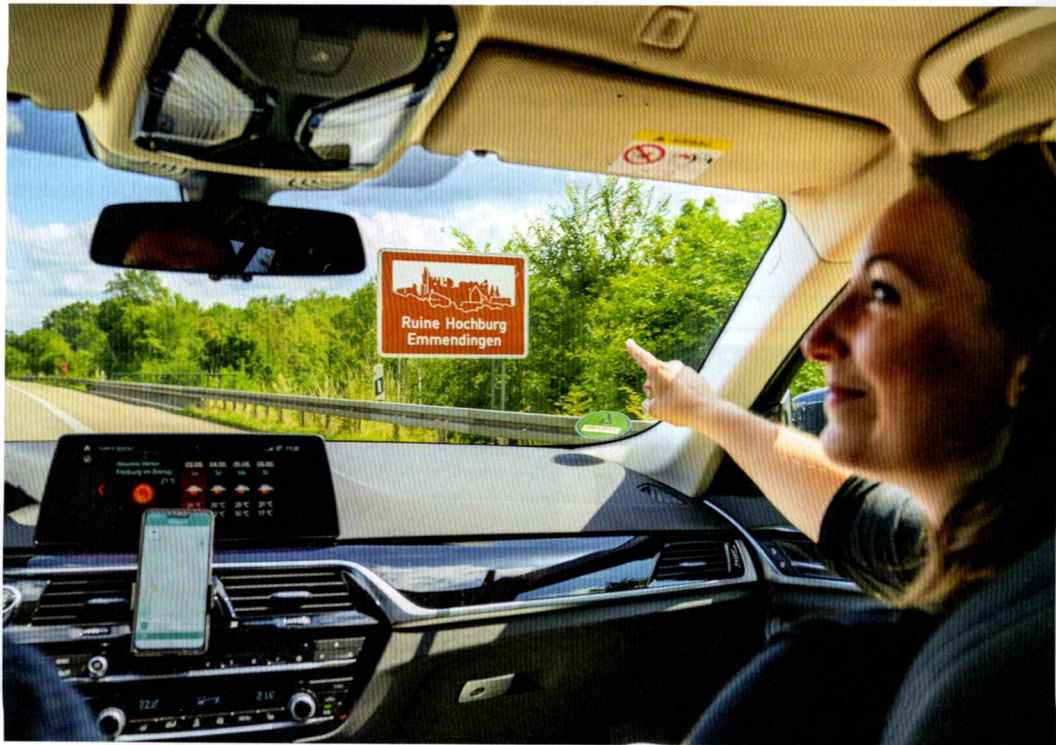


TOURISMUS

# Wer hören will, muss fahren

Die Emmendinger Agentur Maqny hat eine App entwickelt, die den braunen Schildern an der Autobahn eine informative Stimme verleiht. Kurz nach dem Start ist die Nachfrage bereits groß.

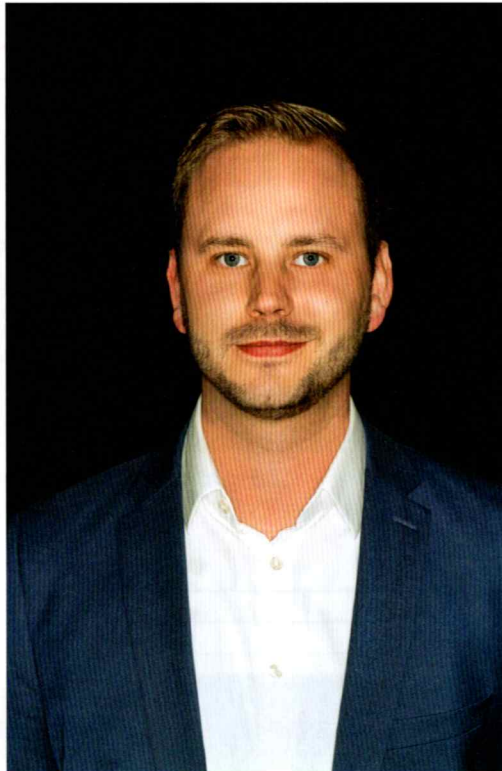
VON DANIEL RUDA



In der App „Erlebnissguide“ geben Audiobeiträge Informationen zu den Hinweisschildern. Foto: ZVG

**Z**um Einstieg ein kurzer Ausflug ins Württembergische, nach Kirchheim unter Teck. Dort steht die Burg Teck auf einem 773 Meter hohen Berggipfel, eine Mittelalterruine und touristische Sehenswürdigkeit der Region. Unten an der A8 steht ein Schild: braun mit weißer Illustration, das auf die Burg oben aufmerksam machen soll. Touristische Unterrichtungstafel heißt es im behördlichen Fachjargon. Seit 1983 steht sie dort, es war die erste Tafel ihrer Art in Deutschland.

Inzwischen stehen die braun-weißen Hinweisschilder tausendfach an den Autobahnen. Naturpark Südschwarzwald, Weinland Kaiserstuhl und Tuniberg, Ruine Hochburg Emmendingen (es gibt viele Burgruinen-Schilder), Hochschwarzwald, Freiburger Münster, Fauststadt Staufen, Weinland Markgräflerland reihen sich an der A5 in Südbaden aneinander. Allein in Baden-Württemberg gibt es über 300 solcher Schilder.



Dominic Fischer betreibt seit sieben Jahren seine Agentur in Emmendingen.. Foto: ZVG

## „In der Form gab es so ein Angebot in Deutschland bisher nicht“

Seit Mitte September gibt es für die analogen Unterrichtstafeln, die jeder Autofahrer kennt, eine digitale Entsprechung. „Erlebnisguide“ nennt sich die App, die die Emmendinger Agentur Maqnify dafür auf den Markt gebracht hat. Sie liefert zu jedem einzelnen Schild Information in Form von Audiobeiträgen, kurzen Texten und weiterführenden Links sowie die Navigation zum Ziel direkt dazu.

Ist der Live-Modus der App aktiviert, werden zu den an der Strecke liegenden Hinweistafeln automatisch die entsprechenden Audiobeiträge abgespielt und so getaktet, dass ein Abbiegen dann auch noch möglich ist.

Voraussetzung dafür ist, dass die jeweilige Kommune für ihr Schild ein Premium-Paket gebucht hat, Preis: 1500 Euro. Ansonsten bietet die App nur Basisinformationen an. Rund 40 Kommunen respektive Schilder sind mit solch einem Premium-Paket zum Start dabei, es beinhaltet unter anderem auch englische Versionen der Audiobeiträge.

„Vor zwei Jahren entstand die Idee, seit einem Jahr arbeiten wir richtig daran“, erzählt Agenturchef Dominic Fischer rund vier Wochen nach dem Launch der App. 1600 Downloads waren es bis dahin, ein guter Start, findet er. In den vergangenen Monaten war der 33-Jährige ständig unterwegs, um die Sache in Kommunen zu promoten. Die App wird unter anderem unterstützt vom Tourismus Marketing Baden-Württemberg sowie dem Schwarzwald Tourismus. Werbung von privaten Anbietern wird in der App nicht geschaltet, es geht rein um die touristischen Tipps aus öffentlicher Hand rund um die braunen Schilder.

Jetzt, da er endlich nicht nur theoretisch von dieser App sprechen kann, fühle es sich an, als sei ein neues Level freigespielt. Akquisition funktioniert nun auch am Telefon. Und vor allem: „Wir bekommen jetzt Anfragen von außen“, erzählt Fischer. Darunter sind auch solche aus anderen Bundesländern – aus Bayern etwa. Zum Start ist die App auf Baden-Württemberg zugeschnitten, in Zukunft soll sie auch darüber hinausgehen. In Hessen, Rheinland-Pfalz und dem Saarland hat Fischer vorsorglich schon einmal bei den Verkehrsministerien nach Daten und Informationen zu den braun-weißen Schilder gefragt, um einen Projektplan erstellen zu können.

Die Erlebnisguide-App passt ins Portfolio der kleinen Agentur, die Fischer 2012 gegründet hat, und die er mit einer Festangestellten und der Zuhilfenahme von Freiberuflern betreibt.

Stadtmarketing und Tourismus sind die Steckenpferde von Maqnify, Kommunen die Auftraggeber. Den Anfang machte die Entwicklung von digitalen Stadtrundgängen, in denen Nutzer online durch Städte gelotst werden. Solche von Maqnify entwickelten Führungen gibt es in der Region unter anderem für Freiburg, Bad Krozingen, Breisach oder Endingen. Außerhalb der Region gehört Karlsruhe zu den Spots. Auch Analoges bietet die Agentur an, für Waldkirch wurde zum Beispiel ein Parkleitsystem entwickelt.

Die neue Erlebnisguide-App ist quasi eine Fortführung der digitalen Stadtführungen. Fischer glaubt, mit der App eine Marktlücke gefunden zu haben. „In der Form gab es so ein Angebot in Deutschland bisher nicht.“