

**Zusammenfassung
Kurzstudie**

**Viralmarketing
in
Second Life**

Olympia Schumann

V1.1

Versionshistorie

Version	Datum	Beschreibung	Autor
0.8	08.05.2007	Eröffnung des Dokumentes	Andreas Mertens, SLTalk & Partner
0.9	10.05.2007	Fehlerkorrektur	Andreas Mertens, SLTalk & partner
1.0	15.05.2007	Veröffentlichung des Papers	Andreas Metrens, SLTalk & Partner
1.1	20.06.2007	Korrekturen	Andreas Metrens, SLTalk & Partner

Ausgangssituation

Second Life ist eine 3D-Plattform, die den virtuellen Bewohnern, den sog. Residents, Zugang zu einer 3D-Welt im Internet bietet. Second Life unterscheidet sich von anderen 3D-Welten in sofern, dass die Inhalte der Welt nicht von dem Betreiber (Linden Lab) vorgegeben werden, sondern die Inhalte von den Partizipanten, den Residents selbst gestaltet werden können. Somit handelt es sich bei Second Life eher um eine internetbasierte 3D-Infrastruktur.

Dieses „Teil der Welt“-Prinzip eröffnet völlig neue Qualitäten. So arbeitet SLTalk & Partner mit der Divolution GmbH an einem Forschungsprojekt, um auf wissenschaftlich fundierter Basis neue KPIs (Key Performance Indicators) zu entwickeln, die diese Qualitäten messbar machen. In den SLTalk Laboratories wurde ein Second Life Verkehrsmessinstrument entwickelt, welches standardisierte Zahlen über das Verhalten von Second Life Residents liefert. Erste Ergebnisse haben gezeigt, das die Durchschnittliche Verweildauer bzw. die Durchschnittliche Auseinandersetzung mit einem Thema bzw. Content in etwa um das zehnfache Höher liegt, als Verweildauer auf einer vergleichbaren Webseite.

Durch diese neue Qualität lässt sich aus der Sicht des Onlinemarketing eine viel sichere Zielgruppe aufbauen und bearbeiten.

Konzept

SLTalk & Partner hat im Sinne von Second Life Viralmarketing erste Untersuchungen durchgeführt. Das Konzept basiert auf folgenden Punkten

- 1. Inszenierung einer geheimnisvollen Figur (Avatars), welcher eine Information verbreitet**
- 2. Inszenierung und Verteilung eines geheimnisvollen Objektes mit Symbolen, durch den unbekanntes Avatar. Der Bezug zur Quelle ist nicht offensichtlich**
- 3. Selbstreproduktion des geheimnisvollen Objektes durch die Handlung „Klick auf das Objekt“**
- 4. Vergabe von Punkten durch ein Punktesystem, welches an Klicks gebunden ist**
- 5. Tägliche Gewinnausschüttung mit virtueller Währung in Lindendollars an den „Besten von Gestern“. Preisverleihung an den Gesamtbesten am Ende des Spiels.**
- 6. Verfolgung des Spiels im Web**

Umsetzung

Die Umsetzung erfolgte durch den weiblichen Avatar Olympia Schumann, welche in einem matrixähnlichem Style designed wurde und ein geheimnisvolles Amulett verteilt. Mit der Verbreitung des Amulettes, das die Signien K und N trägt, wurde folgender Text verbreitet:

DAS MAGISCHE AMULETT VON K (www.olympia-schumann.de)

**In finsterner Vergangenheit gelebt,
bekam ich einen Auftrag.
In einer zweiten Welt,
Ihr mich wieder seht.**

**Ein Amulett zu verteilen',
auf dass es verteilt,
die Signien K und N es trägt,
berühre es - so wird es Dein.**

**Tragen Du es sollst,
stolz und würdig,
Du Fremder berühre es,
und damit Dein eigens' holst!**

**Der Faule das Amulett wird nur schwarz
erfahren,
dem fleißigen Träger und Verteiler wird es
gelb,
allein dem Besten wird es rot,
und in weniger als 25 Tagen sich offenbaren.**

**Der Wettbewerb, der ist sehr einfach,
100 Erfahrungen für jeden Jünger,
dessen Amulett berührt,
und es dadurch werde mehrfach.**

**Und sollten zwei gleichauf an jenem Tage sein,
siegt jener, dessen Amulett am jüngsten ist.**

**Am Tag der Wahrheit wird es die Kunde bringen,
gar Großes wartet auf den Fleißigsten,
nur wenig Zeit dem Löwen bleibt,
um seinen Sieg noch zu erringen.**

Olympia Schumann



In dem Spiel geht es darum, das Amulett mit den Symbolen K und N möglichst oft zu verbreiten. Klickt ein Avatar auf ein Amulett, so reproduziert sich das Amulett als Informationsträger für die Signien K und N, der Träger des Amuletts auf welches geklickt wurde erhält 100 Punkte, das Rating geschah unmittelbar öffentlich auf der Website www.olympia-schumann.de.
Nachfolgendes Bild ist ein Screenshot der Domain:

Agentur für Second Life Projekte

VORNAME	NACHNAME	SCORE	STUNDEN	MINUTEN	SEKUNDEN
1. NAM	DeCuir	15800	231	13911	834691
2. Zoeë	Yiyuan	14800	381	22872	1372338
3. Sammy66	Baxter	10000	215	12911	774661
4. Lucie	Koenig	6700	241	14489	869350
5. Blizzard	Holmer	6100	160	9611	576677
6. Christin	Knopfli	4700	424	25461	1527684
7. karl	Ferraris	4100	99	5960	357651
8. Chrissy01	Wunderlich	3500	420	25247	1514856
9. Niclas	Forcella	3200	70	4206	252400
10. Spitzzi	Sperber	2500	214	12898	773890
11. Petra	Broadway	2200	96	5777	346645
12. Rockhound	Anatine	2100	352	21147	1268870
13. LauraMaria	Noel	1900	215	12922	775330
14. Sirlind	Amat	1800	97	5871	352290
15. Pollux	Maktoum	1800	215	12916	774979
16. jonatahn	Miles	1600	214	12854	771250
17. Thomas	Guffey	1600	215	12943	776605

Täglich wurde der fleißigste Amulettträger von dem Avatar Olympia Schumann aufgesucht und mit Lindendollars belohnt. Bei der Übergabe des Geldes wurden Fotos geschossen, die wiederum auf der Webseite unter der Rubrik Gewinner gelistet wurden.

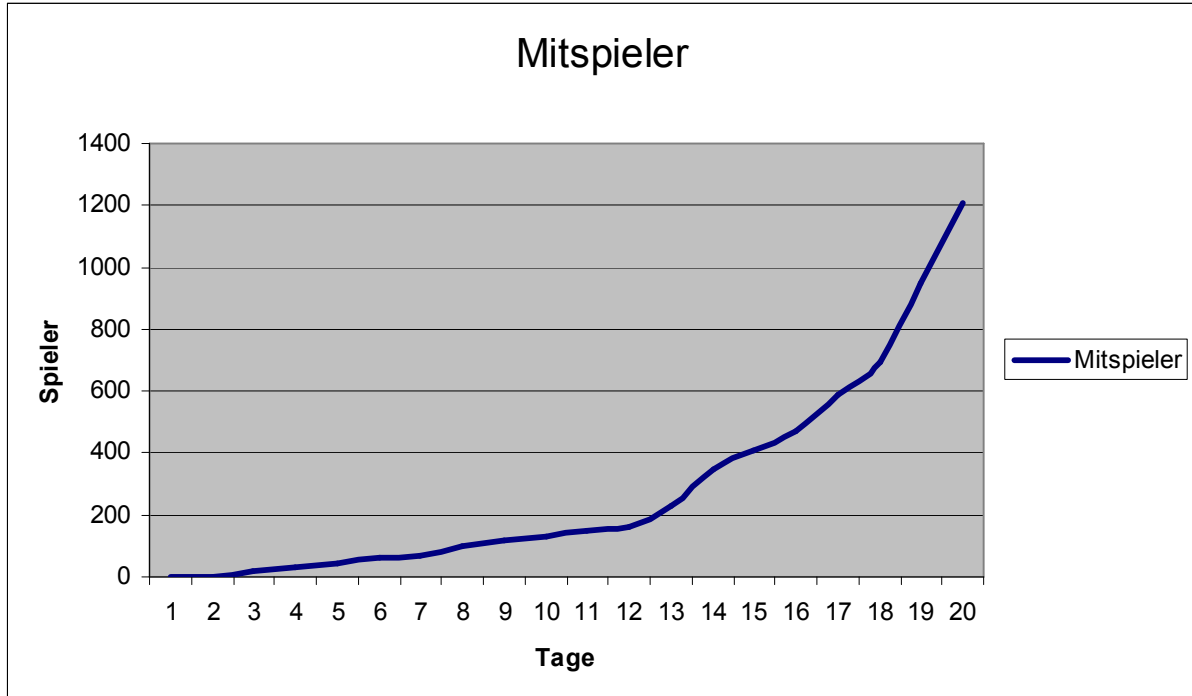
Gestoppt wurde das Spiel nach 20 Tagen. Die Top-Gewinnerin wurde mit L\$16.000 belohnt, verbunden mit dem Opening des Second Life Clubs SysWhite auf der Region KybernEthik 1

Ergebnisse

In den ersten beiden Tagen des Spiels wurden keine Tagespreise vergeben. Dann wurden Tagespreise eingeführt, um die Multiplikation zu beschleunigen. Es wurden anfänglich L\$1000 an den „Besten von Gestern“ ausgezahlt, dann L\$2000, L\$4000, L\$8000 und der Hauptgewinner erhielt L\$16.000.

Insgesamt betrug die Spielerreichweite nach 20 Tagen 1245 Residents, von denen 107 aktive mitgespielt haben. Der stärkste Multiplikator verteilte das Amulett 158 Mal. Der schwächste Multiplikator verteilte das Amulett ein Mal und im Durchschnitt wurde das Amulett 12 Mal verteilt.

Nachfolgende „Populationsgrafik des Amuletts“ zeigt den tendenziellen exponentiellen viralen Effekt bzgl. der Verbreitung des Amulettes.



Zunächst wurden alle Mitspieler jeden Tag InWorld über den „Besten von Gestern“ benachrichtigt. Einige passive Mitspieler, die „versehentlich“ auf das Amulett klickten fühlten sich belästigt, und wollten explizit von dem Infoverteiler entfernt werden. Dies waren zum Ende des Spiels insgesamt 38 User von 1245.



Community-Feedback

Insgesamt war das Community-Feedback sehr positiv. Die Community fragt bereits an, wann das Spiel wiederholt wird.

Olympia reloaded Der erste Lindendollar-Millionär 1.000.000 L\$ für den Hauptgewinner

Geplant ist mit einem Sponsor ein „Olympia Reloaded-Spiel“ aufzusetzen! Hierbei wäre es möglich, einen Lindendollar-Millionär zu erzeugen, indem man dieses Gewinnspiel an eine Marke koppelt.

Derzeit entspricht 1.000.000 Lindendollar in etwa 3000 €, die Reichweite der Community würde sich bei entsprechender Kommunikation vervielfachen. Darüber hinaus existiert bereits eine spielinteressierte Community von über 1000 Usern mit über 100 aktiven Spielern.

SLTalk & Partner sucht deshalb augenblicklich noch einen Markenträger / Brand, welcher das Konzept von Olympia fortsetzen möchte oder eigene Konzepte für virales Marketing in SL umsetzen möchte:

Ansprechpartner:

**Andreas Mertens
SLTalk & Partner
Agentur für Second Life Projekte
Jägerstr. 24
D-651987 Wiesbaden
<http://www.sltalk-partner.de>
<http://www.sltalk.de>
Mobil: 0611 – 181 77 39**