

## Miszelle

Frank DICKMANN, Bochum  
Kay Christian SCHMITZ, Wülfrath

### Deutschlandkonstruktionen in der Weltsimulation „Second Life“

#### Summary

The interactivity and 3D-visualisation techniques of the simulation Second Life allow users to create a virtual geography that consists of wide-stretched digital landscapes and urban areas. Compared to different world simulations, e.g. World of Warcraft, Second Life is related closely to reality by a real money trade. Thus, many economical processes can be initiated, moulding landscape structures massively. Despite the globalisation process and the successive generation of postmodern city structures in Second Life's urban areas, various symbols of genuine cultural elements of nationalities (e.g. from Germany or France) can be found either. Apparently, these symbols reflect common ideas of landscapes and help to meet the user's need for identity in a virtual world. At the same time national symbols are used for advertising strategies in Second Life, inducing and manipulating the spatio-economic development of the simulation.

#### 1 Weltsimulation Second Life

Die virtuellen Weltsimulationen erweitern gegenwärtig unseren Raumbegriff. Der Schwerpunkt der medialen Aufmerksamkeit bewegt sich in den letzten Jahren zunehmend in Richtung Second Life, eine von mehreren im Internet angebotenen virtuellen Welten, mit gegenwärtig etwa 14 Millionen Mitgliedern (Stand 10/2009). Dieser Multi User Online Service, auch als *Massive Multiplayer Online Role Play Games* (MMORPG) bezeichnet (SCHMIDT 2006), visualisiert künstliche Umgebungen in Form interaktiver 3D-Welten. Der dadurch bei den Teilnehmern entstehende Raumeindruck wird zudem durch Audio- und Videostreams, die in der Darstellung integriert sind, verstärkt. Second Life ist in den westlich geprägten Ländern die am weitesten verbreitete „Kommunikations- und Transaktionsplattform“ (BARUCCA et al. 2007, 137), da sie aufgrund ihrer vielfältigen Interaktionstechniken den Teilnehmern zahlreiche individuelle Freiheiten und Gestaltungsmöglichkeiten bietet. So kann theoretisch jeder Teilnehmer mit Hilfe der von der Betreiberfirma entwickelten Programmiersprache LSL (Linden Script Language) die virtuelle 3D-Welt mit gestalten. Veränderungen werden in Echtzeit an die Parallelwelt und wieder zurück

übertragen. Die hohe Interaktivität ermöglicht die Ausübung vieler Kommunikationsformen (Sprache, Text, Bilder) und soll die Grundlage für wirtschaftendes Handeln sowie auch für ein – rudimentäres – Sozialverhalten bilden (ebd.). Second Life besitzt somit gegenüber typischen spiele- und „chat-“orientierten Weltsimulationen (z.B. World of Warcraft oder ActiveWorlds) eine realitätsnähere Intention.

Über die Summe der individuellen Entscheidungen verleihen die Teilnehmer der Parallelwelt eine eigene virtuelle Geographie. So sind regelrechte Landschaften und vor allem urban geprägte Räume entstanden, die den Nutzern trotz des ausgesprochen künstlich wirkenden Umfeldes in vielerlei Hinsicht vertraut erscheinen. Dies erstaunt, erwartet man doch im Second Life, wo es keine Gesetzgebung und keine sozialen und gesellschaftlichen Zwänge zu geben scheint, eher utopische oder phantastische Entwürfe. Wenn auch manche phantasievolle Architektur und Einrichtung anzutreffen ist, bleibt das Bild, das sich dem Besucher bietet, insgesamt eher nüchtern und wenig differenziert. Dies betrifft nicht nur die auch hier anzutreffende Uniformität städtischer Einkaufswelten, sondern auch andere funktionale oder architektonische Aspekte von Siedlungen. So finden sich in deutschsprachigen Arealen neben großflächigen und uneinheitlich wirkenden Bebauungen Kulissen alter Fachwerkhäuser, dörflich anmutende Ortskerne oder suburbane Wohnareale. Auch andere identifizierbare Sprachgruppen im Second Life verhalten sich ähnlich. Die niederländische virtuelle Gemeinde hat Amsterdam nachgebaut, die Italiener Rom, und bei den Japanern stehen Schreine in fernöstlich anmutenden Gärten. Was bestimmt nun konkret die Entstehung des Stadt- und Landschaftsbilds im virtuellen Raum? Sind städtebauliche und funktional-räumliche Konvergenzen zur Realität unvermeidlich? Oder antizipiert der „Städtebau“ auf der Plattform von Second Life nicht vielleicht doch auch Entwicklungslinien, die künftige städtische Strukturen in der Realität prägen könnten?

## 2 Die simulierte Geographie

Die von der kalifornischen Firma *Linden Labs* unterhaltene Plattform verbindet registrierte Nutzer digital. Als Avatare, d.h. modifizierbare grafische „Alter-Egos“ (SCHMIDT 2006, 43) der Teilnehmer bevölkern sie den virtuellen Raum. Seit seiner Gründung 2003 hat sich eine „second world“ mit fast allen (räumlichen) Funktionen der realen Welt geformt: Ein solches „geographisches Neuland“ simuliert weitläufig die typischen Erscheinungsformen der physischen Welt mit Hügeln, Wäldern, Seen oder Siedlungen.

Bereits im Dezember 2006 betrug die Größe der digitalen Landmasse in Second Life rund 361 Quadratkilometer, bestehend aus einem Kernland („mainland“) und zahllosen größeren und kleineren Inseln (REICHERTZ 2007). Die isotrope Oberfläche der Second Life-Landschaft ist dabei schachbrettförmig aus über 9000 jeweils 256m x 256m großen Feldern (sogenannten „Sims“) zusammengesetzt. Die Landmasse ist flexibel: je nach Bedarf wird Land aus dem „Meer gewonnen“ oder „versenkt“. Diese in der Größe genormten Areale bilden das Grundgerüst, aus denen auch größere zusammenhängende Einheiten zusammengesetzt werden, z.B. das „mainland“. Der größte Teil der virtuellen Landschaft besteht jedoch aus völlig isolierten Planquadraten mit zum Teil eigentümlichen Landschaftsmo- dellierungen.

Angefangen hat Second Life als unbesiedelte Einöde. Die ersten Avatare „betreten“ 2003 das „Neuland“ und begannen den virtuellen Raum individuell zu gestalten und zu besiedeln. Nur wenige Flächen waren zu Beginn von der Firma Linden Labs vorgefertigt. In Anlehnung an die Erschließung des nordamerikanischen Kontinents, an die das Aufteilungsmuster auffallend erinnert, ist bei Second Life auch euphorisch von der „virtual frontier“ die Rede (<http://reason.tv/video/show/480.html> <21.12.2009>). Abhängig von der Tageszeit schwankt die tatsächliche Bevölkerungsanzahl zwischen 30.000 Bewohnern morgens und 50.000 Bewohnern nachts (MEZ). Den Kern bilden urbane Räume, in denen Nutzer ausgehen, kommunizieren, einkaufen sowie Häuser und Siedlungen errichten. Ähnlich einer realen Stadt entsteht somit eine vielschichtige räumliche Ordnung, deren grundlegende Struktur sich mit Hilfe der Metapher eines Theaters beschreiben lässt. Die auf einer „Bühne“ stattfindenden räumlich wirksamen „Aufführungen“ in Form von simulierten Landschaften und sozialen Prozessen sind das Resultat des Zusammenspiels von drei der Kommunikation dienenden Konstruktionsebenen (Abb.1): a) die Interessen der in Form von Avataren agierenden globalisierten Gesellschaft, b) die „Bühne“ (Second Life), auf der Handlungen unmittelbar nachvollziehbar („aufgeführt“) werden, und schließlich c) die Infrastruktur des Internet, die mit modernen Kommunikations- und Informationstechnologien (Serverfarmen) die geeignete „Bühnentechnik“ bereitstellt, um die spezifische Illusion digitaler Räume zu ermöglichen. Die dadurch zusammengeführte „globale“ Gesellschaft, d.h. die weltweit online agierende Second Life-Teilnehmerschaft (Selbstbezeichnung „residents“), bildet dabei die Basis des Phänomens „virtuelle Weltsimulationen“. Wie in einem Theater- oder Marionettenspiel kommt es zu einer ausgelagerten Kommunikation zwischen den Teilnehmern. Reale Handlungen und sozioökonomische Prozesse werden in eine solche Parallelwelt transferiert und auf der mit Kulissen ausgestatteten digitalen Bühne „aufgeführt“. Allerdings ist eine echte Globalität letztlich nur bedingt gegeben. Tatsächlich beschränkt sich die Teilnahme auf einige Industrienationen. Mitteleuropa spielt dabei eine wichtige Rolle: Deutsch sprechende Avatare bilden nach der englischsprachigen die zweitstärkste Bevölkerungsgruppe im Second Life (REICHERTZ 2007; STILLICH 2007).

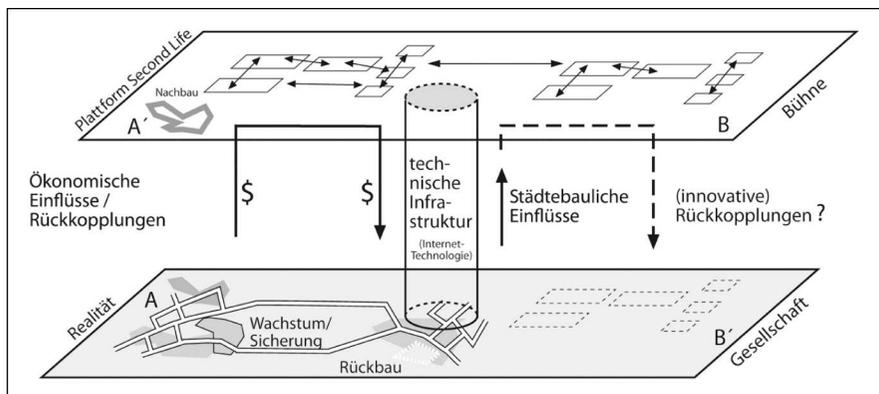


Abb. 1: Wirkungsgefüge zwischen Realität und der Virtualität Second Lifes

### 3 Erschließung

Second Life erleben die Nutzer weniger als externe Besucher, sondern als direkt Beteiligte. Die interaktive virtuelle Weltbühne Second Life eröffnet sich den Nutzern nach dem Einloggen. Fixpunkte im Second Life-Raum entstehen – nicht ganz unerwartet – durch den Aufbau virtueller Stadtkulissen, die als Anlaufstellen bzw. Zentren für den Ablauf kommunikativer Prozesse zwischen den Avataren dienen. Dies unterstreicht die besondere Bedeutung von Interaktion und Kommunikation im Second Life. Dazu zählen neben Sprache weitere „stumme“ Formen von Kommunikation. So findet sich auch in Mode, Architektur oder Landschaftsgestaltung der Wunsch nach individuellem Ausdruck wieder (SCHMIDT 2006). Der dadurch im Internet entstehende „technosoziale“ Zusatzraum (FAßLER 1997) scheint damit Potenzial zu bieten, bisher relevante Wirklichkeiten zu ergänzen und zu erweitern.

Die Entwicklung virtueller Siedlungen (auf der „Bühne“) ist – wie bei den physisch tatsächlich existenten – von ihren Erschließungsbedingungen abhängig. Der Siedlungsraum gestaltet sich vor allem über die diesem zur Verfügung stehenden Verkehrsmittel. Im virtuellen Raum gibt es zwei grundsätzlich verschiedene Arten der Fortbewegung. Zum einen kann auf die „klassischen“ Fortbewegungsmöglichkeiten wie die Nutzung von Autos, Motorräder, Flugzeugen zurückgegriffen werden, die alle mit einem zeitlichen Aufwand verbunden sind. Zum andern steht mit dem sogenannten „Teleporter“ ein ad hoc-Transport zur Verfügung, der letztlich für die Raumgestaltung und -wahrnehmung des Second Life von erheblicher Bedeutung ist. Denn die eingesetzte technologische Infrastruktur simuliert die unbegrenzte räumliche „Begehung“ der Landschaft in Second Life. Jeder Avatar kann die Teleporter-Technik nutzen, wodurch die Überbrückung einer beliebigen Distanz ohne Zeitverlust möglich wird. Alle virtuellen Standorte liegen zeitlich also gleich weit voneinander entfernt. Den Teleport-Zielort wählen Avatare durch Adresse-Angabe in eine Second Life-Suchmaschine oder durch Anklicken einer interaktiven Second Life-Karte. Am Zielort „schwebt“ der Avatar dann nach wenigen Sekunden auf den Boden.

Für Reisende in *Second Life* sind geographische Angaben also nur noch Suchkriterien ohne konkreten Distanzbezug. Räumliche Restriktionen werden ohne Mühe und Kosten überwunden, so dass die im Internet definierte Welt nur als „Rahmen der Erreichbarkeit von Wahrnehmung und Kommunikation“ (LUHMANN 1997, 152) aufgefasst werden kann. Das euklidische Raumverständnis wird somit obsolet, entscheidend sind ausschließlich die Handlungen der Nutzer (vgl. WERLEN 1993), die – als Repräsentanten der Spätmoderne – die Ausgestaltung dieses Rahmens bestimmen. Da die Merkmale der physischen Welt den Menschen als grundlegendes Bezugssystem dienen, versuchen sie offensichtlich den virtuellen Raum so zu gestalten und mit vertrauten Strukturen zu belegen, dass dieser „erfassbar“ wird. Um Nutzern den Zugang zur virtuellen Welt zu vereinfachen, wird das Internet folglich „verräumlicht“. Die Konstituierung des virtuellen Raums durch das Bewusstsein und das Handeln der *Second Life*-Teilnehmer führt dabei zwangsläufig zur Imitation der realen Welt bzw. der Vorstellung davon. Dabei zeigt sich, dass räumliche Fix- und soziale Drehpunkte auch innerhalb der virtuellen distanzlosen Kommunikationsräume notwendig sind. Bekannte Symbole, z.B. Nach-

bauten von städtischen Wahrzeichen, tragen hier – wie in der Realität – Identitätsbedürfnissen von Gruppen Rechnung (NEWIG 2006). Der Rückgriff auf bekannte (lokale) Strukturen bei der Erschließung dieser virtuellen Welt scheint daher die Tendenz der spätmodernen Gesellschaft zur „Wieder-Verankerung“ (RHODE-JÜCHTERN 1998) im Globalisierungsprozess widerzuspiegeln.

Interessant sind vor allem die unmittelbaren Beziehungen, die *Second Life* zur Wirklichkeit unterhält und die es von vielen anderen „Parallelen Realitäten“ (SCHMIDT 2006) unterscheiden. Sie resultieren aus den legalen ökonomischen Vorgängen, ohne die *Second Life* kaum die heutige Bedeutung errungen hätte (BARUCCA et al. 2007; SCHMITZ 2007). Konkret besteht die Verknüpfung im „real money trade“, d.h. in der Umtauschmöglichkeit realer US\$ mit der virtuellen *Second Life* -Währung *Linden-Dollar* (L\$). Die Betreiberfirma Linden Lab nimmt dabei die Rolle der „Zentralbank“ wahr. Die virtuelle Binnenwirtschaft umfasst mittlerweile insgesamt 14 000 Unternehmen und einen Geldumlauf von rund 360 Mio. US-Dollar (HAMANN u. UEHLECKE 2007). Im Oktober 2007 lag der Umtauschkurs bei 1US\$ zu 270 L\$.

Dem relevanten Wertschöpfungsbereich nach handelt es sich bei *Second Life* um eine Dienstleistungsgesellschaft, die Wertschöpfungseffekte für die reale Wirtschaft erzielt. Über diese Rückkopplung zur Realität können sich die virtuellen Prozesse auch auf den realen Raum auswirken, indem beispielsweise bei den realen Unternehmen, die im *Second Life* virtuelle Dependancen unterhalten, vor Ort tatsächliche existierende Produktionsstandorte und Arbeitsplätze gesichert oder ggf. ausgebaut werden, während der klassische Einzel- und Zwischenhandel durch diesen Vorgang Einbußen zu erleiden droht (Abb. 1). Ökonomische Potenziale sind daher entscheidend für die Erschließung der virtuellen Welt.

#### **4 Deutschland im Second Life**

Politisch besteht im virtuellen Raum ein Vakuum. In *Second Life* gibt es weder Nationalstaaten noch Regierungen, sondern nur „allgemeine Geschäftsbedingungen“. Neben einem sehr allgemeinen Verhaltenskodex (STILLICH 2007) gelten vor allem die Gesetze der freien Marktwirtschaft. Bewohner sind Kunden, keine Bürger. Auch der öffentliche Raum ist fast durchgängig privat. Sozial wird *Second Life* vor allem von Interessengemeinschaften und Netzwerken organisiert. Zugehörigkeiten zu Nationalitäten oder Ethnien werden nicht unmittelbar sichtbar. Lediglich über die Sprache lassen sich Hinweise auf Kulturzugehörigkeiten ableiten. Die inoffizielle virtuelle Weltsprache ist zwar Englisch, die Angehörigen anderer Sprachgemeinschaften sind jedoch räumlich in vergleichsweise kleinen Gruppen segregiert und bevorzugen zur Ansiedlung oft kleine Inseln. In der Muttersprache zu kommunizieren erlaubt immer noch die größten sprachlichen Freiräume und sorgt für die wenigsten Missverständnisse (vgl. ROWLEY 1985). Die Sprache ist somit auch im virtuellen Raum das herausragende Symbol raumbezogener Gruppenzugehörigkeit. Ein Beispiel für ein Siedlungsgebiet deutschsprachiger Avatare ist das sogenannte „Apfelfeld“. Darüber hinaus existieren komplette Nachbauten real existierender Innenstädte, z.B. Frankfurt oder Wien, die durch Einzelinvestoren im Ganzen errichtet wurden. Beim städtebaulich sehr heterogen



Größe der Gebäude und der zwischen ihnen liegenden Abstandsflächen. Der Pächter kann sein Land dann beliebig unterteilen und an Unterpächter weitervermieten. Als Baumaterialien dienen sogenannte „prims“ (primitive objects). Prims sind auswählbare Grundbausteine mit einer maximalen Größe von  $10\text{m}^3$ , aus denen sich alle Objekte in Second Life zusammensetzen. Sie stehen dem Bauherrn abhängig von der Größe des gepachteten Grundstücks zur Verfügung. Stadtentwicklungspläne sind nicht vorgegeben. Dies bedeutet, dass eine Form übergeordneter Stadtplanung im Prinzip nur dort stattfinden kann, wo ein Investor ein größeres Areal pachtet. Die geringen Baukosten in der virtuellen Welt begünstigen einen unverbindlichen „Versuch-und-Irrtum-Städtebau“ insbesondere großer Investoren. Die hohen Mietkosten in den Einkaufszentren dagegen fördern wiederum die rasche Fluktuation der sich rentierenden Geschäftshäuser.

Die digitale Landschaft des Second Life ist daher einer großen Dynamik bzw. Unbeständigkeit unterworfen. Areale können über Nacht entstehen oder auch wieder verschwinden. Innerhalb weniger Wochen können sich ganze Landschaften völlig verändern. Raumanalysen und Kartierungen solcher Räume bleiben daher lediglich Augenblicksaufnahmen.

#### 4.1.1 *Versorgungsfunktion*

Die Weltsimulation Second Life versucht ein „zweites Leben“, „a social geographic space“ (HUDSON-SMITH 2008, 192) mit möglichst all seinen Dimensionen zu bieten. Werden die räumlichen Strukturen, die damit verbunden sind, nun aus der Perspektive der Daseinsgrundfunktionen interpretiert, so fällt jedoch eine bezeichnende Schwerpunktbildung auf. Dies zeigen die Ergebnisse einer Flächennutzungsanalyse (Kartierung 2007) im Kernbereich des deutschsprachigen Siedlungsgebietes (Abb. 3 und 4). Danach nimmt der Bereich der „Versorgung“ mit Abstand die wichtigste Funktion ein. Über 40% der im deutschsprachigen Apfelland vorhandenen Gebäude sind dieser Funktion zuzuordnen. Allerdings ist hierbei zu unterscheiden zwischen einer tatsächlichen Versorgung, bei der mit real existierenden, physischen Produkten im Sinne eines Online-Shops gehandelt wird, und einer virtuellen Versorgung, die sich ausschließlich auf digitaler Ebene, d.h. ausschließlich im Second Life, abspielt.

Die Inanspruchnahme der Versorgungsleistungen mit physischen Produkten in Second Life ähnelt weitgehend der klassischen Online-Bestellung via Internet, allerdings insoweit optisch und interaktiv „veredelt“, dass Kunden den Eindruck erhalten, Einkäufe wie in einem realen Geschäft zu tätigen. Im Grunde wird hier deutlich, dass Second Life bisher in erster Linie als Marketinginstrument bzw. als eine virtuell inszenierte Einkaufswelt fungiert, mit der vor allem große Unternehmen (IBM, Nike, BMW) neue Kundenschichten ansprechen (Werbung) und Produkte ohne Zwischenhandel absetzen können. Es handelt sich im Grunde nur um die konsequente Weiterentwicklung der „Kultur der Simulation“, die sich bisher in den steinernen Einkaufs- und Erlebniswelten westlicher Gesellschaften herausgebildet hat (OPASCHOWSKI 2000). Aufgrund des sich theoretisch bietenden wirtschaftlichen Potenzials wird teilweise bereits von der „nächste[n] Kolonie des Kapitalismus“ gesprochen (HAMANN u. UEHLECKE 2007).



Abb. 3: Gebäudenutzung im „Apfelfeld“ (Stand 11/2007)

Das physische Versorgungsangebot reicht von Online-Apotheken über Mode bis zu Autoteilezulieferern. Die meisten Dependancen sind aber im Bereich der Medien anzusiedeln, vor allem Werbeagenturen, die ihre Dienstleistungen anbieten oder auch nach Arbeitskräften suchen. Gemessen an der Zahl der Versorgungseinheiten macht der Handel mit physischen Produkten/Dienstleistungen jedoch insgesamt gerade einmal 10% der Versorgungsfunktion aus. Im zunehmenden Umfang dient das Second Life auch als zusätzliche Serviceeinrichtung zahlreicher Institutionen und nicht-gewerblicher Organisationen. So nutzen Botschaften oder auch Hochschulen Second Life als weitere Informations- und Dienstleistungsplattform (KRAMER 2007).

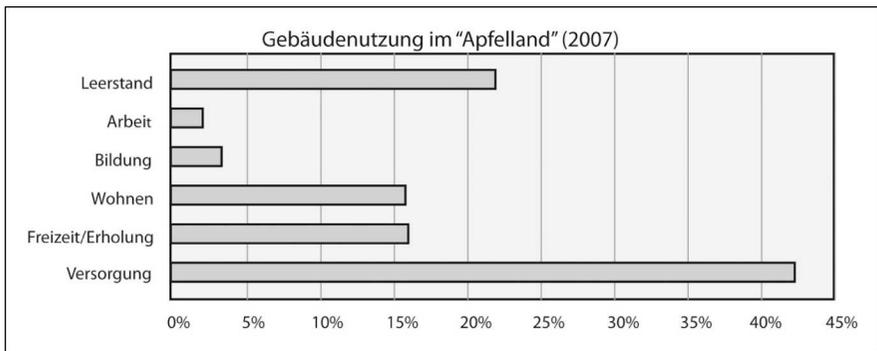


Abb.4: Gebäudenutzung im deutschsprachigen „Apfelloand“

Von dieser Versorgung mit physischen Produkten und Dienstleistungen, die auch einen unmittelbaren Bezug zur Realität haben, unterscheidet sich die Versorgung mit virtuellen Produkten erheblich. Gemessen an der Zahl der Versorgungseinheiten umfassen sie fast 90% des gesamten Angebots. Sie dienen der Ausstattung der virtuellen Bebauung und der Avatare selbst. Damit besteht der Unterschied zur Versorgung mit realen Produkten und Dienstleistungen darin, dass virtuelle Produkte nicht für den Benutzer selbst, sondern für seinen Avatar bestimmt sind. Wie bei der physischen Versorgung füllt ein breites Angebot an Mode-, Schmuck- und Dekorationsartikeln etc. die meisten Geschäfte des Apfelloands. Gefolgt wird die Sparte von (virtuellen!) höherwertigeren Konsumgütern des episodischen Bedarfes (Immobilien, Möbel, Fahrzeuge, Kunstartikel etc.). Anzahl und Verteilung von Versorgungseinrichtungen im Apfelloand unterliegen den Gesetzen des freien Marktes, d.h. rentable Einrichtungen bleiben bestehen, unrentable gehen Bankrott. Dadurch erklärt sich der große Anteil an leerstehenden Gebäuden (s.o. Abb. 4). Räumlich konzentrieren sich die rentablen Versorgungseinrichtungen in einem Zentrum des Apfelloands. Die für den Handel genutzten Baulichkeiten reichen von offenen Plattformen über Marktstände, Ladenzeilen, mehrstöckige Einkaufspassagen bis zu Malls, die sich häufig über ein ganzes Planquadrat erstrecken und von einem Themenrahmen gekennzeichnet sind. Sie sind meist unterteilt in weitere zu vermietende Untereinheiten. Im Apfelloand finden sich entsprechend eine „spanische Hazienda“, ein mittelalterliches Fachwerkdorf und eine Fabrik in Backsteinoptik des 19. Jhs. Dependancen für den Vertrieb ausgefallener und exklusiver Güter (z.B. Sportwagen-Händler) meiden die heterogenen Einkaufsgebiete und sind eher auf separaten Inseln anzutreffen. Denn Insellagen (z.B. die Mercedes-Benz-Insel) bieten eine gewisse Exklusivität und haben für Pächter den Vorzug, bei Bedarf ungehindert Erweiterungen vornehmen zu können. Offensichtlich werden diese Regionen zielgerichtet von Nutzern aufgesucht, während Einkaufsviertel mit einfachen Läden, die sehr heterogen in ihrem Warensortiment sind, eher dem Bummeln dienen. Letztere sind vergleichsweise klein strukturiert und Ausdruck geringer Investitionsbereitschaft. Sie sind von einer oft eigenwilligen und bisweilen unübersichtlichen Mischung des Warensortiments geprägt. So finden sich oft im selben Geschäft Autoteile-Angebote neben Mode- und Wohndekorartikeln.

Allerdings profitiert bei weitem nicht jedes Unternehmen vom Second Life-Engagement und erste Anzeichen der Ernüchterung sind bereits festzustellen (KIRCH u. GOTOVAC 2008). Zahl und Zusammensetzung potenzieller Kunden werden offensichtlich nicht immer richtig eingeschätzt, so dass Erwartungen, die viele Firmen – darunter auch Großunternehmen – in Second Life als innovativen Vertriebskanal gesetzt haben, bisher unerfüllt blieben.

Während für die realen City-Bereiche deutscher Städte oft dichte Bebauung und höhere Geschosshöhen kennzeichnend sind, zeigt sich im Apfeland ein insgesamt gegenteiliges Bild. Das Versorgungsangebot beschränkt sich meist auf das Erdgeschoss. Dies hängt mit den praktischen Bedingungen der Fortbewegung zusammen, aber auch mit der durch die Monitorperspektive und der begrenzten Visualisierung beeinträchtigten Raumwahrnehmung im virtuellen Raum. Für Avatare (Kunden) sind überschaubare, großzügig geschnittene Gebäude somit deutlich vorteilhafter, um auch schon bei einem flüchtigen Blick einen Eindruck vom Warenangebot zu erhalten. Mehrgeschossigkeit mit oft niedrigeren Deckenhöhen ist bei dieser Form der räumlichen Explorationen eher hinderlich. Dazu treten nicht zuletzt auch technische Unzulänglichkeiten zu Tage, die die Attraktivität dieser Plattform schmälern. Dies zeigt sich unmittelbar anhand der für die Darstellung verwendeten Grafik, die weit hinter der Qualität gängiger Spiele-Visualisierungen zurückbleibt. Dazu zählt nicht nur der verzögerte Bildaufbau, sondern auch die Einschränkung der Sichtweite. Denn Objekte lassen sich technikbedingt nur in bis zu 50m Entfernung darstellen. Eine größere Raumtiefe kann folglich nur bedingt erzielt werden.

#### 4.1.2 Freizeit und „Arbeit“

Die Freizeitangebote in dieser virtuellen Welt umfassen ein breites Sortiment, das von Casinos, Glücksspielen, Schachturnieren, über Clubs, Bars, Diskotheken bis zu aufwändig gestalteten Parks, Badelandschaften und einem eigenen Zoo reicht. Die meisten Angebote sind zwar kostenlos, haben aber in der Regel einen kommerziellen Hintergrund. Die angebotenen Freizeiteinrichtungen zahlen sich für die Investoren direkt aus, d.h. durch konkrete Geldzahlungen (in L\$) von Avataren für eine erbrachte Leistung oder eine erworbene Ware, oder indirekt über die Bedarfsweckung durch die im Second Life omniprésente Werbung. Wird eine Ware oder Dienstleistung gratis angeboten, sind Werbeplakate oder Geschäfte nicht weit entfernt. Über die Mieteinnahmen von Werbeflächen und Verpachtung von Gewerbeflächen können Investoren reale Gewinne erzielen. Freizeitangebote dienen hier vor allem der Attraktivitätssteigerung von Geschäftsvierteln und sind Bestandteil der Marketingstrategie.

Teilweise werden Avatare für Ihre bloße Anwesenheit auch bezahlt. Es handelt sich dabei um eine Komparsen- oder Statistentätigkeit, für die sie geringfügig entlohnt werden. Bei dieser rein virtuellen Tätigkeit, die im Second Life-Jargon als „Campen“ bezeichnet wird (Abb. 5), verweilt ein Avatar gegen Bezahlung (in L\$) eine Zeit lang an einem Ort, z.B. in einem bestimmten Restaurant. Da diese Tätigkeit automatisch abläuft, ist sie für die Avatare (Nutzer) nicht mit Arbeit im Sinne von Konzentration verbunden, vielmehr wird nur die Aufenthaltszeit eines Avatars beansprucht. Die wenig anspruchsvolle Aufgabe des realen Benutzers besteht dann

konkret nur darin, alle zehn Minuten – denn das ist die maximale Zeit, die ein Avatar bewegungslos verweilen kann, ohne ausgeloggt zu werden – seinen Avatar kurz zu bewegen. Der Lohn wird auf das L\$-Konto des angestellten Avatars überwiesen. Finanziell handelt es sich dabei um kaum erwähnenswerte reale Beträge, die nicht einmal die Online-Gebühren decken können und mehr den Spielcharakter einer Second Life-Teilnahme ausdrücken. Dennoch haben sie aufgrund ihres Tauschwertes Bedeutung innerhalb der virtuellen (Freizeit-)Wirtschaft auf der Second Life-Plattform erlangt (NUSCH 2007).



Abb. 5: Avatare beim „Campen“ vor einer Werbetafel im deutschsprachigen „Apfelloch“

Der Zweck dieses „Schauspiels“ dient ausschließlich in der Steigerung der Attraktivität von Standorten auf der Rangliste. Diese ist von den Nutzern jederzeit abrufbar und ordnet die Standorte nach Beliebtheit, – errechnet anhand der Zeiträume, die Avatare an einem Standort verbringen. Je mehr und je länger Avatare an einem Standort verweilen, desto höher ist die Beliebtheit eines Standortes und desto höher ist seine Platzierung in der Rangliste. Auch für die „übrige“ Apfelloch-Wirtschaft ist dies von Vorteil, da dies die „Kaufkraft“ der teilnehmenden Avatare steigert. Davon wiederum profitiert ein Großteil des unmittelbar umliegenden Einzelhandels. Der Kampf um die höchsten Rankingplätze ist daher entscheidend für die Ausbildung zentraler Areale.

Eine abrufbare Liste mit „zentralen Orten“ bildet den Kern eines Entscheidungskreislaufes. Den Teilnehmern gibt sie Hinweise auf interessante Orte und ist somit Entscheidungshilfe, wo sie ihre Zeit im Second Life verbringen könnten (und wo ggf. die besten „Camping“-Verdienstmöglichkeiten sind). Den Betreibern dagegen dient der Verweis auf die Beliebtheits-Statistik als Referenz bei der Ermittlung von

Mietpreisen für Geschäftsgrundstücke und Werbeflächen. Hohe Besucherzahlen sind somit Voraussetzung für hohe Mieten.

Neben der freizeitorientierten Tätigkeit des „Campens“ finden auch konventionelle Erwerbstätigkeiten statt. Hierunter ist in erster Linie die Durchführung virtueller Konferenzen von Geschäftsleuten zu verstehen. Die Kommunikation zwischen den Konferenzteilnehmern findet dann über die Avatare statt, die das persönliche Zusammentreffen ersetzen. Eine andere Form der Erwerbstätigkeit besteht darin, mithilfe eines Second Life-eigenen 3D-Programms virtuelle Gegenstände (Möbel, Hausbestandteile) mithilfe von CAD-Programmen herzustellen und diese zum Verkauf anzubieten. Dem relevanten Wertschöpfungsbereich nach handelt es sich bei der virtuellen Gesellschaft um eine Dienstleistungsgesellschaft. Allerdings ist die ökonomische Bedeutung für den virtuellen Wirtschafts- und Siedlungsraum marginal. Gerade einmal 2% der Bebauung des Apfellands lässt sich funktional der konventionellen Daseinsgrundfunktion „Arbeiten“ zuordnen.

#### 4.1.3 *Bauen und Wohnen*

Die Wohngebiete im deutschsprachigen Apfelland sind gegenüber den Räumen mit Versorgungsfunktion deutlich abgegrenzt und ähneln durchaus der typischen Bebauung realer, westlich geprägter Städte. Mischgebiete finden sich nur selten. Als Geschäftsstandorte sind diese Areale, die spärlich bevölkert sind und entsprechend wenig potenzielle Kundschaft erwarten lassen, kaum attraktiv. Auch die sonst allgegenwärtige Werbung ist in diesen Teilräumen weit seltener anzutreffen; zumeist handelt es sich dann um Verweise auf den lokalen Immobilienmakler. Wenn sich die Bauherren von realen Wohnvorbildern zu lösen vermochten, kam es oft zu einer offenen Pavillonbauweise oder zur Rückkehr des traditionellen Einraumes. Beide Lösungen der Wohnarchitektur machen im virtuellen Raum auch Sinn. Denn Großzügigkeit und Geräumigkeit erweist sich navigationstechnisch als vorteilhaft bei der Raumwahrnehmung und -nutzung. Zudem kommt es zu technischen Visualisierungsproblemen bei sehr kleinen oder engen Räumen.

Markant ist jedoch auch die nicht seltene Überzeichnung von Baustilen und die städtebauliche Beziehungslosigkeit der Avatar-Wohnhäuser. So stehen der griechische Tempel, die texanische Ranch und der mittelalterliche Turm in unmittelbarer Nachbarschaft. Die einzelnen Gebäude der virtuellen Wohnarchitektur sind jedoch typologisch zumeist noch realen Baumustern deutlich verhaftet.

Der Wunsch nach Orientierung und Rückzugsmöglichkeit äußert sich auch im Second Life in der Er- und Einrichtung von Wohnungen. Sie beheimaten zwar keine Familien, bieten jedoch wie in der Realität den Rahmen für Treffen mit Freunden und Bekannten (LEROI-GOURHAN 1988). Offensichtlich verleiht die Wohnstätte dem Nutzer (Avatar) in einer künstlich-globalen Welt eine gewisse Stabilität und gibt ihm ein Stück Urvertrauen zurück. Architektur, Wohnung und Wohnumgebung dienen hier daher auch als weitere non-verbale Ausdrucksform (HÄUßERMANN u. SIEBEL 1991), mit der auch auf der virtuellen Weltbühne kommuniziert werden kann.

Insgesamt setzt sich im virtuellen Städtebau die Tendenz fort, an gewohnten Normen und Traditionen festzuhalten. Auffällig ist je nach Insel die Betonung regionaler (Stadt-) Bauformen. So finden sich im Apfelland Ensembles von

historisch-pittoresk wirkenden Fachwerkhäusern, Markt- und Kirchplätzen (Abb. 6). Anscheinend hat die Globalisierung eine Rückkehr zum Lokalen zur Folge, die mit einer selektiven Wiederbelebung kultureller Identitäten einhergeht (KOOLHAAS 2000). In den regionalen Architekturen des virtuellen Raumes wäre also der Versuch der Simulation alter und kollektiver Heimatstrukturen zu sehen, die umher wandernden Avataren Orientierung zu geben vermag (PORSCHARDT 2000). Für kommerziell genutzte Viertel ist diese Tendenz existenziell, um sich von Mitbewerbern gestalterisch zu unterscheiden und um in Erinnerung zu bleiben. Austauschbarkeit ist im neutralen, virtuellen Raum ein kaum zu behebender Standortnachteil. Da der virtuelle Raum Transportkosten und -zeiten auflöst, wird schließlich auch die Region am anderen Ende der virtuellen Welt zum direkten Konkurrenten um die Gunst der Avatare.



Abb.6: Fachwerkhäuser im „Apfelland“ des *Second Life*

Darüber hinaus gelten Grundstücke sowie deren Bebauung als Wertanlage und Spekulationsobjekt. Dies gilt gleichsam für die virtuelle wie auch für die reale Marktwirtschaft. So sind die virtuellen Immobilien die Handelsware, mit der in Second Life am meisten Umsatz gemacht wird. Die Gewinne sind nach dem Umtausch in echte Währung zum Teil beträchtlich. Dies zeigen Berichte über die erste Millionärin (KÖVER 2007), die erfolgreich im Second Life als Maklerin tätig war und große Summen in den realen Geldkreislauf transferieren konnte. Allerdings gelingt es insgesamt nur 1600 Teilnehmern monatlich mehr als 200 US\$ zu verdienen (STILICH 2007, 121).

## 5 Viel Kopie, wenig Utopie

In vielerlei Hinsicht spiegelt Second Life eine teilweise ins Absurde reichende Kopie der realen Welt wider, wie das Beispiel der sogenannten „Camper“ zeigt. Seinen Reiz erhält es dadurch, dass die reale und die virtuelle Wirtschaft durch die Möglichkeit zum Geldtransfer miteinander verwoben ist. Wichtige Voraussetzungen wie Historizität (Dokumentation) und rechtliche Absicherung (z.B. Haftung für virtuell erstellte Güter und erwirtschaftete Guthaben bei einem Serverabsturz)

fehlen bisher und werden die Entwicklung verbindlicherer Strukturen nicht nur in den deutschsprachigen Siedlungsräumen der kommerziellen synthetischen Welt des Second Life verhindern.

Die virtuelle Siedlungstätigkeit erschöpft sich in der Imitation städtischer Gebäude-Ensembles und der Inszenierung urbaner Einkaufswelten. So lassen sich Parallelen zu realen, typisch urbanen Strukturen ziehen. Markant sind die weitgehend aufgelöste und raumgreifende Erstreckung virtueller städtischer Strukturen in das „Umland“ und die Heterogenität und extreme Beziehungslosigkeit der Bebauung. Auch das strukturlose Nebeneinander städtischer Wachstumszonen in Folge der fehlenden Steuerung zeigt auffallende Parallelen zur postmodernen Stadtentwicklung, insbesondere zur jenen in Nordamerika (vgl. HOLZNER 1990).

Auch wenn utopische Ausdrucksformen im Sinne innovativer Gegenentwürfe zu den gesellschaftlichen und städtebaulichen Problemen unseres „First Life“ nicht unmittelbar erkennbar sind, ermöglicht die Betrachtung der Plattform Second Life Rückschlüsse auf das kulturell bedingte Raumverständnis der Nutzer. So erscheint die auffallende Nutzung von Symbolen kultureller Identitäten (Japaner, Niederländer) interessant, können diese doch als Gegenbewegung im Globalisierungsprozess angesehen werden (z.B. Fachwerkbauten in deutschsprachigen Regionen). Die Aufnahme kulturell-räumlicher Eigenarten in Second Life steht zugleich im engen Zusammenhang mit ökonomischen Überlegungen zur Renditesteigerung (Werbeeffekte), und es ist methodisch problematisch, hier exakt zu differenzieren. Die baulich in Erscheinung tretenden „kulturellen Identitäten“ bilden dann inhaltlose Kulissen, mit denen Konsumbereitschaft bei den Avataren bzw. Nutzern erzeugt werden soll.

Insoweit korreliert die Entwicklung Second Lifes mit tatsächlich ablaufenden Entwicklungslinien postmoderner Städte (inszenierte Einkaufswelten, „Disneysierung“ etc.) und antizipiert – losgelöst von sozialen Restriktionen – womöglich deren weitere Ausgestaltung. Die fortschreitende Entwicklung der Globalisierung und die damit einhergehende Vereinheitlichung städtischer Strukturen findet erwartungsgemäß auch hier statt.

## Literatur

- BARUCCA, M., I. FORTE, C. MÜLLER 2007: Second Life – ein Testlabor für die Zukunft des Internets. In: LOBER, A. (Hrsg.): Virtuelle Welten werden real. Second Life, World of Warcraft & Co: Faszination, Gefahren. Hannover, S.137–142.
- BÜHL, A. 1997: Die virtuelle Gesellschaft – Ökonomie, Politik und Kultur im Zeichen des Cyberspace. Opladen.
- FAßLER, M. 1996: Privilegien der Ferne. Elektronische Landschaften, transkulturelle Kommunikation und Weltrhetorik. In: FAßLER, M., J. WILL, M. ZIMMERMANN (Hrsg.): Gegen die Restauration der Geopolitik. Zum Verhältnis von Ethnie, Nation und Globalität. Gießen.
- FAßLER, M. 1997: Was ist Kommunikation? München.
- HAMANN, G., J. UEHLECKE 2007.:Die nächste Kolonie des Kapitalismus. In: DIE ZEIT, Nr. 2, 04.01.2007 [<http://www.zeit.de/2007/02/Second-Life> (21.12.2009)].
- HÄUßERMANN, H., W. SIEBEL 1991: Städtebaukonzepte. In: HÄUßERMANN, H. (Hrsg.):

- Stadt und Raum – soziologische Analysen. Pfaffenweiler, S. 69–116.
- HOLZNER, L. 1990: Stadtland USA. Die Kulturlandschaft des American Way of Life. In: Geographische Rundschau, 42, H.9., S. 468–475
- HUDSON-SMITH, A. 2008: The Visual City. In: DODGE, M., M. MCDERBY, M. TURNER, M. (Eds.): Geographic Visualization, Concepts, Tools and Applications, Chichester. S.183–197.
- KIRCH, D. u. I. GOTOVAC 2008: Frankfurts „Second-Life“-Blase ist geplatzt – Hoffnungen enttäuscht. dpa, [http://www.heute.de/ZDFheute/inhalt/31/0,3672,7380031,00.html (Seite nicht mehr online)]
- KÖVER, C. 2007: Second Life – Im zweiten Leben reich geworden. In: DIE ZEIT, Nr. 2, 04.01.2007.
- KOOLHAAS, R. 2001: „Junkspace“. In: CHUIUA, J., C.J. CHUNG, J. INABA, R. KOOLHAAS, S.T. LEONG (Hrsg.): Project on the City 2'. Harvard Design School. Köln, S. 408–422.
- KRAMER, B. 2007: Vorlesung virtuell – Hochschulen entdecken Second Life. ZDF, Archiv, [http://www.heute.de/ZDFheute/inhalt/9/0,3672,4344329,00.html (Seite nicht mehr online)]
- LEROI-GOURHAN, A. 1988: Hand und Wort. Die Evolution von Technik, Sprache und Kunst. Frankfurt.
- LUHMANN, N. 1997: Weltgesellschaft, In: Luhmann, N. (Hrsg.): Die Gesellschaft der Gesellschaft, 2 Bde., Frankfurt a.M.
- NEWIG, J. 2006: Städtische Wahrzeichen als territoriale Symbole – raumzeitliche Manifestationen der Identitätsbedürfnisse von Gruppen. In: GANS, P., A. PRIEBS, R. WEHRHAHN (Hrsg.): Kulturgeographie der Stadt. Kiel, S.79–96 (= Kieler Geographische Schriften, Bd. 111).
- NUSCH, M. 2007: Mit dem Bus durch Second Life. Die Welt der unbegrenzten Möglichkeiten. Frankfurt a.M.
- OPASCHOWSKI, H. 2000: Kathedralen und Ikonen des 21 Jahrhunderts: Zur Faszination von Erlebniswelten, in: STEINECKE, A. (Hrsg.): Erlebnis- und Konsumwelten. München, S. 44–54.
- POHLKE, A. 2007: Second Life: verstehen, erkunden, mitgestalten. Praxistipps und Hintergrundwissen. Heidelberg.
- PORSCHARDT, U. 2000: Klein aber mein: Warum die Avantgardisten Homeboys sind. In: MATEJOWSKI, D. (Hrsg.): Metropolen – Laboratorien der Moderne. Frankfurt, S. 197–208.
- REICHERTZ, J. 2007: Second Life. Entdecke alle Möglichkeiten. Kirchberg.
- RHODE-JÜCHTERN, T. 1998: Raum des „Wirklichen“ und Raum des „Möglichen“. Versuche zum Ausstieg aus dem „Container“-Denken. In: Erdkunde, Bd. 52, H.1, S.1–13.
- ROWLEY, A. 1985: Dialekte und regionale Kultur. Sprache als Symbol des Ortsbewußtseins. In: MAIER, J. (Hrsg.): Regionale Bewusstsein und regionale Identität als Voraussetzungen der Regionalpolitik., Bayreuth, S. 15–32. (= Arbeitsmaterialien zur Raumordnung und Raumplanung, 43).
- SASSEN, S. 2000: Über die Auswirkungen der neuen Technologien und Globalisierung auf die Städte. In: MATEJOWSKI, D. (Hrsg.): Metropolen – Laboratorien der Moderne. Frankfurt, S. 29–50.
- SCHMIDT, F. A. 2006: Parallel Realitäten, Designkritische Texte. Sulgen.
- SCHMITZ, T. 2007: „Soziale“ Welten. In: LOBER, A. (Hrsg.): Virtuelle Welten werden real. Second Life, World of Warcraft & Co: Faszination, Gefahren, Hannover, S. 51–62.
- STILLICH, S. 2007: Second Life – Wie virtuelle Welten unser Leben verändern. Ulm.
- WERLEN, B. 1993: Gibt es eine Geographie ohne Raum? Zum Verhältnis von traditioneller Geographie und zeitgenössischen Gesellschaften. In: Erdkunde, Bd. 47, H.4., S. 241–254.