

## **Das Wikipedia Prinzip**

# **Eine neue Open Source Cola entsteht: Jeder kann mitmachen.**

**München, 27. April 2007 – Auf der Webplattform**

**<http://cola.trnd.com> entwickeln die Mitglieder des  
Mundpropaganda-Netzwerks trnd gemeinsam eine neue Open  
Source Cola. Wie bei Wikipedia kann sich jeder in den  
Entwicklungsprozess einbringen, das Rezept mitbestimmen  
und bei Interesse auch selbst unter die Cola-Produzenten  
gehen.**

Open Source Software ist spätestens seit dem Betriebssystem Linux nicht nur als kostensparend, sondern auch als äußerst zuverlässig bekannt. Tausende freiwilliger Programmierer kümmern sich dabei gemeinsam und ehrenamtlich um die Entwicklung der Software.

Dass dieses Prinzip der Zusammenarbeit nicht auf Software begrenzt ist, zeigt das Internetlexikon Wikipedia. Auch hier kümmert sich eine Masse interessierter Privatleute um den Aufbau der Enzyklopädie. Vergleiche mit klassischen Lexika haben gezeigt, dass die „Wisdom of the Crowds“ bei Wikipedia sogar wissenschaftlichen Anforderungen standhält.

Die Mitglieder des Mundpropaganda-Netzwerks trnd gehen jetzt noch einen Schritt weiter und versuchen, gemeinsam eine neue Cola auf den Markt zu bringen: Open Cola. Auf der Internetsite <http://cola.trnd.com> diskutieren die Projektteilnehmer darüber, wie die neue Open Cola aussehen soll, welche Inhaltsstoffe zum Einsatz kommen, und wie die neue Open Cola den Weg zum Kunden finden soll.

Das Besondere dabei: die interessierten Teilnehmer können nicht nur am Aufbau des Rezepts mitwirken, sondern die Open Cola im Anschluss selbst brauen und vielleicht sogar verkaufen.

„Momentan wird vor allem die Bio-Cola Variante heiß diskutiert, die nicht nur Bio-Zutaten, sondern auch alternative Süßstoffe wie Honig,

Ahornsirup oder ähnliches enthalten könnte“, erklärt Rob Nikowitsch, Geschäftsführer von trnd. „Beim Vertriebskonzept könnte es in Richtung eines Cola-Konzentrat oder Granulat gehen, das man zuhause mit Wasser aufmischen kann. Wir sind auf alle Fälle gespannt, wie die Entwicklung weiter verläuft“.

**Weitere Infos und Bildmaterial:**

<http://cola.trnd.com>

<http://www.trnd.com/presse>

**Ihre Ansprechpartnerin:**

trnd GmbH

Verena Schmunk

Telefon (0 89) 307 668 – 130

eMail: [verena@trnd.com](mailto:verena@trnd.com)

**Über Open Cola:**

Ursprünglich war Open Cola ein Versuchsballon, um das Prinzip von Open-Source Software zu erklären. Die OpenCola Company aus Toronto hatte dazu bis August 2004 ca. 150.000 Dosen Open Cola verkauft. Inzwischen gibt es dieses Unternehmen nicht mehr. Das Open Cola Rezept ist unter GNU General Public License frei verfügbar, von jedem modifizierbar und lizenzkostenfrei herzustellen und zu vertreiben.

**Über Crowdsourcing und Wisdom of the Crowds:**

Um Probleme zu lösen, oder neue Forschungs-Erkenntnisse zu gewinnen, bedarf es nicht immer der Experten im Labor. Eine größere Menge ambitionierter Privatleute – in der Gesamtheit intelligenter als der Einzelne - kann u.U. genauso effektiv sein und gestellte Aufgaben kostenlos als Freizeitbeschäftigung lösen. Das Internet dient dabei oft als Kommunikationsplattform, um die Zusammenarbeit möglich zu machen.

Derzeit bekanntestes Beispiel für Crowdsourcing ist das Internetlexikon Wikipedia. Tausende aktiver Nutzer beweisen hier, dass die „Wisdom of the Crowds“ sogar wissenschaftlichen Anforderungen standhält.

**Über Mundpropaganda:**

Mundpropaganda (Word-of-Mouth) bezeichnet den privaten Austausch marketingrelevanter Informationen (z.B. Empfehlungen, Kauftipps) von Konsument zu Konsument. Seit jeher werden Kaufentscheidungen zum Großteil aufgrund von Empfehlungen aus dem Freundes- und Bekanntenkreis gefällt. Die Unternehmensberatung McKinsey hat festgestellt, dass zwei Drittel der US-Marktwirtschaft von Mundpropaganda beeinflusst werden. Umso erstaunlicher ist es, dass Mundpropaganda bisher von Marken und Unternehmen nicht aktiv im Marketing eingesetzt wird.

**Über trnd:**

trnd - die Abkürzung für "the real network dialogue" - ist der Mundpropaganda-Marketing-Pionier im deutschsprachigen Raum. trnd bietet Unternehmen erstmals die Möglichkeit, das hocheffektive Instrument Mundpropaganda im Marketingmix plan- und messbar einzusetzen und damit gezielt private Gespräche von Konsument zu Konsument anzuregen. Dazu hat die trnd GmbH das notwendige Instrumentarium geschaffen: das einzigartige trnd-Mundpropaganda-Netzwerk mit tausenden aktiver Influentials (Meinungsführer/Multiplikatoren), sowie die Technologieplattform trndsphere zur gezielten Steuerung und Analyse von Mundpropaganda-Kampagnen. Seit Anfang 2005 wurden Projekte für Kunden wie ElectronicScout24, Nintendo, Opel, PAYBACK, simyo, smart, Spreadshirt oder Wrigley realisiert.

trnd GmbH . Winzererstraße 47d . D-80797 München . Sitz in München - Registergericht München - Handelsregister-Nr: HRB 138066 - Amtsgericht München - UStID gemäß § 27a UStG: DE238390954 - Geschäftsführer: Rob Nikowitsch, Robert Schlittenbauer.  
[www.trnd.com](http://www.trnd.com) . eMail: [presse@trnd.com](mailto:presse@trnd.com) .