney zusammen. Omidyar selbst war mit einem Vermögen von mehr als 4 Milliarden Dollar zum reichsten 32-Jährigen der Welt geworden.

Omidyar war – so lautete die offizielle Version – Anfang des Jahres nach Frankreich gezogen, um die internationale Expansion von eBay zu unterstützen. Er besuchte reihum die Niederlassungen in ganz Europa, in denen junge Leute landesspezifische Versionen von eBay entwickelten, und gab seine Erfahrungen weiter. Tatsächlich war Omidyar jedoch dabei, mit der Vergangenheit abzuschließen. Bevor seine Eltern mit ihm in die USA ausgewandert waren, hatte er als Kind in Paris gelebt, und er redete seit Jahren davon zurückzukehren. Omidyars Freunde wussten immer, dass der Tag irgendwann kommen würde, doch als es so weit war, waren sie davon überzeugt, dass er sich nach den wilden Jahren in erster Linie nach Anonymität sehnte.

Sein neues Aussehen würde ihm sicher helfen, in Paris unterzutauchen: Der alte Pierre, der Programmierer, der mit Bart, Pferdeschwanz, Brille, Shorts und schwarzen Socken unterwegs war, hatte die Atlantiküberquerung nicht überlebt. Der Pierre, der mich bei Fouquet empfing, hatte sich die Haare kurz schneiden

lassen, sein jungenhaftes Gesicht glatt rasiert und trug einen modischen, schwarz-rot gemusterten Pullover und eine dunkle Anzughose. Als er kurze Zeit davor so im eBay-Hauptquartier im Silicon Valley aufgetaucht war, „war es ein Schock für das ganze Büro“, erzählte er grinsend.

Omidyars Verwandlung war allerdings rein oberflächlich: Unter der Maske des Pariser Flaneurs steckte immer noch derselbe unkomplizierte, unkonventionelle Programmierer. Er war allein und zu Fuß zu Fouquet gekommen; es gab keine Limousine, keine Gefolgschaft und keinen PR-Berater, der meine Fragen kontrollierte. Der Kellner hatte keine Ahnung, wen er vor sich hatte. Als wir begannen, über den Aufstieg von eBay zu sprechen, blieb er stets bescheiden, sogar überrascht darüber, was er erreicht hatte. Omidyar zuckte zusammen, als ich ihn nach seinem Reichtum fragte – er fuhr, wie sich herausstellte, immer noch seinen alten VW –, und setzte sofort zu einem beschämten Monolog darüber an, wie er seine Milliarden zu verschenken gedachte. Er verbreitete immer noch eine profunde existenzielle Ruhe und hatte eine Aura, an die sich seine Freunde noch aus den frühen Tagen von eBay erinnern.

Vor allem hatte Omidyar immer noch diese pure, demokratische Vision, mit der alles angefangen hatte: Mitte der 90er-Jahre, erinnerte er sich, waren im Silicon Valley viele seiner Kollegen dank überaus optimistischer Börsengänge über Nacht zu Millionären geworden. Omidyar glaubte an die freie Marktwirtschaft, war aber beunruhigt über den Unterschied zwischen Theorie und Praxis: Die Finanzmärkte sollten frei und offen zugänglich sein, doch wohin er auch sah, profitierten Insider mit guten Kontakten von Informationen, zu denen normale Leute keinen Zugang hatten.

Ihm kam der Gedanke, dass das Internet dieses Problem lösen könnte, indem man etwas errichtete, was bisher nur in volkswirtschaftlichen Lehrbüchern existierte: einen vollkommenen Markt. Omidyar erläuterte, dass eBay dieser vollkommene Markt sein sollte. Anstatt Produkte von einer zentralen Quelle aus zu verkaufen, sollte eBay alle Marktteilnehmer untereinander verbinden,

sodass jeder über das Netzwerk von jedem kaufen und an jeden verkaufen konnte. In dem Markt, der Omidyar vorschwebte, würden für alle die gleichen Bedingungen herrschen. Alle Käufer hätten die gleichen Informationen über Produkte und Preise, und alle Verkäufer hätten die gleichen Möglichkeiten, ihre Waren anzubieten. Nach klassischer ökonomischer Theorie würde das Auktions-Format den perfekten Preis erzeugen, da die Güter exakt an dem Punkt verkauft würden, an dem sich Angebot und Nachfrage treffen.

Omidyar machte eine Pause und betrachtete die langsam vorbeiziehenden modischen Pariser und verlorenen Touristen. Der Anblick schien ihn an etwas zu erinnern. „Das Internet diene am Anfang vor allem den Menschen“, sagte er. Zunächst sei es von Akademikern und Forschern der Regierung entwickelt und gepflegt worden und hätte der Öffentlichkeit dienen sollen. Doch schon 1995 hätten die großen Konzerne begonnen, die Kontrolle zu übernehmen. Für sie sei das Internet nicht viel mehr als ein hochgradig effizienter neuer Vertriebsweg. „Wenn man jedoch einen demokratischen, liberalen Blick auf die Dinge hat, erscheint die Vorstellung, dass man von den Firmen nur noch mehr Zeug aufgedrängt bekommt, nicht besonders verlockend“, erklärte Omidyar. „Ich wollte etwas anderes machen, um dem Einzelnen die Macht zu geben, sowohl Produzent als auch Konsument zu sein.“

„Abgesehen davon“, fuhr Omidyar fort, „ist das Internet seit dem Einzug der Konzerne auch immer kälter und unpersönlicher geworden.“ Die Newsgroups, in denen er als junger Student endlose Stunden verbracht hatte, seien lebendige Gemeinschaften gewesen, deren Nutzer schräge, individuelle Nachrichten hinterließen und sich an langen und lebhaften Diskussionen beteiligten. „Dagegen sahen die neuen E-Commerce-Websites ihre Besucher nur als Augen mit Brieftaschen“, bemerkte Omidyar verächtlich. Die Ausdrucksmöglichkeiten der Nutzer beschränkten sich nämlich dabei auf das Einkaufen und das Eingeben von Kreditkarten-Informationen.

Omidyar hatte eBay von Anfang an nicht als bloße Website zum Einkaufen gesehen, sondern als eine Gemeinschaft, wobei