

Willkommen im ZWEITEN LEBEN



SECOND LIFE. Von Sexbombe bis Superheld – vier Millionen Menschen basteln in der Web-Welt an ihrer neuen Existenz: der virtuellen. Damit beginnt die Blütezeit des digitalen Handels.

Mit Herrn Hammermüller ist das so eine Sache. Hochintelligent ist er. Einer, bei dem sich beim Wort „Algorithmus“ nicht gleich das Großhirn abmeldet. Trotzdem dürfen ihn die meisten Menschen für ein bisserl eigenartig halten. Und das kam so: Klaus Hammermüller fuhr bisher einen schnuckeligen MG, British Ra-

cing Green. Eine echte Edelkutsche. Aber die hat er jetzt verkauft. Um sich für den Erlös eine virtuelle Insel zu leisten.

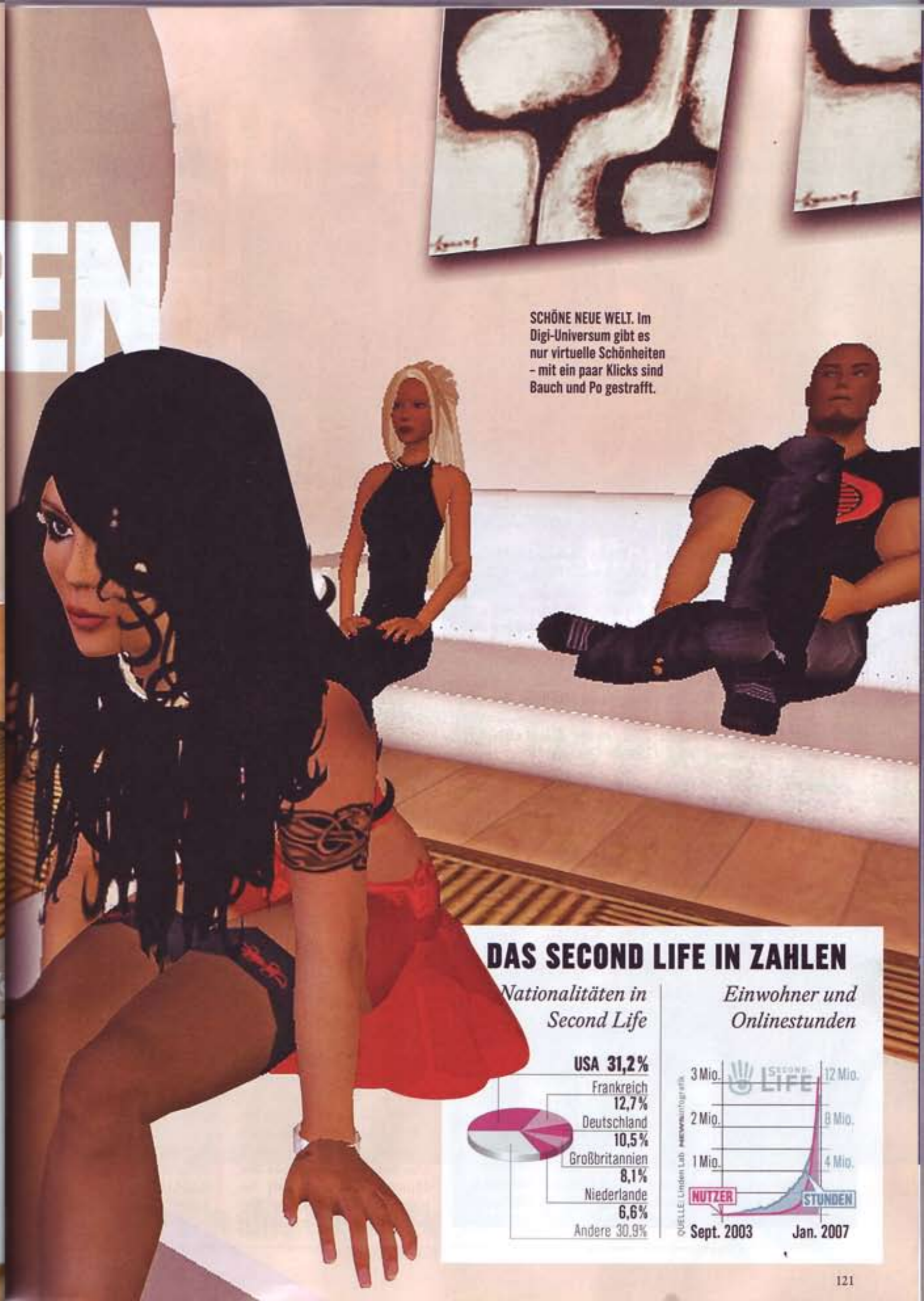
Die neuen Weltverbesserer. Virtuell, das bedeutet: ein Eiland, bestehend nur aus Pixeln und Polygonen. Ein 65.000-Quadratmeter-Nix quasi, das allein im Internet existiert, aber 1.650 Dollar „Provision“ und 300

Euro Monatsmiete kostet. Hin kommt man nicht im Billigflieger, sondern per Mausclick. „Dort bau ich eine Kirche und eine Tauchschule, die alle anderen User besuchen können.“ Das soll mal einer verstehen.

Rund 4,4 Millionen Menschen verstehen genau das. So viele bevölkern aktuell Second Life, eine 3-D-Parallelwelt im WWW. Im Gegensatz zu west-

lichen Gesellschaften muss man sich hier noch lange keine Sorgen um Bevölkerungsschwund machen. Im Gegenteil. Die Zahl der Mitglieder wächst seit Monaten in hohen zweistelligen Raten. Sie loggen sich unter www.secondlife.com ein und kreieren eine Figur (im Jargon: Avatar), die sie gern sein wollen. Schlanker vielleicht, mit größerem Vorbau oder mehr Muckis. ▶

SCHÖNE NEUE WELT. Im Digi-Universum gibt es nur virtuelle Schönheiten – mit ein paar Klicks sind Bauch und Po gestrafft.



DAS SECOND LIFE IN ZAHLEN

Nationalitäten in Second Life



Einwohner und Onlinestunden



QUELLE: Linden Lab, www.secondlife.com

CHILL-OUT im neuen Leben, wo jeder schöner und cooler ist als in der Realität.



Fahrplan ins Wunderland

GUIDE. Die ersten Schritte im 2. Leben

START. Unter www.secondlife.com erstellt man sich Charakter und Login. Dabei kann man sich den Vornamen aussuchen, Nachnamen sind vorgegeben. Beides ist später nicht mehr zu ändern. Tipp: Unter *Edit/Preferences* kann man die Spielsprache von Englisch auf Deutsch umstellen.



LOOK. Mit den Login-Daten



wählt man sich ein und landet auf der „Help Island“. Dort lernt man,

wie man sein Aussehen verändert, Gegenstände bewegt, den Blickwinkel der Kamera ändert – und wie man fliegt oder teleportiert.

KOMMUNIZIEREN. Geplaudert

wird per Chat. Verschwinden die Nachrichten zu schnell, kann man ein Fenster öffnen („History“: nur sichtbar, wenn „Chat“ aktiviert ist).



REISEN. Übersichtskarten (Map) mit Suchfunktion weisen den Weg zu

Orten oder Freunden. Gegenstände, Gebäude oder Events findet man hingegen über die normale Suche.

WÄHRUNG. Wer seine reale Kreditkarte strapazieren will: Für 0,004 US-Dollar gibt's einen Linden Dollar.



GOLDRAUSCH: Schon 3.000 User leben vom virtuellen Biz.

► Dann spazieren sie mit ihrem neuen Alter Ego in eine Welt voller Paläste, Casinos und Traumstrände, kaufen Motorboote oder Haustiere aus Pixeln und lernen andere User kennen, mit denen sie via Chat (oder der kürzlich implementierten VoIP-Telefonie) plaudern.

Weltherrscher Linden Lab. Gott schuf die Welt in sieben Tagen

– Philip Rosedale, Gründer des Second-Life-Entwicklungslabors Linden Lab, benötigte für seine Parallelwelt satte drei Jahre. Statt auf Adams Ripperln setzte er auf 110 Programmierer sowie auf Finanzspritzen von Risikokapitalgebern und findigen Internet-Größen wie Amazon-Gründer Jeff Bezos oder eBay-Kopf Pierre Omidyar. Über elf Mil-

lionen Dollar betrogen die Investitionen. „Ich wollte eine bessere Welt schaffen“, meint der 38-Jährige, „eine, in der sich jeder verwirklichen kann.“ Schön gesagt.

Doch die Sinnstiftung übernimmt auch im neuen Leben die Konsumkultur. Zwar kommt jeder in die virtuelle Welt kostenlos rein – um eine Behausung kaufen zu können, werden aber monatlich 10 Dollar Premium-Zugang fällig. Kein Hinderungsgrund: Im Jänner lag die Zahl der zahlenden User bei 57.000 – ein Plus von 16 Prozent im Vergleich zum Vormonat, Tendenz stark steigend.

Goldrausch im virtuellen Westen.

Immobilien, T-Shirts, Tattoos, Sportgeräte – alles im Leben hat seinen Preis. Auch im zweiten. Gehandelt wird in Second Life mit eigener Währung, den Linden Dollars. Sie lassen sich an einer Börse in harte US-Dollar umwandeln. Der tagesaktuelle Kurs lässt sich nachlesen: 270 Linden Dollar sind etwa ein US-Dollar. Damit brodelte eine lebhaftes Schattenwirtschaft. Das Bruttosozialprodukt der Miniatur-Volkswirtschaft beträgt 220 Millionen Dollar jährlich. Allein im Jänner wech-



KLAUS HAMMERMÜLLER, der Schöpfer: Tauschte Auto gegen virtuelle Insel

EIN MANN muss Prioritäten setzen. Für den IBM-Programmierer bedeutet das: Trenn dich von weltlichen Gütern – schaff dir lieber virtuelle an. Der Internet-Experte verkaufte seinen MG und legte sich für 1.650 Dollar und 300 Dollar Monatsmiete eine Pixel-Insel im Second Life zu. Dort baut er mit Freunden auf der ganzen Welt seine Vision eines besseren Lebens: voll Frieden und frei von CO₂-Emissionen.



TIM MRKWICKA, der Einsteiger: Ist er schon bereit fürs zweite Leben?

„MAKABER UND SCHRÄG“ – so das Urteil von Tim Mrkwicka über „Help Island“, jene Insel, auf der jeder neue Second-Life-User zunächst lernt, wie er sich im zweiten Leben zurechtfindet. „Überall stehen halbfertige Avatare rund um andere laufen oder fliegen mit ausdruckslosem Gesicht ziellos durch die Gegend. Eigentlich ist es zu Beginn gruselig.“ Dabei raten

die Second-Life-Macher allen Usern, möglichst lange auf der Insel zu bleiben und zu lernen. Denn läuft man durch das „Exit“-Tor in die richtige Parallelwelt, findet man nie mehr zurück nach „Help Island“. Mrkwicka: „Ich habe dort ein Mädels kennen gelernt. Als ich nach zwei Spieltagen weg von der Insel wollte, kam die bange Frage: „Bist du wirklich sicher, dass wir schon in die Welt raus sollen?“ Es ist sonderbar. Aber manche kippen da richtig rein.“

MANU NITSCH, die Unternehmerin: Jettet als Avatar öfters nach Venice Beach – und verkauft Fotos über eine virtuelle Galerie



ALS MUTTER zweier Kleinkinder kommt man gemeinhin selten nach Venice Beach, um in der Sonne zu fläzen, Drinks zu süffeln und mal nicht über Windeln nachzudenken. „Im

Second Life kann ich das immer – sobald die Kinder im Bett sind jedenfalls“, sagt Manu. Ganz nebenbei baut die Fotografin im zweiten Leben ein zweites Business auf: Zwei ihrer Bilder, die sie als „Zoe Robson“ in einer virtuellen Galerie präsentiert, hat sie bereits verkauft – eines sogar nach Tokio.



FOTOS: KATHARINA STÖGBULLER/3D, MR-FILM, WWW.VIRTUALWORLD2007.COM, WWW.TRIMEDIAGROUP.COM



ROBERT SONNLEITNER, der Kaiser in 3-D: Bastelt an seiner ‚Erlebniswelt Austria‘

UNSER LAND ist ein schönes Land. Findet zumindest Robert Sonnleitner. Weshalb er es jetzt nachbaut, aus Pixeln halt, im Second Life. „Man kann mit dem Riesenrad fahren, Schönbrunn besichtigen, Lesungen österreichischer Autoren besuchen oder über virtuelle Skipisten brettern.“ Die ersten Bauten stehen schon – und siehe da: Die ersten Japaner waren bereits zu Besuch. „Die haben mit der Snapshot-Funktion Bilder gemacht.“ 10.000 Euro Entwicklungskosten hat Sonnleitner bis jetzt in sein Projekt zur Tourismus-Förderung investiert. Zum Glück gibt's „Hilfshacker“ aus Holland, die an Österreich II mitbasteln.



► selten Linden Dollar im Wert von fünf Millionen US-Dollar die Hände. „Es ist eine Ökonomie in Goldgräberstimmung“, sagt Maic Masuch, Spieleprofessor an der Uni Magdeburg.

Urlaub in Digitalia. Keine Frage: Die digitale Landmasse wird mit Geschäftseifer besiedelt. Schon gibt es 3.000 User, die mit ihrem virtuellen Beruf – vom Freudenmädchen bis

zum Arzt – mehr als 20.000 Dollar im Jahr verdienen. Die Meldung von der ersten Second-Life-Millionärin, der deutschen Ex-Lehrerin Ailin Gräf, die als Immobilienmaklerin „Anshe Chung“ mit mehreren Dutzend Angestellten fungiert, befeuert die Online-Pioniere.

Auch Robert Sonnleitner. Der Tüftler aus Wien bastelt



GELD liegt auf der Pixel-Straße. Wer in Discos rumsitzt, verdient Cash.

an der virtuellen Erlebniswelt Austria, wo User durch Schönbrunn oder den Wurstelprater fahren sollen. „Für Touristen ein toller Benefit – sie können sich online anschauen, wo sie in der Realität dann hinfahren.“ Kooperationen mit Tourismus-Anbietern sind angedacht. Ob die Idee aufgeht? Die Chancen stehen gar nicht schlecht.

Konzernzentrale Neue Welt. Denn schon pumpen die ganz Großen Geld in die Pixelwelt:

- Warner Bros. promoten neue Alben mit virtuellen Clips und Events – U2 war schon da, Depeche Mode auch.
- Euro-Relais, Anbieter ►



Big Biz in Pixeltown

KONZERNE IN SECOND LIFE. Adidas verkauft virtuelle Schuhe an Avatare, die Nachrichtenagentur Reuters liefert Nachrichten aus der Pixelwelt, und Mercedes bittet zur Probefahrt.

► exklusiver Ferienhäuser, bietet seit dieser Woche seine Villen zum Probewohnen im Second Life an.

● Adidas verkaufte hier 23.000 Stück des virtuellen Schuhs A3 Microride und erzielte damit einen Erlös von 1,2 Millionen – Linden Dollars, freilich. Peanuts? Vielleicht. Aber so verbringen User zumindest ein bisserl Zeit vorm Markenlogo.

● Derart getunt, errichten sogar Autohäuser wie Mercedes-Benz

und Mazda virtuelle Niederlassungen, wo User die neuesten Modelle probefahren können.

Größter Winner des digitalen Goldrauchs ist die Firma „Millions of Us“, die für rund 100.000 Dollar Second-Life-Auftritte für Unternehmen entwickelt. Zu den Kunden zählen IT-Größen wie Intel, Cnet, Toyota oder Sun Microsystems. Im ersten Quartal 2007 wollen die Digi-Architekten eine Million Umsatz machen. ►

„Wir sind Schöpfer einer neuen, besseren Welt“

INTERVIEW. Philip Rosedale, der ‚Gottvater‘ des Second Life, über Erfolg und Börsengang.

DREI JAHRE bastelten 110 Entwickler um Philip Rosedale, Chef der Softwareschmiede Linden Lab, an der Parallelwelt Second Life. Die lange Schöpfungsgeschichte lohnte: Allein 2006 sammelte Linden Lab 11 Mio. Dollar Venture-Capital ein. Doch der wahre Goldrausch geht jetzt erst richtig los.

NEWS: Herr Rosedale – sind Sie der Gott im zweiten Leben?

ROSEDALE: Keine üble Idee ...

Quatsch! Ich sehe mich eher als geistigen Architekten.

NEWS: Der Bauplan findet anscheinend Gefallen ...

ROSEDALE: Wir haben

ja nur den Grundriss geschaffen. Darin liegt auch der Erfolg: Jeder User findet endlos viele Möglichkeiten, wie er sein zweites Leben gestaltet.

NEWS: Ist dieses Leben besser?

ROSEDALE: Wenn man seine Träume leben will – sicher.

NEWS: Wo liegen die Grenzen dieses Wachstums?

ROSEDALE: Gibt's nicht. Wir wollen eine Wachstumsgeschichte wie Google hinlegen. Second Life hat das Potenzial, soziale Netzwerke wie MySpace abzulösen, da man bei uns viel persönlicher kommunizieren kann.

NEWS: Seit Monaten wird über einen Börsengang spekuliert ...

ROSEDALE: Wir bleiben privat.

„Wir wollen ein Wachstum wie Google hinlegen.“

Second-Life-Erfinder Rosedale



► Sepp Tschernutter, Chef der PR-Agentur Trimedia Austria, die ebenfalls eine Insel in Second Life besiedelt: „Jetzt will jeder drin sein. Nun geht's darum, das soziale Biotop für die Marketingwelt zu erforschen.“ „Behavioural Targeting“ nennt sich die Technik, die von unserem Online-Verhalten lernt und so die Fantasien der Werbestrategen beflügelt. Das funktioniert so: Wer im Second Life einen Adidas-Schuh probiert, soll ihn ein paar Tage später auf Amazon angeboten bekommen.

Big Blue träumt weiter. Für den IT-Riesen IBM ist die neue Welt weit mehr als eine Marketingmaßnahme. Über zehn Millionen Dollar investiert Big Blue in die Erforschung des Second-Life-Nutzens für Kundenservice und E-Learning. IBM-Experte Anton Fricko: „Wir können hier Simulationen von Pipeline-Schaltanlagen testen oder Konferenzen abhalten.“ Ein Testfeld, dessen wahres Potenzial bei weitem nicht ermessbar ist. Fricko: „Wir sind überzeugt, dass in Zukunft neben dem Web eine zweite Welt in 3 D existiert. Die User werden durch Türen auf Pages ins virtuelle Universum switchen und dort Produkte probieren, die sie dann in der Realität ordern. Ob dies unbedingt bei Second Life passiert, steht aber in den Sternen.“

Denn, und hier liegt der Witz an der Sache: Je schneller die derzeit prominenteste 3-D-Inselwelt wächst, desto unübersichtlicher wird sie. Und damit auch sehr viel einsamer.

N. SIEBERT, MITARBEIT: U. KRESTEL