



Sie personalisieren den Aufenthalt im «Big Apple»: Andreas Leuzinger (l.) und Simon Mingozi. zvg

Tipps von einem internetten Freund

Personalisierte Travel-Vorschläge: Wie zwei Schweizer in New York den Reiseführer ins Online-Zeitalter bringen. Und möglicherweise bald auch in ihre Heimat.

ANDREAS GÜNTERT

Wenn Andreas Leuzinger über New York spricht, sprüht seine Begeisterung förmlich aus dem Telefonhörer: «Die Vielfalt punkto Gastronomie, Kultur und Shopping ist schier unendlich». Was die US-Metropole zum prickelnden Trendsetter mache, sei zum grossen Teil der Herkunft der Einwohner zu verdanken: «Über 40 Prozent der New Yorker sind nicht hier geboren, sondern kommen aus allen Ecken der Erde. Hier ist die ganze Welt zu Hause.»

Aus seiner Begeisterung über den «Big Apple» hat der Zürcher

zusammen mit seinem Aargauer Compagnon Simon Mingozi ein Geschäftsmodell gebaut: einen Reise-Service, der New-York-Touristen mit personalisierten Reiseprogrammen beliefert. Localike heisst das Unternehmen der beiden 32-Jährigen; das Wort trägt den Firmenzweck in sich: «Like a local», wie ein Einheimischer, gibt man Tipps für deutschsprachige Touristen: «Wir sind wie ein Freund vor Ort, der Besuchern die besten Tipps verrät», erklärt Leuzinger, dessen Mutter aus Manhattan stammt. In diesem pulsierenden Stadtteil ist Localike domiziliert. Reisende, die New

York massgeschneidert erleben wollen, legen via Localike-Website ein persönliches Reiseprofil an. Aus diesen Informationen – Vorlieben zu Musikstilen oder Museen, zu Landesküchen oder Shopping – schlägt das schweizerisch-amerikanische Unternehmen ein zu den Reisedaten passendes Programm vor. So wird etwa die Werbe-Assistentin, die gerne vietnamesisch essen geht und Clubs entdecken möchte, ganz anders bedient als der Galerie-affine Gemeindegänger, der Steak- und Jazz-Liebhaber ist.

Schlaue Software als Herz der Operation

Natürlich könnte man sich all diese Informationen auch tagesaktuell «ergoogeln» oder in einem Reiseführer nachschlagen. Bei einer Fülle von Angeboten wie in New York wird das aber schnell unübersichtlich. Und wenn man nur wenig Zeit hat, möchte man sich meist nicht auf Abenteuer

einlassen. Hier hakt der internette Freunde vor Ort ein: «Wir testen alle Angebote persönlich», sagt Leuzinger, «und stellen sicher, dass sie wirklich zu den Ansprüchen der Reisenden passen. Unsere Tipps sind zudem immer aktuell, denn was heute «in» ist, kann morgen schon wieder «out» oder geschlossen sein.» Kernstück der Firma ist eine Datenbank mit ständig aufdatierten New-York-Informationen, die sich mit einer für Localike geschriebenen Software perfekt mit den Kundenprofilen abgleichen lassen. Hinter dem Programm steckt die Zürcher Firma Factory Design Labs.

Neu auch Rom im Angebot – weitere Städte sollen folgen

Das persönliche Reiseprogramm steht den Kunden als PDF-Datei zur Verfügung; sie können es aber auch online von der Localike-Site abrufen, modifizieren und darüber Restaurant- oder Ticket-Reservierungen tätigen. Hotelbuchungen vermittelt Localike nicht. Einerseits, weil das Angebot so riesig sei, dass man unmöglich alles testen könne. Zweitens sei es

wichtig, unabhängig zu bleiben und ohne Kommissionen zu arbeiten. Leuzinger versichert, dass keine Kundendaten an touristische Anbieter vor Ort weitergeleitet werden; alle Informationen seien auf Schweizer Servern gespeichert. Aktuell verarbeite man wöchentlich 20 bis 30 Buchungen, seit dem Start im Februar 2013 steigere sich die Nachfrage kontinuierlich.

Beim ersten Objekt bleibt es für Localike definitiv nicht. Seit August 2015 haben Leuzinger und Mingozi auch Rom im Angebot, ein Franchise-Nehmer in Italien betreibt das Geschäft im Geist und Sinn des New Yorker Pionier-Betriebs. Eine Stadt müsse eine gewisse Grösse und Angebotsvielfalt haben, um für Localike zu funktionieren, sagt Leuzinger. An Anfragen mangle es nicht. Aktuell stehe man in Verhandlungen mit Interessenten in Berlin und Hamburg, in Amster-

dam, Barcelona und Istanbul. Auch die Schweiz könnte zum Thema werden, «möglicherweise mit einem Service, der mehrere Städte einbindet», sagt Leuzinger. Ebenfalls geplant sind die Einführung einer App sowie die Ausweitung des Service in die englische

Sprache; beide Vorhaben sind auf Mitte 2016 terminiert. Ein Prinzip, das Andreas Leuzinger auf alle Märkte anwenden will, ist jenes des totalen Kundenservice. «Never say never», sei die Devise, nur bei The-

men, die gegen Gesetze verstosse, mache man nicht mit.

Und dann gibt es manchmal auch Wünsche, die selbst der virtuelle Freund vor Ort nicht erfüllen kann. «Kürzlich wollte einer unserer Kunden, dass wir für ihn ein Treffen mit dem New Yorker Bürgermeister arrangieren. Da konnten wir leider nicht helfen. Der Mann ist einfach zu beschäftigt – auch für uns.»

«Auch die Schweiz mit einem Service für mehrere Städte ist ein Thema.»

Andreas Leuzinger
Co-Geschäftsführer Localike

Fakten So funktioniert Localike

Wer online ein Profil mit Wünschen, Interessen und Reisedaten anlegt, erhält gegen Bezahlung (Kreditkarte oder Paypal) ein individuelles Programm zugestellt. Es beinhaltet rund zehn Tipps pro Tag. Ein zweitägiges Programm kostet 129, jeder weitere Tag 40 Dollar. Das Programm steht als PDF-Datei zur Verfügung, kann über die Localike-Website modifiziert und auf

eigene Tablet oder Smartphone heruntergeladen werden. Ebenfalls erhältlich sind thematische Reisetipps (etwa zu Shopping oder Gastronomie), SIM-Karten und Picknick-Körbe.

Zwei Drittel der Localike-Kunden stammen aus Deutschland. Etwa 30 Prozent kommen aus der Schweiz, der kleine Rest aus Österreich. Die Reihenfolge erklärt sich durch das touristische Kräfteverhältnis: «610 000 Deutsche be-

suchen jährlich New York, gefolgt von 215 000 Schweizern und etwa 100 000 Österreichern» weiss Andreas Leuzinger.

Localike setzt für Werbung stark auf Google AdWords. In Deutschland pflegt man eine Zusammenarbeit mit Thomas Cook, in der Schweiz sei man in Gesprächen mit einem Reiseveranstalter. ag

www.localike.com

ANZEIGE



WOHLBEFINDEN HAT EINEN NAMEN.

Das Wohlfühlen Ihrer Gäste ist unser Auftrag. Seit über achtzig Jahren entwickeln und realisieren wir Sauna- und Spa-Landschaften für höchste Ansprüche an Design, Funktionalität und Wirkung. Unsere Spezialisten finden unabhängig von Ausbaustandard und Grösse Ihres Projekts die passende Lösung mit optimaler Preis/Leistung. Als Weltmarktführer steht KLAFS für Kompetenz und Qualität. Zählen Sie entspannt auf unseren Schweizer Topservice – selbst Jahre nach der Schlüsselübergabe.

Lassen Sie sich in unseren Ausstellungszentren inspirieren. Unseren Katalog oder eine unverbindliche Fachberatung erhalten Sie kostenlos online oder unter 00800 66 64 55 54.

KLAFS
MY SAUNA AND SPA

6340 Baar ZG | www.klafs.ch

