





WEBWELT



Donnerstag, 17. Mai 2001
Berlin, 15:34 Uhr

online

suche 

DIE WELT
WELT AM SONNTAG

TAGESINHALT

POLITIK
WIRTSCHAFT
FINANZEN
IMMOBILIEN
KULTUR
SPORT
FORUM
WISSENSCHAFT
MEDIEN
AUS ALLER WELT

HAMBURG
BERLIN
BREMEN
BAYERN

WEBWELT

Topstories
WebWirtschaft
WebFinanzen
WebAktien
WebService
WebForum
WebMaster
Urteile
Online-Lexikon
Business Explorer

BERUFSWELT
LITERARISCHE WELT
REISEWELT
GOURMET
AUTO & BOOT
LEBENSART

ARCHIV
TELEFONARIFE
WETTER
ABONNEMENT

MEDIAWELT
HILFE
IMPRESSUM
KONTAKT
ANMELDUNG

Abgesang vom Virtualienmarkt

Von Constantin Gillies

Dass Unglücke die schönsten Geschichten schreiben, wissen wir spätestens seit "Titanic". Was liegt also näher, als den größten aktuellen Untergang schöngeistig zu verarbeiten: den GAU der Dot-com-Wirtschaft? Das dachte wohl auch der gescheiterte Internet-Unternehmer Frank Thomsen. Anfang des Jahres ging seine Firma Twest Pleite, eine Web-Agentur, die er 1999 zusammen mit seinem Bruder gegründet hatte. Doch schon nächste Woche startet Thomsen ein neues Unternehmen: Er wird die Bühne im Münchner "Gasteig" besteigen, um den Niedergang der New Economy zu besingen - in seinem Musical "The Rush".

Protagonisten in dem selbst komponierten Singstück sind zwei junge Gründer, die die Achterbahnfahrt der Netzwirtschaft in voller Länge durchleben: von den goldenen Anfängen, als schon vage Ideen für Wagniskapital reichten, über das Karussell der Geschäftsmodelle von ASP über B2B - bis zum R.I.P und dem Ende des Internet-Hypes. In Musicalterminologie: Die Handlung erstreckt sich von der "Gaudi" bis zu "Les Misérables".

Diesen Weg erzählt Thomsen in selbst geschriebenen Liedern mit Titeln wie "Burn, Money, Burn" und "You Got To B2B". Und er weiß, wovon er singt: Seine Firma mit Sitz am Münchner Virtualienmarkt hatte auf dem Virtualienmarkt der jungen Netzwirtschaft kräftig mitgemischt. Twest war immer für eine Meldung gut: Einmal lobten die Thomsen-Brüder öffentlich 5000 Mark Kopfgeld für neue Mitarbeiter aus, ein anderes Mal verschickten sie Mikrowellenkuchen an Journalisten. Genutzt hat's nichts: Weder die Kuchen noch das Geschäftsmodell sind aufgegangen - in der dritten Finanzierungsrunde fiel bei Twest der Vorhang.

Ganz ohne Internet kommt Thomsen allerdings auch bei seiner neuen Karriere nicht aus. Die Zuschauer von "The Rush" erwarten Flash-Animationen und "Rendering der gesamten Szenerie in Echtzeit", so der Text auf der Web-Seite. Vor dieser computergenerierten Kulisse ("2400 mal 600 Pixel") wird Thomsen höchstselbst seine E-Erfahrungen besingen. "Es war ein großes Monopolspiel: Wir haben verloren, aber es war gut, dabei zu sein", resümiert der singende Dot-com-Pionier und macht klar: "The Rush" wird trotz Un-Happy-End kein tränenreicher Untergang à la "Titanic". Und besser als die Sirene Céline Dion ist Thomsen sicher allemal.

 **Links ins World Wide Web**
▶ Das Dot-com-Melodram: www.the-rush.de

◀ [Zur aktuellen Channel-Übersicht](#)

HILFE | VERTRIEB

Erscheinungsdatum:

Channel:

Ressort:


 **LINKS INS WO**

▶ Das Dot-com-Melodram: www.the-rush.de

 Druckversion

 Artikel versenden

 Leserbrief

 Tagesinhalt 16

Entscheiden Sie selbst, an w

WWW SUCHE
MIT INFOSEEK

Wir suchen:

Technik

- Online-Entwickler
- Web Application & Database Developer

Produktion

- Online-Producer

