

10 Gründe gegen Second Life

Warum Unternehmen sich nicht in der virtuellen Welt engagieren sollten

In Fernsehen, Zeitungen, Wirtschaftsmagazinen und Weblogs ist die virtuelle Welt „Second Life“ momentan allgegenwärtig. Millionen Menschen nutzen es und auch zahlreiche Unternehmen sind bereits in Second Life aktiv. Doch zu euphorisch und undifferenziert wird häufig über diesen neuen Trend berichtet.

Gerade Unternehmen sollten sich gut überlegen, ob und in welcher Form sie sich auf Second Life engagieren sollten. Unter Umständen kann sich eine Präsenz im "zweiten Leben" vieler Internet-Nutzer sogar kontraproduktiv auswirken. Daher ist es wichtig, sich kritisch mit dem Thema auseinanderzusetzen, wie dies bei Innovationen üblich ist, und auch die Gründe zu betrachten, die gegen Second Life sprechen:

1. Blindes Engagement

Gerade die Dot-com-Pleite hat gezeigt, dass ein blindes Agieren und Folgen von Trends gefährlich für Unternehmen sein kann. Schlagzeilen wie „Second Life hat seine erste Millionärin“ oder „IBM, BMW und Adidas engagieren sich auf Second Life“, sollten daher nicht entscheidend für ein Engagement sein. Die Gefahr, einen Trend zu verschlafen, ist zweifellos ein wichtiger Aspekt, darf aber nicht der alleinige Auslöser sein.

2. Kein Mehrwert erkennbar

Auch auf Second Life sollte für ein Unternehmen, wie im realen Wirtschaftsleben, ein Mehrwert erkennbar sein. Softwareunternehmen wurden dieser Frage in den letzten Jahren massiv ausgesetzt. Es existieren zu beinahe allen betriebswirt-

schaftlichen Softwarelösungen ROI-Berechnungen und Best-Practice-Beispiele, die Unternehmen vom Mehrwert überzeugen sollen. In Publikationen zu Second Life ist von einem Mehrwert für Unternehmen allerdings kaum etwas zu finden. Doch nur wenn es gelingt, diesen klar herauszuarbeiten, werden Unternehmen ihre Aufwendungen nicht auf das Marketingbudget verbuchen und auf einen Nutzen hoffen müssen, den sie nie genau beweisen können.

3. Geringe Reichweite

Betrachtet man ein Engagement auf Second Life aus der Sicht des Marketings kommt unweigerlich die Frage nach der Reichweite auf. In den Medien wird immer wieder über die zunehmende Verbreitung gesprochen. Doch welche Zahlen werden hier angeführt? Zumeist wird die Zahl der Avatare, also der Spiel-Figuren von angemeldeten Benutzern, genannt. Diese soll laut Medienberichten aus dem Mai 2007 bei 6 Millionen liegen. Diese Zahl ist aber nicht gleichbedeutend mit regelmäßigen Usern. Viele Internetnutzer legen zwar aus Neugier einen Avatar in der Online-Welt an, besuchen diese aber nach wenigen Tagen nicht mehr. Auch kann ein User mehrere Avatare besitzen und viele machen von dieser Möglichkeit auch Gebrauch. Es muss also davon ausgegangen werden, dass die Zahl der wirklichen Nutzer und damit der Personen, die man mit Second Life erreichen kann, deutlich geringer ist. Noch ernüchternder wird es, wenn man betrachtet, dass die maximale Zahl an Avataren, die gleichzeitig online sind, ja nach Tageszeit bisher zwischen 15.000 und 40.000 liegt. Jedem wird sofort klar, wie klein die Zielgruppe auf Second Life ist. ▶

Life derzeit ist. Erschwerend kommt hinzu, dass sich die User dieser Avatare über den gesamten Erdball verteilen und ein gezieltes Marketing so kaum möglich erscheint.

4. Eingeschränkte Kommunikation

Wenn die Reichweite zumindest derzeit noch eher von geringer Bedeutung ist, stellt möglicherweise die Art der Kommunikation eine zukunftsweisende Entwicklung dar. Doch jeder, der bereits in Second Life unterwegs war, erkennt sofort, dass es sich lediglich um einen Chat in einer 3D-Welt handelt und Text über die Tastatur eingegeben werden muss. Tippfehler, schlechte schriftliche Ausdrucksweise oder ein generell schlechtes Englisch sind dort virtueller Alltag. Die Art der Kommunikation ist bei Second Life nicht innovativ. Interessanter und spannender wäre es erst, wenn ein Avatar zum Beispiel aus dem eingegebenen Text Mimik und Gestik erzeugen könnte. Dies ist jedoch nicht möglich, der Avatar bleibt starr stehen und die Interaktion ist sehr eingeschränkt.

5. Kaum sinnvolle Funktionen

Insgesamt ist der Funktionalitätsumfang in Second Life noch sehr rudimentär. Das Retrievalsystem ist nur bedingt geeignet, um nach Informationen zu suchen. Die Mehrzahl der Internet-User nutzt ohnehin Foren und Blogs, um sich mit anderen Nutzern im Internet auszutauschen. Eine echte Innovation, die über die ohnehin schon vorhandenen Möglichkeiten des Webs hinausgeht, ist in Second Life momentan nicht zu erkennen.

6. Abhängigkeit vom Betreiber

Auch wenn Second Life allen Nutzern offen steht, befindet es sich im Besitz eines einzigen Unternehmens: der US-Firma Linden Lab. Jeder, der sich auf Second Life engagiert, begibt sich daher

in eine Abhängigkeit. Wer Gebäude und Objekte auf Second Life erstellt, hat keine Möglichkeit, diese lokal auf seinem Rechner zu speichern. Es sind sogar bereits Objekte auf Second Life verschwunden. Doch was kann man tun, wenn das in mühevoller Arbeit erstellte Gebäude, das ja nur virtuell existiert, einfach verloren geht? Hierzu gibt es keinerlei Regelungen. Und auch die Verfügbarkeit von Second Life wird immer wieder bemängelt und Sicherheit und Backup sind derzeit eher als kritisch einzustufen. Regelungen



Sie wurden bewertet!
Und alle schauen hin!
Analyse von Foren, Blogs, Bewertungsportalen, Fansites etc.
www.infospeed.de

Anzeige

zum Schutz von Eigentum auf Second Life werden dringend benötigt, doch eine Abhängigkeit vom Betreiber ist grundsätzlich immer vorhanden.

7. Keine innovative Technologie

Insgesamt handelt es sich bei der zugrunde liegenden Technologie um keine echte Innovation. Die Programmiersprache LSL, mit der Objekte erzeugt werden können, ist leicht zu erlernen. Zudem muss, um Second Life nutzen zu können, ein GUI installiert werden. Second Life greift also nicht auf vorhandene Anwendung zurück. Aber sollte denn nicht der Browser zur zentralen ▶

Desktopanwendung werden? Ohnehin wird die Installation der notwendigen Anwendung bei vielen Interessierten ein jähes Ende finden, da die Hardwarevoraussetzungen beachtlich sind. Rechner, die keine leistungsfähigen Grafikkarten besitzen, sind kaum zu verwenden oder die Geschwindigkeit und der Bildaufbau erinnern an längst vergangen geglaubte Zeiten.

8. Hohe Aufwendungen

Wie bei vielen schnell aufkommenden Trends sind die erforderlichen Aufwendungen für einen Auftritt nicht unbeachtlich. Über Adidas kursiert das Gerücht, das Unternehmen habe mehr als 1 Mio € für seinen Auftritt ausgegeben. Derzeit ist die Zahl der Entwickler noch recht gering und die Preise damit relativ hoch. Nicht zu vernachlässigen sind auch die Kosten für die kontinuierliche Betreuung, die ein Unternehmen aufwenden muss. Da die Kommunikation als Chat geführt wird, muss ein Unternehmen dafür Personen bereit stellen. Dies ist mit Sicherheit ein Grund dafür, dass man in vielen Gebäuden nur selten jemanden antrifft. Doch ein Geschäft, das man mehrfach leer oder verschlossen angetroffen hat, wird man wohl so bald nicht wieder aufsuchen.

9. Anonymität

Das Grundprinzip von Second Life ist es, dass die User anonym sein können. Die meisten von ihnen machen davon auch ausgiebig Gebrauch und agieren hinter einem Avatar mit völlig anderem Aussehen und oft auch anderem Geschlecht als in der Realität. Die Anonymität gilt jedoch nur für Personen, nicht für Unternehmen. Diese sollen sich möglichst ehrlich darstellen. Firmen wie Adidas oder IBM präsentieren sich wie im realen Leben mit ihrer Identität, denn ihnen ist bewusst, dass die Second-Life-Community jegliche Täuschung übel nehmen würde. Viele Internetnutzer reagieren ohnehin empfindlich auf Werbung im

Netz und nutzen Second Life vor allem, um versteckt hinter ihrer virtuellen Identität mit anderen Nutzern zu chatten. An Produktinformationen oder ähnlichem sind sie nicht interessiert und eine gezielte Zielgruppenansprache ist auf Grund der Anonymität für ein Unternehmen auch kaum möglich. So ist Second Life vor allem ein Zeitvertreib für Internet-Surfer, der Marketingnutzen für Unternehmen jedoch eher begrenzt.

10. Imageverschlechterung

Jedes Unternehmen sollte sich vor einem Engagement bei Second Life die Frage beantworten, welche Auswirkungen es sich eigentlich von der virtuellen Welt verspricht. Eine alleinige Präsenz ohne jegliche Aktivitäten wirkt sich wohl kaum positiv auf das Firmenimage auswirken. Im Gegenteil: Fehlen einem Unternehmen nach dem Abflauen der ersten Euphorie die Zeit und das Geld, um täglich aktiv zu bleiben, und existiert von ihnen daher nur ein verwaistes virtuelles Grundstück mit kaum mehr als einem Firmenschild, wird das Unternehmen kein sehr innovatives Bild abgeben. Zudem muss das Umfeld betrachtet werden, in welches man sich begibt. Anarchie, Sex und Gewalt prägen derzeit stark das Bild von Second Life. An den Eingangstüren vieler Gebäude sind Schilder angebracht, die das Betreten der Häuser mit Waffen untersagen. Allgemein gültige Gesetze gibt es nicht. Es existieren nur diejenigen Regelungen, die ein Landbesitzer für seinen eigenen Grund und Boden erlässt. So herrscht auf Second Life ein digitaler Feudalismus: wessen Insel, dessen Regeln. Welches Wirtschaftsunternehmen möchte sich in einer solchen Welt präsentieren oder die Gesamtheit der Second-Life-User als seine Zielgruppe bezeichnen? ■

von Prof. Dr. Matthias Fank