



Reiseführer Tripwolf jagt das Papier

Vor etwas mehr als einem Jahr hat das österreichische Start-up Tripwolf sein Debüt gefeiert. Heute greifen rund 1,2 Millionen Nutzer auf den Online-Reiseführer zu, der mehr als nur starrer Inhalt ist. Nutzer erweitern die Infos laufend mit eigenen Erfahrungen und Berichten. Seit Kurzem ist Tripwolf auch mobil einsetzbar.

Klaus Lackner

Wer heute eine Reise plant, kommt dabei um das Internet nicht mehr herum: Ob Hotelvergleich, Flugbuchung und Routenplanung – das Web bietet unzählige Möglichkeiten. Nicht immer ist es dabei leicht, den Überblick über die einzelnen Informationen zu behalten. Von der stundenlangen Suche bleiben im Endeffekt oft nur wenige verwertbare Informationen übrig.

Mit der Website Tripwolf.at ging im letzten Jahr ein in Österreich entwickelter Online-Reiseführer ans Netz. Der Investor und Reisebuchverlag Mair Dumont stellt seinen gesamten Content zur Verfügung, diese Inhalte werden um Reisetipps und Fotos anderer User sowie ein soziales Netzwerk ergänzt. In einer nächsten Ausbaustufe sollen ebenfalls Hotel- und Flugbuchungen ermöglicht werden.

Nutzer können sich auf Tripwolf ihren persönlichen Reiseführer zusammenstellen: Im „Guide“-Bereich finden sich zum Start Informationen zu rund 200.000 Destinationen, geografische Daten liefert dazu Google Maps, Fotoeindrücke werden über eine Kooperation mit Lomo bereitgestellt. Nach einer kurzen Einleitung zur gewählten Destination folgt ein Ranking der Top-Highlights, gefolgt von Ergebnissen zu Kultur, Erholung, Sport, Nachtleben, Essen, Unterkunft und Shopping.

Einzelergebnisse, die dem Nutzer zusagen, können per Drag-and-Drop auf einen Notizblock gezogen werden. Ist das Reiseprogramm zusammengestellt, wird auf Knopfdruck eine PDF-Datei mit den Reise-Infos generiert und ausgedruckt – der personalisierte Reiseführer ist fertig.

Social Networking integriert

Über die sozialen Funktionen inklusive der Vernetzung mit Facebook können sich die User ein Netzwerk mit anderen Reisebegeisterten aufbauen und



Tripwolf bringt Reisetipps per Mausclick zusammengestellt zur Offline-Nutzung vom PC auf das iPhone. Die Inhalte stammen von den Usern und vom Mair-Dumont-Verlag. Foto: Photos.com

das Angebot mit eigenen Tipps und Empfehlungen erweitern. Die persönlichen Eindrücke können zudem in Fotogalerien und Reisetagebüchern mit der restlichen Tripwolf-Gemeinde geteilt werden. Die Tripwolf-Redaktion überprüft die von Nutzern eingereichten Daten, bevor sie für alle freigeschaltet werden. Über „Trip-Guru“-Nutzer, die freiwillig die Patenschaft für ein Land oder einen Ort übernehmen, soll weiters ein Expertennetzwerk aufgebaut werden, an das man sich bei Fragen zu einzelnen Destinationen wenden kann.

Tripwolf unterscheidet sich im Vergleich zu eingefleischten Plattformen wie etwa Expedia zum einen durch die sozi-

ale Komponente. Zum anderen steht hier nicht die Buchung im Vordergrund, sondern der stetig wachsende Infopool, auf den übrigens auch nicht registrierte Nutzer zugreifen können.

Der kostenlose Online-Reiseführer wurde diesen Sommer ein Jahr alt und erreicht heute bereits über eine Mio. User in fünf verschiedenen Sprachen. Die junge Plattform kann mit rund 1,2 Mio. Besuchen, die von der deutschen IVW (Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern) für Mai 2009 gemessen wurden, ein gewaltiges Wachstum verzeichnen.

Anfang des Jahres baute Tripwolf sein Angebot aus und startete die Reiseplattform ne-

ben Deutsch und Englisch auch in Französisch, Italienisch und Spanisch. Weitere Sprachen sind für die nahe Zukunft geplant. „Wir verfügen durch Partnerschaften mit Verlagen wie Mair Dumont oder Footprint über hochwertigen Content, der von unsern Usern begeistert ergänzt wird“, erklärt Geschäftsführer Sebastian Heinzl die Erfolgsstory. „Außerdem haben wir von Anfang an auf Internationalität gesetzt, was das wichtigste Attribut für eine Reiseplattform ist – Reisende wollen sich international austauschen und suchen Kontakt zu Insidern vor Ort.“

Zuletzt wurde das geballte Wissen der Community in eine iPhone-Applikation gepackt:

„Jetzt können unsere User auch von unterwegs auf alle Infos zugreifen“, sagt Heinzl. „Durch den iPhone-Launch im Juni sind die Zugriffe weiter angeheizt worden – wir wachsen stetig weiter.“ Und das kommt letztendlich den Nutzern zugute.

Die iPhone-Applikation richtet sich an zwei unterschiedliche Gruppen von Reisenden: einerseits diejenigen, die bereits im Vorhinein Reisepläne schmieden wollen, und andererseits Reisende, die im Rahmen eines Kurztrips Informationen zu Städten und Sehenswürdigkeiten in der jeweiligen Stadt finden wollen.

iPhone als Reiseführerersatz

Durch die „Locate me“-Funktion und die Möglichkeit, bereits auf Tripwolf erstellte Reiseführer mit dem iPhone zu synchronisieren, können vor allem teure Roaming-Kosten vermieden werden: Durch die Offline-Nutzung hat der Reisende bereits den selbst zusammengestellten Content dabei.

Davon ist auch Heinzl begeistert, der bereits die ersten Erfahrungsberichte von Testpersonen einholen konnte: „Bei sämtlichen Testvorführungen konnten wir die User durch die große Menge an Information sowie die Wahl zwischen On- und Offline-Modus beeindrucken. Das Handy, in unserem Fall das iPhone, ist nun mal das persönlichste Kommunikationsmittel, es ist immer dabei und ersetzt durch die Tripwolf-iPhone-App nun sogar unhandliche Reiseführer.“

Die iPhone-Applikation wurde vom Wiener Tripwolf-Team gemeinsam mit der Salzburger Forschungseinrichtung Salzburg Research in mehrmonatiger Arbeit entwickelt. Alexander Trieb, Tripwolf-Co-Geschäftsführer, meint: „Die harte Arbeit unseres Salzburger Entwicklungsteams um Nicolas Göll hat sich bezahlt gemacht. Unsere iPhone-Applikation iWolf ist die logische Weiterführung des klassischen Print-Reiseführers.“

www.tripwolf.at