

Sein oder Zweit-Sein?

Sie ist in aller Munde: „Second Life“, die virtuelle Welt im Internet. Lesen Sie hier mehr über den aktuellen Hype und welche Businessmöglichkeiten sich in der virtuellen Dreidimensionalität eröffnen.

Text: Alexandra Gruber

Please, give me a kiss“ – wenn ich den Papagei lieb bitte, drückt er mir ein Busserl auf. Ein schwieriges Unterfangen, schließlich ist mein Gesicht völlig verdeckt von einem grasgrünen Haarvorhang. Aber halt, das bin ja gar nicht ich. Darf ich vorstellen? Die große Dame mit der vollen grünen Haarpracht nennt sich Serendipity Bingyi. Ich bin ihre Schöpferin. Sie ist mein zweites Ich – im Fachjargon auch Avatar genannt – in Second Life (SL), der virtuellen Parallelwelt im WWW.

Babylonischer In-Treff

Nach Einstiegsschwierigkeiten – der Zugang zu SL verlangt dem PC einiges an grafischem Können sowie Speicherkapazität ab – bin ich nun endlich drin im Zweitleben. Zunächst einmal auf „Orientation Island“, wo ich lerne, mich fortzubewegen und mittels Chat-Funktion mit den anderen zu unterhalten. In Serendipitys Körper erwandere und erfliche ich mir die 3-D-Welt am Bildschirm oder klicke zum Teleport und lasse mich „beamen“: zu Plätzen, wo sich viele deutschsprachige Avatar-Genossen aufhalten, zu Reisezielen wie Virtual Ibiza, Virtual Amsterdam usw. oder zu einem der Events, die hier täglich stattfinden, ob Jazzkonzert, Vornissage oder Autorennen. Mein virtuelles Dasein fühlt sich an wie eine Kreuzung aus Barbiepuppe und Captain Kirk: mit dem Aussehen experimentieren und Dinge tun, die in der Realität nicht möglich sind, sei es, weil die Risikobereitschaft oder einfach das

Geld nicht ausreicht. Im Second Life erfüllen sich Träume.

In den Bedürfniskatalog der SL-Bewohner reiht sich auch ein starker Wunsch nach Kommunikation – hier lässt es sich mit Fremden in Avatar-Gestalt aus aller Welt chatten. Laut US-amerikanischer Betreiberfirma Linden Lab fliegen bereits über fünf Millionen Mitglieder durch die animierte Gegend, davon über die Hälfte aus Europa. Im Moment stammt knapp ein Drittel der SL-Bevölkerung aus den USA, gefolgt von Franzosen und Deutschen, die jeweils rund zehn Prozent der Avatare stellen. SL gibt sich als junger Markt: Das demografische Durchschnittsalter der „echten“ Besucher beträgt 32.

Virtual Business

SL präsentiert sich als eigenständiger virtueller Marktplatz. Der Zugang ist zwar kostenlos, jedoch gibt es in SL allerlei virtuelle Produkte zu kaufen: Vom T-Shirt über Tattoos bis zu Turnschuhen ist alles für Linden Dollars – so heißt die SL-Währung – zu haben. Der Kurs: Für einen US-Dollar bekommt der Avatar rund 270 Linden Dollars. Bei den Minipreisen kommt der Avatar mit wenigen echten Dollars lange aus. Für Unternehmen, die hier ihre virtuellen Waren feilbieten, lässt sich also keine echte goldene Nase verdienen. Mit der rasch wachsenden Usergemeinde tut sich jedoch ein möglicher Zielmarkt für die Vermarktung von realen Produkten auf. Wer einen Firmensitz,

ein Büro oder ein Geschäft errichtet, muss für das dafür nötige Bauland ein ansehnliches Sümmchen an harter Echtwährung an Linden Lab entrichten: Ein SIM (eine eigene Insel) mit 65.000 m² Fläche kostet beispielsweise 1675 US-Dollar plus 295 Dollar monatlich Verwaltungshonorar.

Einige Unternehmen wie Sony, Mercedes, Adidas oder die deutsche *Bild*-Zeitung ließen bereits mit einer SL-Niederlassung als Marketingmaßnahme für die erste Welt aufhorchen. Die bestehende Avatar-Community sei, edoch noch viel zu klein, um mit einer Markenpräsentation in SL eine lohnende Steigerung der echten Verkaufszahlen zu erreichen, meinen die Kritiker des SL-Hypes. „Wenn SL weiter so wächst (etwa 10.000 Avatare pro Woche), wird die Zielgruppe in zwei bis drei Jahren eine ernstzunehmende Größenordnung erreicht haben. Dann erst werden sich auch Marketingkampagnen im klassischen Sinn lohnen“, prognostizieren die Experten der deutschen Web-2.0-Unternehmen Elephant Seven und Pixelpark, die in einer Studie Business-Chancen in SL ausloten.

Übungsplatz und Testmarkt

Die Studienautoren raten Unternehmen, jetzt schon SL-Luft zu schnuppern, um Erfahrung für die Webzukunft zu sammeln. „Mit ihrem Auftritt in SL lernen Unternehmer auf spielerische Weise mit Dreidimensionalität und Echtzeitkommunikation zwischen Usern und Unternehmen umzugehen – das sind zwei Faktoren, die das Internet der Zukunft prägen werden“, so Robert Sonneleitner von Next Horizon, einer Wiener Web-2.0-Agentur.

Die wachsende Second Life-Community eignet sich jedoch auch als virtueller Testmarkt für neue Produkte. Darüber hinaus erweist sich SL als geeignete Plattform für Meetings am Online-Konferenzstisch sowie für die dreidimensionale Darstellung von allerlei Produkten aus der Realität.

Wellness für Avatare

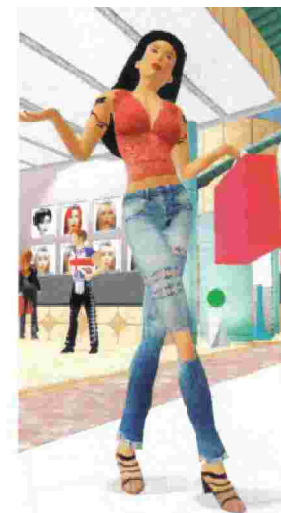
In Sachen PR-Wirkung erwiesen sich Pioniere in SL bisher als überaus öffentlichkeitswirksam – einfach eine virtuelle Niederlassung errichten, eine Pressemitteilung

in der Realität versenden und sich über die ebenso reale Medienberichterstattung freuen, lautete die Devise. So eröffnete der Salzburger Hotelier Wolfgang Burgschwaiger, Juniorchef der „Übergossenen Alm“, mithilfe einer Webagentur am 1. März 2007 das erste Spa-Hotel in SL. Besucher gönnen ihrem Avatar dort eine Massage oder ein Milchbad und mieten für Minibeträge Luxuszimmer. Was sich Burgschwaiger davon verspricht? – Medienberichterstattung (nun, die hat er schon erreicht), werblichen Imagegewinn für sein reales Haus und vielleicht auch den einen oder anderen Gast, der via Direktlink zur Website im echten Spa in Salzburg bucht. 2000 Euro Programmierkosten und 500 bis 1000 Euro monatlich kostet Burgschwaiger der Vorreiterspaß, die Erfolgsaussichten sind noch nicht absehbar.

Parallel-Austria

Das neue Spa-Hotel steht übrigens auf Vinca Island, also nicht in Virtual Salzburg, das noch gar nicht existiert. Österreichisches ist ab sofort unter der Adresse „Austria Island“ zu finden, denn seit Anfang März gedeiht ein gleichnamiges Fleckchen Pixel in SL, basierend auf einer Eigeninitiative der Agentur Next Horizon. Hier hält das Alter Ego nach einer Fahrt mit dem Riesenrad mit Blick auf Schönbrunn am Johann-Strauß-Denkmal inne, um hernach einem Konzert einer jungen österreichischen Band zu lauschen. Am Christkindlmarkt könnten sich theoretisch Standler einmieten. Maroni sind bereits um einen Linden Dollar zu haben. Auch Jobs hat die rot-weiß-rote Parallelwelt anzubieten: Für eine Handvoll Linden Dollars lässt sich Avatar als Sissi stylon, um das Verdiente im Shop für eine Krachlederne auszugeben. „Touristische Produkte eignen sich gut für einen SL-Auftritt, um Reisewilligen einen ersten räumlichen Eindruck zu vermitteln“, glaubt Robert Sonneleitner. Er bietet jedenfalls heimischen Touristikern Bauland in Austria und das dazugehörige SL-Programmier-Know-how. Wir (Serendipity und ich) sind jedenfalls schon gespannt auf Second Skitour, Second Einkerschwingung und Second Après-Ski made in Austria. ■

www.seconddlife.com



Ihre Marke in Second Life

Plus

- + Testmarkt für geplante Projekte
- + Präsentation von Prototypen (z. B. Hotels) für Geschäftspartner
- + Virtuelle Meetings am virtuellen Konferenztisch
- + Highlights von Destinationen/Hotels als räumliches Erlebnis plus „virtueller Tür“ zur Website
- + (noch) große Öffentlichkeitswirkung in der „realen Welt“

Minus

- Zielgruppe der User noch relativ klein (rund 50.000 Österreicher, rund 500.000 Deutsche), nur ein Bruchteil besucht Ihr Angebot
- Reiseaffinität der User nicht erhoben
- Kosten (Programmierung von Landschaft und Gebäuden; Miete für Fläche, Servergebühren)
- persönliches Engagement bzw. persönliche Kommunikation wichtig, z. B. Avatar als Rezeptionist für Fragen
- hohe Anforderungen an die PC-Hardware