

flyer

2/2007

VIRTUELLE WELTEN



Wie wirklich sind virtuelle Welten?

Wer einmal drin war, weiss: Sie sind überraschend real, die virtuellen Welten wie Second Life, Entropia Universe und There.com. Für manche sind sie wirklicher als das wirkliche Leben. Wer sich auf die Reise in diese Welten begibt, vergisst schnell und gern, dass er in einer künstlichen Umgebung ist. Alles wird lebhaftig erlebt, was und wen man antrifft. Wer eintaucht, bleibt nicht Beobachter, sondern mutiert zum Macher. Er agiert, er reagiert, er kommuniziert. Häufig sogar aktiver, beherzter, mitteilbarer und mutiger als im realen Leben. Kein Wunder: Physische Begrenzungen gibt es (fast) keine. Das Ich weitet sich mit den neuen Horizonten.

Die Faszination entsteht durch den fesselnden Charakter der 3D-Grafik. Darum lassen sich virtuelle Welten auch nur unzulänglich beschreiben oder vorführen: Man muss es selbst erfahren, muss am eigenen Leib miterleben, wie das 3D-Internet Distanzen überwindet, Räume aufhebt, Begegnungen ermöglicht.

Ohne Aufwand werden neue Bekanntschaften gemacht, Freunde auf der ganzen Welt gefunden. Geografisch getrennte Benutzer arbeiten ohne Grenzen und Hierarchien zusammen. Rasch werden für die mannigfaltigsten Arbeiten und Aufgaben Interessierte gefun-

den. Anwender können sich schneller als in jedem andern Markt zusammenschliessen, können gestärkt der Konkurrenz begegnen. Selbst die archaisch anmutenden Navigations- und Kommunikationsmittel, wie sie in Second Life zurzeit noch verwendet werden, scheinen der Verständigung keinen Abbruch zu tun. Als Unternehmer kann man direkt neidisch werden.

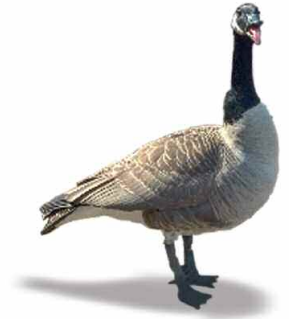
Wie virtuelle Welten Wirklichkeit wurden.

Erste Versuche, Virtual Reality zu schaffen, stammen aus dem frühen 20. Jahrhundert. Zu den bekanntesten Anwendungen gehören 3D-Filmexperimente und primitive Flugsimulatoren.

Ein historischer Meilenstein in der Entwicklung konnte 1970 gefeiert werden, als an der University of Utah der erste «Cyberhelm» vorgestellt wurde, das so genannte Head Mounted Display. Das Display war allerdings so schwer, dass es an der Decke befestigt werden musste. Im Helm waren Mini-Monitore integriert. Sensoren massen die Kopfbewegungen und sorgten für die richtige Perspektive des Bildes. Der Helm aber war eine Pioniertat – nie war man vorher dem Eintauchen (Immersion) in eine künstliche Welt und dem sinnhaften Erleben dieser neu erschaffenen Welt näher gekommen. Die Entwicklung führte zur Datenbrille, leicht

100 MINUTEN TÄGLICH IN DER VIRTUELLEN WELT

oder rund 50 Stunden verbrachten die rund 4300 Schweizer Avatare online in Second Life im September 2007. Allen Unkenrufen zum Trotz wächst die Online-Zeit der Nutzer kontinuierlich. Der TV-Konsum der Deutschschweizer dagegen stagniert seit einigen Jahren bei knappen 150 Minuten pro Tag. Seit Oktober 2007 sind über 10 Millionen Avatare in Second Life angemeldet. Die Zahl der aktiven Nutzer bewegt sich seit einigen Monaten bei etwa 500 000. Verglichen mit den 1.2 Milliarden Internetnutzern bewegen sich die geschätzten 100 Millionen Nutzer der virtuellen Welten noch in einer Nische. Doch viele der weit über 100 virtuellen Welten (Online-Spiele nicht mitgezählt) wachsen rasch: 3 Millionen registrierten sich in Barbie-Girls virtueller Welt in den ersten 60 Tagen, Habbo Hotel, eine Welt für Teenies, zählt mehr als 7 Millionen regelmässige Besucher und Südkoreas Cyworld besitzt eine asiatische Population von 20 Millionen.



tragbar und vernetzbar. Die Brille – noch im Prototypstadium – kann die echte Realität jederzeit gegen eine künstliche austauschen oder beide mischen.

Geografisch entfernte Sitzungsteilnehmer können damit neben physisch anwesenden Teilnehmern im selben Raum angezeigt werden.

In den 80er Jahren wurde der Datenhandschuh (DataGlove) erfunden, das bekannteste Eingabegerät, um sich in der virtuellen Realität zu bewegen. Etwa zur selben Zeit lancierte LucasArts «Habitat», ein erster Schritt, Rollenspiele in einer Online Community durchzuführen.

In den 90er Jahren entwickelte Matsushita die virtuelle Küche, eine der ersten kommerziell genutzten Anwendungen für Endverbraucher. Kunden gaben den Grundriss ihrer Küche ein und bestückten sie aus einer Auswahl von 80 000 Küchengeräten und Einrichtungsobjekten.

Heute sind virtuelle Technologien gang und gäbe. In der dreidimensionalen künstlichen Welt lässt sich ausgiebig und risikofrei experimentieren. Das nutzt auch die Autoindustrie. Die neue C-Klasse von Mercedes-Benz kam beispielsweise als erstes Serienfahrzeug der Welt auf den Markt, das ausschliesslich auf Basis eines digitalen Prototypen entwickelt wurde.

Konsequenterweise fand im Frühjahr 2006 die Enthüllung des neuen C-Klasse-Modells im Second Life-Showroom von Mercedes-Benz statt, noch bevor das Auto physisch real präsentiert wurde.

wickelt wurde. Konsequenterweise fand im Frühjahr 2006 die Enthüllung des neuen C-Klasse-Modells im Second Life-Showroom von Mercedes-Benz statt, noch bevor das Auto physisch real präsentiert wurde.

Internet und künstliche Welten wachsen zusammen.

Leistungsfähige PCs und Grafikkarten, Breitband-Netz und neue Software zusammen ermöglichen die Schaffung virtueller Welten. Und das Internet ermöglicht den Zugang zu diesen Welten von überall her. Zwar ist die Software noch nicht ausgereift, die Taktfrequenz der Verbesserungen ist aber vielfach höher als bei den Geschäftsapplikationen.

Die Technologie für virtuelle Welten ist noch nicht standardisiert. Avatare sind darum an ihre Ursprungswelt gebunden. Und noch existiert kein «Metaverse Browser», mit dem quer durch alle Welten gesurft werden kann. Doch man arbeitet fleissig daran, darunter Leute aus dem ehemaligen Netscape-Team.

Wenn die Grenzen verschwimmen.

Second und First Life – also das virtuelle und das wahre Leben – gehen in vielen Bereichen schon Hand in Hand. Präsentationen und Video Streaming aus dem realen Leben funktionieren in Second Life – umgekehrt können Video Streaming oder SMS-Texte aus dem Second Life in die reale Welt übertragen werden.

IBM und Implenla arbeiten zum Beispiel mit Eolus daran, mittels Sensortechnik die Gebäude aus der realen Welt in Second Life zu spiegeln, um sie von überall her auf einfache Art zu überwachen. Dies soll mithilfe, den Energieverbrauch und die CO²-Produktion grosser Geschäftsgebäude zu verringern.

VIRTUELLE GÜTER – VIRTUELLE WÄHRUNGEN

Es gibt keine statistisch verlässlichen Daten über den virtuellen Markt. Die Cornell University und Nick Wilson (Editor von metaversed.com) wollen deshalb einen Metaverse Market Index (MMI) lancieren.

Virtuelle Welten und Online-Spiele entwickeln ihre eigenen Märkte auch wenn Anbieter den Handel Objekten aus ihren Spielen verbieten. Virtuelle Güter haben einen realen Wert. Habbo Hotel soll mehr als 60 Millionen US\$ jährlich aus virtuellen Gütern lösen, Tencent, der grösste chinesische Internetanbieter, über 400 Millionen US\$.

Die allermeisten virtuellen Währungen, wie Linden\$ in Second Life oder Taler für Habbo Hotel sind auf ihre Welt beschränkt. Sie können mit Kreditkarten gekauft werden. Im Falle von Linden\$ gibt es sogar einen virtuellen Börsenkurs der den Wert gegenüber dem US\$ festlegt. QQ in China hat diese Grenzen gesprengt. Coca-Cola hat QQ als Marketinginstrument benutzt. Anbieter aus der realen Welt haben diese Währung als Zahlungsmittel akzeptiert.



Second Life verfügt über Schnittstellen, die die virtuellen Orte mit Webseiten und Transaktionssystemen verbinden. Das ist Voraussetzung, damit ein virtuelles Geschäft Lieferungen physischer Güter oder Dienstleistungen anbieten kann. Die Anbindung virtueller Welten an die Transaktionssysteme der konkreten Realität ist noch entwicklungsfähig. Die Technik verbessert sich jedoch rasch und bahnt sich beharrlich den Weg ins Geschäft.

Das Geschäft mit virtuellen Gütern ist real.

Für virtuelle Güter werden jährlich etwa 1.5 Milliarden US-Dollar ausgegeben. Das ist bemerkenswert, weil viele dieser virtuellen Güter (Land, Häuser, Avatare, Avatar-Kleidung, e-Blumensträuße usw.) nicht in die reale Welt transportiert werden können. Viele Anwender sind also bereit, für virtuelle Waren und Dienste Geld zu zahlen, denn sie stellen für den Besitzer einen echten Wert dar. Venture-Capital-Firmen fragen sich bereits, ob hier nicht das nächste grosse Geschäft lauert.

Zwar ist zu sagen, dass Techniken und Geschäftsmodelle in Zukunft ziemlich zulegen können. Noch haben sie ihre Kinderschuhe nicht ganz abgestreift. Freilich, die Chance, mit virtuellen Realitäten echtes Geld zu verdienen, ist neu. Aber Web-Pages entwickeln sich immer öfter zu Web-Places. Der Grund: Anwender suchen Erlebnisse. Und die kriegen sie. Der ultimative Reiz der virtuellen Welten ist das Eintauchen in eine Welt grenzenloser Interaktionen.

Die Assoziation, virtuelle Welt = innovativ und trendy, funktioniert. IBM wie McKinsey rekrutieren auf dieser Schiene neue Talente. Universitäten von Harvard bis zur ETH befassen sich mit virtuellen Welten.

Ein wirklich attraktives Paar: Bank und virtuelle Welt.

Leben und Handeln in Second Life hat längst begonnen. Bereits blüht eine ganze virtuelle Ökonomie mit zahlreichen Zahlungsmitteln samt Währungskursen: vom Linden-Dollar über Gold und anderen Rohstoffen bis zum Tausch von virtuellen Gütern. Es geht zu fast wie im richtigen Wirtschaftsleben: mit Banken, Börsenhandelsplätzen, Investmentfonds, Kreditkartenunternehmen.

First Meta, ein reales Unternehmen aus Singapur, hat eine Kreditkarte in Second Life eingeführt, die mittlerweile von vielen Händlern akzeptiert wird. Das Unternehmen bietet natürlichen und juristischen Personen Finanzservices und Finanzinstrumente für virtuelle Welten an. Dazu gehört auch eine Infrastruktur von in-world Geldautomaten. Die virtuellen Ausgaben des Kunden müssen am Ende des Monats mit einer realen Kreditkarte beglichen werden, Second Life-Guthaben werden verzinst.

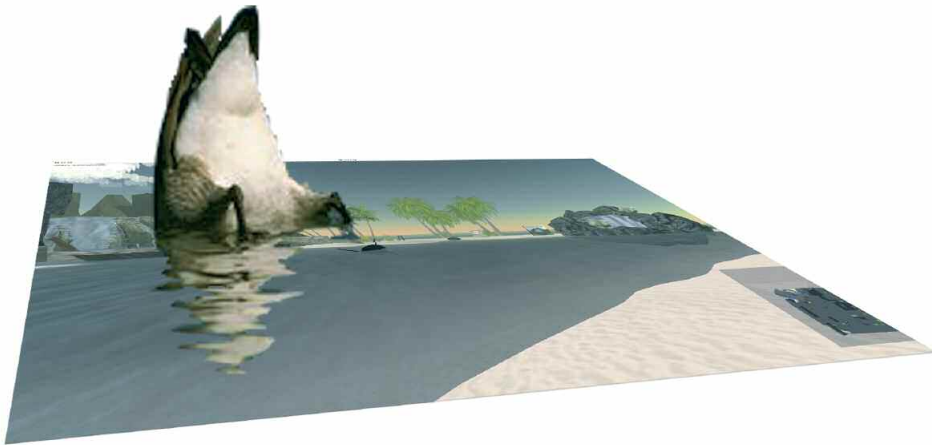
Zinsen sind in Second Life ein Top-Thema. Bereits wurde wegen überhöhten Zinsen das erste virtuelle Finanzinstitut zahlungsunfähig. Die Probleme der Ginko Financial gründeten wohl auf dem kürzlich erlassenen Verbot für Glücksspiele in der 3D-Welt. Um das

DAS VIRTUELLE FINANCE FORUM – EIN PROJEKT (FAST) WIE JEDES ANDERE.

Acht Unternehmen haben spontan zugesagt: BEA, Comit, Crealogix, Ergonomics, Eolus mit Implenla, IBM, Netviewer und SAP. Das virtuelle Finanz-Forum wurde von itopia in gut drei Monaten gebaut. Der Aufwand für das virtuelle Kongresshaus und die Stände betrug etwa 14 Wochen. Einige Firmen haben den Stand selbst noch erweitert, einige Aufgaben wurden fremd vergeben und in Linden\$ bezahlt. Gebaut wurde vorwiegend nachts. Die Organisation des Projektes erfolgte tagsüber und verlangte etwa noch einmal den gleichen Aufwand.

Drei wichtige Erfahrungen:

1. Virtuelle Welten sind interaktiv. Die Angebote müssen interaktiv sein.
2. Geografische Räume und Zeitzonen werden im virtuellen Raum überbrückt. Sitzungen in Second Life hinterlassen den Eindruck eines realen Treffens.
3. Die Zusammenarbeit mit Avataren ist unkompliziert, direkt und hierarchiefrei, geprägt durch kurze Reaktions- und Lieferzeiten.



Vertrauen in die virtuelle Finanzwelt zu festigen, soll jetzt eine «Second Life Exchange Commission» gebildet werden. Bereits fordern Finanzexperten der realen Welt Standards für das Finanzgeschäft in virtuellen Welten.

In der Online-Welt Entropia Universe wechselten im Frühjahr 2007 fünf virtuelle Banken für insgesamt 400 000 US-Dollar ihre Besitzer. In Second Life gibt es derzeit über zwanzig Bankhäuser. Rund ein halbes Dutzend sind Dependancen von real existierenden Geldinstituten.

Die erste Bank in Second Life ist 2005 Wells Fargo. Sie hat sich inzwischen aus Second Life zurückgezogen und eine eigene virtuelle Plattform gebaut.

Die erste Schweizer Bank tritt Anfang 2007 ins Second Life: die Banque Cantonale Vaudoise (BCV). Sie will sich auf das interaktivere Web 3.0 Paradigma vorbereiten und sich zudem als soziale und künstlerische Heimstatt der Second Life-Community in der Romandie positionieren.

Im Sommer 2007 geht Wirecard als erste deutsche Bank ins Second Life. Der Finanzdienstleister ist zudem in Entropia Universe angesiedelt. Neben Beratung soll auch der in-world Zugriff auf die Bezahldienste des Unternehmens ermöglicht werden.

Die grösste niederländische Bank, ABN Amro (eben von einem internationalen Bankenkonsortium übernommen), hat, wie der niederländische Allfinanz-Dienstleister ING, eine Second Life-Präsenz. ABN Amro findet laut eigenen Angaben, dass die Kommunikation in Second Life und auf dem Internet sehr viel direkter und persönlicher sei.

Vorläufig nur ein temporäres Second-Life-Gastspiel gibt Q110, die Berliner «Filiale der Zukunft» der Deutschen Bank. Von Juli bis Dezember 2007 wird vor allem das Zusammenspiel von realen und virtuellen Möglichkeiten erprobt. Ein Hochzeitspaar kann etwa virtuell seine Hochzeit erleben und erhält gleichzeitig einen Kostenvoranschlag für die real geplante Hochzeit.

Die dänische Online-Investment-Bank Saxo Bank hat ihr Second-Life-Büro im März 2007 mit einem Trading Game eröffnet. Geplant ist, dass Second-Life-Bewohner einmal ihr Real Life Finanzportfolio in-world managen können. Mit «VirtualTrader» soll es in einer weiteren Ausbaustufe auch Nicht-Second-Life-Bewohnern ermöglicht werden, mit Linden Dollar und anderen Währungen zu spekulieren.

Kein Zweifel: Virtuelle Welten leben. Und gewinnen täglich an Bedeutung.

Weitere Informationen finden Sie unter
http://del.icio.us/itopia_zh



© itopia corporate information technology
technoparkstrasse 1
ch-8005 zurich
phone +41 44 355 56 00, fax +41 44 355 56 01
info@itopia.ch, www.itopia.ch

Redaktionelle Mitarbeit: T. Sperlich