

Die neue GEO-Reisecommunity: Mitmachen. Entdecken. Planen.

Hamburg, 15. Januar 2008 – Am 16. Januar erfolgt der offizielle Start der GEO-Reisecommunity (www.geo-reisecommunity.de). Mit diesem neuen Online-Angebot bietet die GEO-Zeitschriftengruppe (u. a. GEO, GEO SAISON, GEO Special) ihren Lesern und allen Online-Usern die Möglichkeit, Reiseerlebnisse zu publizieren oder die Reiseerfahrungen anderer für eigene Planungen zu nutzen.

Auf der übersichtlichen und leicht zu bedienenden Site veröffentlichen User unter dem GEO-Markendach eigene Bilder und geben Empfehlungen zu Hotels, Restaurants und Sehenswürdigkeiten. Darüber hinaus verfassen sie Reiseberichte und publizieren sie in ansprechendem und individuell gestaltbarem Layout. Außerdem können sich User mit anderen Reisenden in Foren und per Mail austauschen, Anregungen für den eigenen Urlaub recherchieren und eigene Profilseiten anlegen, in denen sie sich und ihre Reisevorlieben präsentieren.

Die GEO-Reisecommunity gliedert sich, ihrem Motto gemäß, in drei Bereiche. In der Sektion „Mitmachen“ können User, die sich zuvor als Mitglieder registrieren, Reiseberichte und Tipps verfassen sowie Fotos veröffentlichen. Die intuitive Nutzerführung erlaubt eine sehr schnelle Eingabe der Inhalte, über Google Maps werden alle Ortsangaben eingebunden. Die Tipps werden in einem speziellen System nach dem „Wiki-Prinzip“ geordnet, bei dem allerdings die individuellen Bewertungen erkennbar bleiben; das ermöglicht den Aufbau einer Wissensdatenbank zu Hotels, Restaurants und Sehenswürdigkeiten, vermeidet Überschneidungen und erhöht die Nutzbarkeit der Empfehlungen. Zudem können registrierte Mitglieder alle Inhalte bewerten.

Mit einem Klick auf einen Kontinent oder ein Land erhalten die User im zweiten Bereich „Entdecken“ Bilder und Informationen zu dem ausgewählten Gebiet, um sich zu eigenen Reisevorhaben inspirieren zu lassen. Oder aber sie wählen die Kategorie „Die schönsten Reisebilder“ und betrachten besonders gut bewertete User-Fotos. Zur Nutzung dieses Bereichs ist eine Registrierung nicht erforderlich.

Dies gilt auch für den dritten Bereich „Planen“: Hier finden User, die eine Reise angehen, detaillierte Anregungen und Empfehlungen und können ihre Reise Schritt für Schritt planen. Reiseberichte und Tipps, die besonders gut gefallen, lassen sich auf einem „persönlichen Merktzettel“ speichern, um sukzessive einen Vorrat an relevanten Informationen für die Reiseplanung aufzubauen. Zusätzlich zu den von Usern eingestellten Informationen fließen, optisch abgesetzt, redaktionelle Tipps aus den Magazinen GEO SAISON und GEO Special in die Datenbank ein.

Ziele der neuen Website sind die Schaffung eines medienadäquaten Rückkanals für die Leser der GEO-Zeitschriften sowie der Aufbau einer hochwertigen Informationsbörse und einer lebendigen Community von reiseinteressierten Internetnutzern.

Seit dem 16. Oktober ist bereits eine geschlossene Beta-Version der GEO-Reisecommunity online. So hatten von GEO angesprochene User bereits vorab die Möglichkeit, die Website zu erkunden und mitzumachen. Ziel war es, vor dem offiziellen Launch die Funktionalitäten zu testen sowie erste User-Inhalte zu generieren.

In der Beta-Startphase wurden im Oktober 2007 zunächst User eingeladen, die eigenen Reise-Websites betreiben. Im November folgten die Online-Newsletter-Abonnenten von GEO.de. In einer dritten Phase wurden schließlich im Dezember und Januar alle GEO-, GEO SAISON- und GEO Special-Abonnenten zum Mitmachen eingeladen.

Dieser „fliegende Start“ hat dazu geführt, dass die GEO-Reisecommunity zum offiziellen Start am 16. Januar 2008 bereits rund 2.400 registrierte Mitglieder aufweist, die insgesamt über 6.500 Fotos, ca. 1.500 Tipps und gut 300 ausführliche Reiseberichte veröffentlicht haben. Die jetzt anlaufende Marketing-Kampagne soll zu einem weiteren zügigen Wachstum der Community beitragen; geplant sind Anzeigen in G+J-Zeitschriften, klassische Online-Werbung sowie SEM-Maßnahmen.

Christoph Kucklick, stellv. Chefredakteur GEO und Chefredakteur GEO.de: „Wir rufen die Community ins Leben, unter anderem weil GEO-Leser uns häufig wundervolle Fotos und spannende Berichte von ihren Reisen zusenden. Nun können sie ihre Ergebnisse im Netz unter der Marke GEO veröffentlichen – die Qualität ist teilweise so hoch, dass wir User-Fotos auch in unseren Print-Magazinen drucken.“

Daniel Olzien, Leiter GEO-Reisecommunity: „Für die GEO-Reisecommunity haben wir zum einen Wert auf leichte Bedienbarkeit gelegt. Die Seite ist klar gegliedert, Reisende und ihre Erlebnisse stehen im Vordergrund und nicht technische Spielereien, was bei Communities keineswegs selbstverständlich ist. Zum anderen setzen wir auf die Kraft der Marke GEO: In einer Community unter diesem Namen mitzumachen, ist etwas Besonderes, das haben uns die ersten Mitglieder bestätigt. Für uns folgt daraus der Anspruch, eine besonders vielfältige Community zu gestalten, die zu GEO und seinen Lesern passt.“

Dr. Gerd Brüne, GEO-Verlagsleiter: „Die GEO-Reisecommunity ist Teil der Gruner + Jahr-Strategie „Expand your Brand“, deren Ziel die Ausdehnung unserer Marken nicht zuletzt im Internet ist. Wir sind davon überzeugt, dass wir mit der Reisecommunity ein sehr attraktives Angebot geschaffen haben, das dem Bedürfnis unserer bisherigen Leser entspricht, in eine Austauschbeziehung mit Gleichgesinnten zu treten, wobei das verbindende Merkmal die Affinität zum Reisen und zur Marke GEO ist. Zudem streben wir an, auf diesem Wege auch neue Zielgruppen für die GEO-Reisemagazine zu erschließen sowie die Zugriffszahlen auch für das bereits seit langem bestehende redaktionelle Angebot GEO.de (www.geo.de) deutlich zu steigern.“

Unter www.geo.de/presse-download finden Sie einen Screenshot und ausgewählte Motive der Marketingkampagne zum Download.

Für Rückfragen:

Maike Pelikan

GEO Marktkommunikation

Tel.: 040/3703-2157, Fax: 040/3703-5683

E-Mail: pelikan.maike@geo.de

GEO im Internet: www.GEO.de