



Bei tripwolf 2.0 geht's um Reise-Destinationen

Der online Reiseführer tripwolf www.tripwolf.com passt das Design an und legt den Fokus auf Destination Marketing.

Wien, 25. September 2009. Der online Reiseführer tripwolf leitet die Zukunft des Reisens ein: tripwolf 2.0 bietet anspruchsvollen Kunden individuelle Reiseplanung <http://www.tripwolf.com/de/mytripplanner> mit vielen neuen Features. Die Reiseplattform kommuniziert mit einer schnell-wachsenden Community, die auf tripwolf Zugang zu mehr als 500.000 Points of Interest, so wie Sehenswürdigkeiten, Restaurants und Hotels auf der ganzen Welt hat.

Tripwolf als One-Stop-Shop für unabhängig Reisende: ein wichtiger Aspekt, der in das neue Design von tripwolf einfloß war die Integration von Premium Content und eine Optimierung des Layouts für DMO's und touristische Unternehmen.

Das in Wien ansässige Design-Team legte bei der Umsetzung großen Wert auf die Einbindung von Partnern aus der Tourismus-Branche. So integriert das neue Layout nahtlos Content in 5 Sprachen, macht Backlink-Partnerschaften einfach möglich und lässt Partner spezielle Landing Pages für einzelne Unternehmen kreieren. "Außerdem bietet ein Listing auf tripwolf suchmaschinen-optimierte Inhalte und damit optimale Voraussetzungen, von Reiseplanenden gefunden zu werden", erklärt Alexander Trieb, CEO und Mitgründer der tripwolf GmbH.

Tripwolf hat im Zuge des Relaunches auch für Partner mehr Platz in den starken Kommunikationskanälen der Community geschaffen.

Partner haben nun die Möglichkeit, ihre Inhalte in den reichweitenstarken Newslettern zu platzieren, oder bestimmte Themen von den exzellenten Autoren der tripwolf Blogs zu platzieren, die in 5 Sprachen zur Verfügung stehen und über eine große Leserschaft verfügen. Vor allem aber macht es tripwolf möglich, eine genau definierte Zielgruppe anzusprechen und die Performance der eingesetzten Werbemittel und Kampagnen zu verfolgen und abzubilden.

Ein Wochenende in New York buchen, eine zweiwöchige Tour durch Südostasien planen oder das beste Restaurant in Paris finden? "Das Internet hat die Art und Weise, wie man Trips organisiert dramatisch verändert – heute ist es für Reiseunternehmen und regionale Tourismus-Anbieter von größter Wichtigkeit, online gefunden zu werden und Kunden hinsichtlich des riesigen Angebots die bestmögliche Unterstützung in der Planung zu geben", erklärt Trieb weiter.



“Derzeit nutzen rund 1,7 Millionen Unique Visitors im Monat und rund 45.000 (<http://www.tripwolf.com/de/traveler/community>) angemeldete Mitglieder tripwolf um ihre Reisen zu planen. Damit ist tripwolf die ideale Plattform, um Destinationen und Events an unabhängig Reisende zu kommunizieren. tripwolf User sind durchschnittlich 30 Jahre alt, von denen rund 80 Prozent ein Abitur oder einen Universitätsabschluss haben. Diese kaufkräftige Zielgruppe plant zwischen 2 und 4 Reisen pro Jahr”, schließt Trieb.

Über tripwolf

tripwolf.com ist ein sozialer online Reiseführer, der in 5 Sprachen verfügbar ist – Deutsch, Englisch, Französisch, Spanisch und Italienisch. Was tripwolf einzigartig macht, ist der Mix aus redaktionellen Inhalten von professionellen Reiseführern wie “Marco Polo “ oder “Footprint” der mit User generated Content aus den Reihen der großen Community aus aller Welt angereichert wird. User können zu über 500.000 verschiedenen Locations auf der ganzen Welt persönliche Blog Posts anlagen, Einträge von anderen Usern bewerten oder Photos einstellen. Mit der neuen tripwolf iPhone Applikation können Reise-Enthusiasten, Business Männer oder Städtereisende alle für sie interessanten Infos von unterwegs nutzen oder sich vor Reisebeginn einen eigenen Reiseführer zusammenstellen und offline über das iPhone nutzen. Die tripwolf GmbH hat in Wien, Österreich ihren Sitz.

Kontakt Sales:

Alexander Trieb | Co-Founder & COO
Feldgasse 1/36
1080 Wien
a.trieb@tripwolf.com

Medien-Kontakt:

Alexandra von Quadt
Feldgasse 1/36
1080 Wien
a.quadt@tripwolf.com

Mehr Presse-Info und Downloads: <http://www.tripwolf.com/de/presse>
tripwolf auf twitter: <http://www.twitter.com/tripwolfDE>