

„Perlen an der Autobahnausfahrt“

FRANKFURT Eventmanagerin entwickelt eine App

„Dafür müsste es eine App geben!“ Das sagte Victoria Liebrecht, als sie im Oktober 2018 auf der Rückreise vom Familienurlaub in Frankreich eine Pause machen wollte. Sie wollten keinen Tankstellen-Sandwich, sondern ein normales nettes Restaurant in der Nähe einer Autobahnabfahrt für ein entspanntes Mittagmahl. Gutes Essen liegt Liebrecht am Herzen, schließlich hat sie, bevor sie ins Event-Geschäft wechselte, viele Jahre in der Fünf-Sterne-Hotellerie unter anderem als Bankettmanagerin gearbeitet. Und als in ihrem Kerngeschäft in Zeiten der Pandemie nur wenig zu tun war, kam ihr die Idee wieder in den Sinn. Es wurde ein Familienprojekt, das sie mit dem Automobilmanager Werner Frey und der gemeinsamen Tochter Friederike auf die Beine stellte. Knapp drei Jahre und monatelange Lockdowns später soll die App mit dem orangefarbenen „d“, das an eine Autobahnabfahrt erinnert, am 21. Juni freigeschaltet werden.

Mehr als 1500 Restaurants sind in der Datenbank der App hinterlegt. Finden lassen sie sich über verschiedene Wege, beispielsweise auch, indem man die Gesamtstrecke und zudem angibt, nach welcher Zeit man seine kulinarische Pause einlegen möchte. Auch gibt es eine ganze Reihe von Kriterien, nach denen man sein Gesuch eingrenzen kann: Bürgerlich oder gehoben, familien- oder hundefreundlich, barrierefrei, all das kann ausgewählt werden, und ebenso, ob es sich um deutsche, italienische, griechische oder sonstige Küche handeln soll. Gibt der Nutzer seine Strecke ein, erscheinen die Lokale längs der Route. Entscheidet er sich für eines, kann er über die App auch dort anrufen und nach einem freien Tisch fragen.

Ausgewählt haben Liebrecht und ihr Team, das noch durch eine Reihe weiterer Experten fürs Programmieren und den Datenbankaufbau verstärkt wurde, die Lokale nach aufwendigen Recher-

chen. Bisher sind sie in der App auch nur mit Symbolbildern vertreten, denn die meisten wissen gar nichts von ihrem Glück. „Erst jetzt kontaktieren wir die Gastronomen und fragen, ob sie sich mit einem Bild präsentieren wollen“, berichtet Liebrecht. Für 95 Euro im Jahr können die Lokale dann die App als Werbepattform nutzen. Sie wisse zwar, dass viele Gastronomen jetzt gerade das Geld zusammenhalten müssten, glaubt aber, dass eine solche günstige Werbung für viele doch lukrativ sei. Damit sich ihr Projekt rentiert, braucht sie einigen Zuspruch. Einen hohen fünfstelligen Betrag hätten sie bisher investiert, sagt die Gründerin.

Von den Nutzern erwartet sie zunächst kein Geld. Die stehen für Liebrecht im Mittelpunkt. Als professionelle Gastgeberin hat sie das Angebot vor allem auf sie ausgerichtet. Nur wer Favoritenlisten erstellen und bestimmte Strecken hinterlegen wolle, zahle einmalig 4,99 Euro.

Jenen, die sagen, man könne doch inzwischen auch mit Google oder Trivago Lokale finden, wo immer man sei, hält sie entgegen, dass dies oft nicht funktioniere, wenn man schon unterwegs sei. Sie habe extrem viele Apps heruntergeladen und ausprobiert, um herauszufinden, was man nicht wolle, sagt Liebrecht. „Drive & dine“, wie die App heißt, will bewusst ein Überangebot vermeiden, darin sieht Liebrecht den Hauptvorteil gegenüber anderen Suchsystemen. Bisher verlässt sie sich dabei ausschließlich auf ihre eigenen Kriterien, zu denen sie auch ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis und eine schöne Atmosphäre zählt. Erst später will sie eventuell den Nutzern die Möglichkeit geben, die Lokale zu bewerten. Vorschläge für weitere Adressen nimmt sie aber sofort entgegen: „Wir werden immer weiter nach zusätzlichen Restaurants suchen, denn es liegen noch viele Perlen an den Ausfahrten.“ cp.



Teamarbeit: Victoria und Friederike Liebrecht mit Werner Frey

Foto Braunschädel