



ALEXANDER KOTTULINSKY IM GESPRÄCH MIT HEARONYMUS

GENERALVERSAMMLUNG | BURGENTAG
HERRSCHAFTSZEITEN | HISTORISCHE WAFFEN

INTERVIEWS MIT: FERDINAND HARNONCOURT
NOTT CAVIEZEL | SCHLOSSZIMMER | HAUS MORAVI
FACHTAGUNGEN | SCHWARZENBERGKAPELLE

HEARONYMUS – ARCHITEKTUR, GESCHICHTE UND KULTUR FÜR ALLE

Hearonymus lässt sich in aller Kürze als Audioguide für das Smartphone und als kostenlose Plattform-App charakterisieren. „Hearonymus hat einen einfachen und günstigen Weg für Kultur und Tourismus zu Smartphone-Audioguides geschaffen. Die Inhalte von Audioguides stehen nun auch außerhalb von Öffnungszeiten einer breiten Öffentlichkeit zur Verfügung“, so Mag. Peter Grundmann, der die Firma im Jahr 2012 gründete. Wir baten ihn zum Gespräch, um unseren Mitgliedern dieses Projekt näher zu erläutern.



MIT PETER GRUNDMANN SPRACH ALEXANDER KOTTULINSKY

Alexander Kottulinsky: Hearonymus ist eine App für Kulturinteressierte. Wie wurde die Idee geboren und wie haben Sie sie umgesetzt?

Peter Grundmann: Die Idee zu Hearonymus ist in der Secession in Wien entstanden. Wir wollten die alten, unhygienischen Audioguides, die noch dazu ortsgebunden sind, befreien und auf das Smartphone bringen. Damit sind Audioguides plötzlich hygienisch, mobil und überall verwendbar. Außerdem ist die Bild- und Tonqualität hervorragend. Unser erster Kunde war das Leopold Museum. Es dauerte aber nicht lange, dann haben auch Schlösser, Burgen, Städte, Bahnen, Kirchen, Klöster und Stifte entdeckt, dass es eine schöne Sache ist, wenn man den Audioguide auf dem eigenen Smartphone hat und nicht zu einer Informationsstelle oder zur Kassa gehen muss, um sich ein Gerät auszuleihen. Und so hat sich das von Museen über Burgen, Schlösser, Stadtspaziergänge, Friedhofsrundgänge etc. immer weiterentwickelt, und laufend kamen und kommen neue Segmente dazu. Inzwischen bieten wir die komplette Dienstleistung für die Erstellung eines Audioguides an, also auch das Verfassen, Überarbeiten und Übersetzen der Texte sowie Sprachaufnahmen in allen Sprachen. Dazu arbeiten wir mit einem Tonstudio mit mehr als 3000 Profisprechern zusammen.

AK: Das heißt, hier hat sich eine Idee zu einer Dienstleistung entwickelt. Sie haben zuerst gesagt, Sie sind mit den momentanen Lösungen nicht einverstanden und haben daraus eben Ihr System entwickelt, das inzwischen eine ganze Palette von Dienstleistungen anbietet.

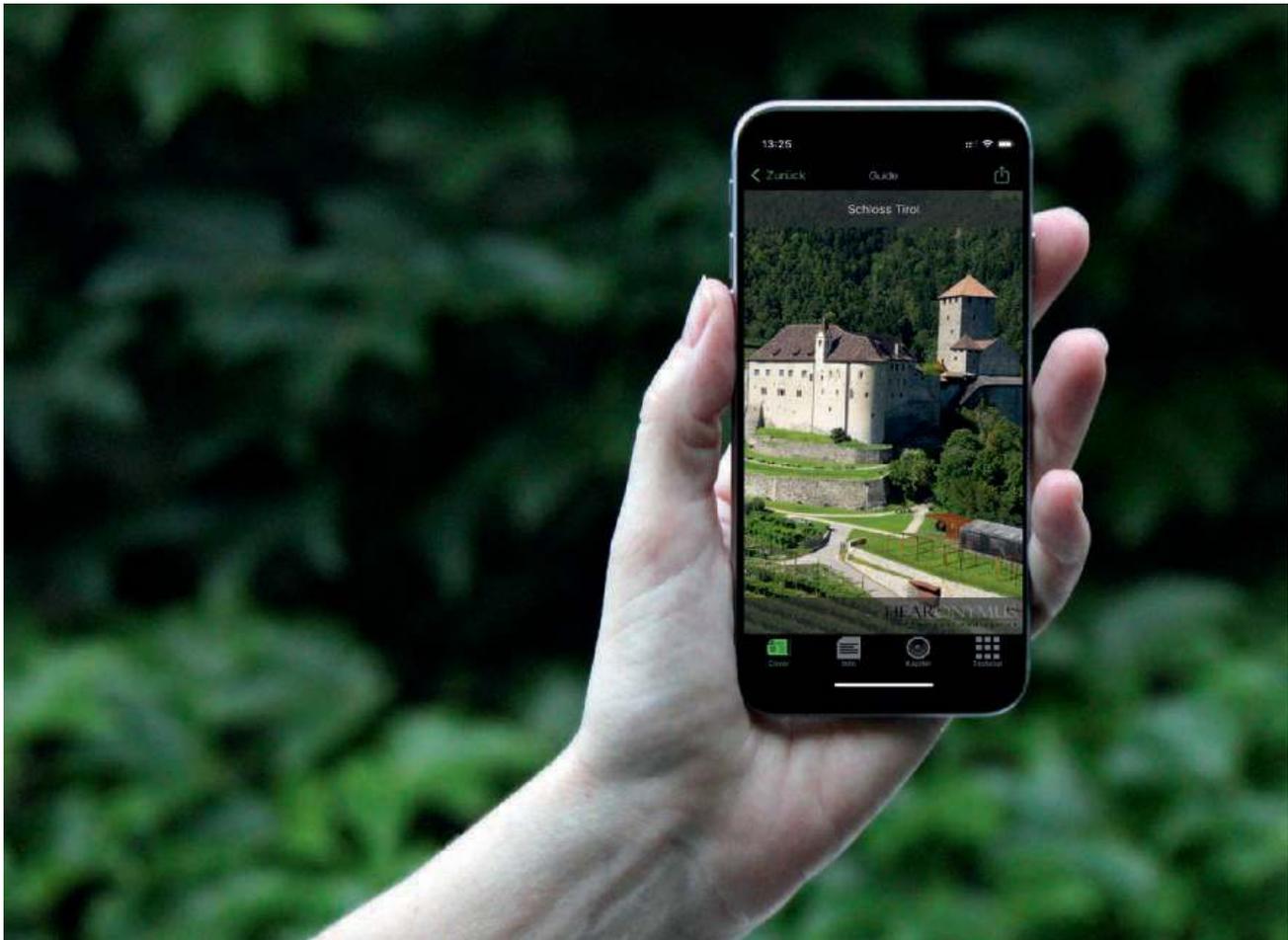
PG: Hearonymus ist tatsächlich aus der persönlichen Unzufriedenheit mit den bestehenden Systemen entstanden. Meine Frau und ich gehen sehr viel in Museen und wir leihen uns auch immer Audioguides aus. Uns hat damals geärgert, dass die Geräte in der Secession sehr unhygienisch waren und dass wir am nächsten Tag die Ausstellung nicht mehr nachhören konnten. Mit Hearonymus kann ich mir jetzt den Guide im Wohnzimmer auf mein Smartphone laden und höre ihn mir schon mal zu Hause an.

AK: Man kann sich also auf eine Ausstellung richtiggehend vorbereiten und den Audioguide vielleicht schon vorher hören und danach schauen, worum es eigentlich geht.

PG: Genau. Das Schöne daran ist, dass Sie bereits vorher reinhören und es sich dann vor Ort, z. B. im Leopold Museum, noch einmal anhören können. Im Guide sind ja auch die Nummern der Kunstwerke vermerkt. Man kann es sich nachher anhören, Sie können es jemandem zeigen und Werbung für das Museum oder die Burg machen. Hearonymus wird auch gerne in Schulen als Unterrichtsunterstützung verwendet. Ich bin in Horn geboren. Vor dem Schloss in Horn befinden sich zwei Sandsteinlöwen von Franz Melnitzky. In einem unserer Audioguides erfährt man, dass diese Löwen ursprünglich bei der Aspernbrücke in Wien standen. Das ist spannend und interessant, und zwar nicht nur für die Buben und Mädchen in den Schulklassen in Horn, sondern für jeden, der sich für Geschichte interessiert. Der große Vorteil einer Plattform-App ist, dass man mit einer einzigen kostenlosen App Zugriff auf sämtliche Guides hat, die auf dieser Plattform verfügbar sind. Wir haben mittlerweile fast tausend Audioguides produziert. Im Moment sind wir in Österreich, Deutschland, der Schweiz, in Liechtenstein und ein bisschen in Tschechien aktiv. In Südtirol sind wir kürzlich gestartet, das läuft sehr gut an. Wir können unter anderem bereits Schloss Runkelstein, Schloss Tirol und Schloss Rodenegg zu unseren Kunden zählen. Der „Burgen- und Schlösserweg“ im Mühlviertel und in Böhmen mit seinen etwa 20 Burgen und Schlössern ist ebenfalls ein sehr schönes, grenzüberschreitendes Projekt.

AK: Sie haben erzählt, Sie sind in verschiedenen Ländern tätig. Gibt es spezielle Bereiche, die Sie nicht machen wollen, und gibt es andere, von denen Sie sagen, dass Sie sich dort ganz besonders zu Hause fühlen? Oder ist es eigentlich eher die technische Plattform, die Sie in erster Linie interessiert? Ob ich eher in der Stadt bin oder am Zentralfriedhof oder in einem großen Museum, müsste ja grundsätzlich irrelevant sein.

PG: Wir haben in diesem Bereich zwei Grundsätze: Keine Registrierung und keine lästigen Werbeschaltungen in den Guides. Man muss also keine Angst wegen Datenschutz oder dergleichen haben, und es gibt keine Werbung. Wir stellen alles, was mit Architektur, Kultur und Geschichte zu tun hat, sehr gerne auf die Plattform – aber ich würde jetzt keinen Shopping Guide für russische Touristen für die Kärtner Straße machen. Das



*Kompakt, funktionell, und alle Informationen immer zur Hand: Die Hearonymus App, der perfekte Begleiter.
Foto © Hearonymus150*

würde schlichtweg nicht zu Hearonymus passen. Hearonymus steht für Wissensvermittlung in den Gebieten Architektur, Kultur, Geschichte und dergleichen.

AK: *Wenn wir das jetzt auf unsere Mitglieder ummünzen, dann gibt es natürlich unterschiedlich große Museen und Häuser. Falls ich das richtig verstehe, ist es für kleinere Häuser, die keine riesigen Ausstellungen präsentieren, sondern die eben nur das Haus mit einem kleineren Museum der Öffentlichkeit zugänglich machen wollen, eigentlich ideal. Sie können sich die Ausgaben für all die technischen Apparaturen ersparen, die sie zu diesem Zweck anschaffen müssten und von denen Sie selbst sagen, dass diese irgendwann einmal ungestützt und unhygienisch werden. Ich als Schlossbesitzer komme eigentlich nur zu Ihnen mit einer Anforderung, und Sie sagen mir, was Sie daraus machen können.*

PG: Ja, das ist richtig. Es sind keinerlei technische Investitionen notwendig. Dadurch, dass sich der Audioguide auf dem Smartphone befindet, haben Sie jetzt die Möglichkeit, entweder durch Häuser, Burgen oder Schlösser zu führen oder den Spaziergängern Informationen darüber zukommen zu lassen, obwohl Ihr Schloss vielleicht gar nicht betreten werden kann. Wir haben zum Beispiel einen sehr schönen Guide über das Loos-Haus am Michaelerplatz in Wien, das man im Normalfall nicht besichtigen kann. Mit Hearonymus stehen Sie vor dem Haus und bekommen Einblicke in das Innere: wie der erste Stock beschaffen ist, wie das Bügelzimmer und der Nähraum aussehen usw. Das Gleiche gilt natürlich auch für Schlösser und Burgen. Wenn Sie sagen, Sie wollen keine Besucher in den Räumlichkeiten Ihrer Burg haben, aber Sie möchten den Passanten und Interessierten trotzdem Informationen über die Geschichte der



findet

Gehör.

Informationen für die
Öffentlichkeit auch **ohne Zutritt**
Der **günstigste professionelle**
Audioguide auf dem Markt

Keine eigenen Geräte,
keine laufenden Kosten

Hygienische Lösung
für das Smartphone

Details unter hearonymus.at



HEARONYMUS
Your Personal Audioguide

Burg anbieten und darüber aufklären, warum eine Burg erhaltenswert und dergleichen ist, dann ist Hearonymus dafür wunderbar geeignet. Die Passanten bleiben draußen vor den Mauern und können sich trotzdem in Ruhe Informationen über die Burg zu Gemüte führen.



Burg Clam © Hearonymus150

AK: Das ist ja ausgezeichnet! Dass es eine solche Plattform mit professioneller Hilfe gibt, ist genau das, was wir privaten Schlösser immer wieder benötigen. Wir machen oftmals selbst

gestrickte Sachen, die dann eigentlich nicht so gut funktionieren. Werbung wollen Sie also grundsätzlich keine, das verstehe ich. Aber tauchen denn nirgendwo die Häuser – beispielsweise das Leopold Museum oder irgendein anderes Museum – auf, die sich dann vorstellen? Gibt es irgendwelche Räder, dass immer wieder ein Museum vorgestellt wird? Wie ist denn die Idee in dieser Hinsicht?

PG: Natürlich machen wir für die App selbst sowie für einzelne Guides Werbung, aber in der App selbst kommt keine Werbung vor. Es kann also nicht passieren, dass ich mir gerade Kapitel 3 von Schloss Rodeneck in Südtirol anhöre, und plötzlich poppt Werbung für irgendeine Pizzeria ums Eck auf. In der App gibt es somit keine Werbung, für die App aber sehr wohl. Wir sind sehr aktiv auf Social Media und wir bewerben einzelne Guides in den Signaturen unserer E-Mails. Es sind ja doch Tausende E-Mails, die da monatlich rausgehen. Wir werben in den diversen Medien, zum Beispiel mit dem Museumsbund Österreich, wir haben einen eigenen Newsletter, machen sehr viel auf Google, verfassen regelmäßig Blogartikel und so weiter. Hearonymus wirbt also wirklich sehr viel. Man muss aber gleich dazusagen, dass die einzelnen Häuser selbst ebenso werben, und das ist auch wichtig, denn nirgendwo erreiche ich Besucher, die sich für Fische interessieren, besser als beim Eingang zum Haus des Meeres. Und genauso verhält es sich mit Freunden von Schiele oder Kokoschka beim Eingang zum Leopold Museum. Unsere Kunden haben verständlicherweise ein großes Interesse daran, dass ihr Guide verwendet wird, und deshalb werben sie auch auf ihrer eigenen Website dafür. Die Bewerbung auf der Kundenhomepage ist wichtig, weil wir davon ausgehen, dass fast jeder Besucher, bevor er beispielsweise die Burg Clam besuchen möchte, zunächst einmal schaut, ob überhaupt geöffnet ist bzw. ob überhaupt Besucher erlaubt sind. Und im Zuge dessen sieht er gleich, dass man sich zu Hause einen entsprechenden Audioguide herunterladen kann.

AK: Ich könnte mir also eigentlich auf dem Hinweg wie bei einem Hörbuch den Audioguide vorab bereits anhören und hätte dadurch schon einen ersten Einblick, was mich dort an Kunstwer-

ken erwartet. Das ist sehr praktisch, wenn man sich auf ein Museum vorbereiten will. Wie sieht denn Ihr Plan für die Zukunft aus? Werden Sie einmal aus Europa herausgehen und versuchen, Hearonymus flächendeckend zu verbreiten? Ihre App ist ja auf der ganzen Welt anwendbar, würde ich sagen. Sie hätten da, die Kunst und die Kultur betreffend, theoretisch einen unendlich großen Kundenpool, aus dem Sie schöpfen können.

PG: Wie Sie richtig sagen, ist unser Marktpotenzial unendlich. Es hat mit Museen begonnen, dann sind Städte dazugekommen, Schlösser, Burgen, Friedhöfe, Bahnen, Schifffahrten ... Seit Neuestem haben wir vermehrte Anfragen aus dem Bereich „Porzellan“: Lilienporzellan in Wilhelmsburg, Augarten Porzellan in Wien und Warlamis im Waldviertel in Schrems, die mir jetzt auf die Schnelle einfallen. Wir haben in Deutschland so viele Manufakturen. Ich selbst bin ein klassischer Kaufmann, für mich besitzen betriebswirtschaftliche Grundgesetze nach wie vor Gültigkeit, deshalb halte ich wenig von einem zu schnellen Wachstum. Organisches Wachstum ist das Stichwort. Wir werden Schritt für Schritt weiterwachsen, Land für Land. Da jedoch ein gewisses Know-how über das Land und dessen Besonderheiten von großem Vorteil ist, überlegen wir, uns selbst auf die deutschsprachigen Märkte zu konzentrieren und den Rest der Welt mit Partnern zu bearbeiten. Deshalb planen wir, mit Franchise zu starten. Wir wollen mit der Schweiz beginnen, wo bereits die ersten sehr guten Gespräche laufen. Das ist für einen Franchisepartner eine wunderbare Sache. Ich sehe vor mir einen Mann oder eine Frau im Alter von 50+, der bzw. die aus irgendeinem Grund den Angestelltenjob nicht mehr länger ausüben will, aber a) über ein gewisses Kapital verfügt und b) sofort loslegen möchte, selbst aber noch keine Idee hat, womit er oder sie sich selbständig machen könnte. Und diese Person bekommt von uns die komplette Lösung – und zwar fix und fertig. Im Prinzip kann diese Person dann schon morgen in ihrem Land losstarten. Wir werden Länderfranchising anbieten, das heißt, ein Partner bekommt exklusiv ein Land. Wir helfen bei allen Schritten, denn wir wissen, wie es funktioniert, und wir bieten jemandem mit Landeskenntnissen eine

großartige Gelegenheit. Wir haben auch gelernt, dass sich ein Japaner in Japan leichter tun: Er spricht die Sprache, er kennt die Menschen und die Kultur etc. Es ist ein gewisses Grundvertrauen, das man einem Landsmann bzw. einer Landsfrau entgegenbringt.

AK: Gut, sagen wir, ich überlege mir jetzt, von Ihnen Spanien zu übernehmen. Das ist natürlich ein ganz anderer Franchisepartner als die Schweiz, nehme ich an, schon einmal von den wirtschaftlichen Möglichkeiten, Geld zu verdie-



Schloss Rodenegg © Hearonymus150

Mit Hearonymus ist man auch am Burgen- und Schlösserweg stets perfekt informiert.



**ZEMSKÁ CESTA
BURGEN- UND
SCHLÖSSERWEG**



nen. Die Schweiz ist ein kleinerer Markt, aber vielleicht leichter zu überschauen, da man dort auch die Sachen näher kennt. Und es sind jedes Mal ganze Länder. Wir reden da von vielen Millionen Einwohnern und zahllosen Möglichkeiten wie Museen und was auch immer. Ist das ein Franchisesystem, das ich mir so vorstellen kann wie bei McDonalds? Oder ist es ein Ding, bei der eine Sache fixfertig aufgebaut ist, auch mit starken Regeln, die die Kunden betreffen, die Art und Weise, wie sie vorgegeben sind usw.? Machen Sie das alles fixfertig, wenn man so will?

PG: Es ist eine Mischung aus beidem. Natürlich kann eine Franchise-Partnerschaft nur dann erfolgreich sein, wenn gewisse Spielregeln vorgegeben und eingehalten werden, aber für nationale Anpassungen beim Marketing oder für andere Konditionen muss Platz sein. Der Franchise-Partner kennt sein Land natürlich am besten, und deshalb wird in einem eng abgestimmten Prozess immer die Möglichkeit zu lokalen Adaptionen gegeben sein.

AK: Sie müssen also nicht den Geschäftsführer von McDonalds abwerben?

PG: (schmunzelt) Nein, nein. Der Kernpunkt beim Franchising ist das Franchise-Handbuch, in dem sehr genau festgehalten ist, was wie gemacht wird. Das Know-how, die Expertise und die Erfah-

rung von rund 10 Jahren befinden sich darin. Wir wissen genau, wie wir Kunden ansprechen, und wir wissen genau, was wann und wo funktioniert. Und wir wissen selbstverständlich auch, was nicht funktioniert, denn diese Erfahrungen wurden bereits gemacht. Das Franchise-Handbuch bekommt der Partner in seiner Sprache, und dann werden wir in den ersten Wochen und Monaten ebenfalls vor Ort sein, um den Partner bestmöglich zu unterstützen. Wir haben ja selbst größtes Interesse daran, dass er möglichst bald die Startrampe verlässt und fliegt.

AK: Natürlich. Und vor allem ist ja der Kunde nicht das Museum selbst, sondern der Letztkunde ist der Besucher des Museums, der sich dann, wenn er beispielsweise Asiate ist und nach Europa kommt, darüber freut, in Amsterdam, in Wien und in Barcelona den gleichen Audioguide verwenden zu können, in der gleichen Qualität und in der gleichen Form. Wird das dann alles in einer Ebene und auf einer Plattform sein? Werde ich mir also Amsterdam und Barcelona zusammen anschauen bzw. anhören können?

PG: Je mehr Audioguides auf der Plattform vorhanden sind, desto wichtiger wird das einfache Finden dessen, was mich interessiert. Sie können auf Hearonymus nach Thema, Sprache, Stichwort und Ort bzw. Land suchen. Sehr beliebt ist auch die „Suche in der Nähe“, bei der Ihnen die 10 Guides in Ihrer unmittelbaren Umgebung angezeigt werden. Weiters können Sie sich Guides zu Ausstellungen anhören, die Sie aus irgendeinem Grund nicht besuchen können. Das ist sehr praktisch.

AK: Sehen Sie das als Konkurrenz zu einem echten Besuch oder vielleicht nur als Animation?

PG: Auf keinen Fall sind wir Konkurrenz! Es gibt den schönen Satz „Menschen lieben Originale“ – und so ist es auch. Sie können sich die Mona Lisa täglich im Internet anschauen, trotzdem ist die Schlange vor dem Louvre nicht enden wollend. Der Mensch will das Original sehen. Es ist etwas anderes, am Kahlenberg spazieren zu gehen, als nur ein Foto des Kahlenbergs zu betrachten. Also, Hearonymus stellt auf gar keinen Fall eine Konkurrenz zum Besuch selbst dar, sondern macht eher darauf neugierig. Wir hatten letzte Woche einen

Anrufer, einen älteren Herrn, der uns erzählte: „Wissen Sie, ich lade mir immer etwas von Hearonymus herunter. Das höre ich mir zunächst an, und dann fahre ich mit meiner Frau hin und schau mir das an.“ Genau so soll es sein.

AK: Das heißt, es ist wirklich als Werbung zu sehen, und das wäre wiederum der Link zu unseren Mitgliedern, sich auf jeden Fall mit dem Thema zu beschäftigen. Wie oft ändern Sie die Guides? Werden diese dann jährlich neu gemacht oder je nach Ausstellung? Das hängt wahrscheinlich vom Museum ab, oder?

PG: Änderungen und Ergänzungen sind natürlich jederzeit möglich. Bei Schlössern und Burgen wird sich an den Gebäuden selbst wohl nicht laufend etwas ändern, also wird ein Guide zu einem Schloss selbst wahrscheinlich viele Jahre aktuell sein. Bei Ausstellungen liegt es an den Veranstaltern, wie oft etwas geändert wird. Änderungen und Adaptierungen in den Guides sind für uns Routine in der täglichen Zusammenarbeit mit unseren Kunden. Wir freuen uns auch auf die Zusammenarbeit mit Ihren Mitgliedern und gewähren allen Mitgliedern des VHGO einen Willkommensrabatt von 10 %.

AK: Es freut mich, dass es so etwas gibt und dass wir einmal als kleines Land Vorreiter sind. Ich kann unseren Mitgliedern, die auf der Suche sind und keine Lösungen haben, nur empfehlen, das Ganze professionell umsetzen zu lassen – denn darum geht es ja immer – und für solche Dinge, die einen hohen Aufwand bedeuten, auch einen finanziellen, eine entsprechende Lösung angeboten zu bekommen. Nichts ist schlimmer, als wenn man einen enormen Aufwand betreibt, und dann wird das Ergebnis trotzdem nicht so, wie der Kunde oder der Besucher sich das vorstellt. Wenn einem aber durch Ihre Hand geholfen wird, wenn Sie es durchführen und das Ganze auf eine andere, eine professionelle Ebene heben, dann ist das natürlich für kleinere Museen, wie wir sie als Mitglieder haben, besonders wertvoll.

Vielen Dank für das Gespräch!

Weitere Informationen finden Sie hier:

➔ <https://www.hearonymus.com/de/>



Projekt: Rekonstruktion der barocken Brunnenanlage | Neptunbrunnen Schloss Hof, Niederösterreich

Der Steinmetzbetrieb Ecker steht seit mehr als 40 Jahren für Fachwissen und Erfahrung. Letztlich aber ist es die Hingabe zum Naturstein und die Perfektion in der Bearbeitung, die unsere österreichweiten Kunden besonders schätzen.

Denn jedes Projekt ist einzigartig.

STEIN IN PERFEKTION

ECKER
STEINMETZMEISTER
STEIN IN PERFEKTION



- DENKMALPFLEGE ■ KONSERVIERUNG
- RESTAURIERUNG ■ RENOVIERUNG
- SÄMTLICHE STEINMETZARBEITEN

WOLFGANG ECKER GESELLSCHAFT m.b.H.
2514 Traiskirchen | Badener Straße 25
T.: 02252/52 22 40 | F.: 02252/52 22 47
E.: office@ecker-stein.at | www.ecker-stein.at

