



Secondlife is een wereld op internet waar men een eigen avatar (poppetje) en eigen wereld kan creëren. Door dit dromerige, vrije karakter, wint Secondlife erg aan populariteit. Zelfs de VU kent een experimentele aanwezigheid op Secondlife. Maar wat zit er nu achter deze virtuele wereld, wiens belangen spelen er mee en waar gaat het heen?

Door Viola van Alphen

ABN AMRO investeert op Secondlife in vastgoed. En flink ook, want eilanden zijn er zeer prijzig: één eiland kost al snel \$1.675 en vervolgens \$295 huur per maand. Kennelijk nemen zij de berichten over de mensen die via vastgoedinvesteringen op Secondlife miljonaair geworden zijn serieus en zien zij dit niet als marketingstunt. Secondlife is groot, en groeit enorm!

Na H&M, Coca-Cola, Phillips, Harvard, Dell, Big Brother, zijn er een honderdtal andere projecten opgezet door grote bedrijven. Zijn Amerikaanse festivals te ver weg voor je? Geen nood, online kun je gewoon het Burning Man Festival volgen, met een speciale Secondlife versie, evenzo de zestigste verjaardag van David Bowie. Secondlife een hype? Dat kan niet, daar zijn de belangen van verschillende grote partijen niet naar. Er zit al te veel geld in en bovendien is er geen spectaculair betere vervanger. Het ziet er naar uit dat deze virtuele wereld nog wel even zal blijven. Een valkuil voor bedrijven is dat een onderwerp als kinderporno op

SECONDlife

Secondlife de grenzen opzoekt en op een indirecte manier zelfs in de welkomstwereld al gepresenteerd wordt. De eigenaresse van het Girls School Clubhouse, de 19jarige Lolita McAllister, denkt dat iedereen gevoels heeft ten opzichte van tleners en hoopt voor het eerst een wereld te creëren waar kinderporno uit een naargeestig hoekje gehaald wordt om het op een legale en enigszins nette manier uit het duister te krijgen.

Goed, dat is een van de redenen waardoor bedrijven afgeschrikt worden, maar waarom bloeit de economie zo op Secondlife? Op zich is het maar een trage wereld die er vrij knullig uitziet. Niet iedereen begreep even goed waarom mensen zoveel geld uitgaven op Secondlife. De meeste zaken kosten hooguit 2 dollar (jurken, pruiken, mantelpak). En als je daadwerkelijk businessmeetings hebt, zakelijke contacten onderhoudt, kunstgaleries bezoekt, zelfs hele pretparken (1\$ per attractie) en optredens van o.a. Nederlandse cabarettiers, welnu, dan hoort daarbij dat je enigszins professioneel overkomt en niet uit de toon valt bij anderen. Zoals men zich verdedt in de cultuur van een vreemd land, wanneer men daar handel drijft, zo raadzaam is het dat hier ook te doen. Je wilt er niet uitzien als een nieuweling, een 'newbie'.

Marketingtechnisch gezien kom je op Secondlife een heel interessante groep tegen. Je vindt er vooral hoger opgeleiden van rond de 30 jaar. Dat zijn vaak de initiatiefnemers, de innovators van de maatschappij. Veel creatieve mensen met een eigen bedrijfje lopen rond in Secondlife, in de hoop hun bedrijf ook in deze wereld te kunnen promoten. ABN Amro doet dat ook: door vele informatieborden op hun landgoed en nu ook een virtuele bankbediende, helpt ABN Amro aan haar eigen promotie. Andere Nederlandse banken hadden ook plannen om hier een vestiging te bouwen, maar kwamen niet op tijd door hun eigen bureaucratische lagen heen.

Felt is, dat steeds meer grote bedrijven diverse projecten in ontwikkeling hebben op Secondlife die binnenkort zullen opduiken. Diverse bedrijven zijn sinds de opkomst van internet, de afname van kijkcijfers en blokkeringsapparaten van reclames, gaan investeren in het benaderen van de consument op alternatieve wijzen. Via websites wordt informatie verzameld om de klant persoonlijke welkomstboodschappen te geven en op maat gesneden aanbiedingen te kunnen doen. Het wordt de klant zo eenvoudig mogelijk gemaakt om geld uit te geven bij een bedrijf. Bovendien is het voor bedrijven vaak goedkoper om klanten online te hel-



Viola van Alphen vind je op Secondlife als Sandwoman Petion, en is bijna 2 jaar actief in deze virtuele wereld. Zij zat in de projectgroep "de VU op Secondlife". Verder doet zij andere multimediate projecten, onder andere bij Salto (lokale Amsterdamse televisie) en de Balie in Amsterdam.

pen dan hier dure winkels voor te gebruiken. Een trend op websites is de online chat, die steeds meer bedrijven (HP, Postbank) bieden. Consumenten ervaren deze service als een waardeverhoging, waarbij ze persoonlijk geholpen worden, zonder wachtrijen en hoge kosten, waar telefonische helpdesks om bekend staan. Ideaal zou zijn, dat wanneer een klant een website bezoekt, er direct een digitale verkoper tevoorschijn komt en de klant direct leidt naar de gewenste informatie. Secondlife leent zich hier uitstekend voor: een medewerker die direct op de klant afstapt is in deze omgeving het meest op zijn plaats.

Kansen voor bedrijven zijn er dus genoeg! De berichten dat Secondlife alweer op zijn retour is, zullen weer snel veranderen in positieve berichten, aangezien Secondlife voor veel bedrijven kan dienen als ideaal communicatie- en onderzoeksplatform. Zal Secondlife op gebied van porno en marketing uiteindelijk op dezelfde manier overspoeld en gecensureerd worden als de rest van het internet? Wat zou de volgende stap zijn: Secondlife maar dan zonder muis en toetsenbord, maar met cyberpakken? ●