



über ^{12/8}
Herrn Oberbürgermeister
Sven Gerich

über
Magistrat

und
Frau Stadtverordnetenvorsteherin
Christa Gabriel

an den Ausschuss für
Bürgerbeteiligung und Netzpolitik

Der Magistrat

Dezernat für Wirtschaft

Stadtrat Detlev Bendel

5. Januar 2018

Wiesbadener Sehenswürdigkeiten digital erfahren - gem. Antrag von SPD und CDU vom 5. Oktober 2017; Beschluss-Nr.0075 vom 7. November 2017, (Vorlagen-Nr.17-F-33-0008)

Der Magistrat wird gebeten,

- a) darzulegen, mit welchem finanziellen Bedarf zu rechnen ist, wenn neben Wiesbadener Sehenswürdigkeiten Schilder mit QR-Codes angebracht werden. Einen Anhaltspunkt über die in Frage kommenden Sehenswürdigkeiten kann dem nachfolgenden Link entnommen werden:

<https://www.wiesbaden.de/tourismus/sehenswertes/index.php>
- b) in die Prüfung mit einzubeziehen, dass die QR-Codes auf Audio- und Videoelemente innerhalb der App „Wiesbaden+“ verweisen. Der Informationsgehalt soll mit dem einer Touristenführung vergleichbar und in den Sprachen Deutsch, Englisch und Französisch verfügbar sein.
- c) zu prüfen, ob eine Kooperation mit den Wiesbadenern Touristenführern möglich ist.

Ich antworte wie folgt:

- zu a) Eine Ausweisung der wichtigsten Sehenswürdigkeiten mit entsprechenden Schildern würde ca. 60-80 Objekte umfassen. Da es sich bei zahlreichen Sehenswürdigkeiten um denkmalgeschützte Gebäude bzw. Bauten handelt, ist eine Einzelfallprüfung hinsichtlich einer Installation von Hinweisschildern, die den QR-Code enthalten, zwingend notwendig, um eine belastbare Aussage zu dem finanziellen Aufwand treffen zu können. Die Einbindung der Eigentümer und des Denkmalschutzes ist in diesen Fällen erforderlich.

Die reine Erstellung des jeweiligen QR-Codes und die Verlinkung auf www.wiesbaden.de wird bereits heute in zahlreichen Fällen im Rahmen der Tourismusvermarktung durch die Wiesbaden Marketing GmbH in Eigenleistung erbracht.

Grundsätzlich lässt sich feststellen, dass Studien zur Verbreitung und Nutzung von QR-Codes in Deutschland ein sehr zurückhaltendes Nutzerverhalten zeigen. Im internationalen Vergleich dagegen ist beispielsweise in Asien der QR-Code wesentlich stärker akzeptiert und verbreitet.

So ist der Zugriff von mobilen Endgeräten auf Internetseiten und touristische Inhalte wie Sehenswürdigkeiten deutlich ausgeprägter. Dieser Anforderung wird das Wiesbaden-Portal seit 2016 mit der Umstellung auf ein responsives Design gerecht.

Entsprechend wichtig sind die optimale Darstellung der Sehenswürdigkeiten und des touristischen Angebots als attraktive Inhalte, die beispielsweise über die sozialen Medien geteilt werden können. Damit Inhalte wie Sehenswürdigkeiten und Stadtplan einfach und schnell zugänglich sind, gewinnt die Bereitstellung eines öffentlich zugänglichen WLANs eine immer dringendere und wichtigere Bedeutung. Auf den städtischen Internetauftritt unter www.wiesbaden.de erfolgen zwischenzeitlich rund 60 % der Zugriffe von mobilen Endgeräten.

Es ist zu bemerken, dass sich derzeit verstärkt der Einsatz von sogenannten „Beacons“ entwickelt. „Beacons“ sind kleine Bluetooth-Sender, welche dem Nutzer an seinem Aufenthaltsort (beispielsweise vor einer Sehenswürdigkeit oder einem Objekt in einem Museum) Informationen als Push-Nachricht auf das Smartphone senden. Hierbei kann es sich um reine Objekt-Informationen oder auch um eine Wegeführung handeln, die Anwendungsmöglichkeiten für die zur Verfügung gestellten Inhalte sind flexibel. Diese Technologie befindet sich derzeit noch im Entwicklungsstatus und wird perspektivisch eine hohe Marktdurchdringung erfahren.

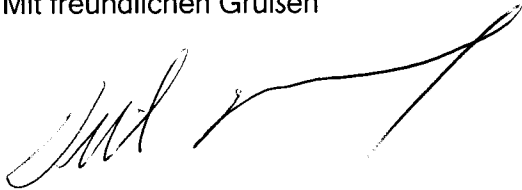
- zu b) In Wiesbaden existiert mit dem „Kulturpfad“ bereits ein Leitsystem, welches auf QR-Codes und damit verknüpften Inhalten innerhalb der App Wiesbaden+ basiert. Das im Jahr 2013 vom Kulturamt eingeführte und von der Wiesbaden Marketing GmbH umgesetzte Leitsystem weist insgesamt 31 wichtige Einrichtungen, Institutionen und Orte aus dem kulturellen Angebot der Stadt aus. Die QR-Codes befinden sich als Folie auf den jeweiligen Richtungsschildern des städtischen Wegeleitsystems und verlinken Text- und Bildinformationen auf der Wiesbaden+ App. Um die App Wiesbaden+ weiter auszubauen und mit Merkmalen wie beispielsweise Wegeführung, Beacon-Technologie, Einbindung von Audio- und Videoelementen und einem mehrsprachigen Angebot zu versehen, bedarf es eines grundlegenden Relaunches. Der Kostenrahmen hierfür liegt bei schätzungsweise 45.000 - 50.000 Euro zzgl. MwSt.

Grundsätzlich ist jedoch festzustellen, dass ein mobilfähiger responsiver Internetauftritt unter Einbindung von Verlinkungen auf soziale Medien, bei dem beispielsweise Bilder oder Erfahrungswerte ausgetauscht werden, die klassische App zunehmend ablöst. Derzeit werden die touristischen Inhalte zu Wiesbaden in sechs Sprachen auf www.wiesbaden.de angeboten und kontinuierlich ausgebaut.

Erfahrungswerte zeigen, dass der Zugriff auf touristische Internetseiten, die mobil zugänglich sind, deutlich an Bedeutung gewinnt. Hierbei wird das Vorhandensein eines öffentlichen WLAN-Angebotes in Innenstädten zunehmend vorausgesetzt.

- zu c) Die Wiesbaden Marketing GmbH vermittelt nicht nur die Wiesbaden Gästeführer im Rahmen von Stadtrundfahrten und Stadtrundgängen, sondern es werden auch gemeinschaftlich die Inhalte weiterentwickelt. Darüber hinaus werden selbstverständlich auch die Inhalte mit den zuständigen Wiesbadener Fachämtern abgestimmt.

Mit freundlichen Grüßen

A handwritten signature in black ink, consisting of several fluid, connected strokes that are difficult to decipher as specific text.