

## Virtuelle Welt

Über sechs Millionen registrierte Nutzer zählt das Internet-Portal Second Life. Besucher können sich eine zweite virtuelle Identität in dieser Cyberwelt verschaffen. Die Medien haben sich auf diese 3-D-Welt gestürzt, obwohl die wenigsten Besucher dieser Welt wiederkommen. Dennoch ist ein Trend zu beobachten, dass immer mehr Menschen in Online-Netzwerken wie dem StudiVZ oder Xing Mitglied sind.

■ Weitere Informationen im Internet:  
www.slinfo.de  
secondlife.com

## Pädophile im Internet

pak. Nachdem das mediale Interesse an dem Portal Second Life immer größer geworden ist, hat es auch seine Schattenseiten gezeigt. So wurde die virtuelle Welt laut der ARD-Sendung „Report Mainz“ genutzt, Kinderpornografie zu verbreiten. Nach Einschätzung der Staatsanwaltschaft war der dokumentierte Fall vermutlich kein Einzelfall. „Ich gehe davon aus, dass nicht nur in einem Raum Kinderpornografie gehandelt wird“, sagte Oberstaatsanwalt Vogt von der Zentralstelle gegen Kinderpornografie. In dem Raum seien mehr als 100 User gewesen.

**WIESBADEN** Fast jeden Tag wird irgendwo über Second Life berichtet. Sechs Millionen registrierte Nutzer suggerieren auch eine große Community. Die wenigsten Nutzer kommen aber wieder.

Von  
Patrick Körber

Sogar der dicke Calli ist drin. Der ehemalige Manager von Bayer Leverkusen Reiner Calmund betreibt Werbung in eigener Sache und hat sich ein Konterfei in der virtuellen Welt von Second Life programmieren lassen. Ebenso voluminös und pausbäckig. Calli hat eine eigene Insel in Second Life gekauft. Und natürlich gibt's auf seiner Insel ein eigenes Stadion (gähnend leer) und – wen wundert's – kann dort Bandenwerbung geschaltet werden.

Second Life hat eine Art Goldgräberstimmung ausgelöst. Fast täglich flattern Pressemeldungen herein, welches Unternehmen gerade wieder einen Shop in der spärlich animierten 3-D-Welt von Linden-Lab eröffnet hat. Wer modern sein will, zeigt Präsenz in Second Life. „Unternehmen suchen dort ständig den Kontakt zu Trendzielgruppen, die sie in Second Life vermuten“, sagt der Wiesbadener Professor für Kommunikationsdesign Rüdiger Pichler. Zum Beispiel das

Jugendradio des Hessischen Rundfunk: You Fm hatte sich für ein paar Wochen eine Insel in Welt von SL gemietet: „Wir als junges Radio müssen dort hin gehen, wo die Hörer sind“, sagt Programmchef Jan Weyrauch. Der Sender will bei neuen Trends vorne mit dabei sein. Ohnehin glaubt Weyrauch, dass sich das Internet weiter zum Dreidimensionalen entwickeln. „In der Zukunft gehen wir in einem virtuellen Supermarkt einkaufen.“

So hat auch die private Konkurrenz von FFH ein Funkhaus in Second Life (SL) eröffnet. Im Foyer des virtuellen Funkhauses bekommt jeder Gast ein T-Shirt geschenkt. Die Besucher können dort auch Musik selbst auflegen.

Tolle Ideen, aber Experten halten Second Life mittlerweile für eine große Blase. Und als normaler Nutzer sieht man auch Anzeichen hierfür: Besuch man in SL Frankfurt bei Nacht, etwa den Messeturm oder Römer, darf man sich nicht grämen, allein dort unterwegs zu sein. Auch beim Rundflug über die Inselwelt von Second Life entdeckt man die Weiten der Einsamkeit. Und das bei sechs Millionen registrierten Besuchern. Registriert heißt eben nicht, dass die Besucher wiederkommen. Mehr als



Eine Straßenszene in der virtuellen Welt von Second Life. Drei Avatare.

Fotos: dpa

50000 Nutzer sind aber nie gleichzeitig in SL online. Eine nicht besonders bemerkenswerte Zahl, gemessen an der Medienpräsenz dieser virtuellen Welt. So macht der Wiesbadener Professor für Kommunikationsdesign Rüdiger Pichler vor allem den Namen „Second Life“ für den Erfolg der 3-D-

Welt verantwortlich. Denn neu ist die Idee nicht, aber so viel Aufmerksamkeit wie SL bekam bislang kein anderes Portal in den Medien.

Schließlich ist es aber doch ganz nett, mal in die Rolle eines Avatars wechseln. Aussehen bis hin zu den Gesichtszügen, und Kleidung kann der regist-

rierte Nutzer selbst bestimmen. Mit anderen Avataren kann man chatten. Amüsiert beobachtet man etwa, wie ein männlicher Avatar eine vollbusige Blondine mit einem Kompliment zu ihrer exorbitanten Oberweite anmacht. Sie reagiert mit einer lachenden Geste. Letztlich sagt das aber

nichts über den Flirtfaktor aus, gibt es mittlerweile Statistiken, die nahelegen, dass ein Drittel der Nutzer sein Geschlecht in SL verkehrt. Somit lässt sich schwerlich feststellen, ob man eine Frau oder einen Mann angebaggert hat. Aber Realität ist in Second Life das, was man sieht.

Jedoch verwehren sich SL-Nutzer in Foren dagegen, dass Second Life ein Spiel ist. Einige behaupten, dort ein zweites Leben zu leben. Es scheint eine überschaubare Community zu sein, die sich regelmäßig in Second Life rumtreibt. Zehn Prozent der Nutzer verbrachten 40 Stunden pro Woche in Second Life, berichtet die Internetagentur ffm crossmedia, die die Stadt Frankfurt in die Welt von Second Life gestellt hat.

Eine große Masse ließ sich bislang nicht dauerhaft von dieser virtuellen Welt faszinieren. Mit gutem Grund: Die Grafische Darstellung ist gegenüber modernen Computerspielen ärmlich. Die dort präsentierte Welt ist vor allem dann langweilig, wenn man nicht gewillt ist, etwa für virtuelle Klamotten oder Autos echtes Geld auszugeben. So bleibt das Ganze wohl eher eine Medienblase und eine Spielweise für Internetagenturen, PR-Firmen und einige Fans.

## Echte Wirtschaft in virtueller Welt

Der Handel im Cyperspace gedeiht

tl/pak. WIESBADEN Rund sechs Millionen Nutzer haben sich in Second Life ein zweites Leben zugelegt. Sie erfinden sich in der virtuellen Phantasiewelt einen Beruf, verdienen virtuelles Geld (den so genannten Linden Dollar), kaufen eigenes Land, bauen Immobilien und richten es sich dort mit Hilfe von selbst gebauten oder im Web gekauften 3D-Möbeln gemächlich ein.

Auf fast 300 Quadratkilometern breitet sich die virtuelle Spielwelt aus. Auch eine fiktive Ökonomie hat sich in Second Life gebildet, in der an einer virtuellen Börse US-Dollars gegen Linden Dollars getauscht werden können. 1000 Linden Dollar kosten etwa 3,70 US-Dollar (2,80 Euro). Immerhin ist der virtuelle Lebensstil günstiger als im realen Leben: Eine Jeans kostet umgerechnet 0,42 Euro, ein schickes Damen-Outfit 1,42 Euro, 14,25

Unternehmerinnen ist Anshe Chung. Sie arbeitet im ersten Leben als Lehrerin in Hessen und gilt als erste Linden-Dollar-Millionärin in Second Life. Ihre Geschäftsidee ist einfach: Sie verschönert auf Wunsch Avatare und hat mit dieser Dienstleistung großen Erfolg, denn für neue Spieler ist die Bedienung der Software oft zu aufwändig. In der realen Welt ist sie wiederum absolut medienscheu, lehnt jegliche Interviews ab.

Solche Erfolgsmeldungen und die Tatsache, dass viele User fünf Stunden und mehr am Tag in Second Life verbringen, hat inzwischen auch reale Wirtschaftsunternehmen (neu)gierig gemacht. Bereits im September vergangenen Jahres eröffnete Adidas eine virtuelle Filiale in Second Life. „Wir verkaufen dort ‚Adidas Microdrive a3 Schuhe‘ für 50 Linden Dollar“, erklärt Oliver Brüggen, Sprecher des Unternehmens. Die virtuellen Spieler hätten auf der firmeneigenen Insel in eigens kreierten Trainingscamps auch die Möglichkeit, die angebotenen Sportschuhe auf Trampolinen zu testen. Nach nicht mal einem halben Jahr habe der Sportbekleidungshersteller 22.850 Schuhpaare, was einem Umsatz von 1,15 Millionen Linden Dollar entspricht, verkauft. In harter Währung sind das allerdings nur rund 3220 Euro.

Neben Adidas haben auch BMW, General Motors, Toyota, Dell und auch Städte wie Frankfurt oder die hessischen Radiosender FFH oder You Fm virtuelle Räume in der Cyberwelt errichtet. Sie könnten in Zukunft auch zur internen Kommunikation dienen, etwa für Konferenzen oder zum chatten. „Die entspannte Online-Welt wird durch das Web 2.0 endlich persönlicher“, sagt Maik Hammerschmidt. Der Spezialist für Online-Marketing und E-Commerce von der Universität Mannheim erklärt, dass virtuelle Verkaufsräume eine zusätzliche Zufriedenheit und eine Bindung zum Kunden schaffen können. Immer häufiger versuchten Firmen virtuelle Berater zu kreieren, die das Internet für den Nutzer freundlicher und angenehmer machten. Deswegen glaubt Hammerschmidt, dass solche virtuellen Welten künftig auch als wichtige Instrumente beim Marketing eingesetzt werden könnten.

## Wo es reizvoll ist, dem Ex-Freund nachzuspionieren

Rund zwei Millionen Studenten sind im StudiVZ registriert/Idee der Vernetzung kommt gut an/Schwarze Zahlen in 2008

pak. WIESBADEN Hat ein Internetportal viele Nutzer, ist es anscheinend auch viel wert. Schätzungsweise 85 Millionen Euro war der Unternehmensgruppe Holtzbrinck das Netzwerk-Portal StudiVZ wert. Rund zwei Millionen Studenten aus ganz Deutschland sind dort registriert. StudiVZ hatte eine Handvoll Studenten aufgebaut, die Holtzbrinck ebenfalls übernommen hat. „Das Community-Thema verstehen wir als Verleger nicht so gut, deshalb war es für uns völlig logisch, die bisherige Geschäftsführung zu übernehmen“, sagt Konstantin Urban, Geschäftsführer von Holtzbrinck Network. Sukzessive führt Holtzbrinck nun Wer-

bung in StudiVZ ein. Allerdings „sehr vorsichtig“, denn man wolle die studentische Community nicht verprellen. Urban ist dennoch zuversichtlich bereits für das Jahr 2008 schwarze Zahlen zu schreiben. Und die Stellengesuche auf der Holtzbrinck-Seite zeigen, dass die Verlagsgruppe hohe Erwartungen an StudiVZ hat. Bis wann sich allerdings die Investitionskosten amortisiert haben werden, vermag Urban nicht zu sagen.

Aber was macht das Portal bei Studenten so beliebt? „Es ist die leichteste Möglichkeit, sich von universitären Pflichten abzulenken“, meint die Frankfurter Studentin Laura (26). Sie schätzt vor allem die

Gruppen, bei denen man Mitglied werden kann. Die 26-Jährige ist unter anderem der „Verbotenen Liebe“-Gruppe beigetreten. Auch der Wiesbadener CDU-Stadtverordnete und Student Stefan Spallek ist im StudiVZ zu finden. Er hat zum Beispiel eine Gruppe gegründet, in die er einen Kurier-Artikel eingestellt hat, der seinen Versprecher im Stadtparlament auf Korn nimmt. Mit viel Humor verulkelt sich der junge Spallek selbst. Aber auch andere kuriose Gruppen etwa ein Louis de Funès-Fanclub oder eine Gruppe „Mir können alles außer Hochdeutsch“ oder „I love Bush“. Es gehört zum guten Ton im StudiVZ, sich ein Portfolio an spaßigen Gruppen

zuzulegen. Deshalb will Laura demnächst auch „zusehen, eine runde Liste zusammenzubekommen“.

Studentin Daniela (26) ist tagtäglich im StudiVZ. Sie finde es besonders reizvoll, ihrem Ex-Freund hinterherzuspionieren. Denn viele Registrierte haben neben ihrem persönlichen Profil auch Fotoalben ins StudiVZ eingestellt. „Dort gucke ich, auf welchen Partys er sich so rumtreibt und wem er da so abhängt“, gibt Daniela unumwunden ihre Neugierde zu. Außerdem finde man über das StudiVZ leicht Leute, deren Telefonnummer man nicht hat. Und auch Laura findet: Selbst Leute, die wenig online sind und mit Computern gar

nicht so viel anfangen können, sind im StudiVZ.

So ist es bei dem Portal reizvoll, andere Personen zu „gruscheln“ – ein Kunstwort aus kuscheln und grüßen – also auch unbekannterweise Kontakt aufnehmen kann. Mit seinen Freunden kann man sich ebenfalls vernetzen, indem man einen anderen Nutzer als „Freund“ hinzufügt. Bestätigt der andere Nutzer die Freundschaft, wird die Verbindung beider Personen angezeigt. Der Effekt „wie klein ist doch die Welt“ wird ganz deutlich, wenn man merkt, wen man über welche Ecken kennt. Um den Markt auch nach unten abzudecken, hat Holtzbrinck auch ein SchülerVZ gestartet.

## Kurier-Interview

# „Second Life trifft den Nerv unserer Zeit“

Der Wiesbadener Professor für Kommunikationsdesign Rüdiger Pichler über Interaktion im Internet

WIESBADEN Kommunikation findet heute in großen Teilen im Internet statt. Darüber und zu der Frage, warum Second Life so präsent in den Medien ist, haben wir mit dem Professor für Kommunikationsdesign an der FH Wiesbaden, Rüdiger Pichler, gesprochen.

**Frage:** Herr Pichler, warum sind Netzwerk-Portale wie StudiVZ, Xing oder Stay Friends so erfolgreich?

**Pichler:** Die Themenangebote der Portale sprechen das natürliche menschliche Bedürfnis nach Interessenbezogener Gemeinschaft und sozialen Kontakten an. Die vielfältigen Möglichkeiten digitaler Kommunikation machen den Dialog schneller und einfacher.

**Frage:** Ein regelrechter Medien-Hype hat sich um das Portal Second Life entwickelt. Ist Second Life überschätzt – grafisch sieht das Ganze doch sehr dürftig aus...

**Pichler:** Die große Zahl registrierter Portalbesucher täuscht nicht über die vergleichsweise geringe Zahl regelmäßiger Second Life-Nutzer hinweg. Dennoch trifft Second Life wohl einen besonderen Nerv unserer Zeit. Die Relevanz und Nachhaltigkeit von Second Life als Massenportal

lässt sich heute nicht abschließend bewerten. Der künftige Erfolg des Portals hängt sowohl von der technischen als auch visuellen Weiterentwicklung ab. Dennoch eignet sich Second Life als Kommunikationsplattform für die angewandte Erforschung von gesellschafts- und wirtschaftskommunikativen Fragestellungen: Wie kann Kommunikation künftig gestaltet werden beziehungsweise wie muss sie vor dem Hintergrund eines sich rasch wandelnden Kommunikationsverhaltens künftig gestaltet sein?

**Frage:** Warum haben so viele Firmen ein Interesse daran, in Second Life präsent zu sein?

**Pichler:** Geld lässt sich dort nur schwerlich verdienen. Die Idee von Second Life kommt bestehend einfach daher und befähigt die unternehmerische Fantasie. Das Versprechen lautet: Erfinde und gestalte die Welt, so wie sie dir gefällt. Die scheinbar grenzenlose Selbstbestimmbarkeit fasziniert nicht nur den Einzelnen sondern Konzerne und Institutionen gleichermaßen. Aktuell lässt sich eine enorme Nachfrage nach Dienstleistungen in den Bereichen der digitalen Kommunikation beobachten. In der virtuellen Welt können kleinste Unternehmen schnell, ohne viel Aufwand und mit geringem finanziellen Risiko

globale Markenwelten und gigantische Shops entstehen lassen.

**Frage:** Entwickler sprechen davon, dass Second Life das Internet der Zukunft ist...

**Pichler:** Second Life stellt ein spannendes Experimenten-



Rüdiger Pichler, Professor für Kommunikationsdesign.

tierfeld für neue Kommunikationsformen dar. Hier können zukunftsweisende Formate für die konzeptionelle, inhaltliche und formale Kommunikationsgestaltung entwickelt und erprobt werden, die sich, abseits von Second Life, auf unser gesamtes zukünftiges Informations- und Kommunikationsverhalten auswirken könnten. Die

lebendigere Aufbereitung von Informationen steigert beim Publikum nicht nur den Unterhaltungswert von zum Beispiel Fernsehsendungen, sondern, wie Studien belegen, auch die Aufnahmebereitschaft und das Verständnis von Inhalten. Damit kann das Interesse an komplizierten Themen gesteigert werden. Die Kommunikation der Zukunft verspricht, dass wir uns jede gewünschte Information, multimedial aufbereitet, wann immer und wo immer wir wollen, verfügbar machen können. Der Einzelne wird im Extremfall zum Autor, Regisseur, Darsteller und Produzent von Kommunikation in einer Person, auf der weltweiten Suche nach Publikum.

**Frage:** Halten Sie Second Life für eine zweite Realität oder leiden vielmehr die, die dort Dutzende Stunden pro Woche verbringen, unter einem Realitätsverlust?

**Pichler:** Wie wirklich ist die Wirklichkeit? fragte schon der Kommunikationsforscher Paul Watzlawick. Ich halte Second Life für eine von vielen erlebbareren Realitäten, vergleichbar mit Fernsehen. Der gravierende Unterschied besteht darin, dass der Einzelne in Second Life die Programmgestaltung selbst bestimmen kann. Der Suchfaktor von Second Life sollte nicht überbewertet wer-

den. Das Beste an Second Life ist eigentlich der Name. Ich glaube, dass der Name für dieses in seiner Struktur relativ generische Internetportal sehr geschickt gewählt wurde, weil er bei manchen Menschen Hoffnungen und Träume weckt, auf deren Erfüllung sie im realen Leben vielleicht vergebens warten.

**Frage:** Die Berliner Universität der Künste gestaltet in Second Life virtuelle Studienangebote. Planen Sie im Wiesbadener Studiengang Kommunikationsdesign vergleichbares?

**Pichler:** Im Studiengang Kommunikationsdesign beobachten wir das Geschehen in Second Life sehr aufmerksam. Ich halte aber eine virtuelle Präsenz unserer Hochschule zur jetzigen Zeit noch nicht für sinnvoll. Allerdings zeichnet sich ab, dass die erweiterten Gestaltungsmöglichkeiten digitaler Kommunikation neue Betätigungsfelder und Berufsfelder für angehende Kommunikationsdesigner entstehen lassen. Der Bedarf an digitaler und besonders konzeptioneller Designkompetenz nimmt rasant zu, so dass wir die Studienangebote in diesem Bereich angemessen ausbauen.

■ Das Gespräch führte Patrick Körber.



Wie sieht ein Second-Life-Nutzer in Wirklichkeit aus?

Euro kostet eine Villa, 4000 Quadratmeter Land sind für monatlich 23 Euro Miete zu haben.

Über 50000 Firmen haben sich in Second Life gegründet. Das Kuriose: Die virtuellen Unternehmen haben sogar reale Angestellte. Anfang des Jahres gab es mehr als 65 kleine Firmen mit rund 300 Beschäftigten. Doch die Zahl derjenigen, die ihren Broterwerb über Second Life bestreiten, dürfte sogar noch höher liegen, denn passionierte Spieler, die täglich mehrere Stunden vor dem Bildschirm verbringen, bieten inzwischen ihre Dienste gegen Entlohnung an. Sie spielen dafür einen Charakter, wenn der eigentliche Besitzer schläft oder keine Zeit hat.

Eine der bekanntesten und erfolgreichsten Second Life-