

Für Augen und Ohren

Autorin: Anne K. Schmidt



Jungunternehmer Dina und Richard Hagl von „AudioTravel“ entwickeln digitale Reiseführer für individuelle, multimediale Stadtbesichtigungen

„With a little help from my friends“: Wie die Gründer von AudioTravel mit einem Netzwerk von Verwandten und Bekannten multimediale Citytours für Individualtouristen entwickeln.

Mit offenen Augen, offenen Ohren und geleitet von ihrer reiseerfahrenen Spürnase geht Dina Hagl auch heute noch durch ihre Wahlheimat München. Selbst nach einigen Jahren in der bayrischen Landeshauptstadt will die gebürtige Amerikanerin immer wieder etwas Neues entdecken. Geleitet von ihrem Explorationsgeist machte die gelernte Elektroingenieurin vor zwei Jahren Ihr Hobby – Citytours – zum Beruf und gründete die Firma AudioTravel (www.audiotravel.com).

Im Urlaub auf Ideenreise

Die zündende Idee für ihr Unternehmen hatte Dina Hagl zusammen mit Ihrem Ehemann Richard Hagl bei einer Stadterkundung in Athen: Als Urlaubs-Individualisten wollten sie nicht mehr nur den Reiseführern fol-

gen und bei vermeintlichen Insider-tips immer wieder auf Scharen anderer Touristen treffen. „Wie viele lieben wir Städte, wollen sie begreifen, fühlen, riechen – unabhängig von Reisegruppen und dicken, schweren Büchern.“

Mit diesem Vorsatz entwickelte Dina Hagl ihr Konzept für einen Reiseführer im CD- und mp3-Format ergänzt durch ein handliches Booklet mit Hinweisen zu bekannten und neuen Ausflugszielen sowie gastronomischen Empfehlungen und praktischen Tipps. Dieses Paket sollte zunächst für München und auf Englisch konzipiert werden und anschließend in deutscher Sprache erscheinen.

Mit Businessplan ans Werk

Im Mai 2004 beschloss die junge Geschäftsfrau, ihren bisherigen Job, der ihr nur wenig kreative Entfaltungsmöglichkeiten bot, endgültig an den Nagel zu hängen und ihr Konzept in die Tat umzusetzen. Ausgestattet mit einem selbst erstellten Businessplan begann Sie ihre Recherche, verfasste erste Begleittexte, die sie anschließend von professionellen Sprechern vorgetragen im Tonstudio aufnehmen ließ. Die Idee, das Produkt in ihrer Heimat

Amerika produzieren zu lassen, verwarf Dina Hagl schon bald. Zwar wären die Herstellungskosten und der bürokratische Aufwand in den USA geringer gewesen, die Kosten für Flüge, Telefonate etc. hätten jedoch zusätzlich zu Buche geschlagen. Für den Standort Deutschland sprach unter anderem die bessere Förderung von Existenzgründern.

Familiärer Rückhalt

Bekannte, Freunde und vor allem auch die tatkräftige Unterstützung der Familie ermöglichten nicht nur die Praxistests der ersten Prototypen ihres elektronischen München-Reiseführers, Dina Hagls Schwiegervater und Hobbyhistoriker Siegfried Hagl half bei der Produktumsetzung. Er übersetzte die zunächst auf Englisch verfassten Texte. Eltern und Schwester von Richard Hagl gaben zudem finanzielle Starthilfe, denn mit dem Gesparten konnte das Ehepaar Hagl lediglich die ersten Produktionsschritte vornehmen. Beim Vertrieb des Produktes in den USA baute Dina Hagl ebenfalls auf die Hilfe ihrer Familie. Da der Verkauf der Reiseführer in erster Linie über das von ihrem Mann errichtete Internetportal erfolgt, konnten auch an dieser Stelle die Ausgaben niedrig gehalten werden.

Gründer-Know-how nutzen

Ihr kleines Unternehmen zusätzlich mit Hilfe eines Kredits zu finanzieren, kam für die Hagls nicht in Frage. „Besonders bei kleineren Investitionssummen bis 15.000 Euro ist die Bewilligung eines zinsgünstigen Kredits sehr schwierig und daher wenig ratsam“, resümiert Richard Hagl seine Bankengespräche. Positiv bewertet Dina Hagl die Unterstützung durch die Gründerportale der IHK und des RKW (Rationalisierungs- und Innovationszentrum der Deutschen Wirtschaft). Die Fördergelder und Fortbildungsangebote vor allem im Bereich Buchhaltung und Steuerrecht waren hilfreich.

Der IHK-Berater machte sie auch auf StartingUp aufmerksam. Mit Hilfe der Informationen zum Thema Messeplanung und Umsetzung (Heft 04/2005) waren die Jungunternehmer bestens für ihren ersten Messeauftritt auf der *komma*, der Fachmesse für Kommunikation und Marketing in München, gerüstet. „Dank der vielen nützlichen Tipps im StartingUp-Magazin, speziell zur Kostenkalkulation und zum Timing für den Versand der Messeeinladungen, war die komma für uns ein voller Erfolg!“, bilanziert Dina Hagl.

Vorsicht vor „Zeitfressern“

Das richtige Zeitmanagement ist ein wichtiger Faktor sowohl in der Phase der Planung als auch bei der Realisierung eines Firmenkonzepts. Entscheidend ist vor allem, Puffer einzubauen und die eigenen (Zeit-)Pläne immer wieder zu überarbeiten.

Diese Erfahrung machte auch Dina Hagl. So entpuppte sich die Genehmigung für die Verwendung bekannter Musikstücke zur Untermalung der Sprachsequenzen als wahrer „Zeitfresser“: Die Kostenaufstellung der GEMA (Gesellschaft für musikalische Aufführungs- und mechanische Vervielfältigungsrechte) ließ auf sich warten, was eine sinnvolle Kalkulation des Produktpreises nahezu unmöglich machte. Ohne diese Angabe konnte Dina Hagl wiederum nicht mit dem Vertrieb

starting^{up} gab Starthilfe

Schreiben Sie uns, wenn auch bei Ihrer Gründung StartingUp Impulsgeber war. Wir interessieren uns für Ihre Gründerstory.
info@starting-up.de

der CDs und mp3s – dem Herzstück ihres Audio Guides – beginnen. Letztlich war es erneut ein Bekannter aus einer großen Musikproduktionsfirma, der mit seinem Einfluss die Räder ins Rollen brachte und dafür sorgte, dass die Hagls zumindest eine ungefähre Vorstellung der Kosten für die Musikrechte bekamen. Doch auch eineinhalb Jahre nach ihrer ersten Anfrage haben sie noch keine endgültigen Zahlen der GEMA vorliegen.

Kooperationspartner einbinden

Auch die Optimierung der äußeren Gestaltung ihres Reiseführers kostete Dina Hagl viel Zeit, was nicht zu-

letzt daran liegt, dass sie „alles selbst ausprobieren“ möchte. Ebenso wichtig wie das Bewusstsein der eigenen Kompetenzen ist aber auch die Einsicht der persönlichen Grenzen. „Man muss erkennen, was man kann und was nicht. Trotz Outsourcings sollte man sich aber auch trauen, Forderungen zu stellen und die eigenen Vorstellungen durchzusetzen“, so Richard Hagl.

Beim Erstellen und Gestalten von Stadtplänen behilft sich der technisch versierte Ingenieur mit Programmen und Hilfestellungen aus dem Internet. Doch nach ersten Anlaufschwierigkeiten speziell im Marketing und Vertrieb der Reiseführer beruft sich Jungunternehmerin Dina Hagl nun auf professionelle Unterstützung. Mit Vertriebspartnern, die auf Provisionsbasis arbeiten, will sie die Verkaufszahlen ihres vor kurzem optisch neu gestalteten „München Audio Guides“ ankurbeln, um dann ab Mai 2006 die touristischen Entdecker Kölns akustisch durch die Rheinmetropole zu führen – auf Englisch und auf Deutsch. Die Städte Dresden und Heidelberg sollen folgen.



Als CD oder im mp3-Format: Der „München Audio Guide“ für Individualtouristen. Weitere Städte-Reiseführer sollen in Kürze folgen