

Zaken doen in Second Life

'Wacht niet te lang: de ontwikkeling van 3D-internet gaat heel snel'

Game, virtuele wereld, 3D-internet interface. Wat Second Life precies is, daar zijn de meeste partijen nog niet uit, maar wel dat het belangrijk is. Nederlandse organisaties zetten de eerste experimentele stappen in de interrealiteit.

Geen medium met woordjes erin of het heeft de laatste drie maanden artikelen gepubliceerd over Second Life. Niet-technische media zoals NRC-next, Intermediair, Volkskrant Banen en Psychologie Magazine vragen zich af wat het bestaan in een virtuele wereld oplevert en de woorden 'hype' en 'internetzeepbel' worden veelvuldig gebruikt.

Voor wie het heeft gemist, Second Life is de virtuele wereld van Linden Labs, die gebouwd wordt door zijn bewoners. Gebruikers hoeven alleen client-software te downloaden (Windows, Unix, Mac) en een personage aan te maken (een avatar). Inloggen gaat via www.secondlife.com. In tegenstelling tot massive multiplayer online RPG's als World of Warcraft, heeft Second Life geen echt doel. Er zijn geen monsters te verslaan, geen magische objecten te veroveren. Bezoekers teleporteren door een virtueel universum, chatten met elkaar, kijken naar films, luisteren naar muziek, kopen goederen, bezoeken bedrijven. Alles wat ze nodig hebben kunnen ze zelf maken in Second Life met Linden Scripting Language of van elkaar kopen met Linden dollars, die naar US dollars kunnen worden geconverteerd. De virtuele wereld loopt over in de echte: interrealiteit. De eerste winkel in Second Life was van een Amerikaanse ontwerper. Bewoners konden bij haar hun avatar laten verfraaien zonder zelf aan pixels te hoeven sleutelen. Inmiddels heeft Second Life ook zijn eerste miljonair voortgebracht (en z'n eerste Maria-verschijning). Het concept van Second Life is geïnspireerd op de Metaverse uit het boek SnowCrash van Neal Stephenson uit 1992.

Economie bedrijven

Wat bedrijven nou zo opgewonden maakt, is het economische aspect van deze virtuele wereld. Het exacte aantal bewoners van Second Life is niet bekend, van de bijna 4 miljoen die de website claimt zijn de meeste niet echt actief en een persoon kan meerdere personages hebben. Ook de hoeveelheid geld die om gaat is niet exact te zeggen, maar een claim dat in de laatste 24 uur ruim 1,3 miljoen dollar is uitgegeven, is toch wel indrukwekkend.

Gevraagd en gezocht naar concrete voorbeelden van succesvolle Nederlandse bedrijven, duiken steeds dezelfde namen op: ABN AMRO en Philips Design. Maar het zijn meer verhalen dan succes. Philips Design heeft een team ontwerpers online, in de hoop samen met bewoners mooie dingen te ontwikkelen. "Second Life is een omgeving waarin design 'key' is: degene die erin slaagt in die wereld een super-ervaring te creëren, gaat het helemaal maken," zegt André Rotte in het personeelblad van Philips Magazine. IBM heeft voor hun klanten een virtuele ruimte gecreëerd waar ze lustig kunnen spelen, onder het toezicht van de Business Unit Emerging Technologies. Hans Jacobs is business development executive bij IBM Global Business Services. "Onze visie is dat Second Life een voorloper is van een 3D-internet dat gaat ontstaan. Second Life is het platform dat nu het verst is en een economie heeft." Iedereen wil erbij zijn. Tijdschrift Emce heeft er een eiland, NRC-next een correspondent. Uitvaart.com was er de eerste begrafenisondernemer, reisbureau Amazing organiseert excursies, sinds medio februari is de gemeente .

Het is iets spannends

Wat hebben bedrijven nu werkelijk te zoeken in deze virtuele wereld? Jan Davids is strateeg bij KPN en voorzitter dagelijks bestuur van stichting EPN, het platform voor de informatiesamenleving. Uit hoofde van die tweede functie praat hij over de mogelijkheden van Second Life, die EPN druk onderzoekt. "De heersende opinie is dat hier iets gebeurt. Niemand weet wat het is, maar het is iets spannends. Vooral de doelgroep is interessant, het zijn de voorlopers van de samenleving."

Uit een veelgeciteerd onderzoek van EPN onder 273 veelgebruikers eind 2006, bleek dat de echt frequente bezoekers van Second Life (>30 uur per week) geen sociaal gestoorde computerfreaks zijn, maar goedgeaarde 25- tot 40-jarigen die het ook in de 'echte' wereld goed doen. Ze zijn veelal werkzaam in de creatieve beroepen, het zijn zowel mannen als vrouwen, hoger opgeleid en met goede banen. Hun belangrijkste reden voor een virtueel leven? Fun. Geld verdienen staat veel lager op de motivatielijst, maar toch geeft de helft van de ondervraagde aan geld te verdienen in Second Life. En daarom staan bedrijven kwispelend klaar om het fenomeen nader te onderzoeken.

Twee soorten bedrijvigheid

Het Telematica Instituut verdiept zich net als EPN in het verschijnsel interrealiteit. Wil Janssen zegt met een glimlach dat ze bezig zijn met 'embedded onderzoek', wat toch ook klinkt als heel veel online zijn en spelen. "We krijgen de vragen van onze klanten wat Second Life is, wat ze er aan kunnen hebben, waar ze wel en niet moeten zijn. Het is nog heel moeilijk om te duiden. Wij zien twee soorten bedrijvigheid. Die tussen bewoners onderling loopt goed. Avatars maken objecten en verkopen ze. De daadwerkelijke omzet is lastig te noemen, maar het is zeker dat er een hele industrie aan het ontstaan is." Sommigen verdienen volgens Janssen een leuke boterham, met name als tussenpersonen in het ontwerpen van huizen en verfraaien van avatars.

"De tweede activiteit is dat bedrijven synergie proberen te bereiken met het normale bestaan. Warenhuis Sears toont producten online, Toyota zijn auto's. Adidas gaat een stap verder door avatarschoenen te laten ontwerpen die ze dan kunnen kopen. Iedereen is aan het zoeken en het experimenteren, maar veel zit nog in de fase van een foldertje op internet zetten. ABN AMRO wil dichterbij de jongeren komen, maar heeft zo'n virtueel kantoor toegevoegde waarde? Ik weet het niet. Als je daar komt krijg je een babbeltje en je kan een pak met krijtstreepje kopen voor je avatar. Mooi pak hoor, ik heb het ook gekocht. De vraag is echter hoe zich dit verder moet ontwikkelen, en hoe je je bedrijfsvoering versterkt. Daar kan zelfs regelgeving in de weg zitten."

IBM gebruikt Second Life als vergaderruimte, ontmoetingsplek en trainingscentrum. "We hebben een virtual universal community opgericht die inmiddels 3000 leden heeft", zegt Hans Jacobs; IBM heeft serieus budget beschikbaar heeft gesteld voor onderzoek naar virtuele werelden. "Afgelopen zomer hielden we een online innovation jam met 150.000 deelnemers. Daar kwamen tien thema's uit die mensen belangrijk vonden en een daarvan was 3D-internet." Van daaruit is een formele investering gerold van tien miljoen per thema en de oprichting van een business unit voor emerging technologies. IBM Nederland stelt zich vooral op als adviseur voor het mkb. "Second Life is niet klaar voor grootschalige transactieprocessen", zegt innovatieve managing consultant Paul de Leer van IBM. "Je kan wel dingen kopen en afrekenen, maar de Linden dollars moeten eerst nog geconverteerd worden." De beperkingen van Second Life zijn niet alleen economisch. Beveiliging is niet altijd afdoende geregeld en door gebrek aan standaarden is deze virtuele wereld niet naadloos te integreren met andere, zoals There en Active Worlds.

Waar virtuele werelden wel geschikt voor zijn volgens De Leer, is 'experience branding', een bepaald gevoel creëren rondom een merk. "Maar je moet wel acties toevoegen. Je kunt wel een mooie auto laten zien, maar die moet dan ook nog rijden." Belangrijker nog is de integratie met de echte wereld. "Data van buiten, zoals een productcatalogus, moeten Second Life in. Daar zouden bedrijven nu al aan moeten werken. Als virtuele werelden over twee, drie jaar echt losbarsten, moet je infrastructuur daar wel klaar voor zijn. Neem Amazon. Die hebben de hele webservices-structuur er al achter zitten."

Sociaal gebeuren

Second Life is vooral een sociaal gebeuren en dat aspect lijkt het meest veelbelovend. Hans Jacobs: "Het is heel geschikt voor teambuilding. Met kerst hadden wij een wedstrijd sneeuwpoppen maken met teams van vijf avatars van over de hele wereld." Jacobs en collega's houden ook teammeetings in Second Life en praten na wanneer de conference-call in de echte wereld is gesloten. "Dat kan dus ook met presentaties. In een 3D-wereld heb je interactie met het publiek. Je kunt even blijven hangen na afloop, naar iemand toe lopen om te chatten." Geld levert het allemaal nog niet op, maar het geloof is sterk. "De gaming-industrie groeit en deze generatie groeit op met games, dit is voor hen de normale interface. In 1993 vroeg iedereen zich af wat met internet kon. In dat stadium zitten we nu ook met virtuele werelden."

Dat zegt ook Davids. "Het is in feite een verrijkt communicatiemiddel. Nu hadden we er daar al 26 van, maar van pc, sms en telefoon had ook niemand voorspeld wat ze zouden doen. Parallel bij nieuwe ontwikkelingen is dat het oude wordt aangepast aan de nieuwe omgeving. De auto was een koets, een website een folder in HTML. Het wordt pas leuk als het helemaal iets anders wordt." EPN onderzoekt nu wat de top-100 van Nederlandse bedrijven verwachten van virtuele werelden en de resultaten daarvan worden in april verwacht. "Het is nu vooral een verkoop- of distributiekanaal, je zet je producten online en hoopt dat klanten ze kopen. In Nederland wordt nog erg gekeken naar wat kan." Janssen is niet overtuigd dat Second Life een heel effectieve marketingtool zal worden. "De mate van synergie met de werkelijke wereld moet je niet overschatten."

Beheer

Qua beheer zal het bedrijven de kop niet kosten, zegt Janssen. Een stevige pc en een snelle breedbandverbinding zijn voldoende voor toegang tot Second Life. Beheer zal in de nabije toekomst niet veel anders zijn dan het beheren van de website. "Voor nieuwelingen is een hele goede intermediaire markt aan het ontstaan die helpt met het kiezen van een goede locatie, het kopen van een pand en de inrichting. Hoewel je met twee dagen sleutelen je eigen pand kan hebben gebouwd, inclusief interieur. Het reguliere onderhoud is als met een website: als je content niet ververscht blijven mensen weg."

3D-internet mag dan voor velen nog ver van het bed zijn, De Leer adviseert om niet nog drie jaar te wachten met nadenken over de gevolgen voor de technische infrastructuur. "Maak een goed plan", zegt hij. "De ontwikkeling van 3D-internet gaat heel snel. Sneller dan het web vroeger. Kijk er goed naar, experimenteer, speel. Als je architectuur goed is, als je niet alle kanalen apart moet beheren, dan valt het met de belasting van je beheerder ook wel mee."