

Ergebnisse einer explorativen Grundlagenstudie
am Beispiel von „Second Life“

→ Synthetische Welten: Ein neues Phänomen im Web 2.0

Von Rolf Amann und Dirk Martens*

Medienhype um Second Life

In der ersten Hälfte des Jahres 2007 wurde eine Online-3D-Welt namens Second Life („an online, 3D virtual world imagined and created by its residents“) zum Subjekt eines veritablen Medien-„Hypes“: Online bereits seit dem Jahr 2003 verfügbar, hatte diese virtuelle Welt im Januar 2006 erst 123 000 „Bewohner“, zum Ende des Monats Januar des Folgejahres aber bereits 3,1 Millionen. Diese Phase des exponentiellen Wachstums der 3D-Welt wurde von den Medien zunächst unkritisch-affirmativ zur Kenntnis genommen und durch eine extensive Berichterstattung gleichzeitig enorm befeuert: Wachstumsraten von 20 Prozent monatlich schienen auf eine außerordentliche Attraktivität dieser „neuen Art“ von Onlineanwendung mit der kryptischen Gattungsbezeichnung MMORPGs („Massively Multiplayer Online Role-Playing Game“, wörtlich: Massen-Mehrspieler-Online-Rollenspiel) zu verweisen.

Spezifische Reize der 3D-Welten gegenüber Spielen

Die grafische, visuelle Qualität von Second Life bleibt zwar hinter derjenigen mancher Konsolen- oder PC-Spiele zurück, doch weist Second Life – wie andere 3D-Welten – eine Reihe von neuen Qualitäten auf: Die Nutzer können beliebige virtuelle Gegenstände, Landschaften, Gebäude, Kleidungsstücke mittels eines im Programm integrierten, vergleichsweise einfach zu handhabenden „3D-Tools“ erzeugen. Der Betreiber der virtuellen Welt Second Life, die in San Francisco ansässige Linden Research Inc., liefert kein ausdifferenziertes Spiel-szenario und kein festes (Spiel-)Regelwerk, sondern stellt eine Plattform bereit, auf der die Nutzer und ihre virtuellen Personifikationen, die Avatare, die synthetische Welt, das „Metaversum“, eigenständig ausgestalten, sich in Gruppen und Gemeinschaften organisieren, auch Regelwerke entwickeln.

Es kann sogar Eigentum erworben und gegebenenfalls Handel damit betrieben werden. Es existiert ein vollständiger Wirtschaftskreislauf; Produkte werden erzeugt, gekauft und gehandelt, Dienstleistungen werden angeboten und in Anspruch genommen, von realen Banken werden Einlagen verwaltet, Wechselstuben tauschen virtuelles Geld in reale Währungen um und umgekehrt. Die virtuelle Währung „Linden Dollar“ ist frei konvertierbar.

3D-Welt mit einer Fläche von heute 1 300 km²

Im Mai 2007 verzeichnete die Betreiberfirma insgesamt knapp sieben Millionen Registrierungen (wobei eine Person mehrere Avatare registrieren lassen kann); die 3D-Welt erstreckte sich über eine Fläche von 650 km² (heute, im Mai 2008, sind es

fast 1 300 km²) simuliert auf einer Serverfarm von damals etwa 10 000 Rechnern. Die Nutzer hatten mittlerweile eine Unzahl von virtuellen Unternehmen gegründet, es gibt Arbeitsämter, Clubs, Kirchen, Immobilienfirmen, zahllose Geschäfte, dazu etliche Radiostationen und auch Fernsehsender.

Durch die mediale Aufmerksamkeit motiviert, nahmen viele „reale“ Unternehmen von Adidas über Fujitsu-Siemens bis hin zur Beate Uhse AG Quartier in der virtuellen Welt, durchaus auch, um die Potenziale und Funktionalitäten der neuen 3D-Welten auszuloten, die von vielen Medien bereits als die ultimative Weiterentwicklung des so genannten Web 2.0 gehandelt wurden.

Als im Mai 2007 der SWR-„Report Mainz“ über Kinderpornografie in Second Life berichtete, löste dies einen Stimmungsumschwung in den Medien und auch vertiefte journalistische Recherchen aus: Jetzt wurde auch erkannt, dass die enorme Zahl der Registrierungen nur wenig aussagte über die Zahl der tatsächlich in der 3D-Welt aktiven Nutzer. In ähnlicher Weise wie zuvor der Aufstieg von Second Life in vielen Medien gefeiert wurde, wurde nun plötzlich mit Verve die angebliche Ödnis und der Niedergang von Second Life und ähnlicher 3D-Welten beklagt. Dabei wies die Betreiberfirma von Anbeginn darauf hin, dass lediglich etwa 5 Prozent der Registrierten sich auch wirklich in der virtuellen Welt stärker engagieren („active users“). Besuchte man Second Life, dann sieht man von jeher, wie viele Nutzer gleichzeitig „online“ sind, im Mai 2007 waren dies zwischen 20 000 und maximal 40 000 Personen. Im Mai 2008 lag die Zahl der weltweit gleichzeitig aktiven Nutzer bei rund 60 000.

Das Interesse potenzieller Nutzer von Second Life wurde von diesem veränderten Tenor der Berichterstattung nicht wesentlich beeinflusst. Im Zeitraum Mai 2007 bis Mai 2008 hat sich die Zahl der Registrierungen wie die Größe der virtuellen Landfläche von Second Life nahezu verdoppelt: Mitte Mai 2008 meldete Linden Research 13,63 Millionen Registrierte (vgl. Abbildung 1). Etwa jeder zwölfte bei Second Life Registrierte (insgesamt über eine Million) stammt aus Deutschland. Die nach Angaben des Betreibers rund 42 000 „aktiven“ deutschen Bewohner verbrachten im April 2008 jeweils durchschnittlich 70 Stunden, das heißt insgesamt fast drei Millionen Stunden in der virtuellen Welt.

Nun ist der oben skizzierte mediale „Erregungszyklus“ (1) nicht Gegenstand des vorliegenden Beitrags. Es kann aber davon ausgegangen werden, dass es nicht der letzte Zyklus von Erregung und Entspannung bezüglich der neuen „synthetischen Welten“ (2) sein wird: Sowohl Google als auch Microsoft arbeiten derzeit daran, ganze Städte und Landstriche in Gestalt dreidimensionaler Abbilder im virtuellen Raum „begebar“ zu machen. Sony will im Herbst mit der Online-3D-Welt „PlaystationHome“

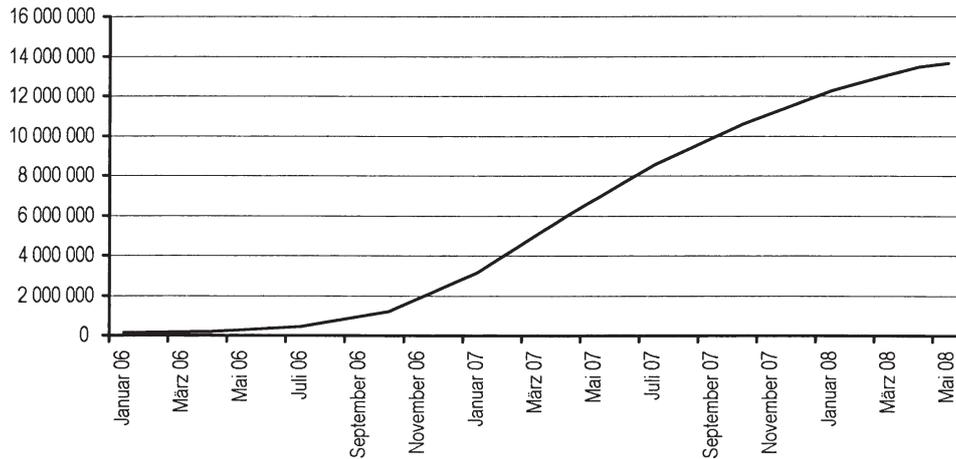
Auch „reale“ Unternehmen in Second Life aktiv

Weitaus geringere Zahl wirklich aktiver Nutzer

Weitere 3D-Welten in Vorbereitung

* House of Research GmbH, Berlin.

Abb. 1 Second Life: Entwicklung der weltweiten Registrierungen



Quelle: House of Research.

für die Playstation 3 auf den Markt gehen. In Berlin verkündete im April 2008 die Metaversum GmbH – die seit zwei Jahren mit 80 Entwicklern an einer 3D-Welt namens Twinity arbeitet – die Einwerbung von Venture Capital in Millionenhöhe. Twinity soll die virtuelle Welt sehr viel stärker mit der „realen“ Welt verschränken. Detaillierte Abbilder von zahlreichen Städten sind in Twinity im Begriff zu entstehen, von Barcelona über Berlin, London und Kiew bis hin zu Singapur. Twinity soll sich von Anfang an auch an „reale“ Unternehmen als Nutzer wenden, und auch hier soll es virtuelle Radiostationen und Fernsehsender geben. (3)

Explorative Grundlagenstudie: Untersuchungssteckbrief

Systematisch erforscht sind die 3D-Welten neueren Typs noch kaum. Wenn nun aber immer mehr Menschen (viel) Zeit in virtuellen Universen verbringen, wer sind die Nutzer von Second Life (SL), welche Motivationen haben sie, welche Erwartungen haben sie an virtuelle Welten wie SL und wie beurteilen sie die unterschiedlichen Angebote, Funktionalitäten und das virtuelle „soziale Interaktionsfeld“? Was macht den Reiz der virtuellen, interaktiven Welten aus? Welche Angebote sind vorzufinden, welche Angebote werden wie häufig, in welcher Form genutzt? Und schließlich: Wie wirkt sich Second Life auf ihr Sozialverhalten aus, wie auf ihre Zeitbudgets, sowohl allgemein als auch speziell für die Nutzung der klassischen Medien und des Internets?

Bislang wenig Forschung zu 3D-Welten

Explorative Studie mit Befragung und Tiefeninterviews

Um diese und weitere Fragen zu beantworten, führte House of Research in Kooperation mit der Landesanstalt für Kommunikation Baden-Württemberg (LfK) im Zeitraum von 1. Juni bis 31. Dezember 2007 eine umfangreiche, aus methodischen Gründen notwendigerweise explorative Untersuchung durch, in deren Rahmen – auf der Basis einer umfangreichen Sekundäranalyse – unter anderem 30 Tiefeninterviews mit einer Dauer von bis zu vier Stunden und 500 schriftliche (Online-)Befragungen mittels eines teilstandardisierten, mehr als 70 Fragen umfassenden Fragebogens geführt wurden.

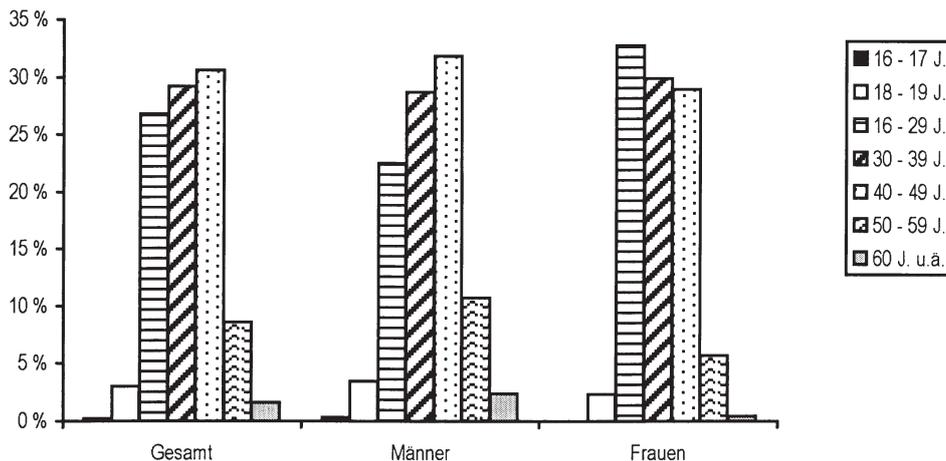
Eine repräsentative Erhebung – wie ursprünglich vorgesehen – unter Nutzern von Second Life stellte sich als nicht realisierbar heraus: Zum Einen wäre angesichts der derzeit noch vergleichsweise geringen Zahl der Nutzer die Ziehung einer repräsentativen Bevölkerungsstichprobe zu aufwändig gewesen. Zum Anderen scheiterte die Ziehung einer Zufallsstichprobe aus den deutschen Registrierungen an der mangelnden Kooperationsbereitschaft der Betreiber von Second Life. So wurden zwei verschiedene andere Wege gewählt: Die Teilnehmer der Tiefeninterviews wurden in der virtuellen Welt selbst rekrutiert – wie auch 55 Prozent der Teilnehmer der Online-Fragebogenerhebung. Hier wurde nach Maßgabe des von den Betreibern bereitgestellten statistischen Materials quotiert. Die restlichen Teilnehmer an der Onlinebefragung wurden über Aufrufe auf den Webseiten der drei populärsten deutschen Second-Life-Communities (SLinfo, SLinside, SLTalk) rekrutiert.

Keine repräsentative Erhebung

In jedem Falle ist die vorliegende Studie auch als Methodenexperiment zu verstehen: Anders als bei Face-to-face- oder auch Telefonerhebungen erfolgten die Interviews zunächst mit „Avataren“, den Personifikationen der Nutzer im virtuellen Raum. (4) Die Möglichkeit der Wahrung der Anonymität ist ein wesentliches Merkmal der virtuellen Welten (wie auch der sonstigen Kommunikationsformen im Rahmen des am „User-generated-content“ orientierten Web 2.0). Doch erwies sich sowohl bei den Tiefeninterviews als auch bei der Fragebogenerhebung, dass die meisten Teilnehmer sehr wohl Bereitschaft zeigten, auch personenbezogene, zum Teil sehr intime Angaben über ihre reale Lebenssituation zu machen – und oft auch ihre Anonymität zur Gänze preiszugeben. Diese Tatsache zeigte sich im Übrigen auch als Befund zum Kommunikationsverhalten der Befragten in Second Life: Anonymität ist kein Wert an sich, sondern schützt zunächst vor unliebsamen Kontakten (und erlaubt es den Beteiligten dazu auch, sich nonkonform zu verhalten). Ab einem gewissen Grad an Vertrautheit wird dann die Anonymität häufig aufgegeben

Hohe Auskunftsbereitschaft der Befragten

Abb. 2 Altersverteilung der Second-Life-Nutzer



Quelle: House of Research.

- und die virtuelle Kommunikation unter Umständen auch ins „reale Leben“ fortgesetzt. (5)

Dennoch glauben die Autoren, dass die Ergebnisse aussagekräftige und valide Einblicke in die Motivationen, Erwartungen, Urteile, in das Kommunikations- und auch Mediennutzungsverhalten der aktiven deutschen Nutzer von Second Life gewähren - hier als ein Beispiel verstanden für weitere 3D-Welten ähnlichen Typs, wie sie derzeit bereits existieren und zahlreich im Entstehen begriffen sind.

Zur Soziodemografie der Nutzer von Second Life

Wer nun sind die Nutzer von Second Life? Auf diese Frage liefern die Ergebnisse der hier vorgestellten explorativen Grundlagenstudie wichtige Hinweise.

Überraschend hoher Altersdurchschnitt der Nutzer

Gemeinhin wird das Web 2.0 - besonders was die aktive Bereitschaft zur Mitgestaltung in Form von Blogs, Forenbeiträgen, der Produktion von Podcasts, der Selbstdarstellung auf Plattformen wie MySpace, StudiVZ oder SchülerVZ angeht - für ein „junges“ Medium gehalten. Im Falle der von den Nutzern selbst aktiv gestalteten virtuellen Welt trifft dies nur bedingt zu: Das Durchschnittsalter der befragten Nutzer liegt bei 36 Jahren. Fast drei Viertel der „Bewohner“ sind älter als 30 Jahre, 42 Prozent gar älter als 40 Jahre (vgl. Abbildung 2). Sogar die Altersgruppe der ab 50-Jährigen, die erst im fortgeschrittenen Erwachsenenalter mit dem Internet in Berührung gekommen und sicherlich nicht schon mit Computerspielen sozialisiert worden sind, ist mit 10 Prozent der Nutzer noch vergleichsweise stark vertreten.

Zugang zu Second Life bisher nur für Volljährige

Eine leichte Verzerrung der Ergebnisse bezüglich des Alters der Befragten mag in der Tatsache begründet liegen, dass der Zugang zu Second Life Volljährigen vorbehalten bleibt, wenn auch der Betreiber immer noch keine - wie von Jugendschützern nachdrücklich gefordert - verlässliche Altersverifikation eingeführt hat und nur in Einzelfällen eine Überprüfung vornimmt. Unter den Teilneh-

mern an den Tiefeninterviews aber waren - wie sich erst im Verlauf der langen Gespräche herausstellte - zwei Minderjährige. Einerseits lässt dies darauf schließen, dass ein gewisser Prozentsatz der Nutzer im Widerspruch zu den Allgemeinen Geschäftsbedingungen (Terms of Service) (6) des Betreibers eben nicht volljährig ist. Linden Labs hat für 13-bis 17-Jährige das „Teen Grid“ eingerichtet, dass aber nur wenig populär ist und in die vorliegende Untersuchung nicht einbezogen wurde. Zum Anderen scheinen 3D-Welten wie Second Life gerade durch die Abwesenheit dramaturgisch ausgefeilter und wettbewerbsorientierter Spielziele eher für Erwachsene interessant zu sein als für Kinder und Jugendliche.

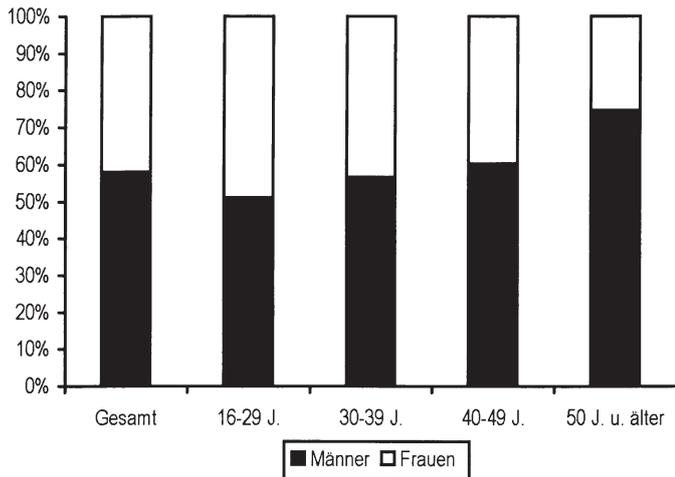
Auch hinsichtlich des Anteils der Frauen an der Gesamtzahl der Nutzer weist Second Life als 3D-Welt neuen Typs Besonderheiten auf. Der Anteil an weiblichen Nutzern ist den Ergebnissen der explorativen Studie zufolge im Vergleich zu anderen Computerspielen hoch: Nach den vom Betreiber publizierten statistischen Daten war das Geschlechterverhältnis zu Beginn der starken medialen Aufmerksamkeit nahezu ausgeglichen - wie heute noch in der Altersgruppe bis 29 Jahre. Insgesamt sind heute 42 Prozent der Nutzer von Second Life weiblichen Geschlechts - mit sinkendem Anteil in den höheren Altersgruppen (vgl. Abbildung 3). Unter den über 50-Jährigen stellen Frauen nur noch einen Anteil von 25 Prozent.

42 Prozent weibliche Nutzer

Großstädter stärker vertreten

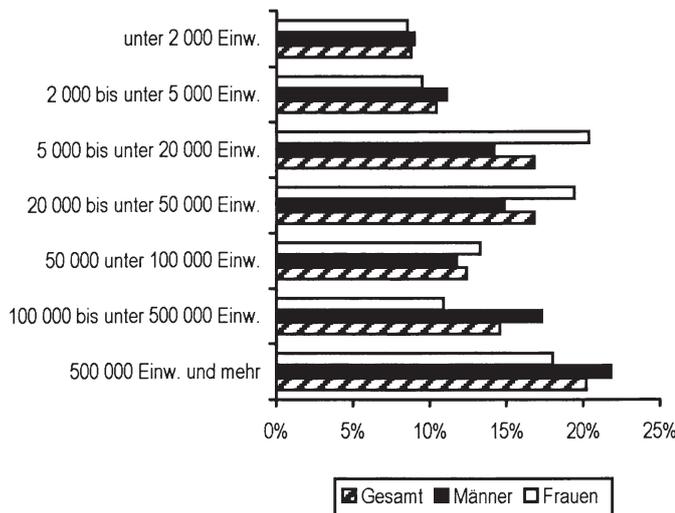
Virtuelle Welten wie Second Life werden nicht überwiegend zur Kompensation mangelnder Urbanität und des damit einhergehenden reduzierten Unterhaltungs- und Freizeitangebotes genutzt: Großstädter sind unter den Nutzern von Second Life stärker vertreten als im Bevölkerungsdurchschnitt. (7) Dennoch kann davon ausgegangen werden, dass für Bewohner von Dörfern und Kleinstädten das virtuelle Universum einen besonderen Reiz hat, insofern es die Möglichkeit bietet, das soziale Inter-

Abb. 3 Second-Life: Geschlechterverteilung in den Altersgruppen



Quelle: House of Research.

Abb. 4 Second-Life: Nutzer nach Größe des Wohnorts



Quelle: House of Research.

① Erwerbstätigkeit/berufliche Situation der Second-Life-Nutzer
in %

	Gesamt	Männer	Frauen
Vollzeit berufstätig	53,60	65,05	37,91
Teilzeit berufstätig	13,00	6,57	21,80
Hausfrau/-mann	7,80	1,04	17,06
Schüler/-in	1,40	2,42	0,00
Student/-in	5,00	4,50	5,69
Auszubildende/-r, Lehrling	2,40	2,42	2,37
Wehrdienst-/Ersatzdienstleistender	0,00	0,00	0,00
zur Zeit arbeitslos/arbeitssuchend	8,40	9,00	7,58
(Früh-)Rentner/-in, Pensionär/-in	3,20	3,46	2,84
Sonstiges	5,20	5,54	4,74

Basis: n=500.

Quelle: House of Research.

aktionsfeld ins (zunächst virtuell) Unbegrenzte zu erweitern. Dabei leben die weiblichen Nutzer überproportional häufig in Klein- und Mittelstädten, die Männer hingegen häufiger in Großstädten (vgl. Abbildung 4).

Die Erwerbsquote unter den befragten deutschen Nutzern von Second Life entspricht – wie die Arbeitslosenquote – weitestgehend derjenigen des Bevölkerungsdurchschnitts: Zwei Drittel der Nutzer sind berufstätig, die Frauen häufiger in Teilzeit (vgl. Tabelle 1). Erklärbar durch die Altersstruktur der Second-Life-Nutzer ist der Anteil an noch in der Ausbildung Befindlichen vergleichsweise gering.

Dies ist vor dem Hintergrund der im Folgenden dargestellten Intensität der Nutzung von Second Life – Nutzungsdauern von mehr als 20 Stunden wöchentlich sind keine Seltenheit – ein durchaus unerwarteter Befund, der auch Implikationen für das Zeitbudget zur Nutzung „klassischer“ Medien wie dem Fernsehen hat. Berufstätige können die virtuelle Welt werktags nur in den Abendstunden nutzen – mit Ausnahme der Freiberufler, die sich teilweise professionell in Second Life engagieren.

Insgesamt verfügen die Nutzer von Second Life über ein höheres (formales) Bildungsniveau als der Bevölkerungsdurchschnitt. Insgesamt 30 Prozent der befragten Nutzer haben eine akademische Bildung (Fachhochschul- oder Hochschulabschluss) – der Durchschnitt liegt in der Gesamtbevölkerung bei lediglich 10 Prozent (vgl. Tabelle 2). Weiterhin dominiert bei Männern und besonders bei den Frauen als höchster Schulabschluss der Realschulabschluss (vgl. Tabelle 3). Das Bildungsgefüge ändert sich mit steigendem Alter der Nutzer: In der (männlich dominierten) Altersgruppe ab 50 Jahre hat die Hälfte der Second-Life-Nutzer eine Fachhochschule oder Universität absolviert – ein zehnfach so hoher Wert wie in der gleichen Altersgruppe der Gesamtbevölkerung.

Ein „befriedigendes“ Engagement in Second Life, so wird im Folgenden detaillierter dargelegt, erfordert ein hohes Maß an Kreativität und kommunikativer Kompetenz. Die Abwesenheit von festgelegten Spielszenarios und weitestgehend auch Regeln in der virtuellen Welt macht Eigeninitiative und Imaginationskraft der Bewohner erforderlich – Eigenschaften, die gemeinhin mit dem Grad an formaler Bildung korrelieren. Dabei steht für Frauen stärker als für Männer der kommunikative Aspekt von Second Life im Vordergrund. Gerade beispielsweise für Hausfrauen mit oft mittlerer Bildung – dies im Vorgriff auf die weiteren Ausführungen – bieten virtuelle Welten wie Second Life die Möglichkeit, ihr kommunikatives Umfeld in den virtuellen Raum zu erweitern – und dort Kontakte zu knüpfen, die dann wiederum in das „reale Leben“ transponiert werden.

Finanziell sind Second-Life-Nutzer deutlich besser gestellt als die Durchschnittsbevölkerung. Nicht zu vergessen ist hier, dass eine „Zugangsvoraussetzung“ zu den virtuellen Welten die Verfügbarkeit eines

Berufliche Situation und Erwerbstätigkeit

Höheres formales Bildungsniveau

Kommunikativer Aspekt von Second Life für Frauen wichtiger

Second-Life-Nutzer finanziell besser gestellt als Bevölkerungsdurchschnitt

② Formale Bildung der Second-Life-Nutzer nach Altersgruppen

	in %				
	Gesamt	16-29 J.	30-39 J.	40-49 J.	50 J. und älter
ohne Abschluss Schule beendet	1,20	2,68	0,68	0,65	0,00
Hauptschulabschluss	13,20	14,77	12,93	13,73	7,84
Realschulabschluss	34,80	38,26	32,65	35,95	27,45
Fachabitur	9,80	7,38	13,61	7,84	11,76
Abitur	17,60	24,83	19,05	13,07	5,88
Fachhochschule	9,40	7,38	8,84	11,76	9,80
Hochschule/Universität	14,00	4,70	12,24	16,99	37,25

Basis: n=500.

Quelle: House of Research.

DSL-Anschlusses und einer Flatrate ist. Mit anderen als breitbandigen Internetzugängen ist das Spiel angesichts der zu übertragenen Datenmengen kaum zu spielen, und angesichts der hohen Verweildauer würden Volumentarife zu teuer. Zudem ist, auch wenn der erste Zugang kostenlos ist, ein Engagement in Second Life durchaus auch mit Kosten verbunden: Virtuelle Güter wollen mit realem Geld erworben werden, virtuelle Grundstücke und Häuser sind ebenfalls nicht kostenlos zu haben.

Stark vertreten unter den befragten Nutzern sind die mittleren Einkommensgruppen, und hier wiederum – wie in den niedrigen Einkommensgruppen – mehr Frauen als Männer (vgl. Tabelle 4). In den hohen Einkommensgruppen sind Männer dagegen signifikant häufiger vertreten.

Lebenssituation und Familienstand

Viele der Social Networks und Communities des Web 2.0 fungieren auch und wesentlich als Kontaktbörse. Das zugrunde liegende Bedürfnis scheint auch bei den virtuellen Welten wie Second Life eine wichtige Motivation zum stärkeren Engagement zu sein. Gut ein Drittel der deutschen Bewohner von Second Life sind im realen Leben unverheiratet und leben auch nicht in einer unehehlichen Lebensgemeinschaft (vgl. Tabelle 5). Männliche Nutzer von Second Life leben – wiewohl im Durchschnitt geringfügig älter – deutlich häufiger allein als die weiblichen Bewohner von Second Life (vgl. Tabelle 6). Das bedeutet aber nicht, dass Ledige sich notwendigerweise auch am zeitintensivsten mit Second Life beschäftigen. Gerade die Hausfrauen unter den weiblichen, in einer Partnerschaft lebenden Befragten gehören zu den ausdauerndsten und kommunikativsten Second-Life-Bewohnern.

Auch berufliche Interessen mit Second Life verbunden

Einfache und mittlere Angestellte und Beamte sind als Berufsgruppe unter den Nutzern von Second Life vorherrschend – und dies in weit höherem Maße bei den Frauen als bei den Männern. Bei den männlichen Befragten ist ein Anteil von jeweils über 20 Prozent den Freiberuflern und leitenden Angestellten/Beamten zuzurechnen. Eine Besonderheit der neuen 3D-Welten ist es, dass durch die Präsenz von realen Unternehmen, Institutionen und Organisationen ein Bedarf nach entsprechenden Dienstleistungen (etwa Unterstützung beim Aufbau einer Unternehmenspräsenz im virtuellen

③ Formale Bildung der Second-Life-Nutzer nach Geschlecht

	in %		
	Gesamt	Männer	Frauen
Ohne Abschluss Schule beendet	1,20	1,04	1,42
Hauptschulabschluss	13,20	12,80	13,74
Realschulabschluss	34,80	30,80	40,28
Fachabitur	9,80	9,69	9,95
Abitur	17,60	15,57	20,38
Fachhochschule	9,40	12,11	5,69
Hochschule/Universität	14,00	17,99	8,53

Basis: n=500.

Quelle: House of Research.

④ Haushaltsnettoeinkommen der Second-Life-Nutzer nach Geschlecht

	in %		
	Gesamt	Männer	Frauen
bis unter 500 Euro	5,8	7,3	3,8
500 bis unter 1 000 Euro	10,2	8,3	12,8
1 000 bis unter 1 500 Euro	13,6	12,5	15,2
1 500 bis unter 2 000 Euro	13,8	13,5	14,2
2 000 bis unter 3 000 Euro	19,8	18,0	22,3
3 000 bis unter 4 000 Euro	12,2	12,5	11,8
4 000 bis unter 5 000 Euro	6,0	8,0	3,3
5 000 Euro oder mehr	2,8	3,5	1,9
weiß nicht	2,4	2,1	2,8
Angabe verweigert	13,4	14,5	11,8

Basis: n=500.

Quelle: House of Research.

Universum) besteht. So verbindet ein nicht unbeachtlicher Prozentsatz der Nutzer mit dem Engagement in Second Life auch berufliche Interessen: Webdesigner, Programmierer, Mediengestalter, aber auch Unternehmensberater, Juristen usw. Unter den Nutzern, die mit Second Life auch berufliche Interessen verbinden, liegt der Anteil an Freiberuflern mit 40 Prozent besonders hoch.

Zusammenfassend scheinen die neueren, „offeneren“ 3D-Welten mit ihren unterschiedlichen Aspekten viele verschiedene Nutzergruppen anzu-

⑤ Familienstand der Second-Life-Nutzer nach Altersgruppen

in %

	Gesamt	16-29 J.	30-39 J.	40-49 J.	50 J. und älter
ledig	36,00	61,74	34,69	22,22	5,88
unverheiratet mit Partner/-in					
zusammenlebend	19,80	23,49	21,09	18,30	9,80
verheiratet	34,40	10,74	32,65	46,41	72,55
geschieden oder getrennt lebend	8,80	2,68	10,88	13,07	7,84
verwitwet	1,00	1,34	0,68	0,00	3,92

Basis: n=500.

Quelle: House of Research.

⑥ Berufsgruppen der Second-Life-Nutzer nach Geschlecht, Art des Accounts und Nutzungsinteresse

in %

	Gesamt	Männer	Frauen	Art des Account		Nutzungsinsteresse	
				Basis	Premium	privat	beruflich
Selbständige und Freiberufler	17,77	21,66	11,36	15,41	25,30	10,82	40,74
selbständige Landwirte	0,57	0,00	1,52	0,38	1,20	0,75	0,00
leitende Angestellte und Beamte	17,19	21,20	10,61	17,67	15,66	18,66	12,35
sonstige Angestellte und Beamte	43,84	34,10	59,85	43,61	44,58	48,51	28,40
Facharbeiter	11,46	15,21	5,30	12,41	8,43	11,57	11,11
sonstige Arbeiter	9,17	7,83	11,36	10,53	4,82	9,70	7,41

Basis: n=500.

Quelle: House of Research.

sprechen: Formal höher Gebildete, oft mit akademischem Abschluss, sind ebenso anzutreffen wie Hausfrauen und jüngere Ledige. Viele dieser Gruppen weisen – wie im Folgenden zu zeigen sein wird – spezifische Merkmale, unterschiedliche Bedürfnisdispositionen und Motivationen bei ihrem Engagement in Second Life auf.

Aufmerksamkeit, Motivationen und Erwartungen

Nur jeder Elfte der Befragten war bereits bei Second Life registriert, bevor die Medien begannen, intensiv über die Faszination und den Erfolg dieser 3D-Welt zu berichten (vgl. Abbildung 5). Mehr als die Hälfte hatte sich während der ersten Hälfte des Jahres 2007 registriert, als in den Printmedien eine große Zahl von Berichten erschien und dazu zahlreiche Fernsehsendungen über Second Life ausgestrahlt wurden. So gaben denn auch mehr als zwei Drittel der Befragten an, durch einen Hinweis in den Medien auf Second Life aufmerksam geworden zu sein – und hier waren es besonders die Fernsehsendungen, die die Nutzer zur Registrierung bewogen (vgl. Abbildung 6).

Mit dem Abflauen der medialen Aufmerksamkeit hat sich auch der Zuwachs der „deutschen Bevölkerung“ in der 3D-Welt verlangsamt – ist dabei aber keineswegs zum Erliegen gekommen. Besonders die weiblichen Befragten wurden häufig auch durch persönliche Empfehlungen auf Second Life aufmerksam, während für Männer das Internet besondere Bedeutung als initiale Informationsquelle hatte.

Die Medienberichte, oft mit Fotos von leicht bekleideten, aufreizenden Avataren bebildert, dazu Reportagen etwa über „die erste Dollar-Millionärin“ in Second Life, lösten bei den Rezipienten eine diffus-positive Erwartungshaltung aus. Auch die persönlichen Empfehlungen erzeugten bei den Befragten eine positive Grundstimmung, doch auch den Willen, solche Hinweise einer kritischen Überprüfung zu unterziehen: „Er hat so begeistert von Second Life gesprochen, von den Möglichkeiten, die man hat, sich hier auszuleben, etwas zu machen, was man im realen Leben wahrscheinlich nie machen würde, sei es geschäftlich oder wie auch immer. Erwartungen hatte ich keine, überhaupt keine, es war die reine Neugier, was da dran denn sooo toll ist“, so eine weibliche Nutzerin von Second Life im Tiefeninterview.

Die der schriftlichen (Online-)Befragung zugrunde gelegten Antwortkategorien bei der Frage, welche Aspekte der virtuellen Welt die Befragten dazu bewogen, sich in Second Life zu registrieren (und welche eben nicht), orientierten sich dabei weniger an der Medienberichterstattung, sondern an umfangreichen eigenen Recherchen in der virtuellen Welt und gründeten besonders auf den Ergebnissen der 30 Tiefeninterviews, die im ersten Teil der Untersuchung durchgeführt worden waren.

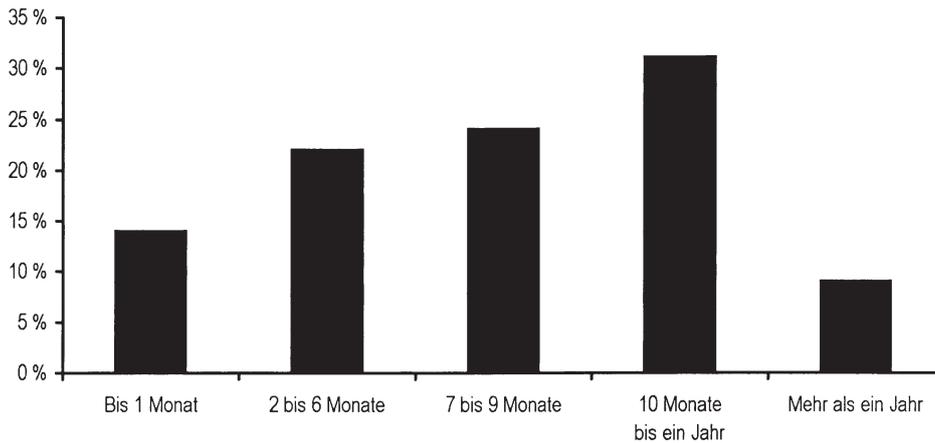
So zeigte sich etwa in beiden Untersuchungsschritten, dass der Aspekt des Erotisch-Sexuellen, in der Medienberichterstattung häufig in den Vordergrund gestellt, nur für rund ein Viertel der Befragten ein Auslöser zur Beschäftigung mit Second Life war

Diffus-positive Erwartungshaltung neuer Nutzer

Neugier, Kreativität, Kommunikation und Unterhaltung sind Hauptanreize

Fernsehsendungen regten besonders zur Registrierung an

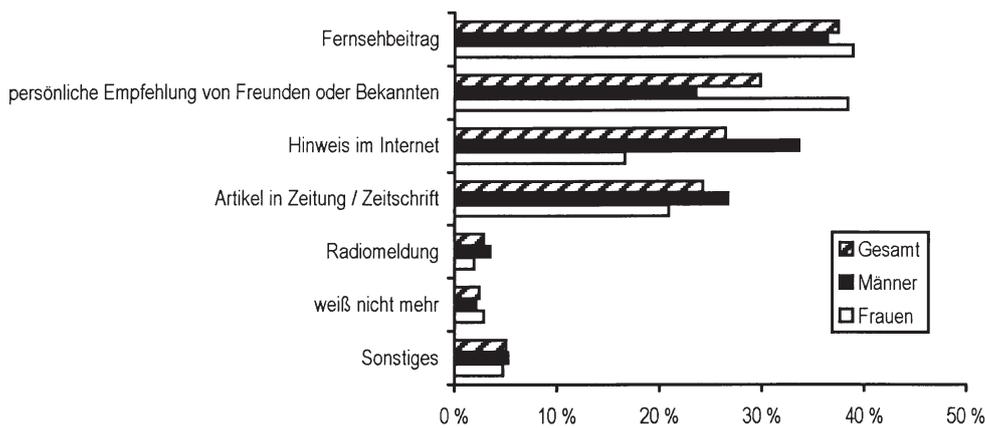
Abb. 5 Wie lange in Second Life registriert?



Basis: n=500.

Quelle: House of Research.

Abb. 6 Auslöser zur Beschäftigung mit Second Life



Basis: n=500.

Quelle: House of Research.

(vgl. Abbildung 7). Die bedeutendsten Aspekte haben mit Neugier, Kreativität, Kommunikation und Unterhaltung zu tun. Sich seinen Avatar, sein virtuelles Abbild, ohne Einschränkungen nach den eigenen Vorstellungen zu gestalten, eine neue Welt zu erkunden (in einem Zeitalter, in dem es auf dem „realen“ Globus weiße Flecken kaum noch gibt), global kommunizieren zu können und interessante Leute kennen zu lernen, aber auch einfach nur Spaß zu haben und sich unterhalten zu lassen, wurden in den Tiefeninterviews als mit dem Engagement in Second Life verknüpfte Interessen genannt und dann in der Onlinebefragung quantifiziert.

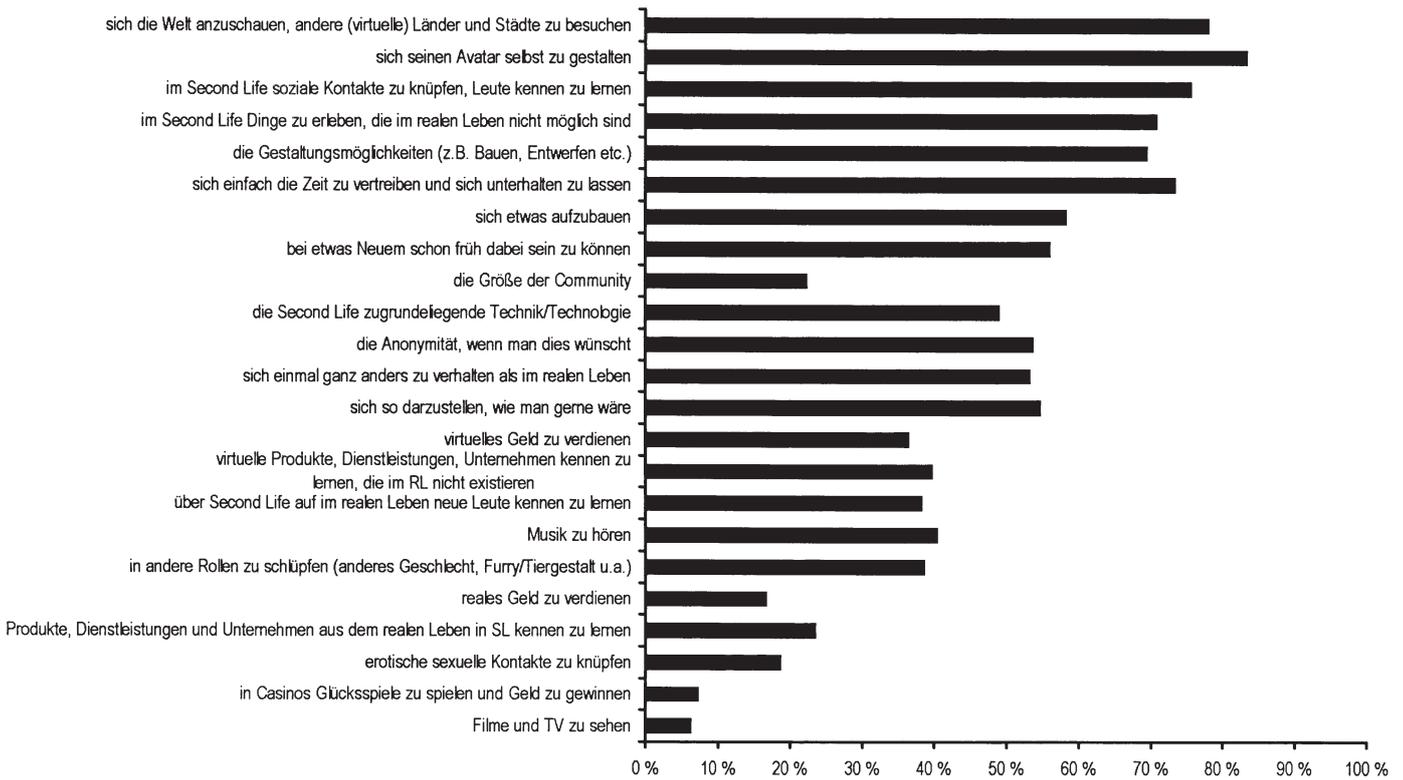
Second Life bietet prinzipiell auch Einnahmemöglichkeiten

Second Life bietet durch seinen Wirtschaftskreislauf und seine in reales Geld konvertierbare Währung „Linden Dollar“ prinzipiell die Möglichkeit, sich eine alternative Existenz im virtuellen Raum aufzubauen. Diese Möglichkeit wurde in vielen Me-

dienberichten herausgestellt, was sicherlich bei einem Teil der Rezipienten zu einer überzogenen Erwartungshaltung führte. Denn weltweit sind es unter mehr als 13 Millionen registrierten Nutzern lediglich wenig mehr als 500 Personen, die monatlich mehr als 2 000 US-Dollar mit ihren unternehmerischen Aktivitäten in der virtuellen Welt verdienen (und in Deutschland damit geschätzt etwa 50 Personen). (8)

Insgesamt sind es weltweit rund 57 000 Personen, die in der virtuellen Welt eine „positive Zahlungsbilanz“ erzielen (9); bei mehr als 80 Prozent beläuft sich der Gewinn dabei allerdings auf Beträge im Äquivalent von unter 50 US-Dollar. Dennoch erwarteten fast 40 Prozent der Befragten, in der virtuellen Welt auch reales Geld zu verdienen; eine durch die Medienberichterstattung geschürte un-

Abb. 7 Was anfangs an Second Life interessierte



Basis: n=500. Topbox „interessiert/ sehr interessiert“ aus Skala: 1 interessiert sehr, 2 interessiert, 3 weniger interessiert, 4 nicht interessiert.

Quelle: House of Research.

realistische Erwartung, die für die meisten zu Enttäuschungen führen musste. Realistischer scheint die Möglichkeit, virtuelles Geld in einem solchen Umfang zu verdienen, der es erlaubt, die durch den Aufenthalt in Second Life entstehenden Kosten gering zu halten.

Alternative Verhaltensmodelle in 3D-Welt ausprobieren

Eine bedeutende Rolle spielt auch die Möglichkeit, sich in der virtuellen Welt einmal „ganz anders“ zu verhalten als im realen Leben, das heißt, im Schutz der Anonymität alternative Verhaltensmodelle auszuprobieren oder sich so darzustellen, wie man im realen Leben gerne wäre, aber nicht ist (dies trifft bei diesen drei Kategorien auf rund 60% der Befragten zu). Dabei sind deutliche Unterschiede zwischen den Geschlechtern zu verzeichnen: Frauen treten insgesamt der virtuellen Welt mit größerer Neugier entgegen – und sie interessieren sich, im Unterschied zu den Männern, bei denen auch die technischen und „handwerklichen“ Aspekte der virtuellen Welt bedeutsamer sind, stärker für die kreativen und sozial-kommunikativen Elemente und Möglichkeiten (vgl. Abbildung 8).

Audiovisuelle Medien können einbezogen werden

Prinzipiell ist es möglich, in Second Life per Audio- und Videostream auch audiovisuelle Medien im virtuellen Raum zu konsumieren. Es können virtu-

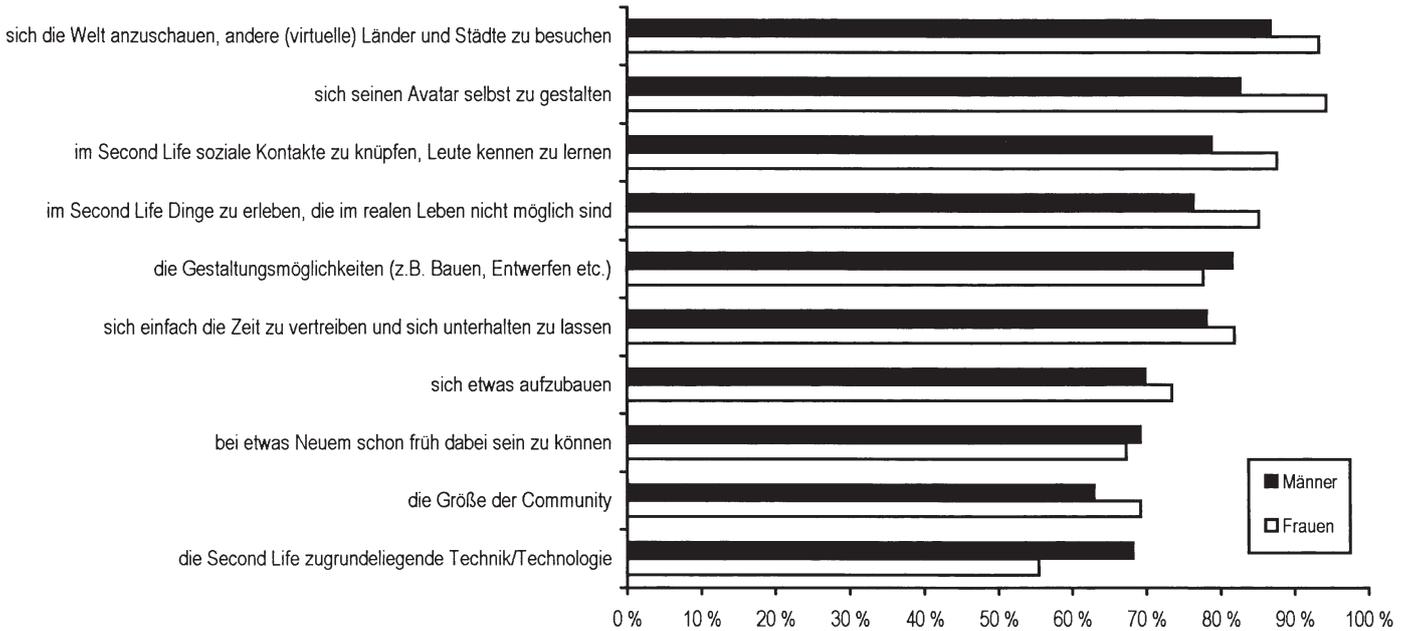
elle Radio- und Fernsehgeräte erworben werden, die durch Verbindung mit entsprechenden Internetadressen die Programme von (Internet-)Radio- und Fernsehstationen, von YouTube-Filmschnipseln oder auch ganzen Filmen erlauben. (10) Es gibt außerdem innerhalb der virtuellen Welt von Second Life auch zahlreiche so genannte „In-World“-Radiostationen. Dazu gehören auch einige „reale“ deutsche Radiosender, die Repräsentanzen im Second Life eröffnet haben.

Ein Interesse daran, Filme oder Fernsehprogramme in der 3D-Welt zu konsumieren, bekundeten lediglich 13 Prozent der Befragten. Dies korreliert stark mit Alter und formaler Bildung: Bei den Jungen und den formal niedriger Gebildeten ist dieses Interesse deutlich stärker ausgeprägt. Musik hingegen, im virtuellen wie im realen Umfeld oft im sozialen Kontext präsent (in Clubs, Diskotheken, bei Freunden) stößt bei durchschnittlich 40 Prozent der Befragten auf größeres Interesse (bei den weiblichen Nutzern insgesamt und bei der Altersgruppe der bis 29-Jährigen gar bei 55%). Dieses Interesse stößt in Second Life auf ein reichhaltiges Angebot an Musikdarbietungen – vom virtuellen Live-Konzert namhafter Künstler (wie z.B. dem Pianisten Lang Lang) bis hin zu Clubs, in denen auch aus dem realen Leben bekannte DJs „auflegen“. (11)

Jüngere vor allem auch an Musiknutzung in Second Life interessiert

Das auch durch die mediale Berichterstattung induzierte starke Interesse und die damit einhergehenden Erwartungshaltungen wurden für die Nut-

Abb. 8 Was anfangs an Second Life interessierte: Top 10 nach Geschlecht



Basis: n=500. Topbox „interessiert/ sehr interessiert“ aus Skala: 1 interessiert sehr, 2 interessiert, 3 weniger interessiert, 4 nicht interessiert.

Quelle: House of Research.

zer nach ersten Erfahrungen in der 3D-Welt im „virtuellen Alltag“ in überraschend hohem Maße befriedigt: Lediglich 5 Prozent der Befragten gaben an, dass ihre Erwartungen (eher) enttäuscht wurden (Männer: 7%, Frauen: 3%); drei Viertel sahen ihre spezifischen Interessen und Erwartungen eher befriedigt (vgl. Tabelle 7).

Zufriedenheit steigt mit Dauer der Mitgliedschaft

Das Maß der Enttäuschung bzw. der Unzufriedenheit korreliert dabei stark – auf insgesamt sehr niedrigem Niveau – mit der Dauer der Zugehörigkeit zur virtuellen Welt. Die Nutzer, die erst seit weniger als einem Monat in Second Life engagiert waren, gaben fast dreimal so häufig wie Nutzer mit länger währendem Engagement an, dass ihre Erwartungen enttäuscht wurden. Dies weist auf eine relativ hohe Eintrittschwelle beim Zugang zur 3D-Welt Second Life hin: Mit längerer Zugehörigkeit wächst die Vertrautheit mit den Funktionalitäten und Angeboten der virtuellen Welt und auch der Umfang der virtuellen sozialen Kontakte – und damit die Zufriedenheit.

Insgesamt werden die verschiedenen Erwartungen, die an ein Engagement in Second Life geknüpft werden, für die meisten Befragten auch erfüllt – mit leichten Abstrichen (vgl. Abbildung 9). Ernüchterung tritt ein besonders hinsichtlich der Größe der virtuellen Community und hinsichtlich der Möglichkeit, reales Geld zu verdienen, wobei anzumerken ist, dass hier drei Viertel bzw. zwei Drittel der Befragten angaben, diesbezüglich ohne Erwartungen in Second Life eingetreten zu sein.

Geringe „Bevölkerungsdichte“ in Second Life

Zudem ist zu bedenken, dass die „Bevölkerungsdichte“ in der virtuellen Welt in der Tat immer noch relativ gering ist: Im Befragungszeitraum waren in

⑦ Erwartungen an Second Life eher erfüllt oder enttäuscht?

in %

Meine Erwartungen wurden insgesamt eher erfüllt	73,80
Nein, sie wurden insgesamt eher enttäuscht	5,20
Ich hatte keine Erwartungen	21,00

Basis: n=500.

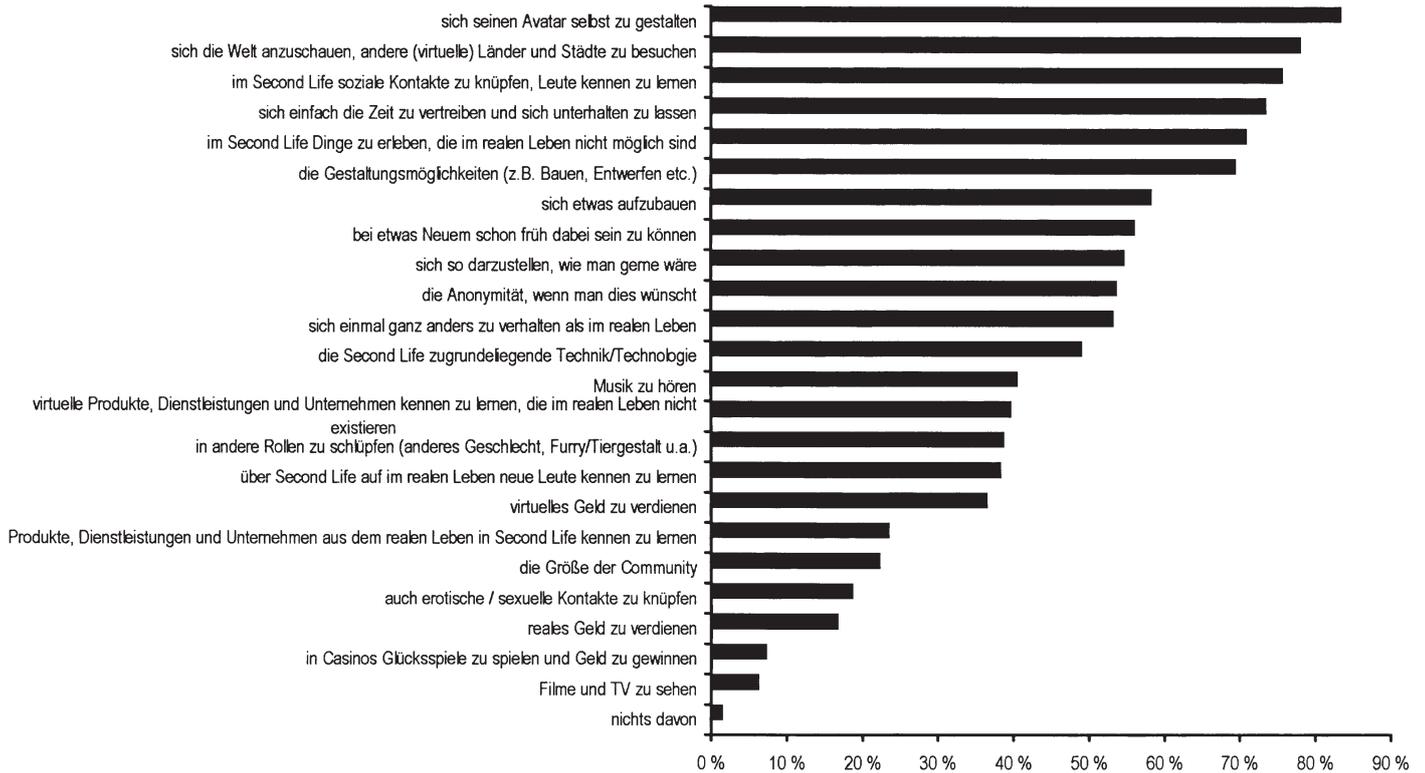
Quelle: House of Research.

Second Life von damals rund elf Millionen registrierten Nutzern im Durchschnitt etwa 30 000 Nutzer gleichzeitig online, was bei einer virtuellen Landfläche von rund 950 km² (Mai 2008: 1 300 km²) eine durchschnittliche virtuelle Bevölkerungsdichte von etwa 31 Personen pro km² ergibt – weite Landstriche waren und sind schlichtweg fast unbesiedelt.

In hohem Maße erfüllt wurden hingegen Erwartungen zum Beispiel in Bezug auf die Gestaltung der virtuellen Personifikation der Nutzer, des Avatars. Dieser sind im virtuellen Universum wenig Grenzen gesetzt, und hier sahen 85 Prozent der Befragten ihre Erwartungen auch erfüllt. Auch hinsichtlich der Möglichkeit, soziale Kontakte (zunächst innerhalb der virtuellen Welt) zu knüpfen, sehen drei Viertel der Befragten ihre Erwartungen erfüllt. Geringer ist die Zufriedenheit damit, solche Kontakte auch in das „reale Leben“ tragen zu können.

Gestaltungsmöglichkeiten der Avatare hoch geschätzt

Abb. 9 Nutzer von Second Life: Erwartungen, die sich erfüllt haben



Basis: n=500. Topbox „interessiert/ sehr interessiert“ aus Skala: 1 interessiert sehr, 2 interessiert, 3 weniger interessiert, 4 nicht interessiert.

Quelle: House of Research.

Doch zeigen sich hier deutliche Unterschiede zwischen den Geschlechtern: Offensichtlich gelingt es den ohnehin stärker kommunikationsorientierten Frauen häufiger, sowohl virtuelle Kontakte zu knüpfen als auch diese dann unter Aufgabe der Anonymität in reale Kontakte zu verwandeln. Weiterhin wirkt sich die Dauer der Zugehörigkeit zu Second Life sehr deutlich auf die Zahl der daraus entstandenen realen sozialen Beziehungen aus: Die Zufriedenheit steigt linear mit der Dauer des Engagements in der virtuellen Welt.

Ort, Zeit, Dauer der Nutzung von Second Life

Die Nutzung virtueller Welten ist – bislang noch – überwiegend ortsgebunden an einen PC bzw. ein Notebook/einen Laptop mit einem breitbandigen Internetanschluss. (12) So geben fast alle Befragten an, Second Life über ihren privaten PC zu Hause zu betreten. Nur jede(r) Zehnte nutzt Second Life bei Freunden oder Bekannten und auch dann nicht notwendigerweise in einem sozialen Kontext: Zwar gibt es mittlerweile eine Reihe von Veranstaltungen, in deren Rahmen gemeinschaftlich Second Life betreten wird, doch finden in der Regel soziale Kontakte in und um Second Life virtuell, nicht „real“ statt.

Die vergleichsweise häufige Nutzung von Second Life von dem zu Hause befindlichen Arbeitsplatz aus weist außerdem auf die hohe Zahl an in der virtuellen Welt engagierten Freiberuflern hin, die mit ihrem Engagement unter anderem auch berufliche Interessen verbinden.

Viele Freiberufler in Second Life aktiv

Second Life wird von der Mehrzahl der Befragten in den Abend- und Nachtstunden besucht: Ein Besuch in der virtuellen Welt vom Arbeitsplatz bei einem Arbeitgeber aus ist – auch angesichts der Zeitintensität der Nutzung, siehe unten – in der Regel nur solchen Nutzern möglich, die auch beruflich mit virtuellen Welten befasst sind (vgl. Tabelle 8). Letztere (immerhin ein Viertel der Befragten) betreten viermal so häufig Second Life auch am Arbeitsplatz außerhalb der Wohnung als solche Befragten, die nur private Interessen im Second Life verfolgen.

In den Vormittagsstunden wird Second Life deutlich häufiger von Frauen genutzt (45% der weiblichen Befragten gegenüber 28% der Männer). Dies sind besonders die Hausfrauen und die in Teilzeit Beschäftigten unter den weiblichen Befragten. Auch wenn mehr als vier Fünftel der Nutzer zumeist allein in Second Life unterwegs sind, betritt immerhin durchschnittlich jede(r) achte Befragte die virtuelle Welt überwiegend zusammen mit seinem Partner, eine Nutzungsform, die besonders in den mittleren Altersgruppen eine höhere Beliebtheit genießt (18% bei den 40- bis 49-Jährigen) (vgl. Tabelle 9).

⑧ Tageszeit und Ort der Nutzung von Second Life

in %

	Gesamt	Männer	Frauen
privat zu Hause vormittags	35,40	28,37	45,02
privat zu Hause mittags	29,00	27,68	30,81
privat zu Hause nachmittags	51,60	52,94	49,76
privat zu Hause abends	92,20	91,70	92,89
privat zu Hause nachts	64,40	66,09	62,09
an meinem Arbeitsplatz zu Hause vormittags	12,00	10,73	13,74
an meinem Arbeitsplatz zu Hause mittags	12,00	13,84	9,48
an meinem Arbeitsplatz zu Hause nachmittags	15,00	17,30	11,85
an meinem Arbeitsplatz zu Hause abends	14,80	16,26	12,80
an meinem Arbeitsplatz zu Hause nachts	8,80	11,07	5,69
an meinem Arbeitsplatz außerhalb der Wohnung vormittags	4,20	4,15	4,27
an meinem Arbeitsplatz außerhalb der Wohnung mittags	5,20	5,88	4,27
an meinem Arbeitsplatz außerhalb der Wohnung nachmittags	6,00	7,61	3,79
an meinem Arbeitsplatz außerhalb der Wohnung abends	2,20	3,46	0,47
an meinem Arbeitsplatz außerhalb der Wohnung nachts	0,20	0,35	0,00
bei Freunden und Bekannten vormittags	1,80	1,04	2,84
bei Freunden und Bekannten mittags	3,20	3,11	3,32
bei Freunden und Bekannten nachmittags	8,80	8,30	9,48
bei Freunden und Bekannten abends	10,00	8,30	12,32
bei Freunden und Bekannten nachts	3,40	2,77	4,27
in einem Internet-Cafe vormittags	0,80	0,69	0,95
in einem Internet-Cafe mittags	1,40	1,04	1,90
in einem Internet-Cafe nachmittags	1,60	1,38	1,90
in einem Internet-Cafe abends	2,00	2,08	1,90
in einem Internet-Cafe nachts	1,00	1,04	0,95
Gesamt	100	100	100
Basis absolut	500	289	211

Quelle: House of Research.

80 Prozent nutzen Second Life mindestens einmal täglich

Ist die relativ hohe Eintrittsschwelle einmal überwunden, erzeugen die virtuellen Welten unzweifelhaft einen starken Sog und ein starkes Involvement unter ihren Nutzern. Rund 80 Prozent der Befragten betreten Second Life zumindest einmal täglich, die Hälfte sogar mehrmals täglich. Frauen nutzen Second Life geringfügig häufiger als Männer – ebenso die formal niedriger Gebildeten, wohl wegen des größeren frei verfügbaren Zeitbudgets.

Nutzungsdauer von 30 Stunden wöchentlich keine Seltenheit

Ein Engagement in virtuellen Welten ist überaus zeitintensiv: So währt unter den Befragten ein durchschnittlicher Besuch in Second Life an Werktagen durchschnittlich 3,7 Stunden, am Wochenende gar 5,3 Stunden (vgl. Tabellen 10 und 11). Die weiblichen Befragten tendieren dabei zu häufigeren Besuchen und zu höheren durchschnittlichen Verweildauern (werktags 4,1 Stunden und 5,5 Stunden am Wochenende). Insgesamt sind Nutzungsdauern von wöchentlich über 30 Stunden keine Seltenheit – was nicht ohne starken Einfluss auf das Zeitbudget für andere Tätigkeiten bleiben kann.

Einfluss von Second Life auf die Mediennutzung

Second-Life-Nutzer sehen seltener fern

Vor dem Hintergrund der Nutzungsintensität und der Tatsache, dass Second Life besonders häufig in den Abend- und Nachtstunden besucht wird, ist es

⑨ Nutzungskontext von Second Life

in %

allein	82,40
mit meinem Partner/meiner Partnerin	13,00
mit Freunden und Bekannten zusammen	2,80
mit Geschwistern	0,60
Sonstige	0,40
mit Arbeitskollegen	0,40
zusammen mit meinen Kindern	0,40
mit Geschäftspartner	0,00
mit den Eltern, mit Vater, Mutter	0,00

Basis: n=500.

Quelle: House of Research.

besonders der Fernsehkonsum, der durch ein Engagement in Second Life eingeschränkt wird: Rund die Hälfte aller Befragten gab an, dass sie seltener fernsieht, seit sie die virtuelle Welt besucht; die andere Hälfte beschreibt ihr Fernsehnutzungsverhalten als unverändert (vgl. Abbildung 10). Diese Einschränkung des Fernsehkonsums korreliert mit

10 Häufigkeit der Nutzung von Second Life nach Geschlecht, Bildung und Nutzungsinteresse

in %

	Gesamt	Männer	Frauen	Formale Bildung				Nutzungsinteresse	
				ohne Abschl./Haupts.	Realschule	(Fach-)Abitur	(Fach-)Hochschule	privat	(auch) beruflich
mehrmals täglich	50,20	47,40	54,03	68,06	51,15	51,82	35,90	47,15	60,53
einmal täglich	29,60	30,10	28,91	22,22	29,31	31,39	32,48	31,09	24,56
mehrmals wöchentlich	14,80	15,92	13,27	6,94	14,94	10,22	24,79	15,54	12,28
einmal wöchentlich	1,60	1,38	1,90	0,00	1,72	1,46	2,56	1,81	0,88
mehrmals pro Monat	2,80	3,81	1,42	2,78	2,30	4,38	1,71	3,11	1,75
einmal im Monat	0,60	1,04	0,00	0,00	0,00	0,73	1,71	0,78	0,00
seltener als einmal im Monat	0,40	0,35	0,47	0,00	0,57	0,00	0,85	0,52	0,00

Basis: n=500.

Quelle: House of Research.

11 Durchschnittliche Dauer eines Besuchs in Second Life nach Geschlecht

in %

	Gesamt	Männer	Frauen
werktags			
unter 1 Stunde	1,82	3,16	0,00
1 bis unter 2 Stunden	10,30	11,93	8,10
2 bis unter 3 Stunden	19,80	20,35	19,05
3 bis unter 4 Stunden	21,82	23,51	19,52
4 bis unter 5 Stunden	20,20	18,95	21,90
5 bis unter 6 Stunden	12,93	12,28	13,81
6 Stunden und mehr	13,13	9,82	17,62
Wochenende			
unter 1 Stunde	1,42	1,06	1,90
1 bis unter 2 Stunden	7,49	8,45	6,19
2 bis unter 3 Stunden	9,92	9,86	10,00
3 bis unter 4 Stunden	11,54	13,03	9,52
4 bis unter 5 Stunden	16,40	16,90	15,71
5 bis unter 6 Stunden	11,54	11,27	11,90
6 Stunden und mehr	41,70	39,44	44,76

Basis: n=500.

Quelle: House of Research.

den Variablen Geschlecht und Alter: Frauen schränken ihren Fernsehkonsum stärker ein als Männer. Und nach Altersgruppen differenziert steigt die Einschränkung linear mit dem Alter, während unter den bis 29-Jährigen lediglich 43 Prozent der Befragten angeben, seltener fern zu sehen, sind dies bei den ab 50-Jährigen mehr als 60 Prozent.

Auch PC- und Konsolenspiele seltener genutzt

Auch PC- und Konsolenspiele werden seltener genutzt, wobei anzumerken ist, dass es sich bei den Nutzern von Second Life nicht um einen Personenkreis handelt, der üblicherweise solche Spiele häufig nutzt oder genutzt hat: Zwei Drittel der Befragten spielen lediglich gelegentlich oder seltener Computerspiele, und auch der Besitz von Spielekonsolen ist unter ihnen nicht weit verbreitet. Die neuen, von den Nutzern gestalteten virtuellen

Welten scheinen somit einen eigenen Nutzertypus hervorzubringen oder anzuziehen.

Andere, insbesondere soziale Aktivitäten werden zugunsten des Engagements in Second Life deutlich seltener eingeschränkt: Zwar gibt rund jede(r) sechste Befragte an, seltener ins Kino und ins Theater zu gehen, aber nur 10 Prozent verbringen weniger Zeit mit Freunden und mit der Familie. Diesen stehen 5 Prozent der Befragten gegenüber, die sogar mehr Zeit mit ihren Familienangehörigen verbringen, seit sie in der virtuellen Welt aktiv sind.

Art und Qualität der Nutzung von Second Life

Es wurde bereits beschrieben, dass der Zutritt zur virtuellen Welt überwiegend allein über den privaten Rechner von zuhause aus erfolgt. Doch allein sind die Nutzer in Second Life dann selten: Zumeist haben die Befragten einen konkreten Anlass, wenn sie online gehen: 60 Prozent der Befragten geben an, dass sie sich dann in Second Life einloggen, wenn sie eine Verabredung mit virtuellen und/oder realen Freunden und Bekannten haben, weitere 47 Prozent wollen eine bestimmte, zumeist soziale Veranstaltung besuchen (vgl. Abbildung 11). Ein Viertel der Männer (Frauen: 17%) nimmt eine Verabredung mit virtuellen und/oder realen Geschäftspartnern zum Anlass, Second Life zu besuchen, immerhin 30 Prozent gehen online, weil sie arbeiten müssen, womit zumeist schlecht bezahlte Tätigkeiten innerhalb der virtuellen Welt gemeint sind. (13)

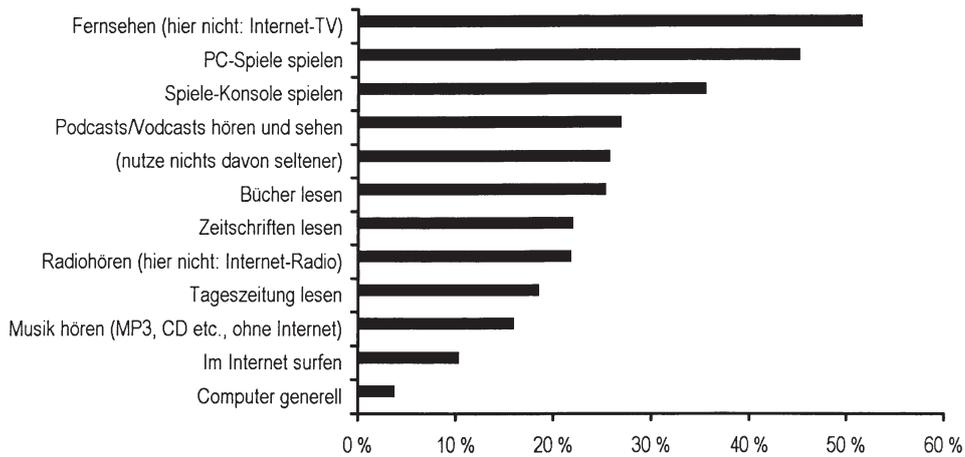
Abbildung 12 quantifiziert Arten der Nutzungspräferenzen, differenziert nach Geschlecht der Befragten. Hier zeigt sich, dass die weiblichen Befragten generell etwas stärker in die virtuelle Welt involviert sind, besonders auch, was die kommunikationsbezogenen Tätigkeiten angeht – mit Ausnahme der technischen und merkantilen Aspekte von Second Life.

Betrachtet man die Aussagen zu der Frage, welche Tätigkeiten die Befragten in Zukunft häufiger ausüben gedenken, erkennt man das Bestreben der weiblichen Nutzer von Second Life, einerseits als störend erlebte technische Defizite auszugleichen (fast zwei Drittel der weiblichen Befragten

Weibliche Nutzer stärker involviert

Abb. 10 Second Life - Wirkung auf Zeitbudget für Mediennutzung

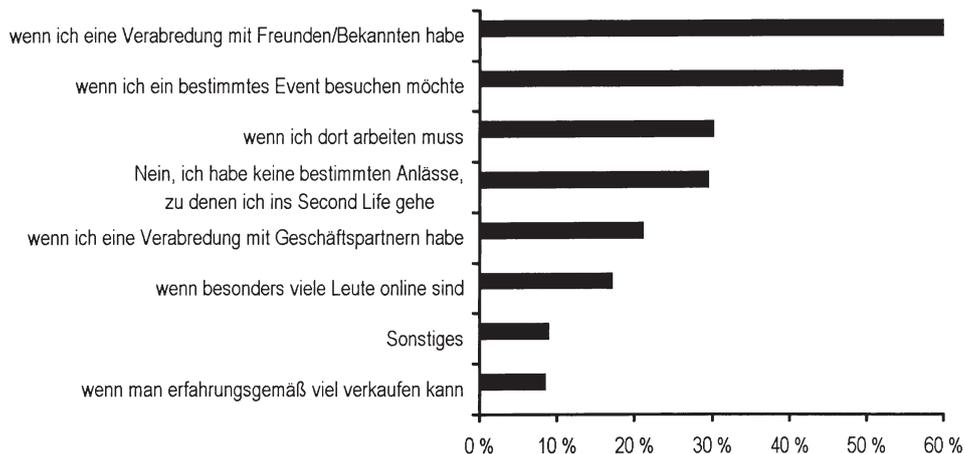
"Nutze jetzt seltener"



Basis: n=500.

Quelle: House of Research.

Abb. 11 Anlässe für den Besuch in Second Life



Basis: n=500.

Quelle: House of Research.

wollen häufiger selbst programmieren, das heißt „Scripten“), andererseits den Umfang der ohnehin schon stärker ausgeprägten sozialen Interaktion im virtuellen Raum noch zu erweitern (vgl. Abbildung 13). (14)

Darüber hinaus haben die weiblichen Befragten deutlich stärker als die männlichen Nutzer das Bedürfnis und die konkrete Absicht, auch die Nutzung traditioneller Medien stärker in den virtuellen Raum zu verlegen.

Übertragung „analoger“ Bedürfnisse in ein digitales Umfeld

Wenn Kommunikation als eine zentrale Qualität des Web 2.0 gegenüber dem angebots- und informationsorientierten, zweidimensionalen, „traditionellen“ World Wide Web verstanden werden kann, dann sind drei Wesensmerkmale der neuen virtuellen Welten zu identifizieren: Kreation, Imagination und Kommunikation – auch wenn es sich dabei ganz konventionell wesentlich um eine Übertragung „analoger“ Bedürfnisse in ein digitales Um-

feld handeln mag. Die Nutzer entkommen in der virtuellen Welt ihren realen Bedürfnislagen nicht, entgrenzen sie aber. „Ich habe in Second Life meine neue beste Freundin kennen gelernt“, sagt im Tiefeninterview eine formal eher niedrig gebildete Nutzerin aus einer deutschen Kleinstadt, „sie lebt in Barcelona“.

Tabelle 12 gibt Auskunft über die Zahl und Qualität der virtuellen und realen sozialen Kontakte der Nutzer von Second Life. Durchschnittlich sind es 38 Personen, zu denen von den Nutzern von Second Life ein über ein kurzes Gespräch hinaus gehender Kontakt geknüpft wurde. Mit der Dauer der Teilnahme an Second Life steigt naturgemäß die Chance, Kontakte zu knüpfen, an. Nutzer, die sich

Mit Dauer der Registrierung steigt Zahl der Kontakte

Abb. 12 Second Life: Bisherige Nutzungsinteressen

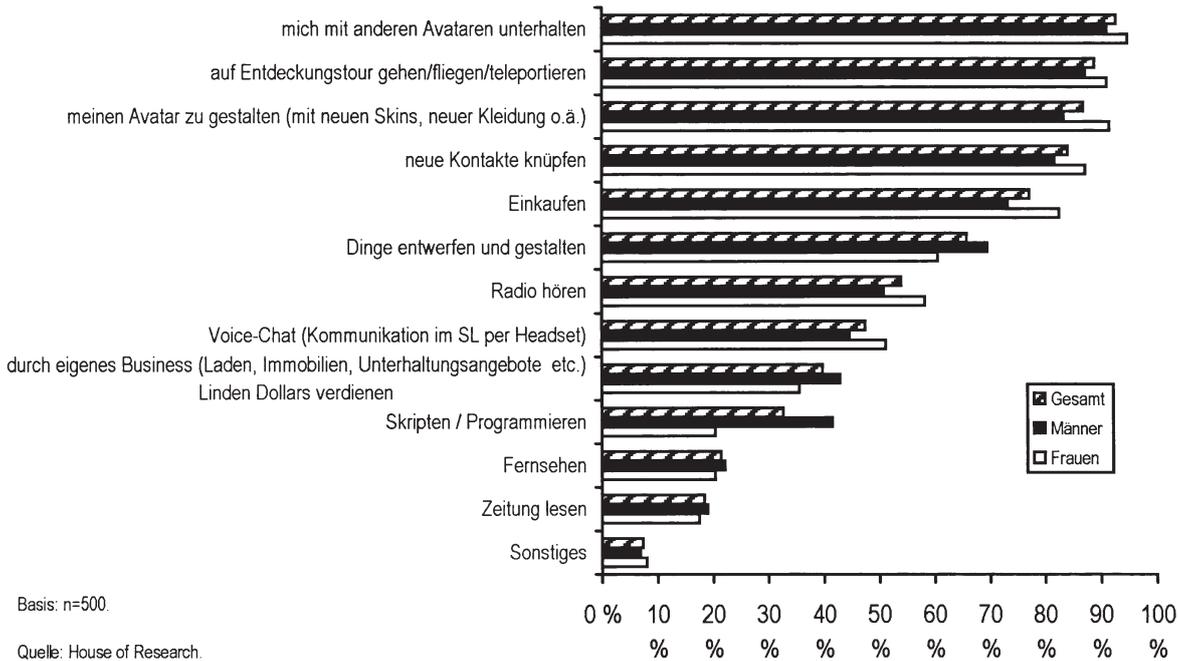
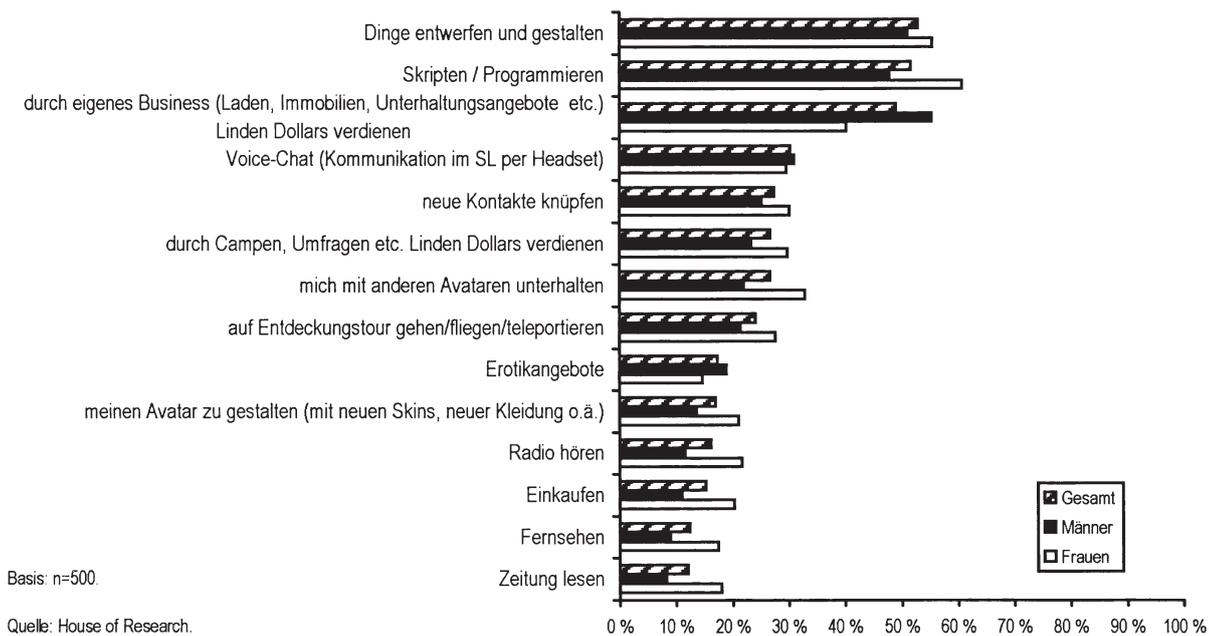


Abb. 13 Second Life: Für die Zukunft beabsichtigte Nutzung



erst seit weniger als einem Monat in Second Life engagiert haben, hatten im Durchschnitt mit 11 Personen Kontakt. Bei Nutzern, die bereits seit mehr als einem Jahr in der virtuellen Welt aktiv sind, beträgt die durchschnittliche Zahl der Kontakte bereits 62.

Treffens (durchschnittlich mit zwei Personen), sei es mit einem telefonischen oder E-Mail-Kontakt (im Durchschnitt zu sechs Personen). Erstaunliche 60 Prozent aller Befragten gaben an, dass sie sich in Second Life schon einmal verliebt haben. Ein Drittel dieser Befragten machte auch Angaben darüber, ob sie sich auch im realen Leben einmal mit dieser Person getroffen haben. In insgesamt 24 Fällen der Stichprobe von 500 Personen kam es zu einer verbürgten, virtuell induzierten Lebensgemeinschaft.

„Virtuelle“ Kontakte ins reale Leben übertragen

Drei Viertel der Befragten gaben an, dass sie solche Kontakte auch schon in ihr reales Leben übertragen haben – sei es in Gestalt eines persönlichen

12 **Zahl der virtuellen und realen Kontakte in Second Life nach Geschlecht und Alter**

Mittelwert

	Gesamt	Männer	Frauen	16-29 J.	30-39 J.	40-49 J.	50 J. und älter
zu Freunden geworden	9,34	9,79	8,77	12,38	8,27	7,45	9,50
zu (guten) Bekannten geworden	12,71	13,57	11,60	11,66	13,95	12,62	12,38
habe mich schon verliebt	1,07	1,02	1,12	0,92	0,99	1,21	1,30
fremd geblieben	13,98	16,26	11,04	12,52	12,77	16,56	13,38

Basis: n=500.

Quelle: House of Research.

Nutzerzahl wächst – bei niedrigem Anteil aktiver Teilnehmer In der ersten Hälfte des Jahres 2007 erfuhren neue, von den Nutzern gestaltbare Online-3D-Welten wie Second Life eine enorme mediale Aufmerksamkeit. Innerhalb von zwei Jahren stieg die Zahl der bei Second Life registrierten Nutzer von 250 000 (Mai 2006) auf über 13,7 Millionen (Mai 2008). Doch sagt die Zahl der Registrierungen wenig aus über die Zahl der tatsächlich aktiven Nutzer. Dazu ist lediglich jeder Zwanzigste zu rechnen; zu einer gegebenen Stunde sind nur zwischen 30 000 und 65 000 Nutzer weltweit online. Angesichts dieser Zahlen flachte die mediale Erregungskurve ab Mitte des vergangenen Jahres schnell wieder ab, und der Tenor der Berichterstattung war zunehmend Ernüchterung und Enttäuschung. Doch wuchs die Zahl der Nutzer trotzdem beständig weiter, wenn auch insgesamt weiter auf niedrigem Niveau. In Deutschland ist bei Second Life Mitte 2008 von einer Zahl von 40 000 bis 80 000 wirklich aktiven Teilnehmern auszugehen, bei insgesamt rund 1,1 Millionen registrierten deutschen Nutzern.

Verknüpfung von realer Welt und 3D-Welt Virtuelle Welten wie Second Life bieten die Möglichkeit, das Internet und die „reale Welt“ mit der 3D-Welt zu verknüpfen: Ersteres durch eine einfache Weiterleitung von Inhalten aus dem Web auf die 3D-Welten, das Zweite nicht zuletzt durch die Existenz eines vollständigen Wirtschaftskreislaufs und einer frei konvertierbaren Währung in Second Life. Nutzer erwerben Eigentum an von ihnen virtuell erzeugten Produkten, können Handel treiben und solcherart verdientes Geld wieder in reale Währungen umtauschen. Zudem haben zahlreiche „reale“ Unternehmen, Institutionen und Organisationen Quartier bezogen in Second Life. Prinzipiell ist in Online-3D-Welten im Sinne der Medienkonvergenz die Integration anderer medialer Angebote möglich, etwa durch Audio- und Videostreams, Integration von Spieleanwendungen usw.

Selbstorganisation der Nutzer statt definierter Spielziele Wenn Spiele dadurch definiert sind, dass sie über ein festgelegtes Spielszenario und über definierte Spielziele verfügen, dann sind die Online-3D-Welten nicht als Spiele anzusehen, sondern als „synthetische Welten“, die viele Aspekte der realen Welt in den virtuellen Raum erweitern. Dabei setzt zum Beispiel Second Life wesentlich auf die Selbstorganisation der Nutzer.

Eintrittsschwelle noch relativ hoch Die Eintrittsschwelle zu Second Life und anderen virtuellen Welten ist (derzeit noch) vergleichsweise

hoch. Um sich dort befriedigend zu engagieren, müssen gewisse Fertigkeiten erworben werden; zudem ist die Verfügbarkeit eines breitbandigen Internetzugangs und einer Flatrate wenn nicht unbedingt erforderlich, so doch für die problemlose Teilnahme sinnvoll.

Es sind offenbar nicht die klassischen „Gamer“, die sich von den neueren 3D-Welten angesprochen fühlen, sondern eher spieleferne Nutzertypen, insbesondere auch Frauen und Ältere. Insgesamt weist die Stichprobe der vorliegenden Untersuchung ein Durchschnittsalter von 36 Jahren auf (ab 50-Jährige stellen dabei einen Anteil von immerhin 10 Prozent); auch Bildungsniveau und Einkommen liegen deutlich über dem Bevölkerungsdurchschnitt.

Dem Engagement in virtuellen Welten wie Second Life liegen verschiedene Bedürfnisdispositionen zu Grunde: Die bedeutendsten sind dabei Ausleben von Kreativität (Möglichkeit zur freien Gestaltung der virtuellen Welt und auch des eigenen Avatars), soziale Interaktion und Kommunikation. Häufig werden virtuelle Kontakte in das reale Leben der Nutzer übertragen oder umgekehrt reale Kontakte im virtuellen Raum gepflegt; geographische Beschränkungen existieren dabei in der virtuellen Welt nicht. Auch Spaß und Unterhaltung (die neue globale Welt entdecken, Unterhaltungsangebote wahrnehmen, einfach entspannen) spielt bei der Nutzung von Second Life eine große Rolle. Weitere wichtige Motivationen sind die Möglichkeit, alternative Verhaltensmodelle auszuprobieren oder auch Geschäftsideen zu testen.

Einmal in der virtuellen Welt engagiert, ist das Involvement der Nutzer hoch: Die Nutzungsfrequenz ist hoch, die durchschnittliche Dauer der Besuche beträgt bei den Befragten 3,7 Stunden an Werktagen und 5,1 Stunden am Wochenende. Wöchentliche Nutzungsdauern von über 30 Stunden sind keine Seltenheit. Der Zutritt erfolgt dabei überwiegend allein vom heimischen PC oder Notebook aus. Bei längerer Zugehörigkeit zur virtuellen Welt stabilisiert sich die Nutzungsdauer auf hohem Niveau, die Nutzung wird von den Befragten in hohem Maße habitualisiert, ein „Wear-out“-Effekt ist kaum festzustellen.

Vergleichsweise hohes Durchschnittsalter der Nutzer

Freiraum für Kreativität und Forum für Kontakte

Hohes Involvement der aktiven Teilnehmer

Zeitbudget für andere Medien und Freizeitaktivitäten sinkt

Angesichts dieser Nutzungsintensität verändert sich das Zeitbudget für die Nutzung anderer Medien und auch für weitere Freizeitaktivitäten. Werden soziale Aktivitäten (wie Freunde treffen, Zeit mit der Familie verbringen) nur von 10 Prozent der Befragten wegen Second Life eingeschränkt, gibt rund die Hälfte an, weniger fernzusehen.

Prognosen zu 3D-Welten schwierig

Derzeit sind zahlreiche weitere virtuelle Welten in der Entwicklung bzw. stehen vor der Öffnung. Diese zielen auf eine weitaus stärkere Verbindung zur realen Welt. Seriöse Prognosen über die Entwicklung von Angebot und Nutzung von Online-3D-Welten sind derzeit jedoch kaum möglich. Es kann davon ausgegangen werden, dass angesichts der Wachstumsraten von zum Beispiel Second Life diese sich einen stabilen Platz im Rahmen des Web 2.0 erobern werden bzw. bereits erobert haben. Die Zahl der wirklich aktiven „Bewohner“ dieser Welten bleibt jedoch wohl auf absehbare Zeit eher klein im Vergleich zur Nutzerschaft sowohl von Computer- und Konsolenspielen als auch der traditionellen Medien.

Anmerkungen:

- 1) Vgl. hierzu Stöckers, Christian: Virtuelle Räume und reale Erregungszyklen. Die Hysterie der Medien um „Second Life“ und was wirklich dran ist an dreidimensionalen Web-Welten. In: Publizistik 1/2008, S. 5–8.
- 2) Der Begriff „synthetische Welt“, geprägt von dem Wirtschaftswissenschaftler Edward Castronova, hat sich gegenüber der griffigeren, wenn auch weniger zutreffenden Bezeichnung „virtuelle Welt“ nicht durchsetzen können, was zu einer unpräzisen Kontrastierung von „virtueller“ zu „realer“ Welt geführt hat. Natürlich sind auch die neuen 3D-Welten „real“. Vgl. Castronova, Edward: Synthetic Worlds. The Business and Culture of Online Games. Chicago 2008.
- 3) Vgl. Interview mit einem der Gründer von Metaversum/Twinity, verfügbar unter <http://www.golem.de/0804/58754.html>.
- 4) Dabei lieferten besonders die Tiefeninterviews zum Teil frappierende Ergebnisse: Die Interviews wurden „Avatar to Avatar“ von einer geschulten Mitarbeiterin in einem eigens erstellten virtuellen House of Research in Second Life durchgeführt, wobei die Atmosphäre „klassischer“ Tiefeninterviews simuliert wurde. Dabei zeigte sich, dass gerade die Anonymität zu einer erhöhten Auskunftsbereitschaft auch über intimere Themen führte. Die Bereitschaft, Tiefeninterviews von mehreren Stunden Dauer zu führen, weist auf das hohe Involvement aktiver SL-Nutzer hin – und durch die im Verlauf der mehrstündigen Befragung entste-

- hende Vertrautheit waren die meisten der Befragten dann auch bereit, ihre Anonymität preiszugeben und Auskunft zu geben etwa über ihre „realen“ soziodemografischen Merkmale.
- 5) Hier folgen die Autoren wiederum den eingeführten Begrifflichkeiten, wiewohl sie auch virtuelle Kommunikation durchaus für „real“ halten.
- 6) Verfügbar unter <http://secondlife.com/corporate/tos.php>.
- 7) Dieser und die folgenden Verweise auf den Bevölkerungsdurchschnitt beziehen sich auf das Statistische Jahrbuch 2007 des Statistischen Bundesamtes. Wiesbaden 2007.
- 8) Daten verfügbar unter: http://secondlife.com/whats/economy_stats.php.
- 9) Vgl. ebd.
- 10) So können auf www.slexchange.com, einem Onlineshop für Second-Life-bezogene Produkte, mittlerweile auch Pornofilme gebührenpflichtig ausgeliehen werden, die dann in der 3D-Welt auf virtuellen Fernsehern (oder ebensolchen Kinoleinwänden) abgespielt werden können. Es ist zu vermuten, dass Onlinevideotheken mit „Vollsortiment“ diesem Beispiel bald folgen werden.
- 11) Dass virtuelle Welten, wie in den Medien oft kolportiert, nicht nur urheberrechtlich gesehen ein „rechtsfreier Raum“ sind, entspricht im Übrigen nicht den Tatsachen. Sie unterliegen zumindest der Jurisdiktion des Landes, in dem der Betreiber angesiedelt ist. Nur wurden Rechtsverstöße bislang nur in seltenen Ausnahmefällen geahndet.
- 12) Dabei existiert bereits seit Längerem die Möglichkeit, die virtuelle Welt auch beispielsweise über Mobiltelefone und Smartphones zu betreten, was aber angesichts kleiner Monitore und der umständlicheren Kommunikation wenig befriedigend erscheint. Vgl. hierzu etwa <http://secondlife.reuters.com/stories/2007/02/08/comverse-demos-second-life-on-mobile-phones/>.
- 13) Eine typische Tätigkeit besonders solcher Nutzer, die noch vergleichsweise neu in der virtuellen Welt sind, ist das „Campen“: Virtuelle Unternehmer in Second Life stellen in ihren Ladengeschäften, Clubs etc. häufig so genannte Camping Pads auf, auf denen Avatare gegen ein sehr geringes Honorar Platz nehmen können und damit den Traffic (Publikumsverkehr) am virtuellen Ort erhöhen, eine wichtige, über eine Suchfunktion öffentlich zugängliche Kennzahl für die Popularität solcher Orte. Solches „Campen“, bei dem die Nutzer nicht wirklich aktiv sind, treibt allerdings auch die vom Betreiber veröffentlichten Zahlen zur Nutzungsdauer nach oben und ist dabei statistisch schwer zu quantifizieren. Virtuelle Arbeitsämter in Second Life vermitteln aber auch besser bezahlte „aktive Jobs“, vom DJ über Leibwächter, Tänzer(innen), Journalisten, Programmierer und „Builder“ (Erbauer virtueller Landschaften, Gebäude und Gegenstände) bis hin zu „Escorts“, einem auch im virtuellen Raum verbreiteten Euphemismus für hier dann virtuelle Prostitution.
- 14) An dieser Stelle sei auf die besonders in den Tiefeninterviews zu Tage tretende Qualifizierungsfunktion von virtuellen Welten hingewiesen: Häufig sind es mit der Computer- und Informationstechnologie wenig Vertraute, die sich in Second Life engagieren. Ein befriedigendes Engagement dort aber erfordert gewisse Kenntnisse in den genannten Bereichen, auch benachbarter Programme wie etwa dem anspruchsvollen Adobe Photoshop oder von 3D-Programmen. Insbesondere weibliche Befragte berichten über ihre – erfolgreichen – Bemühungen, solche Software beherrschen zu lernen. Darüber hinaus ist E-Learning eine der kommerziellen Branchen aus der realen Welt, die sich stark den Möglichkeiten der virtuellen Welten zuwendet.

