

Lees bij de volgende tekst eerst vraag 13 voordat je de tekst zelf raadpleegt.

Tekst 5

Wer ist wo wann und wie oft?



Das amerikanische Unternehmen *Foursquare* kennt die beliebtesten Orte der Internet-Nutzer. Gründer Dennis Crowley muss aus diesem Wissen jetzt nur noch ein Geschäftsmodell formen.

- (1) Was hat das Café *St. Oberholz* in Berlin mit dem Düsseldorfer Café *Toykio* und dem *Augustiner-Keller* in München gemeinsam? Alle erfreuen sich besonderer Beliebtheit bei Online-Fans. Drei Milliarden Mal haben die Nutzer der amerikanischen Internet-Firma *Foursquare* bislang an 50 Millionen Orten in aller Welt „eing_checked“. Sie haben also ihren Freunden mitgeteilt, wo sie sich gerade aufhalten und was sie dort besonders gut finden. Daraus entstand die wohl größte lokale Datenbank der Welt, eine Art *Wikipedia* für Orte.
- (2) Nun hat das New Yorker Gründerunternehmen daraus Ranglisten für die beliebtesten Örtlichkeiten, Cafés und Restaurants erstellt. In Berlin erhielt darin das Café *St. Oberholz* den ersten Platz mit 9,6 von 10 möglichen Punkten, dicht gefolgt vom *Five Elephant* und dem Steakhaus *The Bird*. Populärster Ausflugsort in der Hauptstadt ist demnach der Volkspark *Friedrichshain*. Sieger in Düsseldorf ist das Café *Toykio*. In Frankfurt gaben die Onliner dem Burger-Restaurant *Die Kuh, die lacht* die höchste Wertung. Tim Mälzers¹⁾ Restaurant *Bullerei* liegt in Hamburg ganz vorn. In München steht der *Augustiner-Keller* bei den *Foursquare*-Nutzern als erster im Kurs, während den Kölnern die Brauerei *Früh am Dom* am besten gefällt.
- (3) Die Listen entstehen durch die „Generation *Facebook*“, die andere Maßstäbe als klassische Restauranttester anlegt. Neben einem guten Verhältnis zwischen Preis und Leistung ist den Internet-Nutzern wichtig, dass ein Lokal interessante Gäste und ein Funknetz für den schnellen Internetzugang hat.
- (4) Der spielerische Ansatz ist jetzt weg. Bei dem Start-Up wächst vier Jahre nach der Gründung der Druck, auch einmal Geld zu verdienen. 71 Millionen Dollar haben die Investoren in das junge Unternehmen gesteckt – sie wollen möglichst bald eine Rendite sehen. Crowleys Plan:

„Wir haben als einziges Unternehmen eine atmende Landkarte und
30 können sehen, wo die Menschen sind. Es gibt genügend Händler, die
daraus Kapital schlagen wollen“, hofft der New Yorker.

(5) *Foursquare* könnte lokalen Händlern helfen, Kunden in ihre Läden zu bekommen. Crowley: „Wer zehnmals in einem Café war, bekommt den elften Kaffee geschenkt oder einen Rabatt, wenn er in der Nähe ist“. Auf
35 der Plattform seien eine Million lokale Händler bewertet. „Diese dazu zu bewegen, bei uns Werbung zu schalten, ist das Ziel“, sagt Crowley.

(6) Für ihn ist es nur eine Frage der Zeit, bis Geld fließt: „Wir sind erst vier Jahre alt und stecken in einer Übergangsphase, die *Facebook* und *Twitter* schon hinter sich haben. Man braucht eben einige Jahre, um ein
40 funktionierendes Geschäftsmodell zu entwickeln.“

(7) Crowley hat noch ein anderes Problem: Die Nutzer bewerten nicht mehr so oft. Obwohl sich jeden Monat 1,5 Millionen Menschen neu anmelden, stagniert die Zahl der „Check-ins“ bei etwa fünf Millionen pro Tag. Im Verhältnis zu den angemeldeten Nutzern sinkt die Eincheckquote
45 rapide. „Der Prozess der Check-ins ist noch zu kompliziert“, muss Crowley zugeben. Eine Lösung ist die neue Funktion „Radar“: Wer in einer Stadt unterwegs ist, wird auf interessante Orte hingewiesen. „Wir müssen nur noch herausfinden, ob der Nutzer Einheimischer oder Tourist ist. Die Hinweise müssen sich natürlich unterscheiden.“

naar: Focus, 28.03.2013

noot 1 Tim Mälzer: Duitse tv-kok

Tekst 6



Flinkes Hirn durch Musik

Wer ein Instrument spielt, denkt schneller. Neuroforscher an der

Universität Greifswald hatten Pianisten und Nichtmusiker im Kernspintomografen untersucht, während sie Reihen von Symbolknöpfen drücken mussten. Die Gehirne der Musiker arbeiteten viel ökonomischer. „Während die Amateure sich die Symbole ansahen und zu merken versuchten, aktivierten die Pianisten bereits die motorischen Hirnbereiche, weil sie die Aufgabe sofort im Kopf durchspielten“, erklärt Studienleiter Martin Lotze.

naar: Focus, 18.03.2013