

# Liechtenstein lebt digital

## «Wir können die Popularität noch steigern»

Martin Knöpfel von Liechtenstein Marketing spricht über die Nutzung der «LStory»-App und Pläne über das Jubiläumsjahr hinaus.

Interview: Oliver Beck

**Das «Vaterland» wollte jüngst in einer Online-Umfrage wissen, wie zufrieden die User mit dem Inhalt der «LStory»-App sind. Gut 52 Prozent entschieden sich für die Antwort «Welche App?». Klar, die Befragung ist nicht repräsentativ. Deckt sich das ein Stück weit dennoch mit eurer Wahrnehmung? Ist die App zu wenig bekannt?**

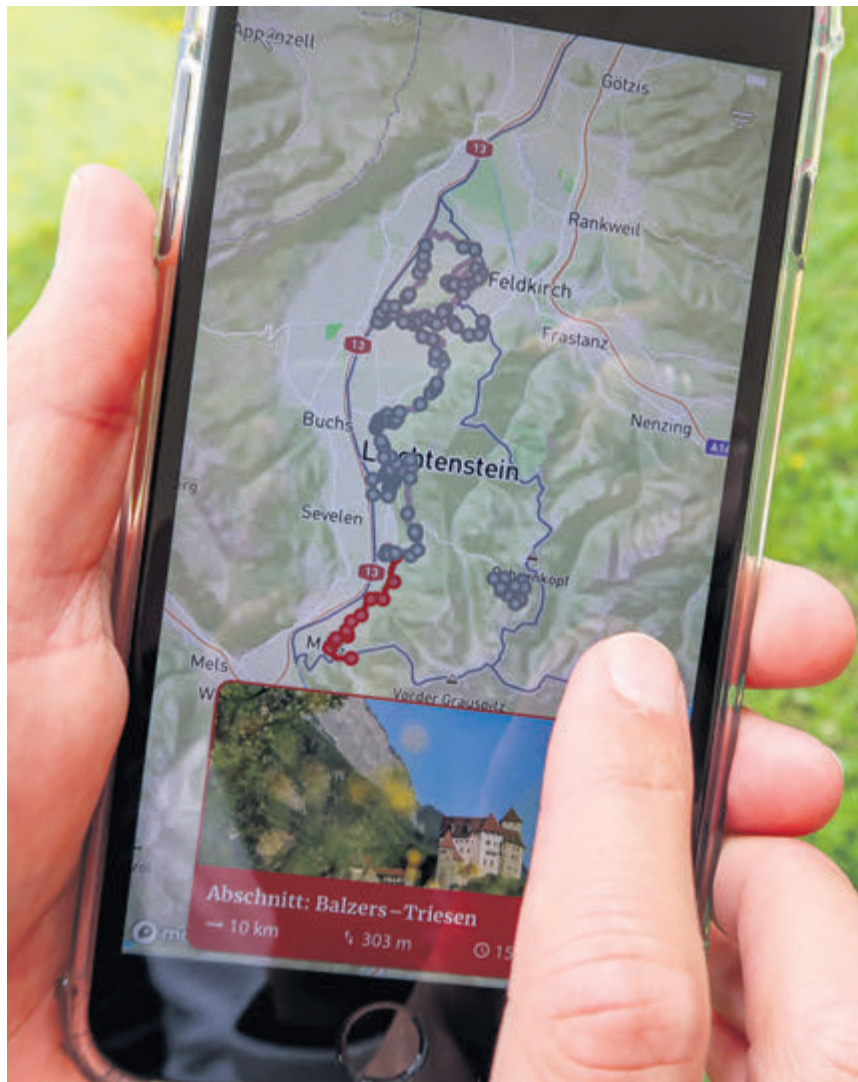
Dass es mehr als die Hälfte war, welche die «LStory»-App nicht kennen, hat mich doch etwas überrascht, auch wenn man solche Umfragen mit Vorsicht geniessen muss. Vor allem vor dem Hintergrund, dass das «Vaterland» exakt zu diesem Zeitpunkt eine mehrteilige Sommerserie über den Liechtenstein-Weg und die App LStory on- wie offline gemacht hat. Wir waren mit der App regelmässig in den Landesmedien, bei den Gemeinden und auf unseren eigenen Kanälen präsent. Aber es zeigt, dass man immer wieder auf die App aufmerksam machen muss, damit eine hohe Bekanntheit erzielt werden kann.

**Wie will Liechtenstein Marketing die App der Liechtensteiner Bevölkerung noch näher bringen?**

Durch stetige Kommunikation, sei es über die Landesmedien oder durch eine aktive Präsenz an Veranstaltungen. So werden wir beispielsweise am Digitaltag in Vaduz am 3. September die App nochmals in einem touristischen Kontext vorstellen. An solchen Veranstaltungen haben wir die Möglichkeit, potenzielle Nutzer direkt abzuholen und neugierig zu machen. Am Lancierungswochenende im Mai hat sich dies sehr bewährt. Und natürlich werden wir auch die Onlinepräsenz erhöhen.

**Welche Rückmeldungen erhalten Sie von den Nutzern der App? Was gefällt den Menschen besonders? Was sind häufige Kritikpunkte?**

Die direkten Rückmeldungen sind sehr positiv. Auch von den rund 90 Rezensionen im App Store und auf Google Play wurde «LStory» sehr gut bewertet. Das ist für die weitere Verbreitung der App sehr wichtig. Den Leuten gefällt, dass sie viel Neues über die Ge-



Die App wird laufend mit neuen Inhalten erweitert.

Bild: Julia Kaufmann

schichte unseres Landes erfahren und dass die App sehr einfach zu bedienen ist. Auch das Design wird gelobt. Ganz besonders gefallen den meisten Nutzern natürlich die Augmented-Reality-Erlebnisse. Wenn es Kritikpunkte gibt, betrifft es hauptsächlich die GPS-Lokalisierung, die nicht überall optimal funktioniert. Die Gründe dafür sind sehr unterschiedlich und liegen teilweise auch bei den Geräten oder Einstellungen der Nutzer.

**Werden die Kritikpunkte auch ernst genommen und bearbeitet?**

Auf die GPS-Lokalisierung haben wir rasch reagiert. Wir haben eine spezielle Schaltfläche eingebaut, die das GPS-

Signal neu lädt, damit können nicht nur Erlebnisstationen freigeschaltet werden, sondern es kann damit auch die Position auf der Karte neu geladen werden. Es gab zudem vereinzelte Anpassungswünsche bei den Inhalten. Diese konnten wir in Zusammenarbeit mit dem Liechtenstein-Institut grösstenteils ebenfalls sehr rasch umsetzen.

**Welchen Optimierungsbedarf hat Liechtenstein Marketing selbst festgestellt? Was muss noch verbessert werden?**

Vor der Lancierung im Mai haben rund 40 Testpersonen aus unserem Umfeld die App auf Herz und Nieren geprüft. Einige Verbesserungspunkte sind uns da-

mals schon aufgefallen, und wir haben dies in die weitere Projektentwicklung einfließen lassen. Der Einsatzbereich der App ist nicht ganz ohne: Sie wird in der freien Natur und auch an abgelegenen Orten eingesetzt und verfügt über richtig viel Inhalt. Über 1000 Bilder und Videos sind integriert und wir unternehmen mit unserem Entwicklungspartner unser Möglichstes, um einige Punkte noch zu optimieren. Was wir zudem noch verbessern wollen, ist die Sichtbarkeit der Augmented-Reality-Erlebnisse. In der direkten Präsentation merkt man, dass die Leute begeistert sind, wenn sie zum Beispiel einen Blick ins Schloss Vaduz werfen können. Für mich persönlich ist dieses Bijou noch zu sehr versteckt.

**Welche Ziele sollen mit der App in diesem Jahr noch erreicht werden?**

Bis Ende Jahr wird ein Quiz eingeführt, so kann man im Jubiläumsjahr und darüber hinaus sein Wissen rund um Liechtenstein testen. Die App wird auch laufend mit neuen Inhalten erweitert. Im Weiteren wollen wir natürlich auch, dass neben der Bevölkerung auch möglichst viele Besucher unseres Landes die App «LStory» herunterladen und Liechtenstein in seiner ganzen Tiefe kennenlernen. Hierbei nutzen wir vor allem den direkten Kontakt mit Gästen im Liechtenstein Center und bei unseren Leistungsträgern. Auch die vielen Journalisten, die unser Land im Jubiläumsjahr besuchen, interessieren sich sehr für den Liechtenstein-Weg und die App und sind ideale Multiplikatoren, um die Bekanntheit des Weges und der App zu erhöhen.

**Die «LStory»-App-Lancierung ist eng verwoben mit dem 300-Jahr-Jubiläum Liechtensteins – ein endlicher Zeithorizont. Welche Bedeutung misst Liechtenstein Marketing der Applikation über das Jahr 2019 hinaus bei?**

Das Jubiläumsjahr war der ideale Zeitpunkt, um die App zu lancieren. Diese soll die Leute gemeinsam mit dem Liechtenstein-Weg aber weit über das Jubiläumsjahr hinaus für unser Land begeistern. Für viele Besucher ist es etwas ganz Besonderes, ein ganzes Land zu durchwandern und mit der App die

Geschichte und Kultur des Landes zu entdecken. Der Liechtenstein-Weg ist der Türöffner, und die App der optimale Begleiter dazu. Für den Liechtenstein-Weg besteht ein sehr grosses Interesse, was natürlich auch durch Berichte in der New York Times, im Lonely Planet «Best of Europe» und weiteren etablierten Medien gestärkt wurde.

**Hat Liechtenstein Marketing Sorge, dass die Popularität mit Ablauf des Jubiläumsjahrs abnehmen könnte? Werden ausländische Gäste als App-Nutzer vor diesem Hintergrund besonders wichtig?**

Die App stellt sowohl für die Bevölkerung wie auch für Besucher aus der ganzen Welt einen Mehrwert dar. Dahingehend wurde sie auch entsprechend entwickelt. Wir gehen davon aus, dass wir die Popularität noch steigern können. Und ja, die ausländischen Gäste werden natürlich noch wichtiger, da hier immer wieder neue potenzielle Nutzer nachkommen. Aber auch die Einheimischen sollen von neuen Inhalten und Erweiterungen profitieren. Weitere Chancen sind die verstärkte Zusammenarbeit mit Schulen, Universitäten, Gemeinden, Firmen und weiteren Kooperationspartnern.

**«Die App soll die Leute gemeinsam mit dem Liechtenstein-Weg weit über das Jubiläumsjahr hinaus für unser Land begeistern.»**



**Martin Knöpfel**  
Leiter Marketing/Kommunikation,  
Liechtenstein Marketing

Die App zum Liechtenstein-Weg.  
Auf 147 Erlebnisstationen die Geschichte  
Liechtensteins entdecken.

Jetzt kostenlos herunterladen!



digital-Partner

**A BECK**  
BÜRO KULTUR

**NTB**  
Interstaatliche Hochschule  
für Technik Buchs  
FHO Fachhochschule Ostschweiz

**iresults**  
Digitale Lösungen für Ihren Erfolg.

**LiechtensteinLife**  
Einfach. Anders