

„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 zehnmal 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