

COMPUTER

## Foursquare und Google Buzz fragen: Wo bist Du?

10. Februar 2010 - 12:51 Uhr

Hamburg (dpa) - «Wo bist Du gerade?», könnte unter Internet- Enthusiasten zur Frage des Jahres 2010 werden. Denn ortsbezogene Dienste wie Gowalla und Foursquare werden bei der digitalen Avantgarde immer beliebter.

Auch der Internetgigant Google bringt mit seinem am Dienstag vorgestellten Dienst Google Buzz das Internet auf die lokale Ebene. Gowalla und Foursquare stammen aus den USA und sind eine Mischung aus Freunde-Radar und virtuellem Gewinnspiel. Nutzer können ihren Standort posten und die Meldung mit Kommentaren garnieren. Wer zum Beispiel in einem italienischen Restaurant isst, kann gleich die Salami-Pizza empfehlen. Umgekehrt sehen Netzwerker auf einer Karte, wo sich die eigenen Kontakte gerade aufhalten. Als technisches Rüstzeug ist ein eines der immer beliebter werdenden Multimedia- Handys mit GPS-Empfänger und Internetanschluss nötig.

Die Bewegungsmelder bieten dabei einen spielerischen Anreiz: Für jeden «Check-In» - so der Begriff für Ortsmeldungen - erhalten Nutzer Punkte und virtuelle Wimpel. Wer sich zum Beispiel am häufigsten in einem Café oder Restaurant anmeldet, der darf sich bei Foursquare «Mayor» - englisch: Bürgermeister - dieses Ortes nennen und sein Profil mit dem Bild einer Krone garnieren.

Ähnlich wie in den Anfängen von Twitter fragt sich mancher, was der Sinn dieser Dienste ist. «Man muss es ausprobieren, um es zu verstehen», sagt Ibrahim Evsan. Der Unternehmer nutzt Foursquare seit vier Wochen intensiv und steckt 20 Mal am Tag sein Fähnchen in die virtuelle Karte. Er schätzt das Orts-Netzwerk, weil es Menschen zusammenbringt. Als Evsan einmal mit einem Freund essen gehen wollte, sah er, dass zwei seiner Foursquare-Kontakte in der Nähe waren. Man ging gemeinsam ins Restaurant - «das war ein richtig netter Abend».

Der Serien-Gründer, der unter anderem die Plattform Sevenload an den Start brachte, sieht weitere Vorteile: Die Gourmet-Tipps seiner Freunde seien etwa äußerst nützlich, ebenso die Statistik, die ihm zeigt, wo er in den vergangenen Tagen war. Zudem gefällt ihm der spielerische Wettkampf: «Das ganze Leben ist doch ein Spiel, oder?»

Auch ein deutscher Anbieter buhlt um die mobilen Netzwerker: Im März geht Friendticker an den Start. Der Dienst des jungen Berliner Unternehmens Servtag ähnelt den US-Konkurrenten, verspricht aber statt virtueller Wimpel reale Vorteile - etwa in Form vergünstigter Flugtickets oder Freibier, die Unternehmen als Werbung zur Verfügung

stellen. «Foursquare ebnet uns den Weg», sagt Geschäftsführer Florian Resatsch. Da das Prinzip des «Check-in» nun bekannt sei, habe es sein Unternehmen leichter.

Wem seine Privatsphäre heilig ist, der dürfte für die Dienste jedoch wenig übrig haben. Der Mobilfunk-Experte Arno Wilfert sieht daher vor allem die eher mitteilsame «Generation Internet» als Zielgruppe: «Die Nutzer sind bereits gewohnt, Dinge von sich preiszugeben», sagt der Partner der Unternehmensberatung Pricewaterhouse Coopers.

Die Umsätze mit derartigen Diensten sind nach Wilferts Ansicht noch verschwindend gering: «Die Geschäftsmodelle sind noch in der Testphase, es gibt noch keine großen Umsatztreiber.» Er sieht aber Potenzial, vor allem für ortsbezogene Werbe- und Marketingaktionen. So könnten Geschäfte Kunden mit Rabatten locken, Bars ihre Stammgäste mit Gratis-Drinks belohnen.

Vor allem Foursquare zieht derzeit das Interesse auf sich. Namhafte Unternehmen wie Pepsi oder Warner Bros. haben mit dem Start-up Partnerschaften geschlossen. In Deutschland will Vodafone mit einer Marketing-Aktion die Netz-Avantgarde auf sich aufmerksam machen. Foursquare ist mit rund einer halben Million Nutzer ein Nischenprodukt, wächst aber nach eigenen Angaben um 60 bis 70 Prozent im Monat.

Der Wettbewerb dürfte schon bald härter werden. Etliche Start-ups kopieren das Konzept, auch Facebook soll laut Medienberichten an einem «Check-in» per Mobiltelefon arbeiten - mit seinen mehr als 350 Millionen registrierten Mitglieder hätte das Mega-Netzwerk auf einen Schlag die kritische Masse, damit das Freunde-Radar nicht leer bleibt.

Und dann wäre da noch Google: Der Suchmaschinen-Gigant macht mit seinem Kurzmeldungsdienst Buzz nicht nur Twitter Konkurrenz, sondern auch den Geo-Diensten. Denn die mobile Version zeigt die Aufenthaltsorte der Nutzer im Kartendienst Google Maps an - mit einem Klick erscheinen auch Kommentare, Links, Fotos und Videos.

**COPYRIGHT** 10.2.2010 - 11:54 Uhr

**ADRESSE** <http://www.zeit.de/newsticker/2010/2/10/iptc-bdt-20100210-293-23824030xml>