

UPLOAD – DIE SOCIAL MEDIA KOLUMNE

JÜRGEN STÜBER

Vodafone-Millionen für Qype

Je größer die Segelschiffe, die ihren Kurs ändern, desto sicherer die Annahme, dass sich der Wind gedreht hat“, twitterte kürzlich der Internet-Theoretiker Peter Kruse. Dieser Satz passt auch gut zur Nachricht vom Dienstag, der zufolge sich der Netzbetreiber Vodafone finanziell bei dem Empfehlungsportal Qype engagiert. Dreieinhalb Millionen Euro sind für den Mobilfunkriesen zwar wenig mehr als ein Griff in die Portokasse. Dennoch setzt die Entscheidung von Vodafone Ventures das Zeichen, dass man sich der Bedeutung der sozialen Netzwerke, erst recht derer, die ortsbasierte Dienste integrieren, nicht mehr entziehen kann und will.

Qype hat Pionierarbeit geleistet – ähnlich wie die Seiten Yelp oder Foursquare. Der im März 2006 gestartete Dienst bezeichnet sich selbst als Europas größte Website für nutzergenerierte Bewertungen und Empfehlungen von Restaurants, Dienstleistungen, Ärzten, Wellness-Einrichtungen, Behörden, Orten, Kindertagesstätten oder Sportvereinen. Die Plattform ist nach Unternehmensangaben in mehr als 158 000 europäischen Städten vertreten, bietet Bewertungen von 600 000 Geschäften und verzeichnet monatlich 17 Millionen Besucher auf einer Seite. Der Name setzt

sich aus den Begriffen „Quality“ und „Hype“ zusammen.

Die Seite wuchs mit der zunehmenden Popularität des mobilen Internet. Im Januar 2009 gab es die erste App für das iPhone. Plötzlich hatten Nutzer die Möglichkeit, auch unterwegs Bewertungen abzugeben oder abzufragen. Wie es heißt, will Qype das frische Kapital (neben den 3,5 Millionen Euro von Vodafone weitere 3 Millionen Euro von anderen Risikokapitalgebern) in den Ausbau des Mobilgeschäfts stecken. Bislang haben knapp eine Million Menschen die Qype-App auf ihre Smartphones geladen.

Auf dem Markt der Empfehlungsplattformen herrscht Goldgräberstimmung. Kaum eine Woche vergeht ohne die Nachricht über eine neue Gründung, die zum Teil auf lokalen Märkten ihr Glück sucht: Bizzy, Ayoha, Urban Spoon – und wie sie alle heißen. Erst vergangene Woche launchte der Suchmaschinenkonzern Google die Plattform „Hotpot“, bei der Nutzer Restaurants und Hotels bewerten können. Am Montag berichtete das „Wall Street Journal“ über den Start der Plattform „InTheMo“.

Folgen Sie **Jürgen Stüber** auf Twitter

twitter.com/wk_stueber

