



Virtuelles Wien voller Erfolg

Wien unter den Top 20 der meistbesuchten Plätzen in Second Life

Das virtuelle Wien, ein Pilotprojekt der Trendagentur Second Promotion, ist eine der 20 meistbesuchten PG-Inseln (PG = Parental Guidance = jugendfrei) in Second Life. Im Schnitt schauen ca. 3.500 Besucher (Unique Visitors) täglich zum virtuellen Shopping und Sightseeing vorbei.

Second Promotion CVO Mag. Peter Harlander, welcher zuvor schon Salzburg in Second Life nachgebaut hat, dazu: „Second Life wurde anfangs in den Himmel gelobt, dann verteufelt. Wir gehen der Sache auf den Grund und zeigen, was wirklich dahinter steckt. Unsere Welten „Salzburg“ und „Wien“ sind jugendfrei nach strengsten Maßstäben: Kein Porno, kein Glücksspiel, keine Waffen. Über 100.000 Besucher monatlich beweisen nun, dass ein Investment in die virtuelle 3D-Welt Second Life auch mit einem seriösen Angebot lohnend ist.“

Erfolgsfaktor Anpassung

Die beiden Inseln „Salzburg“ und „Wien“ sind den Vorbildern aus der realen Welt nachempfunden. Es wurde jedoch kein 1:1 Abbild erschaffen, sondern das reale Vorbild an die Anforderungen der virtuellen Welt angepasst und laufend weiterentwickelt.

Das virtuelle Salzburg besteht aus Highlights der Salzburger Altstadt und einem unmittelbar daran angrenzenden Ski- und Freizeitgebiet. Das Angebot reicht von der Hochzeit im Salzburger Dom bis zur Besuch einer Open Air Apès Ski Bar.

Wien glänzt in Second Life vor allem durch ein reichhaltiges Angebot speziell für neue Spieler sowie einer wachsenden Kunstszene.

Harlander erklärt die Anforderungen eines Second Life Auftrittes: „Aktuell wird noch sehr viel umgebaut. Jede Neuerung wird sofort auf ihre Akzeptanz bei den Benutzern untersucht. Was nicht funktioniert, wird so lange adaptiert, bis es die Benutzer tatsächlich verwenden. Aus meiner Sicht sind klassische Marketing-Strategien in Second Life zum Scheitern verurteilt. Erfolg haben kann nur der, der sich kompromisslos auf die spielerische Umgebung einlässt und die sehr aktive Second Life Community intensiv einbindet.“

Marketing in Second Life

Ernsthaftes Marketing in Second Life ist bisher vor allem daran gescheitert, dass von den Unternehmen nicht der notwendige Traffic erzeugt werden konnte. Harlander dazu: „Das Traffic-Problem haben wir mit dem Erfolg von Wien aus der Welt geschafft. Interessierte Unternehmen können bei uns andocken und von unserer Vorleistung profitieren.“

Weitere Informationen

„**First Life**“: Mag. Peter Harlander, +43 (664) 2420624,
peter.harlander@secondpromotion.com

Second Life: Ice Stawberry, IM (Instant Message) an Ice Stawberry (nicht St'r'awberry),
ice.stawberry@secondpromotion.com

Bildmaterial

<http://www.secondpromotion.com/de/news/presse.html> (Abdruck frei)

Kontakt

Second Promotion „First Life“ Firmensitz

Kendlerstrasse 59
5020 Salzburg

Second Promotion „Second Life“ Firmensitz

Inseln "Salzburg" und "Wien"

office@secondpromotion.com

www.secondpromotion.com

T +43 (662) 628080

F +43 (662) 628080-26

Facts - Second Promotion

Gründung: 5.1.2007

Weblaunch: 3.2.2007

Website: www.secondpromotion.com

Gründer: Mag. Peter Harlander, IT-Rechtsexperte und IT-Sachverständiger
(Avatar-Name in Second Life: Ice Stawberry)
Martin Sternsberger, GF Agentur.NET
(Avatar-Name in Second Life: Martin Sternberg)

Mitarbeiter: 15 „First Life“ Mitarbeiter
9 Second Life Freelancer

Facts - Second Life

Hersteller: Linden Labs, Californien USA

Website: www.secondlife.com

"Second Life" ist eines der besten Beispiele für innovative 3D-Welten im Web 2.0-Bereich. Linden Labs stellt nur eine Art Welt-Baukasten, sowie ein Programmier- und Währungssystem zur Verfügung. Bis auf wenige Ausnahmen wurden alle Inhalte – von der Kleidung der Avatare oder deren Häusern bis zur virtuellen Strandbar – von den Benutzern Web 2.0-typisch selbst geschaffen.