

Special Innovation

Dieter Merkl: „3-D-animierte virtuelle Welten, wie sie auch in ‚Second Life‘ zu finden sind, bieten sowohl für die kommerzielle Nutzung und Marktforschung als auch bezüglich der Wissensvermittlung völlig neue Möglichkeiten“, erklärt der Gruppenleiter der iSpacea Research Group am EC3 und Professor der Technischen Universität Wien.

Leben in Paralleluniversen

Manfred Lechner

economy: Ist der Hype, der um „Second Life“ gemacht wird, gerechtfertigt?

Dieter Merkl: Zu unterscheiden ist zwischen diesem Angebot und den generellen Möglichkeiten von 3-D-Darstellungen im Internet. „Second Life“ stellt die derzeit erfolgreichste Anwendung dieser Technologie dar. Mehr als fünf Mio. User sind registriert, und in den vergangenen 60 Tagen wurden knapp 1,6 Mio. Besucher gezählt. Derzeit werden rund 1,5 Mio. reale Euro dort umgesetzt. Vergleichbare, jedoch weniger bekannte Angebote bieten aber auch etwa www.there.com oder www.activeworlds.com an.

Ist EC3 auch auf dieser Plattform vertreten?

Die von uns für Tourismusorte entwickelte Suchmaschine für Hotelangebote namens Powersearch kann auch in „Second Life“ genutzt werden. Die Applikation dafür wurde gemeinsam mit Studenten entwickelt. Wir sehen den Auftritt als eine Übung, wie die neuen Möglichkeiten genutzt werden können.

Welche Vorteile bietet 3-D-Internet?

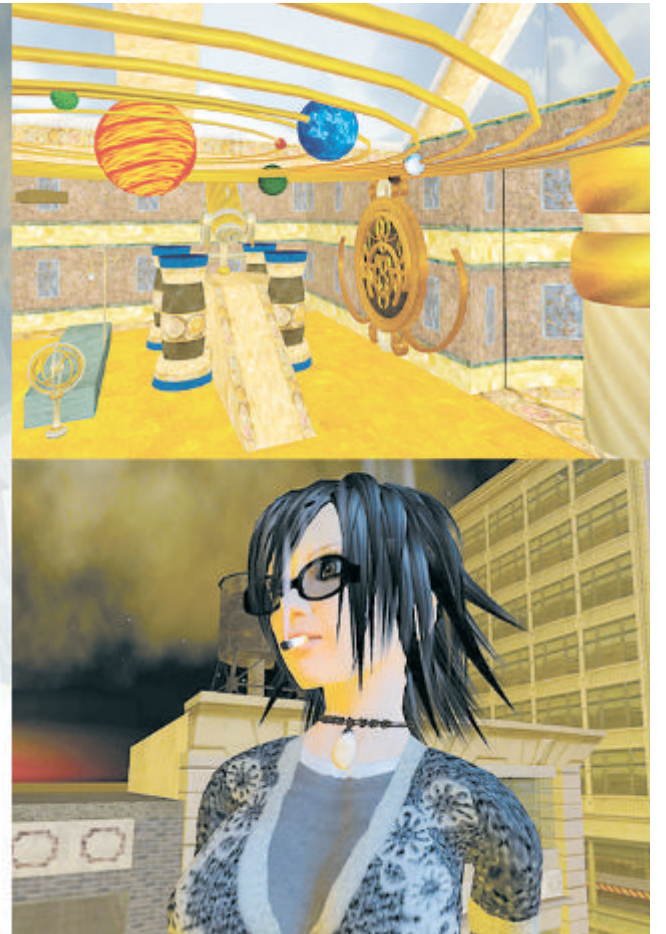
Analog zur realen Welt besteht die Möglichkeit, mit anderen gemeinsam an einem „realistischen“ Ort als Avatar zu verweilen. Avatare sind in der virtuellen Welt von Usern künstlich erschaffene Personen. Im Unterschied zu Chats beispielsweise, wo man zwar sieht, wer gerade eingeloggt ist, stellt die Verwendung von Avataren einen Qualitätssprung dar. Es macht eben einen Unterschied, einen sich im Raum bewegenden Avatar zu sehen oder wie bei Blogs bloß die Nicknamen der Anwesenden lesen zu können. Man kann wahrnehmen, wie sich andere verhalten oder wo sie gerade hinsehen.

Sind mit einem Auftritt hohe Kosten verbunden?

In „Second Life“ muss man Land kaufen und dafür Pacht bezahlen. Einstiegspreise sind rund 1233 Euro. Die monatliche Pacht beläuft sich auf rund 217 Euro. Was man aber auf jeden Fall benötigt, sind Architekten oder Designer, um jene Räume zu schaffen, in denen sich Avatare gern aufhalten möchten.

Wie können 3-D-Welten kommerziell genutzt werden?

Wir stehen erst am Beginn einer Entwicklung. Der Sport-



Die eigene Identität neu erschaffen und als Avatar herumstreifen: Die Möglichkeiten sind unbegrenzt – Frauen können auch männliche und Männer weibliche Avatare nutzen. Foto: Second Life

ausstatter Reebok war eines der vielen Unternehmen, die ein Geschäft in „Second Life“ eröffneten. Die Möglichkeiten von 3-D-Internet nutzend, können User beispielsweise Laufschuhe in den unterschiedlichsten Farben gestalten und sich auch einen räumlichen Eindruck von ihrer Kreation verschaffen. Für die Marktforschung erwachsen daraus völlig neue Möglichkeiten, da bereits sehr früh Trends festgestellt werden, die dadurch rascher in die Produktion einfließen können. Witzigerweise ist einer der gut besuchten Orte in „Second Life“ die Insel von T-Online. Dort besteht die Möglichkeit, wie in einer Galerie Bildnisse von Avataren anzubringen.

Ist Content wichtiger als schöne 3-D-Animationen?

Auf jeden Fall. In „Second Life“ existiert beispielsweise der perfekte virtuelle Nachbau eines historischen Amsterdamer Straßenzuges. Wann immer man dieses virtuelle Amsterdam besucht, wird man dort eine große Anzahl anderer Avatare treffen. Im Gegensatz dazu ist das virtuelle Barcelona, obwohl es vielleicht sogar noch schöner ist, tendenziell menschenleer. Über die kommerzielle Nutzung hinausgehend, sehe ich in der 3-D-Welt eine Vielzahl von Anwendungsmöglichkeiten

für Lerninhalte und Präsentation von Kunstwerken im Netz. Letzteres ermöglicht einerseits eine breite Demokratisierung des Zugangs zur Kunst und andererseits die bessere Verknüpfung mit Informationen über die Kunstwerke. Weiters sind Angebote vorstellbar, um Schülern das Lernen zu erleichtern. Gerade in diesem Bereich sehe ich für die Zukunft ein enormes Potenzial.

Wie kann eine solche Präsentation beschaffen sein?

Es ist etwa durch Untersuchungen bekannt, dass Jan van Eyck die Handhaltung des Bräutigams im Gemälde „Die Hochzeit des Giovanni Arnolfini“ variierte, bis er zur endgültigen Form fand. Für das Nachvoll-

ziehbar machen des künstlerischen Prozesses, gleichsam einen Blick unter die Malschicht werfen zu können, ist das Netz der beste Präsentationsort. Noch besser lässt sich 3-D-Technik für die Präsentation von Skulpturen einsetzen. Vorstellbar ist auch, die von Leonardo da Vinci hinterlassenen Zeichnungen seiner Maschinen als 3-D-Animationen zum Nachbauen in das Netz zu stellen.

Welche grundsätzlichen Fragen stellen Sie sich angesichts der neuen Möglichkeiten?

Technisch gesehen arbeitet die Zeit für uns, die Hardware wird immer leistungsfähiger, die Herausforderung stellt sich aber bei der Skalierbarkeit. Darunter ist die Leistungsfähigkeit der Netzwerke zu verstehen, die eine tatsächlich nahezu unbegrenzte Zahl von Usern gleichzeitig auf solche Plattformen zugreifen lässt.

Und seitens der User?

Im Vergleich zu den Über-40-Jährigen wachsen jetzt Generationen heran, die die Fertigkeiten der Nutzung des Internets wie beispielsweise Navigieren auf Websites bereits von früh auf erlernt haben. Sie sind in der Regel schneller im Umgang mit dem Medium und haben andere Bedürfnisse als die erste Internet-Generation,

die sich die Fertigkeiten erst als Erwachsene aneignete. Dieser Umstand stellt natürlich völlig andere Anforderungen, was den Content selbst als auch dessen Gestaltung betrifft.

Erachten Sie virtuelle Realitäten, zu denen auch Computerspiele zählen, als problematisch für die Entwicklung von Jugendlichen?

Ich gebe zu bedenken, dass es auch eine Vielzahl von erwachsenen TV-Autisten gibt, und verwehre mich gegen, dies der Informationstechnologie zum Vorwurf zu machen. Bekannt ist, dass Individuen und auch die Gesellschaft als Ganzes reflektierte Zugänge zu neuen Informationsangeboten entwickeln. Beispielsweise wissen wir genau, was wir von Meldungen halten können, wenn wir sie in Relation zu dem Printmedium setzen, in dem sie erscheinen. Gilt dieses als seriös, wird die Meldung auch eher als seriös zu betrachten sein, und umgekehrt. Die Entwicklung von Distanzierungsstrategien erfolgt im gleichen Ausmaß, wie auch neue Informationsangebote vielfältiger werden.

EC3: <http://ispaces.ec3.at>
Powersearch: <http://ispaces.ec3.at/powersearch.php>
oder in „Second Life“ unter secondlife://Kuusamo/171/75/116

Steckbrief



Dieter Merkl ist Gruppenleiter der iSpacea Research Group am EC3. Foto: EC3