

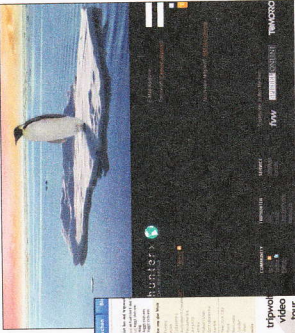
Bequemer buchen

Online buchen oder nach Reisezielen suchen: Wie Start-ups den Markt verbessern wollen

Tipps zum Urlaubsort, Preise und Konditionen vergleichen, Tickets finden: Wer online eine Reise plant, muss viele Seiten ansteuern und Studien zufolge mindestens fünf Stunden aufwenden. Einigen Gründern ist das viel zu kompliziert: „Eine technologisch rückständige Industrie wird gerade durch viele clevere Geschäftsideen verbessert“, beobachtet Gabriel Graf Matuschka, Mitgründer von Triphunter in Berlin. Der Einkaufsclub bietet exklusive Reisen an und gibt seinen Mitgliedern eine Orientierung über Angebote eines Marktes, in dem in Deutschland pro Jahr rund 70 Milliarden Euro umgesetzt werden.



Tripwolf: Informationen zu Reisezielen



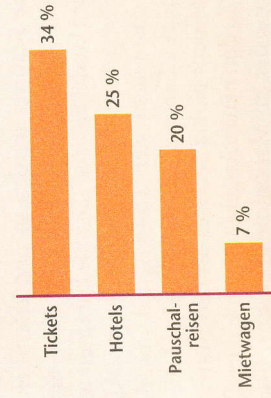
Triphunter: Einkaufsclub für Reiselustige

„Momentan beschäftigen sich viele Start-ups mit der Suche und dem Auffinden von Reisen“, sagt Claudia Brözel, Geschäftsführerin des Verbands Internetreisevertrieb in München. Über Bewertungen, 3-D-Bilder oder Filme versuchen die Start-ups, Schneisen in den Tourismus-Dschungel zu schlagen. Trustyou, eine Suchmaschine aus Dresden, spürt seit März 2008 Hotelangebote auf, die zu den Ansprüchen der Nutzer passen. Brachten Werbung und Buchungsprovisionen erste Einnahmen, profitiert das Team um Jakob Riegger nun auch von Marktstudien, die aus den Informationen entstehen, die Nutzer bei Trustyou hinterlassen.

Mehr Hinweise über Herbergen zu liefern, ist das Anliegen von TV Trip, das 2007 startete. Die Plattform archiviert Rundum-Videos der Zimmer von 2.500 Hotels weltweit plus Umgebung. Gerade

Reiseservices, die User nutzen

Buchen und informieren im Fokus



34 Prozent der Nutzer kaufen oder informieren sich über Tickets, 25 Prozent über Hotels

Quelle: Agof, Internet Facts 2007-IV
© INTERNET WORLD BUSINESS 5/09

Start-ups

Hier finden sie aktuelle Nachrichten von jungen Firmen und Investoren

TWITTER

35 Millionen US-Dollar

Der US-Kommunikationsdienst Twitter sicherte sich rund 35 Millionen US-Dollar von Institutional Venture Partners und Benchmark sowie zwei weiteren Investoren. Die hohe Summe erstaunt: Zwar verbreiten bei Twitter Millionen von Nutzern Nachrichten, doch Einnahmen gibt es nicht. Nur die Kontaktdaten der Mitglieder könnte Twitter vermarkten. vs

KISSNOFROG.COM

Gut angekommen im Markt

Ein Jahr nach dem Onlinestart haben sich rund 100.000 Nutzer bei Kissnofrog registriert. Auf der Plattform des Hamburger Unternehmens wird per Video gefilmt und gechattet. Auf jeden Teilnehmer entfallen bisher rund sieben Live-Chats. Kissnofrog verdient an Videowerbung, in Planung sind zudem Mitgliedsbeiträge und bezahlte Premiumdienste. vs

VENTERIA.DE

Zum Verkauf gestellt

Zu wenig Zeit für das Start-up: Die Gründer Dennis Blöte und Sören Weber wollen ihren Kalenderdienst Venteria.de verkaufen, um sich Beruf, Familie und dem Studium zu widmen. Im Januar 2009 erreichte der Dienst rund 83.000 Besucher und 500.000 Page Impressions. Springen aktuelle Interessenten ab, soll die Domain bei Händler Sedo verkauft werden. vs

Goldernitz für