

Lernportale

Ich spreche Busuu, was sprichst du?



v.l. Das Busuu.com-Führungsduo Bernhard Niesner und Adrian Hilti

Das Sprachlernportal **busuu.com**, das vor allem durch den im vergangenen Jahr gewonnenen Direct Lion in Silber bekannt wurde, hat nicht nur jüngst seine erste Finanzierungsrunde abgeschlossen, sondern auch den 'Innovators' Pitch' auf der CeBIT in der Kategorie 'Digital Life B2C' gewonnen (ein Bitkom-Wettbewerb).

Der frische sechsstellige Euro-Betrag im mittleren Bereich stammt von einem österreichischen Business Angel. Also ein Geldsegen aus der Heimat, denn einer der Gründer des 2008 gestarteten Angebots, **Bernhard Niesner**, 30, ist Wiener. Sein Kompagnon **Adrian Hilti**, 35, kommt aus Liechtenstein. Weitere Details zur Finanzspritze möchten sie nicht bekannt gegeben, dafür aber zu ihren Plänen, wohin das Geld fließen soll. "Wir wollen vor allem unser globales Wachstum weiter verstärken. Bis Ende des Jahres soll unsere Plattform mehr als eine Million User zählen. Zusätzlich investieren wir stark in die Produktentwicklung, dazu gehören sowohl eine iPhone-Applikation als auch beispielsweise Business-Kurse und zusätzlich neue Sprachen", erklärt Niesner.

Lernen in der Community

Die Basis-Mitgliedschaft auf Busuu.com ist kostenfrei; als Premium-Mitglied fallen monatlich mindestens 7,99 Euro an. Derzeit hat die Community zum Sprachenlernen mehr als 300.000 registrierte Nutzer aus über 200 Ländern. Nach eigenen Angaben melden sich täglich über 1.000 neue Nutzer an. Busuu.com basiert hauptsächlich auf dem Wissen der Mitglieder, die sich online vernetzen und gegenseitig beim Lernen einer neuen Sprache behilflich sind (u.a. per Video-Chat). Lernmaterial ist allerdings auch vorhanden und zwar in den Sprachen Englisch, Spanisch, Französisch, Italienisch und Deutsch. Laut Busuu.com stehen über 150 Lerneinheiten zu unterschiedlichen Themengebieten zur Verfügung. Zusätzlich gibt es auch Grammatikeinheiten. Weitere Lernunterstützung kommt vom **Pons-Verlag**, Stuttgart, der seit Jahresanfang mit dem Sprachlernportal kooperiert. Seither sind die Pons-Materialien Teil der bestehenden Sprachlern-

kurse auf Busuu.com. "Die Integration unserer Materialien in diese Web 2.0-Umgebung ergänzt das bisherige Angebot der Marke Pons und eröffnet uns Zugang zu neuen Zielgruppen" so **Gabriele Schmidt**, Geschäftsführerin bei Pons.

Niesner und Hilti sind nach eigenen Aussagen sehr zufrieden mit der Pons-Partnerschaft und wollen sie noch intensivieren, gleichzeitig sind sie offen für weitere Kooperationen. Erweitert werden soll auch das Team, das in Madrid sitzt und sich aktuell aus vier Festangestellten und drei Freelancern zusammensetzt. Geld ist dafür vorhanden, nicht nur durch die Finanzspritze, sondern auch durch eigene Kraft. Bereits im vergangenen Dezember hat Busuu.com nach eigenen Angaben schwarze Zahlen geschrieben.

Die Konkurrenz schläft nicht

Wohl bekanntester europäischer Wettbewerber von Busuu.com ist **Babbel.com**. Das Unternehmen, das rund zehn Mitarbeiter beschäftigt, hat seinen Sitz in Berlin und ist ebenfalls 2008 gestartet. Im Sommer 2008 erhielt Babbel.com eine Finanzierung von der Kizoo AG, Karlsruhe, vom VC-Fonds Berlin. Außerdem werden die Hauptstädter seit vergangenen Herbst aus Mitteln des Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE) und dem Berliner Landesetat unterstützt. Wie Busuu.com ist auch Babbel.com werbefrei und in der Basis-Mitgliedschaft kostenlos. Die Premium-Mitgliedschaft bei Babbel.com kostet mindestens 4,95 Euro pro Monat.

Ein weiterer Wettbewerber residiert in Seattle und nennt sich **Livemocha**. In zwei Finanzierungsrunden konnte das US-Sprachlernportal, das von Shirish Nadkarni geführt wird, 14 Millionen US-Dollar einsammeln. Die angebotenen Kernsprachen sind hier Englisch, Spanisch, Französisch, Hindi, Deutsch und Mandarin Chinesisch.

Haupt-Werbekanal Internet

Gemeinsam mit der Madrider Agentur La Despensa hatte Busuu.com im vergangenen Jahr eine virale Kampagne zur Rettung der fast ausgestorbenen Pfeifsprache Silbo Gomero gestartet, die Aufmerksamkeit und einen silbernen Direct Lion beim Werbefestival in Cannes einbrachte. Auch künftig wird in Bezug auf kommende Werbemaßnahmen auf das World Wide Web gesetzt. "Unser Haupt-Werbekanal ist eindeutig das Internet. Im Vergleich zu anderen Medien ist die Registrierung auf unserer Webseite nur einen Klick entfernt, und die Effizienz der Maßnahmen lässt sich extrem transparent messen und ständig optimieren. Unsere virale Aktion mit dem 'Silbo Gomero' war ein voller Erfolg", sagt Niesner. "Wir planen in diesem Jahr wieder etwas sehr Ausgefallenes – mehr kann ich dazu noch nicht verraten."

Zu guter Letzt müssen wir natürlich auflösen, was Busuu bedeutet: Busuu ist eine Sprache aus Kamerun, die laut einer ethnologischen Studie aus den 80er Jahren nur von acht Menschen gesprochen wird.