

## VERO

Stand: 29.03.2023

**Das soziale Netzwerk VERO - True Social ist ein Fall für sich. Lange Zeit hatte es nur vergleichsweise wenige Nutzer, die Zahl stieg dann aber von jetzt auf gleich auf Millionenhöhe an. Es wurde zu einem großen Thema in diversen Blogs, Podcasts und auf anderen Social-Media-Plattformen. Diese Art der Propaganda hat dafür gesorgt, dass das soziale Netzwerk kurzzeitig einen gewissen Namen in dem Bereich hatte. Inzwischen ist es jedoch wieder einigermaßen ruhig um die Plattform geworden.**

### VERO als soziales Netzwerk

VERO verfolgt einige simple Grundsätze und Ideen mit seiner Plattform: **Menschen wollen sich vernetzen**, das sei ihnen ein natürliches Bedürfnis. Darin sehen die Gründer die grundlegende Erfolgsgarantie von Social-Media-Plattformen. Sie ermöglichen eine dauerhafte Verbindung, wodurch jeder mit Freunden in Kontakt bleiben und seinen Alltag teilen kann. Doch hier sei es irgendwann zu einem Ungleichgewicht zwischen den Plattformen und den Nutzern gekommen. Daher setzt VERO auf einen anderen Ansatz. Es will den Menschen nach eigener Aussage bieten, was andere soziale Netzwerke nicht mehr können: Wahrheit – sodass jeder er selbst sein kann.

### Geschichte von VERO

Erstmalig in der Betaversion 1.0 veröffentlicht wurde VERO im August 2015. Mit Stand vom 13.02.2023 ist das Netzwerk bei Version 2.0.33.03 angekommen – hat also einige Updates erfahren. In den ersten Jahren erlebte die Social-Media-Plattform allerdings nicht allzu viel Zuwachs – nur 150 000 Nutzer waren Anfang 2018 registriert. Doch dann **erfuhr sie einen wahren Hype**, ausgelöst von der Werbung einiger Instagram-Influencer. Dadurch stiegen die Nutzerzahlen in kurzer Zeit auf über 3 Mio. an.

Entwickelt und veröffentlicht wurde die Social-Media-Plattform samt App von der Firma Vero Lab Inc. Deren Gründer und Geschäftsführer ist Ayman Hariri, der milliardenschwere Erbe von Rafiq al-Hariri, dem ehemaligen Premierminister des Libanon. Er startete VERO zusammen mit Scott Birnbaum und dem jordanischen Filmproduzenten Motaz Nabulis. Obwohl der Hype nur kurz anhielt, **sind die Gründer nach wie vor aktiv und entwickeln VERO konstant weiter**. Allerdings ist unklar, wie viele aktive Nutzer das soziale Netzwerk aktuell hat.

### Funktionen und Besonderheiten

Anders als andere soziale Netzwerke zentriert VERO alle Funktionen um die tatsächliche Vernetzung der Löwenstark Online-Marketing GmbH • Geschäftsführung: Nikolai Knabner, Hendrik Faasch • Gerichtsstand: AG Braunschweig • Registernummer: HRB 205088 • Ust-IdNr.: DE 250 332 694 • St.-Nr.: 14/201/16808  
Bankverbindung: Volksbank Braunschweig • IBAN: DE61 2699 1066 185 2167 000 • BIC: GENODEF1WOB

Nutzer. Das bedeutet, dass die Plattform **weder Algorithmen noch Werbung** verwendet. Ziel ist, ein besseres und ethisch motiviertes soziales Netzwerk zu schaffen. Der Feed ist chronologisch geordnet, ohne dass dem Nutzer vorgegeben wird, was er interessant zu finden hat. Auf diese Weise fallen keine Posts aus dem Raster.

## Social Life statt Social Media

In vielen Punkten **ähnelt VERO anderen Social-Media-Plattformen** wie Instagram. So bestehen beispielsweise Posts nie rein aus Text. Stattdessen müssen immer ein oder mehrere Bilder, Musik, Links, Videos, Orte, Bücher oder Filme beziehungsweise Fernsehsendungen enthalten sein. Hinzu kommen Hashtags, Sprach- und Videoanrufe, Direktnachrichten, Spiele, Lesezeichen und mehr. Außerdem kann jeder Nutzer anderen folgen, aber sich auch gezielt mit anderen vernetzen. Diese Kontakte kann jeder in die Kategorien „Enge Freunde“, „Freunde“ und „Bekannte“ einteilen. Bei jedem Post wird individuell entschieden, wer ihn sehen kann – bestimmte Gruppen oder die Öffentlichkeit, markiert als „Follower“.

## Die Nutzer als Kunden

Da VERO nach eigenen Aussagen komplett auf das Schalten von Werbung verzichtet, muss die Social-Media-Plattform auf anderem Weg Geld verdienen. Die ursprüngliche Idee der Betreiber war ein Abomodell, bei dem die Nutzer eine geringe, jährliche Gebühr zahlen. Das Besondere daran: Die ersten 1 Mio. Nutzer sollten dauerhaft kostenlose Accounts bekommen. Diese Herangehensweise haben die Betreiber anscheinend überdenken müssen, denn durch den extremen Zuwachs im Jahr 2018 wurde diese Zahl weit übertroffen. Dennoch ist die **App weiterhin kostenlos**. Wie genau VERO das für den Betrieb nötige Geld verdient, ist unklar.

## Sicherheit und Datenschutz

Laut eigenen Angaben nimmt VERO Abstand von Datamining. Die Plattform sammele ausschließlich die Daten der Nutzer, die für den Betrieb der Seite notwendig sind. Dabei gibt es allerdings einen Kritikpunkt, der diese Aussage in Zweifel zieht: Bei der Registrierung müssen Handynummer und E-Mail-Adresse hinterlegt werden. Angeblich dient die Nummer dazu, per anschließend zugesandtem Verifizierungscode auszuschließen, dass sich Bots anmelden. Der Haken dabei: Das ginge auch auf anderem Wege. Weiter **geschwächt wird das Vertrauen in den Datenschutz** dadurch, dass die Server in England stehen. Dadurch sind sie nach dem Brexit nicht mehr länger den Datenschutzrichtlinien der EU unterworfen.

## Möglichkeiten im Online-Marketing

Obwohl im Newsfeed der Nutzer keine Werbung geschaltet wird, bietet VERO **eine gute Möglichkeit für Werbetreibende**. Es können nämlich auch Produkte an die Posts geknüpft werden. Wer sich also eine gewisse Reichweite aufbaut, kann seine Bemühungen im [Online-Marketing](#) direkt den Nutzern präsentieren. Unterstützung bietet bei solchen Kampagnen eine [professionelle Agentur](#).

## Weblinks

- [Social-Media-Marketing – Reichweite generieren](#)
- [Algorithmus – die Grundlage digitaler Prozesse](#)
- [Hashtag – einfacher suchen mit Schlagworten](#)