



Second Life

Konsequenzen und Nutzungsmöglichkeiten
für die Reisebranche

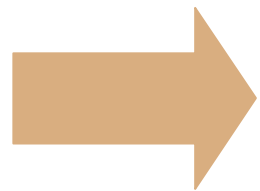
von Kathrin Holzer, Teodora Paunkova & Anne Rößle

Agenda

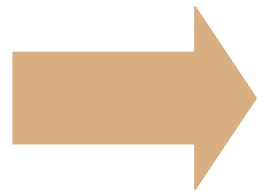
- **Vorgehensweise**
 - **Grundlagen**
 - **Tourismus in Second Life**
 - **Nutzungsmöglichkeiten**
 - **Konsequenzen**
-



Ziel unseres Projekts



Theoretischer und praktischer
Einblick in Second Life



Konsequenzen und
Nutzungsmöglichkeiten von
Second Life für die
Reisebranche



Strategie „Befragung“

Zielgruppen:

- bereits beteiligte touristische Unternehmen:



- noch nicht beteiligte touristische Unternehmen
- Journalisten und Experten
- SL-Bewohner



Strategie „Eigenes Projekt“

Medien – und Filmgesellschaft Baden – Württemberg



Innovation Park

→ Darstellung der
Ergebnisse



Strategie „Eigenes Projekt“

Medien – und Filmgesellschaft Baden – Württemberg



Innovation Park

→ Darstellung der
Ergebnisse



Schild für die Abschlusspräsentation



Was ist überhaupt Second Life?

- **Internet – 3D – Infrastruktur**
- **Avatar**
- **Interagieren, spielen, Handel betreiben
und kommunizieren**
- **Eigene Währung: Linden-Dollars**



Daten und Fakten

- **7,2 Mio. registrierte Nutzer**
- 26 % USA, **12 % Deutschland**, 8 % Frankreich, 6 % Großbritannien
- **57 % Männer** und 43 % Frauen
- 38 % der Bewohner im Alter von **25-34 Jahren**
- ca. **1,6 Mio. US\$** täglicher Umsatz
- „Mainland“ + ca. **8.000 einzelne Inseln**



Teilnahme

- **Anmeldung:** <http://www.secondlife.com>
- Vorname frei wählbar / Nachname Auswahl
- kostenloser Download der Software
- **Basic-Account:** kostenfrei
- **Premium-Account:** 6 - 9,95 US\$ pro Monat
 - virtuelles Land erwerben, verkaufen und bebauen



Kosten einer eigenen Präsenz

Kosten für eine Insel (Größe 65.000 m₂):

- Einrichtungsgebühr: 1.695 US\$ (Kaufpreis)
- Monatliche Mietgebühr: 295 US\$ (Grundsteuer)
- Programmierkosten: 50.000 - 500.000 US\$
- Personalkosten
- Werbekosten
- On- und Offline-Werbung

Laut unserer Befragung:

- Investitionskosten: 2.000 – 12.000 EUR
- Laufende Kosten: 500 – 750 EUR



Strategie „Eigenes Projekt“

Medien- und Filmgesellschaft Baden-Württemberg (MFG)



Innovation Park

→ Darstellung der Ergebnisse



Vorgehen • Tourismus • Nutzungsmöglichkeiten • Konsequenzen

Übergossene Alm

- 4-Sterne Hotel in den Salzburger Alpen
- großes Wellness- und Vitalzentrum



Vorgehen • **Tourismus** • Nutzungsmöglichkeiten • Konsequenzen

First Spa Hotel

- seit 1. März 2007
- Hotel, Wellness-Bereich und Snowboardabfahrt



Vorgehen • **Tourismus** • Nutzungsmöglichkeiten • Konsequenzen

First Spa Hotel



Vorgehen • Tourismus • Nutzungsmöglichkeiten • Konsequenzen

First Spa Hotel



Vorgehen • **Tourismus** • Nutzungsmöglichkeiten • Konsequenzen

First Spa Hotel



Vorgehen • **Tourismus** • Nutzungsmöglichkeiten • Konsequenzen

Gratistours

- Online-Reiseportal

The screenshot shows the Gratistours website interface. At the top left is the logo 'GRATISTOURS.COM' with a sun icon. To the right is a search bar with the text 'Suche' and a magnifying glass icon, and a link 'Newsletter abonnieren'. Below the search bar is a phone icon and the text '030 30 83 82 0 täglich 8:00 bis 22:00 Uhr'. A navigation bar contains links: Home, Last Minute & more, Pauschalreisen, Städtereisen, Ferienhäuser, Flüge, Gratis-Specials, Gratis-Hotels, and Reiseplan. Below the navigation bar is a section for 'Gratis-Hotels Eigenanreise' with a list of destinations and prices: Ägypten (ab € 6,-), Deutschland (ab € 30,-), Dubai & V.A. Emirate (ab € 19,-), Griechische Inseln (ab € 10,-), Italien (ab € 19,-), Malta (ab € 22,-), Österreich (ab € 30,-), Schweiz (ab € 41,-), Spanien (ab € 17,-), and Türkische Riviera (ab € 8,-). To the right of this list are three destination cards: 'Dubai & Emirate' (4 stars, ab € 467,-), 'Ägypten' (5 stars, ab € 360,-), and 'Antalya' (5 stars, ab € 317,-). Below these cards is a 'Schnellsuche' section with radio buttons for 'Lastminute & more', 'Eigenanreise', 'Flüge', 'Pauschalreisen', and 'Ferienhäuser'. The search form includes fields for 'Abflughafen:' (beliebig), 'Frühester Hinflug:' (26 Juni 07), 'Reiseziel:' (beliebig), 'Spätester Rückflug:' (18 Juli 07), 'Reisende:' (2 Erwachsene), 'Reisedauer:' (beliebig), '1. Kind:', '3. Kind:', and 'Hotelkategorie:' (beliebig). To the right of the search form is a large advertisement for 'Ein kleiner Schritt für Dein Portmonee' featuring a woman in a bikini. Below the advertisement is a section for 'Weitere All inclusive TOP-Angebote' with a list of destinations and prices: Nilkreuzfahrten (ab € 261,-), Hurghada (ab € 315,-), Mallorca (ab € 404,-), Fuerteventura (ab € 324,-), and Side/Alanya (ab € 227,-). At the bottom left of the screenshot is a section for 'Günstige Flüge ins Glück' with 'Hurghada' (ab € 149,-) and 'Sardinien/ Olbia' (ab € 84,-).



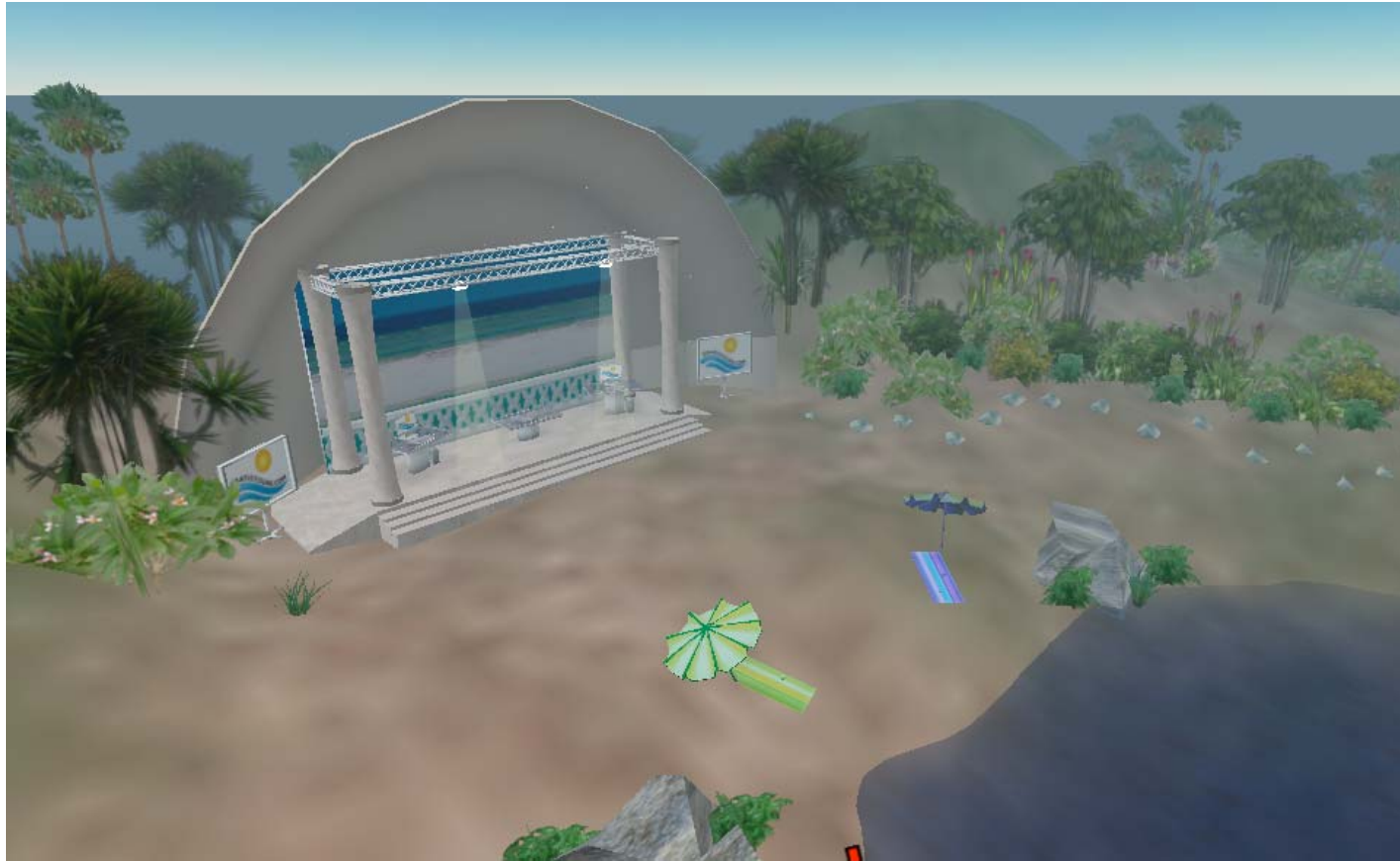
Vorgehen • Grundlagen • Tourismus • Nutzungsmöglichkeiten • Konsequenzen

Gratistours-Island

- seit März 2007



Gratistours-Island



Vorgehen • Grundlagen • **Tourismus** • Nutzungsmöglichkeiten • Konsequenzen

Gratistours-Island



Vorgehen • Grundlagen • **Tourismus** • Nutzungsmöglichkeiten • Konsequenzen

Euro Relais

- Internationaler Reiseveranstalter
- Mehr als 7.000 Ferienhäuser europaweit

The screenshot shows the Euro Relais website with a green and white color scheme. The header includes the logo, navigation menu, and language options. The main content area features a 'Tour de France 2007' promotion, a search form for holiday homes, and a 'Last Minute' offer for Cison, Veneto/Venedig, Italy. The footer contains logos for various partners and a 'Zu Hause im Ferienhaus' section.

Euro Relais - Zu Hause im Ferienhaus Kontakt

Home

Suchen nach Land
Gruppenreisen
Ferienparks
Wochenendtrip
Suchen mit Hauscode
Suchen im Themen
Last Minute
Eigentümer
Partnermodell
Presse

Tour de France 2007
Tour de France
Erleben Sie die Tour de France hautnah von unseren Ferienhäusern entlang der Route!
Unsere Ferienhäuser

Ihr Ferienhaus suchen
Lieber telefonisch reservieren?
Land: [Alle Länder]
Monat: Juni 2007
Suche

Newsletter abonnieren: e-mail

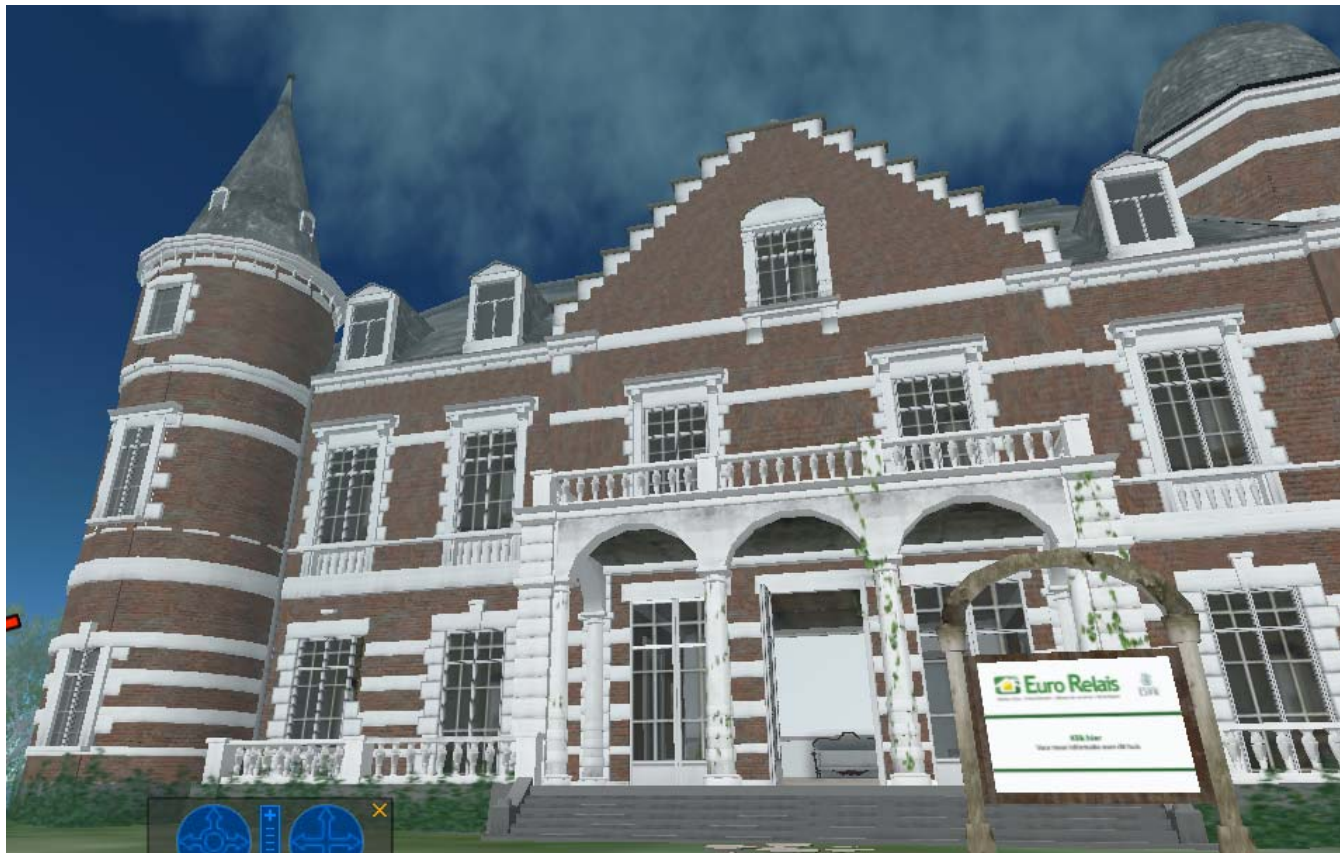
Last Minute
Cison
Veneto/Venedig, Ita...
1 Woche von € 608

Zu Hause im Ferienhaus



Virtuelle Ferienhäuser

La Chateau La Sorbies



Vorgehen • Grundlagen • **Tourismus** • Nutzungsmöglichkeiten • Konsequenzen

Virtuelle Ferienhäuser

Le Puits Saint - Jean



Vorgehen • Grundlagen • **Tourismus** • Nutzungsmöglichkeiten • Konsequenzen

Virtuelle Ferienhäuser

Casa Simona



Vorgehen • Grundlagen • **Tourismus** • Nutzungsmöglichkeiten • Konsequenzen

Virtuelle Ferienhäuser

De Verrekijker



Vorgehen • Grundlagen • **Tourismus** • Nutzungsmöglichkeiten • Konsequenzen

Virtuelle Ferienhäuser

Harbacher Mühle



Vorgehen • Grundlagen • **Tourismus** • Nutzungsmöglichkeiten • Konsequenzen

Virtuelle Ferienhäuser

Harbacher Mühle



Vorgehen • Grundlagen • **Tourismus** • Nutzungsmöglichkeiten • Konsequenzen

Virtuelle Ferienhäuser

Harbacher Mühle



Aloft

- Neue Design-Hotelmarke von Starwood
- Eröffnung 2008



Virtual Aloft

- seit Oktober 2006



Virtual Aloft



Vorgehen • Grundlagen • **Tourismus** • Nutzungsmöglichkeiten • Konsequenzen

Virtual Aloft



Vorgehen • Grundlagen • **Tourismus** • Nutzungsmöglichkeiten • Konsequenzen

Virtual Aloft



Vorgehen • Grundlagen • **Tourismus** • Nutzungsmöglichkeiten • Konsequenzen

Virtual Aloft



Vorgehen • Grundlagen • **Tourismus** • Nutzungsmöglichkeiten • Konsequenzen

1. Marketinginstrument

- **Gezielte Kundenansprache:**
 - junge, aufgeschlossene und konsumfreudige Zielgruppe
- **Interaktives Marketinginstrument**
- **Marktforschungsinstrument**



2. Steigerung der Buchungszahlen

- **Verlinkung zur Homepage / Buchungsmöglichkeit**
- **Gratistours:**
 - _ Onlinebuchungen
- **Übergossene Alm:**
 - keine Veränderungen



3. Emotionalisierung

- Multimediale und 3-dimensionale Darstellung eines Reiseziels
- Realistische Umgebungsgeräusche
- **Können Kunden durch SL in Urlaubstimmung versetzt werden?**



4. Personalisierung

- **Second Life schafft Nähe**
 - Dinge können greifbar, anfassbar gemacht werden
- **Interaktion und Austausch** mit dem Unternehmen
 - virtuelle Mitarbeiter



5. Kundenbindungsinstrument

- **Spezieller Servicegedanke**
 - andauernde Betreuung
 - Geschenke
 - Einbinden von Kundenwünschen



6. PR-Instrument

- Hohe öffentliche Aufmerksamkeit
- Hauptziel: PR – Nutzen



7. Veranstaltungsort

- **Meetings, Tagungen & Messen**
- reichhaltigere Kommunikation

Beispiele:

- Cebit 2007
- Deutscher Multimedia Kongress (DMMK)



These 1: Second Life wächst und die Reisebranche zieht mit

- **rasantes Wachstum** von Second Life
- immer mehr Unternehmen steigen ein
- Untermauerung durch einzelne Befragungsergebnisse



These 2: Der richtige Mix führt zum Erfolg

→ **Verzahnung** aller Strategien und Maßnahmen führt zu langfristigem Erfolg

→ Beispiel gratistours.com



These 3: Second Life polarisiert

→ **Positiver Nebeneffekt**
durch Pressemeldungen



→ **Negativschlagzeilen** führen
zur Bildung von Klischees



Noch Fragen?



Diskussionsfrage

**Wie wird wohl die Zukunft von
Second Life,
insbesondere im
touristischen Sektor,
aussehen?**



**Vielen Dank für die
Aufmerksamkeit!**

**Wir wünschen noch
einen schönen Tag
im First & Second Life!
;-)**

