



COLUMBUS

MAGAZIN DER VEREINIGUNG DEUTSCHER REISEJOURNALISTEN 1/2019

Frei oder vogelfrei?
Freelancer im Rundfunk

Eine Sache des Vertrauens
Die Columbus-Autorenpreise

Die Steinzeit von morgen
Reisen im digitalen Zeitalter



PHÄNOMEN OVERTOURISM

Alle reden davon. Was steckt dahinter?



Foto: privat

Rüdiger Edelmann

Vorsitzender der VDRJ

info@vdrj.de

„PANTA RHEI“ – ALLES FLIESST

Heraklits Ausspruch beschreibt so treffend den Zustand der Medienbranche und unseres Berufsstands. Wie schnell Medientrends auftauchen, einen Hype erleben und wieder verschwinden oder in die Kritik geraten, ist atemberaubend. Regten wir uns vor einem halben Jahr noch über Influencer auf, oder treffender noch, den Umgang der Reiseindustrie mit Werbeträgern, so gibt es Marketingabteilungen, die eine Zusammenarbeit mit den Werbebotschaftern bereits wieder einstellen. Andere starten gerade erst durch. Und angeregt vom bunten Treiben diskutieren deutsche Landesmedienanstalten über Kennzeichnungsrichtlinien in den sozialen Medien.

Gerade atmet der Reisejournalist auf, da ereilt ihn die Diskussion, dass auch er betroffen sein könnte. Mehr noch, die Teilnahme an Presse-Recherchereisen zähle, so einige Schlaumeier, auch in die Kategorie, geldwerter Vorteil. Deshalb müssten Online-Veröffentlichungen, die auf der Basis solcher Reisen entstünden, ebenfalls mit „Werbung“ gekennzeichnet werden. Dies übrigens im Gegensatz zu Artikeln im Print-Bereich. Das erzeugt Schnappatmung und im Zuge der Aufregung geraten Definitionen durcheinander: Wer dafür bezahlt wird, ein Produkt positiv darzustellen, der macht Werbung und das muss gekennzeichnet werden. Macht jemand einen journalistischen Job, wird er von seinem Auftraggeber bezahlt und macht folgerichtig keine Werbung. Ach, wenn es doch so einfach wäre.

Ich halte die klare Trennung von journalistischer Arbeit und bezahlter Werbung für sinnvoll. Ich warne aber davor, die notwendige Teilnahme an Recherchereisen als Bezahlung einzuordnen. Gleichwohl setzt sich die VDRJ für eine klare Kennzeichnung von Rechercheunterstützung in allen Medien ein. Dies wiederum entscheiden nicht wir, sondern Verleger und Verantwortliche in elektronischen Medien. Die Entscheider sind übrigens dieselben, die sich seit Jahren weigern, Rechercheetats zur Verfügung zu stellen - bei gleichzeitiger Reduzierung von Honoraren und Einnahmequellen.

Noch mehr gekniffen sind Kollegen und Kolleginnen, die ihr journalistisches Produkt online auf der eigenen Seite veröffentlichen. Sie sind quasi Verleger und Journalist in einer Person. Welche Regelungen gelten da? – Kann man einen sorgfältig arbeitenden Journalisten mit Influencern in eine Schublade stecken, weil er sich ein eigenes Geschäftsmodell aufbauen muss?

Nochmal: Wenn Geld fließt, muss Werbung draufstehen. Wo kein Geld fließt, aber Rechercheunterstützung geleistet wird, ist Kennzeichnung Pflicht, gleich ob Print, Online, Radio, Podcast, Video oder Fernsehen. Voraussetzung für ein gutes Gewissen ist allerdings der unbestechlich arbeitende Journalist, und da wird es schon wieder nebulös. Ob die Teilnahme an einer Recherchereise schon den Tatbestand der Vorteilsnahme und Beeinflussung erfüllt, muss sich jeder Medientätige individuell beantworten. Und schon fließt alles wieder.

Ist Aufregung angebracht und Existenzangst oder sollten wir schlicht darauf warten, „welche Sau als Nächste durchs Dorf getrieben wird“? – Fatal, wenn es noch schlimmer kommt, denn: „Alles fließt“!

INHALT

REISEN UND SCHREIBEN

Der Fall Relotius
Von gefälligen Geschichten und guten Reportagen...5

Frei oder Vogelfrei?
Freie im Öffentlich-Rechtlichen Rundfunk 8

Es läuft - na und?
Eine Buch-Idee, Euphorie und Enttäuschung.....14

Bedrohtes Paradies
Zu viele Touristen auf den Galapagos-Inseln20

VDRJ AKTIV

VDRJ-Ehrenpreisträger Karl B. Bock
„Es muss normal sein, eine Reise zu buchen“ 24

Same Procedure as every year
Die VDRJ auf der ITB 27

BTHVN and Beyond
Bonn ist der nächste Tagungsort 28

Regio-Treff mit Botschaft
Benimm-Regeln für PR und Journalisten 32

COLUMBUS PREISE

Eine Frage der Bindung
Ein Paar beim Wintersport 34

Frau Rieger, die Beatles und ich
Eine Reise nach Indien mit ganz neuen Erfahrungen
..... 42

Der andere Elchtest
Nächte im Glashaus und Nähe zur Natur.....50

Harlems härteste Nacht
Wer im Apollo auftritt, muss viel Mut haben 56

Eine Sache des Vertrauens
Zwei Journalisten teilen sich den Nachwuchspreis 62

Immer gut für eine Überraschung
Radiopreis mit großem Themen-Spektrum64

Wann ist ein Film ein Film?
Große Erwartungen beim Columbus-Filmpreis 66

TOURISMUS UND TRENDS

Nach der Krise ist vor der Krise
Schneechaos, Wirbelstürme und politische Unruhen
..... 68

Die Steinzeit von morgen
Wohin geht die Reise im digitalen Zeitalter?..... 70

Gereist wird vor allem im Traum
Wie die Welt in 30 Jahren aussehen könnte 72

Geheimtipps statt Hotspots
Wie Berlin den Overtourism ausbremsen will.....74

Was macht eigentlich...
...Hermann Kratz?76

Mit Storylines auf neuen Wegen
Themenrouten in den Niederlanden78

Plastikfrei
Gerne! Aber wie? 80

Same same but also different
Wie sich Touristikagenturen fit machen..... 84

Glossiert
ITB statt Facebook..... 89

Wenn die Kamera weg ist
Ein Raub auf Kuba und die Reaktion der Versicherung
.....90

Kommentiert
Die Doppelzimmer-Falle 91

VDRJ INTERNA

Neue Mitglieder
..... 92

Up up and away
Zum Tod von Gunther Träger..... 98

Impressum
..... 100

Editorial

Was für eine Zeit! Für Europäer, für Weltbürger und für uns Journalisten. Die Branche, früher immer auf Wachstum gepolt, muss sich mit dem Thema Overtourism auseinandersetzen. Amsterdam, Barcelona, Venedig, Dubrovnik – die Städte leiden unter einer Invasion von Touristen aus aller Welt, die sie kaum mehr verkraften können. Aber auch kleine Inseln werden von Urlaubern geradezu überschwemmt. Der Tourismusmanager Stephen Hodes warnt vor weiteren Auswüchsen einer ungezügelten „Touristifizierung“: „Wir sind nur noch zehn Jahre davon entfernt, unsere attraktivsten Städte in Disneyland-Parks zu verwandeln,“ sagte er in einem Interview mit dem *Tagesspiegel*. Und Chris Flynn von WTACH, World Tourism Organisation for Culture & Heritage, mahnt, es sei Zeit für die Tourismusindustrie „einen Schritt zurückzutreten und sich die Langzeitwirkung ihrer Entscheidungen anzuschauen“.

Auch der *Columbus* hat immer wieder über Overtourism berichtet. Und er tut es auch in diesem Heft. Mit einer Geschichte über die gefährdete Natur auf den Galapagos-Inseln, mit einem Bericht, wie Holland mit Storylines die Touristenströme lenken möchte und mit einem Text über ein Konzept, das Inspirationen für Berlin-Besucher verspricht. Denn auch Berlin gehört zu den Hotspots des Internationalen Tourismus – gerade in diesen Tagen. Doch die Tourismusbranche hat noch mit anderen Problemen zu kämpfen. Der Brexit droht in einem Chaos zu versinken, das auch die Touristen mit einbezieht. Politische Unruhen und kriegerische Auseinandersetzungen schüren neuen Ängste. Das Thema Sicherheit beschäftigt die Reisenden mehr denn je, auch weil das Web jede Krise „sofort in die Öffentlichkeit bringt,“ so FTI-Geschäftsführer und DRV-Vorstand Ralph Schiller. Da ist Krisenmanagement gefragt. Warum das nicht nur eine Herausforderung, sondern auch eine Chance für die etablierten Veranstalter ist, diskutierten Krisenmanager in München – nachzulesen in diesem *Columbus*.

Fast unbeachtet schreitet die Digitalisierung ungehemmt fort, und sie verändert die Reisewelt gravierend. Daran ändern auch Hacker wie der selbst ernannte GOD nichts. Ob heute aber wirklich die Steinzeit von morgen ist? Michael Buller vom Verband Internet Reisevertrieb (V.I.R.) wagt einen Blick in die Glaskugel. Und dann war da noch der Fall Relotius, der dem Journalismus, wie wir ihn kennen und schätzen, ungeheuren Schaden zugefügt und all jenen, die ständig „fake news“ schreien, in die Hände gespielt hat. Dass guter Journalismus, vor allem guter Reisejournalismus, trotzdem nicht auf schön erzählte Geschichten verzichten kann, erklärt Peter Linden in einem ausführlichen Gespräch zu dem *Spiegel*-Skandal.

Das alles gibt es in diesem *Columbus* zu lesen und noch einiges mehr. Vor allem natürlich die mit dem Columbus-Preis ausgezeichneten Reportagen. Dazu auch noch ein paar positive Geschichten wie Peter Hinzes spannendes Projekt „The Great Himalaya Trail“, das nicht nur zu einem erfolgreichen Buch geführt hat, sondern hoffentlich auch das Interesse an Leben und Alltag der Bergvölker im Himalaya weckt. Oder die erste plastikfreie Reise, mit der Wikinger auf die Plastikschwemme reagiert, ein kleiner Schritt zwar nur, aber ein Anfang. Otto Deppe stellt den verdienstvollen Touristikmanager Hermann Kratz vor, Martin Wein unseren nächsten Tagungsort Bonn, Rüdiger Edelmann den neuen VDRJ-Ehrenpreisträger und das Programm der VDRJ auf der ITB. Außerdem gibt es einige neue Mitglieder und spannende News aus den beiden VDRJ-Kreisen.

Leider müssen wir uns auch in diesem *Columbus* wieder von einem langjährigen VDRJ-Mitglied verabschieden. Uwe Krist's Nachruf auf Gunther Träger findet sich ebenfalls in diesem Heft.

Alles in allem ist mein allerletzter *Columbus* wieder ein dickes – und hoffentlich lesenswertes – Magazin geworden.

Viel Freude beim Lesen wünscht



Lilo Solcher



Foto: Heidi Diehl

DER FALL RELOTIUS

Von Journalistenpreisen, gefälligen Geschichten und guten Reportagen

Ausgerechnet der Spiegel ist auf einen journalistischen Hochstapler hereingefallen, der fantastische Geschichten abgeliefert hat, es aber an allem fehlen ließ, was einen seriösen Journalisten ausmacht. Claas Relotius hat die Glaubwürdigkeit journalistischer Reportagen, ja einer ganzen Branche, erschüttert. Über die Konsequenzen sprach Lilo Solcher mit Peter Linden, der mit Journalisten-Seminaren auch zu den Themen Reportage und Reisejournalismus große Erfolge hat.

Eines hat der Fall Relotius klar gemacht, Peter Linden, gefällig geschriebene Geschichten werden mit Preisen überhäuft. Auch wir zeichnen herausragende journalistische Arbeiten mit den Columbus-Preisen aus. Wäre weniger womöglich mehr?

Peter Linden Auf meinem Schreibtisch liegt zufällig gerade der Guide „Journalistenpreise 2018/2019“ – 32 Seiten stark, 262 Journalistenpreise sind darin ausgeschrieben. Ich greife mal den „Medienpreis für Finanzjournalisten“ heraus, dotiert mit 100 000 Franken, oder den Herbert Quandt Medienpreis, dotiert mit 50 000 Euro. Auch der Columbus Autorenpreis ist darin aufgeführt, geradezu bescheiden dotiert mit Reisen im Wert von 3000 Euro. Wer

die Gehälter von Redakteuren und die Einnahmen Freier mit den Preisgeldern vergleicht, kann durchaus auf den Verdacht kommen, dass es der eine oder andere lieber einem Unternehmen oder einer Jury Recht machen möchte als einer Redaktion oder gar seinen Lesern.

Ist das zu viel, zu verführerisch? Konnte das einen Claas Relotius dazu verleiten, nicht die – oft langweilige Wirklichkeit abzubilden, sondern sie anzupassen an die eigenen Vorstellungen?

Linden Die Journalistenpreis-Industrie ist natürlich nur ein Teil der Wahrheit. Zumal es ja Preise gibt, die sehr hilfreich sind, etwa in der Nachwuchs-Förderung wie durch die VDRJ, oder wenn es um die Unterstützung aufwändigster und schlecht bezahlter Recherchen geht. Die Gründe, Wirklichkeit eigenen Vorstellungen anzupassen, können auch ganz banale sein: Recherche-lücken, die einem erst beim Schreiben auffallen oder, noch banaler, Zeitmangel. Ich glaube, dass so etwas recht oft passiert, gar nicht in böser Absicht, sondern, weil der Redaktionsschluss oder die nächste Aufgabe naht. Ich denke, ohne den Herrn Relotius zu kennen, da er ja an keiner wirklich renommierten Journalistenschule war, dass bei ihm eine pathologische Seite existiert, die

nun mal vorkommt unter uns Menschen. Notorische Lügner, Hochstapler, Schwindler gibt es in allen Branchen. Interessant zu sehen, wie wir Journalisten und wie andere Berufsgruppen mit solchen Leuten umgehen. Wenn etwa ein Scharlatan auffliegt, der ohne Approbation als Arzt arbeitete, würde kein Mediziner und keine Ärztekammer auf die Idee kommen, die Arbeitsweise aller Ärzte in Frage zu stellen. Man spricht dann zu Recht von Einzelfällen und verbessert vielleicht die Methoden, ihnen auf die Schliche zu kommen.

Was allerdings stimmt, ist, dass es in preisgekrönten Texten häufig weniger um harte Fakten als um Emotionen zu gehen scheint, wie unser verstorbener Kollege Horst Zimmermann bemängelte. Läuft auch da etwas falsch?

Linden Den Vorwurf, dass es in Texten neben den Fakten auch um Emotionen geht, kann ich nicht nachvollziehen. Wer nur Fakten sucht, ist in Lexika oder Wörterbüchern bestens aufgehoben. Sobald aus den Fakten Texte werden, braucht es jemanden, der die weniger relevanten Fakten aussortiert und die übrigen aneinander reiht und vernünftig formuliert. Schon wenn das passiert, kommen unvermeidlich Emotionen ins Spiel. Und dann gibt es all die Themen, die viel zu schwierig, zu komplex oder

»» **Fakt ist, dass wir häufig mehr Empathie und Mitgefühl für die großen Probleme entwickeln, wenn wir Einzelschicksale hautnah erzählt bekommen.** ‹‹

auf den ersten Blick zu unattraktiv sind für eine rein nachrichtliche Aufbereitung. Die kann man doch nur über gut recherchierte Geschichten vermitteln, also über das neuerdings in Verruf geratene „Storytelling“. Einen Großteil ihres Faktenwissens verdanken die meisten Menschen übrigens der „Sendung mit der Maus“.

Holger Stark sieht in einem Zeit-Artikel in dem Skandal eine Chance, mit „stereotypen Geschichten“ aufzuräumen, zurückzufinden zu mehr Sorgfalt: „Die Kunstform der makellosen, überparfümierten Reportage, die den Leserinnen und Lesern vorgaukelt, die ganze Welt im Schicksal einer Person erfüllen und erzählen zu können, und die mit der Figur des allwissend-autoritativen Erzählers dabei ist, wenn es knallt und raucht – diese cineastische Kunstform muss spätestens jetzt am Ende sein.“ Aber was kommt danach?

Linden Ich weiß nicht, ob diese Forderung nicht einfach eine steile These darstellt, die wohlfeil daher kommt in den Tagen des Selbstzweifels einer ganzen Branche. Allein die Formulierung „überparfümierte Reportage“ zeigt doch, dass der Mann selber anfällig ist für zumindest überparfümierte Sätze. Wieso diskreditiert er den in der Regel beobachtenden Reporter generell als „allwissend-autoritativ“, wieso behauptet er, die Reportage gaukle vor, „die ganze Welt im Schicksal einer Person erfüllen und erzählen“ zu können? Das ist doch Humbug. Fakt ist, dass wir häufig mehr Empathie und Mitgefühl für die großen Probleme entwickeln, wenn wir Einzelschicksale hautnah erzählt bekommen. Ich hatte vor einiger Zeit eine Teilnehmerin von „missio“ in einem meiner Kurse. Sie erzählte mir, dass Aufrufe mit

dem Hinweis auf Hunderttausende vom Hungertod bedrohte Menschen kaum zu Reaktionen führten. Sobald „missio“ aber die Geschichte nur einer Mutter oder Familie erzähle, seien die Menschen massenhaft zum Spenden bereit.

Das ist dann Storytelling im besten Sinne. Und Storytelling war in den letzten Jahren auch das Erfolgsrezept im Reisejournalismus. Ein regelrechter Wettlauf um Originale am Urlaubsort setzte ein, ein Wettbewerb um die lustigsten, spannendsten Aussagen, um Atmosphäre.

Linden Ich habe das ja schon häufiger auch im Rahmen von VDRJ-Veranstaltungen dargelegt: Nur etwa sechs Prozent der Leser tummeln sich in den Reisetiteln. Das hat damit zu tun, dass die meisten Geschichten nur so strotzen von Fakten, die keiner braucht: Eine elend lange Aufzählung von Sehenswürdigkeiten, die haarkleine Beschreibung einer Wegstrecke oder gar Bettenauslastung und Tourismuslatein. Irgendwann wurden darüber sogar die Touristiker skeptisch und suchten von sich aus nach interessanten Menschen, in deren Geschichte sich die Geschichte einer Destination spiegelte. Ein schönes Beispiel ist der „Woid Woife“ aus Bodenmais im Bayerischen Wald. Man kann die Fakten über den Naturschutz natürlich im Management des Nationalparks einholen. Man kann, darf und sollte als Journalist aber auch mit Menschen wie dem „Woid Woife“ ein paar Tage im Wald verbringen. Abgesehen davon: Reisegeschichten sind die Mutter aller Reportagen. In den literarischen Salons des 18. und 19. Jahrhunderts drängelte sich man um die Weltreisenden, die genau solche Ge-

schichten erzählen konnten.

Auch die waren nicht immer wahr. Aber zurück zur Gegenwart: Wie schaffen wir es, nach diesem GAU wieder glaubwürdig zu werden? Ist die Ich-Form die Rettung? Sie ist ja radikal subjektiv und erhebt nicht den Anspruch der Objektivität.

Linden Es gibt in den USA eine lange Tradition der Ich-Erzählung, sie ist dort deutlich weiter verbreitet und auch populärer als bei uns. Hat das zur Folge, dass weniger betrogen wird? Ich glaube nein. Ich glaube sogar, im Gegenteil. Denn die Ich-Figur kann weitaus besser Unwahres oder Halbgares verbreiten, da sie ja explizit die einzige Quelle einer Wahrnehmung ist. Was soll eine Dokumentationsabteilung denn anderes machen als zu fragen: Hast du das wirklich so gesehen oder erlebt? Was soll sie anderes tun als dem Autor zu vertrauen? Bei Relotius' Geschichten gab es immerhin Menschen, die hätten sagen können: Ich bin das nicht, der hat nie

mit mir gesprochen. Nur hat sie keiner gefragt.

Also keine Ich-Figur?

Linden Doch. Sofern die Figur einer vernünftigen Regel folgt: Sie muss allen anderen möglichen Protagonisten in einer Reportage überlegen sein. Das ist sie, wenn ihre Geschichte interessanter oder spannender ist, und wenn sich aus ihrer Perspektive die Fakten und Informationen besser vermitteln lassen als aus der Perspektive jener, die vor Ort leben und arbeiten. Im Falle des erwähnten „Woid Woife“ wäre meine Antwort demnach klar: Kein Ich-Autor kann erleben, was dieser Mann erlebt hat. Also erzählen wir lieber über ihn und aus seiner Sicht.

Unser vielfach ausgezeichnete Kollege Stefan Nink hat schon vor Jahren die Kunstfigur Siebeneisen auf Reisen geschickt und damit eine ganz neue, unge-

wohnte Erzählform im Reisejournalismus entwickelt.

Linden Ein echter Star unserer Branche, der all die Auszeichnungen zu Recht bekommen hat, übrigens. Hätte Relotius mal lieber Nachhilfe bei Nink genommen. Natürlich sind Kunstfiguren, die in der Grauzone zwischen Fiktion und Realität verkehren, in Ordnung. Wenn man Michael Moore oder, noch stärker, Borat, sieht, wird man zu keiner Sekunde im Unklaren darüber gelassen, dass da Dinge passieren, die ohne die Ich-Protagonisten so nicht passieren würden. Und doch spürt man zu jedem Zeitpunkt, wie viel Wirklichkeit in diesen quasi im Reagenzglas provozierten Reaktionen schlummert. Die Feuilletons der Zeitungen haben da übrigens seit jeher keine Berührungängste: Sie waren und sind häufig Grenzgänger zwischen Literatur und Journalismus. Ich finde, man darf das. Aber man muss es den Lesern ehrlich sagen.



**WIKINGER
REISEN**
Urlaub, der bewegt.

 #LIEBLINGSORTNATUR

ENTDECKE DEINE WELT

Wikinger Reisen – der Aktivreiseveranstalter für Wander-, Trekking- und Radreisen. In kleinen Gruppen mit deutschsprachiger Reiseleitung oder individuell im eigenen Tempo.

Mehr Informationen und alle PMs finden Sie auf www.wikinger.de/presse
Journalisten wenden sich gerne an unsere Pressesprecherin:
Eva Machill-Linnenberg unter 02331 – 463 078 oder wikinger@mali-pr.de

Frei oder *vogelfrei?*

Freie (Reise-)Journalisten im öffentlich-rechtlichen Rundfunk

Frei sein – das klingt ja erst mal ganz schön. Wünschen wir uns das schließlich nicht alle: Freiheiten im Berufsleben, selbstbestimmtes Arbeiten, Unabhängigkeit und idealerweise freie Zeiteinteilung? Mit diesem Begriff von Freiheit hat das berufliche Dasein der sogenannten Freien Mitarbeiter insbesondere im öffentlich-rechtlichen Rundfunk allerdings nicht viel zu tun. Eine subjektive Innenschau von Hektor Haarkötter.

Nachdem im vergangenen Jahr einige Fälle sexueller Belästigung insbesondere beim *Westdeutschen Rundfunk* ruchbar wurden, in denen männliche festangestellte Redakteure ihre Position gegenüber freien Mitarbeiterinnen auszunutzen versucht hatten, wurde das System der Freien Mitarbeiterschaft genauer unter die Lupe genommen.

System mit beschränkter Haftung:

Das System, in dem freie Mitarbeiter den ganz überwiegenden Teil des (journalistischen) Programms herstellen, wurde Ende der 1960er-Jahre begründet. In dieser Zeit wurden die dritten Fernseh-Programme der Landesrundfunkanstalten geschaffen und

peu à peu von Schul- und Bildungssendern zu Vollprogrammen ausgebaut. Gleichzeitig entstanden immer neue UKW-Hörfunkkanäle. Dem Wunsch des Publikums und der Gesellschaft nach Vielfalt und Pluralität kam das in einer Zeit, in der es in der Bundesrepublik Deutschland noch keinen Privatfunk gab, entgegen. Allerdings war diese Programmausweitung mit dem hergebrachten Personalstamm allein nicht mehr zu stemmen.

Also wurden freie Mitarbeiter oder „Rucksackproduzenten“ gedungen, die auf freiberuflicher und unternehmerischer Basis die Überlast des zu produzierenden Programms zu bewerkstelligen hatten. Je mehr Programm zu machen war, desto mehr wurden die „Freien“ in die Senderabläufe eingebunden. Einige klagten sich daraufhin auf feste Stellen ein; die juristischen Auseinandersetzungen gingen bis zum Bundesverfassungsgericht. Das stellte in einer auch international einzigartigen Entscheidung fest, dass die freie Mitarbeit als „Element und Stütze der Programmfreiheit und damit als Bestandteil der Rundfunkfreiheit prinzipiell verfassungsgeboden und verfassungsgeschützt“ sei (BverfGE 59, 231 vom 13.1.1982). Mit diesem Freibrief ausgestattet kannten die Senderverantwort-

lichen kein Halten mehr und entzogen sich massiv der Verantwortung für ihre Programm prägenden Mitarbeiter, die sie der freiberuflichen Selbstverantwortung überließen. Als „arbeitnehmerähnliche“ Freie haben sie zwar Anspruch auf bestimmte Tarifleistungen, müssen aber erhebliche Einschränkungen bei Mitarbeiterrechten oder Kündigungsschutz in Kauf nehmen.

Heute steht nach Angaben der Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) den 25 500 Festangestellten bei den Öffentlich-Rechtlichen und der *Deutschen Welle (DW)* ein Personenkreis von etwa 13 400 arbeitnehmerähnlichen freien Mitarbeitern gegenüber. Der ARD-Freienrat schätzt die Zahl sogar höher und nennt 19 176 Freie. Arbeitsverhältnisse, Tätigkeitsbeschreibungen und Honorare dieser Freien können sich je nach Landesrundfunkanstalt erheblich unterscheiden.

Unwiderrspochen produzieren diese Freien aber in den meisten Anstalten mehr als 90 Prozent des journalistischen Programms. Große Teile des öffentlich-rechtlichen Programms werden damit nicht öffentlich-rechtlich, sondern in Wahrheit privatwirtschaftlich hergestellt. Dass ein festangestellter Redakteur noch „nach draußen“



ABENTEUER MIT STIL UND KOMFORT

► ZUGREISEN

Transsibirische Eisenbahn / Zarengold
Seidenstraße • Asien • Afrika • Nord- und
Südamerika • Europa • Australien

► SCHIFFSREISEN

Südostasien / Mekong • Nord- und Süd-
amerika • Afrika • Neuseeland / Südsee
Russland • Europa • Arktis / Antarktis

► ERLEBNISREISEN

Individuell oder in kleiner Gruppe
außergewöhnliche Orte auf der ganzen
Welt entdecken

IHR ANSPRECHPARTNER ...

... freut sich über Anfragen von Journalisten
zu unseren Angeboten oder Recherchereisen:



Felix Willeke
Tel.: (030) 786 000-28
E-Mail: f.willeke@lernidee.de



facebook.com/lernidee.berlin



geht, selbst recherchiert, interviewt, da-
raus Beiträge für Fernsehen oder Radio
macht, sprich journalistisch arbeitet, ist
in diesem System zumeist nicht mehr
vorgesehen.

Wenn Journalisten auf Reisen gehen

Ausnahmen bestätigen natürlich die
Regel: Sobald eine Tätigkeit oder ein
Sendeplatz mit Prestige (oder Vergnü-
gen) verbunden ist, sind auch die fest-
angestellten Redakteure des *WDR* be-
reit, ihr Kerngeschäft zu betreiben und
Journalismus zu produzieren. Die Aus-
landskorrespondenten der *ARD* werden
nicht aus dem Kreis derer rekrutiert, die
normalerweise die journalistischen Bei-
träge herstellen, sondern aus den Rän-
gen der festangestellten Redakteure,
die sonst eher nicht journalistisch ar-
beiten.

Auch die Aufsager in der *ARD*-Tages-
schau werden von Festangestellten
gemacht, weil das die hausinterne und
die öffentliche Reputation erhöht – die
man dann zum Beispiel nutzen kann,
um mit gutdotierten Moderatorenjobs
in der freien Wirtschaft sein Tarifgehalt
aufzubessern, wie es der heutige *WDR*-
Intendant Tom Buhrow in seiner Zeit als
Tagesthemen-Moderator tat. Ich selbst
habe viele Jahre als (freier) Autor und
Regisseur die Reisesendung „Wun-
derschön“ produziert. Beim Wort
„Reise“ wird der kritische Rundfunks-
beitragzahler natürlich sofort hellhörig.
Und richtig: Bei den Moderationsdreh-
s für diese Sendung, die häufig ins Aus-
land an attraktive Drehorte führten,
waren auf einmal festangestellte Re-
dakteure mit an Bord, die ich sonst nie
während meiner 17-jährigen Tätigkeit

als „Freier“ für den *WDR* an einem Dre-
hört gesehen habe.

Studien und Ergebnisse

Nach diversen Vorkommnissen und
Skandalen haben sich gleich mehrere
Studien mit der Arbeit und dem Status
der freien Mitarbeiter im öffentlich-
rechtlichen Rundfunk beschäftigt. Eine
Umfrage unter mehr als 2000 freiberuf-
lich Beschäftigten der Öffentlich-Recht-
lichen im Auftrag der Rosa-Luxemburg-
Stiftung und der Bundestagsfraktion
der „Linken“ hat einige aufschlussreiche
Daten geliefert: 15,5 Prozent der Be-
fragten gaben an, nicht Programm ge-
staltend tätig zu sein und damit – selbst
nach der äußerst liberalen Ansicht des
Bundesverfassungsgerichts – eigent-
lich festangestellt werden zu müssen.
Hochgerechnet wären das etwa 3000
Arbeitsverhältnisse. 94 Prozent der Be-
fragten fühlten sich gegenüber Fest-
angestellten benachteiligt, 66 Prozent
bekommen nach ihren Angaben für
gleiche Tätigkeiten ein geringeres Ho-
norar als Festangestellte.

Das durchschnittliche Bruttomonats-
einkommen der Freiberufler bei den
Öffentlich-Rechtlichen liegt mit 3913
Euro nur 142 Euro über dem bundes-
deutschen Durchschnitts-Bruttover-
dienst. Das von einem durchschnitt-
lichen Tageshonorar abgeleitete
Stundenhonorar liegt bei circa 30 Euro
brutto. 40 Prozent der befragten Freibe-
rufler sind sich sicher, dass ihre Alters-
vorsorge zu gering ist. Der Gender-Pay-
Gap soll durchschnittlich zwischen 5,2
(Tageshonorar) und bis zu 21,6 Prozent
(Monatshonorar) betragen.

Ein anderer Untersuchungsbericht
stammt von der ehemaligen Gewerk-

schaftsfunktionärin und EU-Komissarin Monika Wulf-Matthies. Sie ist den Missbrauchsvorwürfen im *WDR* nachgegangen. Dort heißt es recht drastisch: „Es hat sich sehr schnell gezeigt, dass das Thema sexuelle Belästigung nur die Spitze des Eisbergs ist, hinter dem sich Machtmissbrauch, vielfältige Diskriminierungserfahrungen und eine Unzufriedenheit mit dem Betriebsklima verbergen“.

Auch die Rosa-Luxemburg-Studie liefert hierzu Daten: Bei dieser Umfrage haben 80 Frauen, 18 Männer und zwei Personen anderen Geschlechts, zusammen genommen also 100 Personen, konkret von sexualisierter Belästigung am Arbeitsplatz berichtet.

Führungs(un)kulturen

Angesichts solcher Ergebnisse erstaunt die Analyse von Wulf-Matthies, die in Bezug auf die Führungskultur im *WDR* schreibt: „Bei Führungskräften wird häufig in erster Linie auf die journalistische Kompetenz geblickt“. Das Gegenteil ist der Fall, journalistische Kompetenz spielt für eine Karriere in der öffentlich-rechtlichen Hierarchie des *WDR* nahezu keine Rolle. Denn die journalistische Kompetenz ist fast ausschließlich in den Kreisen der freien Mitarbeiter zu finden, und von denen macht kaum jemand Karriere im *WDR*. Das führt so weit, dass freien Mitarbeiter in der Regel untersagt ist, an Redaktionskonferenzen teilzunehmen.

Wohlgemerkt: Die Journalisten, die die journalistischen Beiträge für die entsprechenden Sendungen herstellen sollen, nehmen nicht an den Konferenzen teil, in denen diese Beiträge besprochen, erörtert und beschlossen

werden. Klingt verrückt? Ist es auch. Der Grund ist der gleiche, dessentwegen freie Mitarbeiter im *WDR* in der Regel keine Arbeitsplätze und Büros haben: Man könnte sich ja auf eine Festanstellung einklagen.

Gleichzeitig spart der öffentlich-rechtliche Sender natürlich sehr viel Geld, wenn er Schreibtische, Computer, Mobiltelefone etc. für seine produktivsten Mitarbeiter nicht vorhalten muss. Auch diesen Umstand muss man noch einmal betonen: Diejenigen Journalisten, die für den *WDR* den ganz überwiegenden Teil des Programms herstellen, dürfen im Prinzip in ihrem Sender keinen Tisch, kein Telefon und keinen Computer benutzen.

Man muss sich schon fragen, warum der *WDR* überhaupt Infrastruktur für journalistische Arbeit zur Verfügung stellt, wenn genau diese journalistische Arbeit nahezu vollständig outsourct ist. In meiner Zeit im *WDR*, in der ich vorwiegend für die Redaktionsgruppe Wirtschaft & Service FS (die sich später aufgespalten hat und zu der auch die Reisedredaktion gehörte) gearbeitet habe, gab es für mehrere dutzend freie Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen einen einzigen Arbeitsraum, der am Ende aus einer fensterlosen Abstellkammer bestand. Der Tierschutz hätte vermutlich verboten, in einem solchen Raum Haustiere zu halten.

Was macht eigentlich der Personalchef?

Ein Mann mit dem klingenden Namen Kurt Schumacher ist seit 2010 Leiter der Hauptabteilung Personal des *WDR*. Ich habe mich oft gefragt, was dieser Leiter eigentlich so beruflich macht. Denn

Personalarbeit und -organisation wird, was den journalistischen Sektor angeht, nicht vom Personalchef des öffentlich-rechtlichen Senders gemacht. Nein, jeder kleine oder große Redakteur jeder noch so wichtigen oder unwichtigen Sendung im *WDR* macht seine eigene Personalpolitik. Die festangestellten Redakteure haben die hauptsächliche Aufgabe zu entscheiden, welche freien Mitarbeiter welche Beiträge erstellen. Und sie entscheiden nach meiner Erfahrung ziemlich unkontrolliert darüber. „Hierarchische und dezentrale Personal-Strukturen“ wird das etwas technokratisch im Bericht von Wulf-Matthies genannt.

Während es für die sehr wenigen journalistischen Volontariatsplätze im *WDR* ein rigides fachliches Auswahlverfahren gibt, kann jeder Redakteur ziemlich willkürlich und nach Belieben Bekannte, Verwandte, Nachbarn oder Kneipenbekanntschaften als freie Mitarbeiter rekrutieren. Für all diese Fälle sind mir Beispiele namentlich bekannt. Als Beschäftigungskriterium kann da auch schon mal das Aussehen oder die Haarfarbe mehr wert sein als etliche Film- und Journalistenpreise. Ich erinnere zum Beispiel einen männlichen festangestellten Redakteur im *WDR*, der stets denselben Typ blonder freier Mitarbeiterin an seiner Seite hatte, allerdings wechselten die regelmäßig alle paar Jahre.

Ein anderer Redakteur hat als CvD regelmäßig seine eigene Lebensgefährtin beschäftigt. Dass männliche festangestellte Redakteure ihre Partnerinnen oder Lebensabschnittsgefährtinnen aus den Kreisen der freien Mitarbeiterinnen rekrutiert haben, habe ich in den Jahren meiner Tätigkeit beim *WDR*



Attraktive Drehorte locken nicht nur Freie.

eher als Normalfall, denn als Ausnahme wahrgenommen.

Eine Frage des Status

Ein Arbeitnehmer, der 40 Stunden und mehr in der Woche an mehr als 20 Tagen und mehr im Monat für ein und denselben Arbeitgeber arbeitet, kann auch nach den (neo-)liberalen Maßgaben des Bundesverfassungsgerichts eigentlich kein Freiberufler mehr sein und müsste das Recht haben, sich auf eine feste Stelle einzuklagen. 70 Prozent der Befragten der Rosa-Luxemburg-Studie wären auch lieber fest angestellt als freiberuflich tätig. Um das zu verhindern, haben sich die öffentlich-rechtlichen Sender einiges einfallen lassen. Im *WDR* gibt es dazu eine Maßnahme, die sich „Prognoseregulierung“ nennt. Die freien Mitarbeiter müssen dem Sender garantieren, dass sie höchstens acht bis zehn Tage im Monat für ihn arbeiten. In

Wahrheit arbeiten jedenfalls die „Programm prägenden“ freien Mitarbeiter wesentlich mehr: Da man auf einen sogenannten Prognosetag, der damit zu einer rein rechnerischen Größe wird, bis zu drei echte Tätigkeitstage legen kann, können freie Mitarbeiter in einem einzigen Kalendermonat 30 Tage arbeiten, also deutlich mehr als das Arbeitszeitschutzgesetz für „normale“ Arbeitnehmer vorsieht, und viele von ihnen tun das auch. Bezahlung von Überstunden, Nachtzuschläge, Sonntagszuschläge: Für „Freie“ kein Thema, für den *WDR* eine Riesen-Ersparnis.

Ein Drehtag zum Beispiel in Berlin und ein Schnittag im Schneiderraum des Filmhauses des *WDR* in Köln liegen dann auf demselben Datum, auch wenn das praktisch ein Ding der Unmöglichkeit ist. Aber die sachliche Richtigkeit wird natürlich bei diesen „Prognosetagen“ nie überprüft – so ist es ja auch viel besser für den Sender. Es

bleibt den „Freien“ auch gar nichts anderes übrig als ihre Arbeitskraft rund um die Uhr dem *WDR* zur Verfügung zu stellen. Der Sender geht zwar offiziell davon aus, dass die freien Mitarbeiter an den rechnerisch übrigen Kalendertagen als echte „Freiberufler“ andere Auftraggeber haben (und der Gesetzgeber auch). Aber viele *WDR*-Redaktionen nehmen es für selbstverständlich, dass „ihre“ freien Mitarbeiter ausschließlich und exklusiv für sie arbeiten. Gerade eine Tätigkeit für den anderen großen Fernsehsender in Köln, *RTL*, war viele Jahre völlig ausgeschlossen und hätte zum sofortigen Rauswurf beim öffentlich-rechtlichen *WDR* geführt.

Im Haushalt werden die Ausgaben für die Freien Mitarbeiter als „Sachkosten“ geführt. Damit kann man gegenüber öffentlichen Stellen wie der Kommission zur Ermittlung des Finanzbedarfs der Rundfunkanstalten (KEF) verschleiern, wie hoch die eigenen Personalkosten wirklich sind. Das hat aber den Preis, dass die proaktive Personalpolitik, was den journalistischen Part des Sendeauftrags angeht, dem Personalchef weitgehend genommen ist – und damit subalternen Mitarbeitern überlassen wird, die ein solches System für Machtmissbrauch oder eben auch sexuelle Anmache ausnützen können. Davon können viele Freie im *WDR* ein Liedchen singen.

Freie Mitarbeiter wurden und werden, wenn sie für den *WDR* arbeiten wollen, genötigt, dem Sender als Arbeitgeber vorzugaukeln, viel weniger Tage für ihn zu arbeiten als sie in Wahrheit tun, nur damit sie sich selbst der Möglichkeit berauben, sich nach einer Weile auf

eine feste Stelle mit Mitbestimmungsrechten, tariflicher Bezahlung, einem Schreibtisch, einem Computer und einem Telefon einzuklagen – Leistungen, die im Arbeitsleben normal sein sollten. Unter uns „Freien“ in der damaligen Fernseh-Wirtschaftsredaktion des WDR wurde gewitzelt, wie es wohl wäre, wenn wir die Maßstäbe, die wir in unseren kritischen Berichten für die Sendungen „Markt“ oder „PlusMinus“ an andere Wirtschaftsunternehmen anlegten, auch auf unseren Arbeitgeber anwenden würden. Der WDR wäre in einem solchen Beitrag denkbar schlecht weggekommen. Ein Teil des Glaubwürdigkeitsproblems, das öffentlich-rechtliche Sendeanstalten haben, rührt auch daher, dass man in der eigenen kritischen Berichterstattung bei anderen das moniert, was man sich selbst als Arbeitgeber erlaubt.

Die Insel der Glückseligen?

Die öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten müssten eigentlich eine Insel der Glückseligen sein: Mit garantierten jährlichen Milliardeneinnahmen aus dem Rundfunkbeitrag sollten sich ihre Fernseh- und Radioprogramme eigentlich auf hohem journalistischem Niveau herstellen lassen. Andere Player im Medienbetrieb machen jedenfalls vor, dass man auch mit deutlich geringeren Etats

sehr professionell und sogar innovativ arbeiten kann. Das System der Scheinselbständigkeit, um die es sich zweifellos auch beim WDR handelt, wird seit einigen Jahren vom Zoll in anderen Medienbetrieben deutlich stärker unter die Lupe genommen. Das hat in vielen Fällen dazu geführt, dass ehemals freiberufliche Journalisten in vielen Zeitungshäusern mittlerweile tariflich angestellt wurden. Die öffentlich-rechtlichen Sender sind diesen Zoll-Kontrollen bis jetzt entgangen. Man kann nur spekulieren, warum hier mit zweierlei Maß gemessen wird.

Wer das System des Machtmissbrauchs im WDR nachhaltig abbauen will, der hat jedenfalls nur eine einzige Möglichkeit: Das System flächendeckender scheinselfständiger freier Mitarbeiterschaft der eigenen Programm prägenden Journalisten zu beenden und deren Tätigkeit in feste Anstellungsverhältnisse zu überführen. Es ist betäublich und auch unverständlich, dass dieser wesentliche Punkt im Abschlussbericht der ehemaligen Gewerkschafterin Wulf-Mathies nicht mit einer Silbe zur Sprache kommt. Es geht im WDR (und den anderen öffentlich-rechtlichen Anstalten) eben nicht um einen „Kulturwandel“, wie Wulf-Mathies im Schlusskapitel ihres Prüfberichts schreibt, sondern es geht um eine Legalisierung von Arbeitsverhältnissen und um die Gewährung

grundlegender Arbeitnehmerrechte gerade auch für Mitarbeiterinnen und Journalistinnen. Enttäuschend sind hier die Einlassungen des WDR-Intendanten Tom Buhrow, der auf der genannten Pressekonferenz als sein berufliches Credo „die zwei großen L“ formuliert hat, nämlich „Gute Leistung und gute Laune“. Es geht längst nicht mehr ums Launige, es geht um Arbeitnehmerrechte und die Wiederherstellung eines gesetzlichen Zustands.

Nur dann haben die Journalisten als Arbeitnehmer Rechte, dank derer sie sich auch gegenüber mitunter zudringlichen, unverschämten oder inkompetenten Kollegen und Vorgesetzten zur Wehr setzen können. Und dann hätte das öffentlich-rechtliche Angebot eine Chance, wieder zu einem von den Programm-Machern verantworteten Programm zu werden, in dem journalistische Kriterien das oberste Gebot sind. Eine KEF, die hierfür nicht die nötigen Mittel zur Verfügung stellt, hat vom wirklichen Finanzbedarf der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten nichts verstanden und leistet weiterem Missbrauch Vorschub.

Der Autor: Prof. Dr. Hektor Haarkötter, lehrt Kommunikationswissenschaft mit Schwerpunkt Politische Kommunikation an der Hochschule Bonn-Rhein-Sieg. Zuvor war er als Fernsehautor und -regisseur tätig, insbesondere im Reisefilmbereich.

Weblinks:

www.medienkorrespondenz.de/dokumentation/artikel/traditionelle-rollen-hinterfragen-schlusskapitel-des-pruefberichts-von-monika-wulf-mathies-zu.html
www.rosalux.de/publikation/id/39863/beschaefigte-zweiter-klasse-gute-arbeit-auch-fuer-freie/



Begegnen Sie Menschen und ihrer Kultur

Mit Studiosus begegnen Sie dem Leben pur – den Menschen und ihrer Heimat. Überall auf der Welt. Blicken Sie hinter die Kulissen und erleben Sie ein Land so, wie es wirklich ist: voller Geschichte und Geschichten, mal bunt und spannend, mal leise und ruhig. Immer voller Überraschungen und unvergesslicher Momente.

Journalisten sind herzlich eingeladen, sich an den Studiosus-Pressesprecher Frano Ilić zu wenden.

Tel. +49 (0)89 50060505

www.studiosus.com

Studiosus
Intensiver**leben**

ES LÄUFT! Na und?

Eine Buch-Idee, ein Verlag, viel Euphorie und manche Enttäuschung





Peter Hinze auf dem Great Himalaya Trail.

Frust und Lust über ein Nepal-Buch, das in seiner Nische zu einem Bestseller wird, aber auch diesen Schreiber mit roten Zahlen und dem Fazit zurücklässt: Autoren brauchen bei exotischen Zielen vor allem großen Enthusiasmus und zumindest ein kleines „Vermögen“ in bar.

Dieser Beitrag eignet sich nicht für Leser, die mit dem Schreiben eines Buches Geld verdienen wollen. Es ist also keine „Gebrauchsanweisung“ für die Destination „Reichtum“, wo Milch und Honig – und vor allem reichlich Tantiemen fließen. Diese Lektüre setzt vielmehr das Gegenteil voraus: nämlich ein gutes oder zumindest ausreichend gefülltes Bankkonto. Denn es geht weniger um pekuniäres Glück, es geht mehr darum, durch ein Buch möglicherweise eine sinnvolle, nachhaltige Idee zu fördern – und ein wenig geht es auch, wie bei den meisten Autoren, ums Ego, darum, ein schönes, eigenes Buch im Schrank zu haben. Schließlich sind in diesem Fall die Bestseller-Voraussetzungen mau.

Das Reiseziel heißt: Nepal (liegt im Himalaya). Es soll kein Reiseführer im klassischen Sinne werden, der alle zwei Jahre aktualisiert wird, der an jedem Flughafen oder Bahnhof ausliegt und auf dessen Umschlag nachgefragte Ziele wie „Mallorca“, „Paris“ oder „New York“ in buntesten Farben leuchten. Nein, es soll ein Buch über die Bedrohung und Zerstörung des Himalaya und seiner Traditionen werden. Schwere Kost also. Und eine sehr überschaubare Zielgruppe: Nepal verzeichnete

2018 nur knapp 35 000 deutsche Besucher, was die Suche nach einem Verlag erschwert. Zumal sich risikoscheue Verleger oder Verlegerinnen sich durchaus die Frage erlauben werden: Braucht's das wirklich?

Der Knesebeck Verlag gehört, nicht nur wegen seiner geradezu opulenten Optik und Haptik, sondern auch wegen einer fast wagemutig zu nennenden Verlagschefin, die für „Neuland“ sicher keine Gebrauchsanweisung benötigt, zur Sorte von Verlagen mit denen ein Autor gern zusammenkommt. Doch keine Sorge, Stress gibt es trotzdem.

Es sollte ein Buch über die Bedrohung des Himalaya und seiner Traditionen werden.

Auch, weil für den Verlag jedes Buch, mag es auch noch so schön und opulent sein, ein ganz normales Buch ist. Also ein normales Geschäft. Der Autor dagegen hängt nicht selten „sein Herz“ an dieses Werk. In diesem Fall hat er das Land seit 1982 bereits 24 mal besucht, hat mit seiner Familie nach dem Erdbeben 2015 im Langtang-Gebiet eine Schule bauen lassen und hunderte Paar fast neue Laufschuhe dank Firmen wie Icebug, Viking oder Adidas an gute, nepalesische Trailläufer und bedürftige, alte Menschen ins Land gebracht. Für den Autor ist dieses Buch also auch

eine Art „Reise-Lebenswerk“. Und so begegnen sich schnell zwei Welten, die nicht immer miteinander richtig gut „können“. Textkorrekturen, Umfang, Fotoauswahl und Farbgebung bieten sich als Reibungsflächen an. In diesem Fall gibt es wenig Grund zur Klage, aber die Erkenntnis: Das Verlagswesen zeichnet sich durch einen ganz anderen Arbeitsrhythmus aus, der im aktuellen Tagesgeschäft bei Zeitungen und Zeitschriften kaum noch zu finden ist. „Gut Ding braucht Weile“ wäre dazu noch die beschleunigte Formel.

Knapp zwei Jahre nach den Worten „Machen wir, gefällt mir. Super Idee“ (Knesebeck- Geschäftsführerin Antonia Bürger) liegt das fertige Produkt auf dem Tisch. Und der Autor ist um die Erkenntnis gereift: Recherche ist manchmal schwieriger als Schreiben. Schließlich lautet der Titel: „The Great Himalaya Trail – 1864 Kilometer Trailrunning durch eine bedrohte Welt in Nepal“ (GHT). Selbst zu tragende Produktionskosten: knapp 25 000 Euro. Dafür gibt es 87 Lauftage, drei Nepal-Reisen, diverse lokale Begleiter – und einen Schneesturm in knapp 5800 Metern Höhe, der einen Redaktionsschluss fast hinfällig gemacht hätte. Es war etwas knapp an diesem Tag. . .

Im Oktober 2018 beginnt schließlich das Rennen um die Leser: Auf der Frankfurter Buchmesse werden am Verlagsstand Häppchen gereicht und Prosecco serviert. Die Gefahr, dass die erste Ausgabe des „GHT“ in Mitleidschaft gezogen wird, ist gering. Das 1,5 Kilogramm schwere Werk, „288 Seiten und 200 farbige Abbildungen“ (so die



Karg ist das Leben der Menschen in den Bergen Nepals.

Verlagspressemeldung) liegt ziemlich einsam im Regal, fast so versteckt wie der Mount Everest am Horizont des Solu-Khumbu-Tales. Doch der Schein trügt, denn unter den Verlagen gilt traditionell die Messeweisheit: „Das erste Buch, das vom Stand geklaut wird, besitzt das höchste Bestseller-Potential“. Ein GHT-Exemplar verschwindet nach nicht einmal einer Stunde. Rekord. Meine Chancen stehen also gut.

Doch die Tage gehen ins Land. Frankfurt ist längst vergessen und auch aus der Verlagspressestelle ist wenig zu hören. Als Autor stellt man sich eine Premiere etwas anders, etwas glanzvoller vor. Selbst unter den „vermeintlichen Freunden“ auf Facebook, zahlreichen Kollegen, die gern Artikel bei meinem früheren *Focus*-Job platziert haben, ist keine Nachfrage zu vernehmen. Könnte ja einer mal besprechen, zumal Belegexemplar und Fotos nichts kosten. Schöner lässt sich eine Seite kaum füllen. Doch es ist ein ruhiger Herbst, nicht

nur meteorologisch. Anfang November kündigt sich der Sturm an. Schuld trägt zunächst Sabine Sauer, Moderatorin der Sendung „Wir in Bayern“, die fast 30 Minuten lang mit Begeisterung für das Buch schwärmt, während der Autor Begeisterung für die sehr charmante Frau Sauer entwickelt. Endlich mal eine Art knisterndes Nachmittagsprogramm. . . Es läuft plötzlich. Und dann rennt es, nach einer Seite Interview im Reiseteil der *SZ*. Weihnachten rückt näher, nun wagen auch andere die Rezension. Und fallen ein positives Fazit. So wissen auch Augsburg und das Allgäu vom „Himalaya-Hinze“. Plötzlich steht der „GHT“ bei Amazon, dem täglichen Autoren-Gradmesser, über eine Woche lang gleich in drei Kategorien auf Platz 1 – und wenig später auf der Reise-Bestsellerliste des Deutschen Buchhandels. *TZ*, *Münchener Merkur*, *Der Kurier*, *stern.de*, *Runner's World*, *Radio RPR*, *Alpin* und das *Ärztliche Journal für Reise & Medizin* finden Gefallen am Himalaya. Selbst die *BUNTE*

schreibt vom „Zauber der Natur“. Zaubenhaft, schwärmt der Autor.

Natürlich sagt der Verlag, weil ein Verlag per se nie zufrieden ist, ein Auftritt bei „Lanz“ wäre noch schön gewesen. Doch „der Lanz“ lädt zum Bergthema lieber einen jungen, wilden Extrembergsteiger ein. Na ja, muss er selbst wissen. Ältere Autoren liegen bei der späten Sendezeit da eh schon lieber längst im Bett.

Besser kann es eigentlich nicht laufen mit Nepal, und doch bleibt das Projekt eine persönliche Spinnerei: Jeder Autor weiß, solch hohe Produktionskosten kann ein (Nepal)-Buch nicht einspielen. Zumal das Bergland zu einer Art „Sponsoren freier Region“ gehört. Es gibt kein Fremdenverkehrsamt, das freundlichst bei der Recherche hilft. Auch stellen die wenigen (Wander- oder Studien)-Reiseveranstalter kaum Ressourcen zur Verfügung und ein Land mit so wenigen deutschen Besuchern findet sich in den Regalen der klassischen Buchhand-



Eine Yakherde unterwegs

lungen oft dünn sortiert in der zweiten Reihe wieder (bei den Outdoor-Händlern sieht es etwas besser aus). Doch an den Flughäfen und Bahnhöfen muss man nach Nepal gar nicht erst fragen. Die Voraussetzungen für ein lukratives Geschäft sind zudem aus einem anderen Grund schlecht: Ein Autor, der sich bereits konkret mit der Auszahlung seiner Rente vom Versorgungswerk der Presse beschäftigen kann, gilt im Social-Media-Media-Bereich als genauso schwer vermittelbar wie beim Arbeitsamt.

Aber es ist immer wieder dieses Thema, das Agenturen und „junge“ Kreative (die meist gar nicht wirklich wild sind) interessiert. Es geht nicht um klassischen Journalismus, es geht nicht um nachhaltige Recherche, um Gespräche oder ruhige Beschreibungen. Stattdessen dreht es sich immer wieder um die gleichen Fragen nach Insta-Followern, Facebook-Freunden und Influencer-Dingsbums. Nach Live-Videos, Vlogs

und Klicks. Nun werden viele PR-Agenturen, denen der *Columbus* auch als Mitgliedermagazin dient, laut rufen: Aber nicht bei uns! Wir lieben noch immer den klassischen Journalismus, unterstützen den guten, alten Schreiber. Doch dies Rufe spiegeln nicht die aktuelle Situation wider. Die Journalisten-Liebe ist erloschen. Und dafür hätte es eines Claas Relotius mit seinen Erfindungen beim *Spiegel* und anderen Publikationen gar nicht mehr bedurft. Höhepunkt der altersbedingten Demütigung: Die Agentur eines namhaften Outdoor-Ausstatters verspricht Materialhilfe auch in Sachen Ein-Mann-Zelt, schafft nach etlichen Wochen allerdings nur, die Zeltplane ohne Gestänge in einer aufgerissenen Plastiktüte zu offerieren. Danach gibt der Autor weitere Kontaktversuche auf, freut sich aber umso mehr über die Einladung, beim schwedischen Ausrüster CRAFT einige Bekleidungsstücke aus der Mitarbeiterkollektion zu erhalten. Fazit trotzdem:

„Nepal und alter Schreiber“, das ist definitiv eine Kombination, die das Gegenteil von sexy ist, so das einhellige Urteil im Marketingbereich.

Eigentlich gibt es im Reisebuch-Bereich nur zwei Möglichkeiten, Geld mit dem Schreiben zu verdienen: Es gelingt ein Bestseller (unwahrscheinlich, es sei denn man aktualisiert über Jahrzehnte hinweg seine New York-, Mallorca oder Paris-Ausgabe im Pocketformat) oder der Autor findet einen Weg, den Eigenvertrieb der Bücher zu forcieren (immer beliebter durch sogenannte Multivisionsshow).

Umso erfreulicher ist es, dass „GHT“, das nicht als Laufbuch, sondern als Buch gedacht war, Sympathie für die Menschen und ihr Schicksal in einer unwirtlichen, bedrohten Bergwelt im Himalaya zu wecken, vom Leser genauso geschätzt wird. „Ich habe am Heiligabend noch unter dem Tannenbaum mit dem Lesen begonnen und konnte gar nicht aufhören“, schreibt ein unbekannter „Facebook-Freund“. Ein anderer gesteht, „mir kamen die Tränen“. Da ist der Agentur-Frust schnell vergessen.

Nach zwölf Wochen, dem Weihnachtsgeschäft sei Dank, ist die erste Auflage (4000 Exemplare) vergriffen. Die zweite Auflage ist seit Mitte Februar auf dem Markt. Es ist ein „Erfolg“, in einer kleinen Nische – und doch bleibt der Kassenbestand mehr als überschaubar. Stattdessen wird der alte Grundsatz bestätigt: Bücher schreiben ist vorrangig etwas für Idealisten – und nichts für „arme“ Autoren, es sei denn, sie sind reich an Enthusiasmus.

Was aber durchaus auch seine Reize haben kann.

Peter Hinze

Das Buch

Er hätte auch nur durch laufen können, ohne nach links und rechts zu schauen – und auch das wäre im Himalaya schon eine Riesenleistung gewesen. Aber das ist nicht die Art, wie Peter Hinze unterwegs sein will. Zwar hat der Münchner Journalist und Autor den Great Himalaya Trail von Ost nach West durchlaufen – aber es ging ihm, dem Ultra-Marathonläufer, vor allem um das Schicksal der Menschen, um die Zukunft der Bergregion. 1982 war Hinze das erste Mal in Nepal, illegal, und von da an ist der Reporter dem geschundenen Land verfallen. Hinze lernt Sir Edmund Hillary kennen, er interviewt den Dalai Lama, macht Reportagen über das Leben im Himalaya und die Helden der Berge, die Sherpas – und entdeckt seine Leidenschaft fürs Trail-Running. Auf dem Great Himalaya Trail, 1864 Kilometer lang, kann er beides verbinden. Was er am Wegrand sieht und erlebt, macht ihm zu schaffen: Von China finanzierte und gebaute Straßen schlagen Schneisen in die Landschaft, Dörfer und Klöster verfallen, tibetische Freunde verschwinden, der Klimawandel verändert die Landschaft, die Jungen wandern ab, der Tourismus bedroht die Traditionen. Mit seinem Buch nimmt Hinze die Leser mit auf ein großartiges Abenteuer, das sie in allen Facetten nachvollziehen können. Es sind nicht nur die faszinierenden Fotos aus einer fremdartigen Welt, es sind auch die fundierten Texte, die dieses Buch zu einem Lese-Erlebnis machen. //



Info: Peter Hinze. The Great Himalaya Trail, Knesebeck, 288 S., 35 Euro, ISBN 978-3957281371

Gebeco
LÄNDER ERLEBEN

Wir gratulieren
den Gewinnern der
„VDRJ Columbus Awards“!

Kontakt für Pressethemen:
E-Mail: presse@gebeco.de
Telefon: 0431 5446230
www.gebeco.de

Auf der **ITB** finden Sie das Gebeco Presseteam in **Halle 25 Stand 109**. Eine Terminabstimmung ist sinnvoll.

World of  TUI

BEDROHTES PARADIES

Auf den Galapagos-Inseln gefährden zu viele Touristen
das sensible Gleichgewicht

Galapagos ist wohl das letzte Paradies auf Erden, aber zugleich auch ein Millionen-Dollar-Geschäft. Immer mehr Touristen wollen diese abgeschiedene Welt erleben – und bringen sie dabei an den Rand des Untergangs. Renate V. Scheiper war vor Ort.

Begeistert erzählt mein Sitznachbar während des Rückfluges nach Amsterdam von seinen Erlebnissen auf den Galapagos Inseln: „Wir haben gelernt, wie man in die Hände klatscht, um die Seelöwen von der Treppe zu vertreiben, an der wir landen wollen. Ganz anders klatschen aber und „kschksch“ rufen muss man, damit zum Beispiel die Fregattvögel von den Nestern auffliegen und wir die Küken oder Eier fotografieren können!“ Ich bin entsetzt. Das darf einfach nicht wahr sein! Strengstens verboten ist ein solches Verhalten auf allen Inseln des Galapagos Archipels einschließlich der Hauptinsel Santa Cruz. Bereits 1959 wurden die Inseln einschließlich dieses Teiles des östlichen Pazifik vor der Küste Ecuadors zum Nationalpark erklärt und 1978 als erstes Gebiet weltweit zum UNESCO Weltnaturerbe mit entsprechend hohen Schutzauflagen.

Ich versuche, herauszubekommen, bei welchem Reiseveranstalter in Deutsch-

land er gebucht hat. „Weiß ich nicht mehr. War irgendwie „Inselhopping last minute“ im Internet. Meine Freundin und ich haben sofort gebucht, den Rucksack gepackt und ab. War jedenfalls Klasse!“ Der Hauptreiz sei für sie laut Anzeige gewesen: „Jeden Tag andere unberührte Strände, ewige Sonne und spannende Erlebnisse mit Tieren“. Entweder war nicht die Rede von Natur- und Tierschutz oder er hat es aus lauter Begeisterung nicht gelesen. Es mag sein, dass solche Werbeblatts von deutschen Reiseveranstaltern (noch) die Ausnahme sind. Seriöse Angebote für eine Woche Cruise zu verschiedenen Inseln inklusive Flug jedenfalls sind nicht vom Taschengeld zu bezahlen.

Ich frage, ob der Reiseleiter auf dem Schiff – es war eines für 50 Passagiere – nichts erzählt habe über die Besonderheiten: Dass man Abstand halten müsse von den Tieren und die markierten Wege nicht verlassen dürfe, um keine Pflanzen zu zertreten. Dass man absolut nichts mitnehmen dürfe wie Muscheln, Sand oder gar Pflanzen. „Nö, hat er nich. He, Sabine, zeig mal Deine Schätze!“ ruft er quer über den Gang seiner Freundin zu. Die kramt in ihrer Tasche und zieht stolz sorgfältig eingewickelte Pflänzchen heraus, Muscheln und Lava-

stücke. Ich bin sprachlos. Eigentlich soll beim Rückflug auf Baltra das Gepäck kontrolliert werden. Es steht auch überall zu lesen, dass es streng verboten ist, Pflanzen, Steine oder Tiere mitzunehmen. Nun ja... Wenigstens hatte sie keine Babyschildkröte eingesteckt.

Mein erstes Erlebnis in der Gruppe von vierzehn Personen war nach einer Nachtfahrt morgens um sieben Uhr das Vulkaninselchen Tintorera, der großen Insel Isabela vorgelagert. Mit gegenseitiger Hilfe balancierten wir um einen auf den Stufen der Anlandestelle liegenden Seelöwen herum. Zwei weitere Seelöwen hatten oben die zwei Bänke besetzt. Ein Dritter lag quer auf dem schmalen Weg, auf dem wir hätten gehen müssen.

Was tun? Durch dornige Büsche über spitzen Lavageröll lotste uns unser Guide – nennen wir ihn Z. Wir mussten höllisch aufpassen, nicht auf die schwarzen Lava-Echsen zu treten. Die Seelöwen gähnten gelangweilt und schliefen weiter. Vorsichtig tasteten wir uns weiter zwischen Echsen und großen rote Krabben, umgingen weitere Seelöwen. Nix mit Händeklatschen oder „kschksch!“

Es war paradiesisch – so, wie man sich Galapagos vorstellt. Nur wir paar Leute, aufregende Natur und exotische Tiere.



Viel zu viele Schiffe belagern die sensiblen Galapagos Inseln.

Das war's dann aber auch mit dem Paradies.

Mir war bekannt, dass alle Schiffe sich an die von der Verwaltung des Nationalparks vorgegebene Route halten müssen. Vorgeschrieben wird der Teil oder die Bucht jeder Insel, die angelaufen werden darf, wann das Schiff dort zu sein hat und wann die Insel wieder zu verlassen ist. Kapitän und Guide müssen sich jeweils über Funk melden. Zwei Stunden sind die maximale Aufenthaltsdauer an Land und nur mit kleinen Gruppen, geführt von einem ausgebildeten Naturpark-Guide. So die Theorie.

Am späten Vormittag bei der nächsten Ausbootung im Süden der großen Insel Isabela liegen bereits fünf Schiffe vor Anker. Ich traue meinen Augen nicht. „So wird es ab jetzt immer sein“, bereitet uns Z. auf die kommenden zwei Wochen vor. Und so ist es auch – manchmal sind es sogar noch mehr Schiffe. Ab und zu liegt in der Nähe sogar einer der großen Dampfer mit 50 und mehr Passagieren. Bei zwei größeren Schiffen dampfen dicke schwarze Rußwolken aus den Schornsteinen. Z. erzählt, dass

einer der „Imperatoren“ aus Quito kürzlich ein großes, von einer bekannten Reederei wegen Überalterung ausrangiertes Schiff gekauft habe, es außen tiptop hätte anstreichen lassen – sonst nichts. Das fährt nun auch zwischen den Inseln herum. Niemanden scheint es zu kümmern.

Uns vierzehn Passagieren hingegen hatte der hervorragende Naturreiseführer Z. nach der Ankunft auf der Flughafeninsel Baltra schon während der Busfahrt über die Insel Santa Cruz zum Hafen in Puerto Ayora die Regel Nummer eins förmlich eingehämmert: Mindestens zwei Meter Abstand halten von allen Tieren, nicht laut sprechen, keine heftigen Bewegungen, immer im Gänsemarsch gehen, auch nicht einen Fuß über die deutlich markierten Wege setzen.

Als wir im Hafen von Puerto Ayora ankommen, trifft mich fast der Schlag: Mehr als 50 Schiffe verschiedener Größe liegen in dem kleinen Hafenbecken vor Anker. Zwei andere Busse vom Flughafen treffen zur selben Zeit ein. Es herrscht ziemliches Gedränge. „This is my space – keep a safe distance of 2

meters“ steht gut sichtbar in drei Sprachen am vielarmigen Anlegesteg für die Beiboote, mit denen die Passagiere zu ihren Schiffen gebracht werden. Die meisten neu ankommenden Touristen beachten diese Bitte – vor allem, nachdem sie sich von dem Schock erholt haben, dass die Wartebänke von Seelöwen okkupiert sind. Man kann ja nicht wissen, ob sie nicht womöglich beißen. Leider hört auf den Inseln dann vielfach der Respekt auf. Vielen „Last-Minute“-Guides fehlt die Ausbildung, die eigentlich Voraussetzung ist, um kleine Gruppen auf den Inseln zu führen - und auch zu beaufsichtigen.

Als wir in einer Bucht der Insel Isabela aus großer Entfernung einen der seltenen Galapagos-Bussarde beobachten und mit langem Zoom fotografieren, quetschen sich zwei große Gruppen rücksichtslos an uns vorbei. Begeistert stürzt sich als Erster der Guide in die Nähe des Vogels. Seine Leute folgen ihm natürlich und fuchteln mit ihren Smartphones und Kameras vor den Tieren herum. Unser Reiseleiter beobachtet die Szene resigniert. Gegen den Boom „as much business as possible“



Auszeit

habe er keine Chance. Die geschulten Guides würden höchstens angepöbelt, wenn sie auf die Verbote aufmerksam machen würden. Sie hätten auch keine Lobby, da vor allem zwei der drei Schiffe für 100 Passagiere, „höheren Leuten“ aus Quito gehörten.

Z. berichtet, dass die Inseln in letzter Zeit regelrecht überrannt würden vor allem durch Billigangebote in den USA. Mit „Sun, Sail and Fun“ würde dort geworben. Entsprechend seien die Gäste. Auch in Sachen Plastik liege noch vieles im argen. Zwar seien Plastikstrohalme bereits verboten. Im Hafenbecken der Insel San Cristóbal aber sehen wir, wie zwei Seelöwen sich an einem Plastiksteller von „Food to go“ gütlich tun.

Bei hundert sollte vor Jahren schon die Obergrenze liegen für Schiffe, die im Hafen von Puerto Ayora ankern

und Kreuzfahrten machen dürfen. Inzwischen sind schon über 100 Schiffe zugelassen – und nicht alle entsprechen den Anforderungen für diese sensible Region und eine saubere Umwelt.

Immer wieder begegnen wir auf allen Inseln ziemlich großen Gruppen. Der Reiseführer vorneweg, die Touristen hinterher, verlassen sie die eingegrenzten Wege und lassen sich zwischen Büschen und unter Bäumen hautnah mit Vögeln fotografieren.

Auf der Insel Española kommen sie uns in Schwärmen entgegen. Auf ihrem Weg ein zertrampeltes Nest und zwei zertretene Vogeleier. Unser Guide hingegen achtet streng darauf, dass wir im Gänsemarsch laufen und niemand zurück bleibt.

Er hat eine mehrjährige Ausbildung als Parkranger in Guayaquil und in Quito mit Examen absolviert und ist mit Leib und Seele Guide. So eine Ausbildung sei eigentlich die Voraussetzung, um Gruppen führen zu dürfen, sagt er. Doch durch den Boom der letzten Jahre, vor allem aber durch die Last-Minute-Angebote würden immer mehr „Begleiter“ für die Inselausflüge gebraucht, so dass nicht mehr auf die Ausbildung geachtet werden könne. Denn unbegleitet darf keine Gruppe eine Insel betreten.

Auf der Hauptstraße in Puerto Ayora und in der Hafengegend reiht sich ein Reisebüro an das andere mit Last-Minute-Angeboten und Tagestouren. Täglich landen fünf große Flugzeuge auf Baltra. Viele Rucksacktouristen, die

mit Billigflügen vor allem aus den USA und von Guayaquil gekommen sind, suchen hier nach Schnäppchen. Und sie finden sie reichlich. In den Büros wird nur verkauft, „as much as possible“, lacht mir einer entgegen. „For informations they have their guide on the ship – but everybody will just have fun, I’m sure!“ und schon hat er die nächsten vier jungen Leute verfrachtet auf einen „Three-days-shut!“, wie er es zufrieden nennt.

Andererseits tun die Wissenschaftler der Charles Darwin Forschungsstation in Puerto Ayora ihr Bestes, um die Natur zu erhalten und die durch die Besiedlung einiger Inseln in den letzten zwei Jahrhunderten und eingeschleppte Tiere wie Ziegen, Hunde, Ratten entstandenen Schäden zu reparieren. Wie die engagierte Biologin Patricia Jaramillo, die vor 23 Jahren als Volontärin vom Festland herkam und blieb. Sie initiierte mit Kolleginnen und Kollegen das Projekt „Galapagos Verde 2050“.

Auf der Mini-Insel Plaza Sour wurden vor drei Jahren unter ihrer Ägide bereits 300 Pflanzen auf 40 Hektar Land eingesetzt mit einem speziellen, neu entwickelten Schutzsystem, so dass zum Beispiel die Echsen und Land-Leguane die jungen Setzlinge der Baum-Opuntien nicht abfressen können.

Nachdem die Flughafeninsel Baltra, die während des Zweiten Weltkrieges von den Amerikanern platt gemacht und als militärischer Stützpunkt zum Schutz des Panamakanals weitgehend betoniert worden war, auf eine Landebahn mit dem Flughafengebäude reduziert wurde und fast aller Beton

der einstigen Militärbauwerke entfernt ist, hofft Patricia Jaramillo, die nach wie vor unbewohnte Insel wieder zum Lebensraum für Pflanzen und Tiere machen zu können. „Vor einigen Monaten sind erstmals wieder Vögel von einer Nachbarinsel zurück gekommen“, erzählt sie begeistert. Die Wissenschaftlerin betreut das Projekt mit ein bis zwei Helfern. „Oft sitze ich leider völlig allein da für so viele Aufgaben und schäufte es kaum“, bedauert sie. „Uns fehlen Geld und Mitarbeiter.“ Zwar zahlt jeder Tourist bei der Ankunft auf Baltra 100 US Dollar in bar für die Erhaltung des Nationalparks und 20 US Dollar für ein Visum. Doch die Darwin-Station muss mit den Stiftungsgeldern auskommen und damit die vielen unterschiedlichen Aufgaben finanzieren.

Wie die des Meeresbiologen Jorge, der sich mit seinem Team um die Fischbe-

stände kümmert, um die Überfischung zu stoppen. Er ist froh, dass der gesamte Archipel 2015 zum streng überwachten Meeresschutzgebiet erklärt

Die Wissenschaftler tun ihr Bestes, um die Natur zu erhalten und Schäden zu reparieren.

wurde. Auf seinem PC zeigt er mir, wie er Aufzuchtprogramme zum Beispiel für den endemischen und (leider) sehr schmackhaften Bacalao Grouper erstellt hat, der auf der Roten Liste steht. Der Fisch brauche sieben Jahre, um Eier zu legen. Deshalb darf er nur ab einer be-

stimmten Größe zu bestimmten Zeiten gefischt werden. Der Fang der Fischer werde sorgfältig überprüft. „Ähnlich ist es mit dem Spinnen-Lobster, der jetzt Saison hat“, sagt Jorge. Auch der dürfe nur ab einem bestimmten Gewicht und einer bestimmter Länge gefangen werden. Auf dem Fischmarkt in Puerto Ayora sind tatsächliche mehrere Beamte mit Waage, Messgerät und Bleistift dabei, jeden Lobster genau zu wiegen und zu vermessen. Einige müssen zurück ins Wasser. Alles wird in einem großen Buch genauestens protokolliert.

Über Millionen von Jahren haben sich Tiere und Pflanzen auf den Galapagos-Inseln fast ungestört entwickelt. Nur wenige Jahrzehnte haben genügt, um das sensible Gleichgewicht auf dem Archipel zu gefährden. Höchste Zeit zum Umdenken.

- **BRANCHEN KNOW-HOW**
- **START-UP KOMPETENZ**
- **INNOVATIONSFÖRDERUNG**
- **POLITISCHE VERTRETUNG**



**VERBAND
INTERNET
REISEVERTRIEB**

Ihr Experte rund um die digitale Touristik



VIR Online Summit
6. März | 10 - 11:30 Uhr | M4 City Cube

Sprechen Sie uns an:
☎ 089 / 610 667 29 ✉ info@v-i-r.de



Auch Menschen mit körperlichen Einschränkungen können weltweit unterwegs sein.

„Es muss normal sein, eine Reise zu buchen“

VDRJ-Columbus-Ehrenpreisträger 2019 Karl B. Bock im Gespräch

Karl B. Bock ist Geschäftsführer von Runa-Reisen, Deutschlands größtem Reiseanbieter für Menschen mit körperlichen Einschränkungen. Neben Rollstuhl-Urlaub, Pflegehotels und betreuten (Gruppen-) Reisen, beinhaltet der Katalog auch eine Auswahl für Gäste mit Seh- und Hörbehinderungen sowie Allergiker. Selbst außergewöhnliche Trips werden realisiert. Rüdiger Edelmann sprach mit Karl B. Bock.

Wie groß ist die Palette, die Sie abdecken?

Karl B. Bock Sie reicht von Reisen mit leichter Gehbehinderung bis zur Urlaubsorganisation für eine Wachkoma-Patientin. Schwerpunkt sind mit über 90 Prozent aber Rollstuhlfahrer, von leichter Einschränkung bis zur Querschnittslähmung.

Wie wird aus der guten Absicht ein Geschäftsmodell und ein Reisekatalog?

Bock Extreme lassen sich nur individu-

ell organisieren. Beim Standardangebot ist die Zielgebietsrecherche maßgeblich. Wenn wir auf Unterkünfte stoßen, die offensichtlich eine gute Infrastruktur für unsere Gäste bieten, schauen wir nach dem detaillierten Angebot und auch gezielt nach Schwachstellen. Dann folgt das Angebot im Zielgebiet. Wie ist die Infrastruktur? Wie steht es um Freizeit- und Bademöglichkeiten? Da kämpften Gäste im Ausland oft mit zu hohen Bordsteinen ohne Absen-

kung. Das führt im Extremfall dazu, dass das Hotel zum Gefängnis wird, weil Reisende das Haus ohne fremde Hilfe nicht verlassen können. Da achten wir heute viel stärker auf die Barrierefreiheit der Umgebung. Wenn sich das Ganze als buchbares Produkt darstellt, dann entstehen Pauschalreisen mit individueller Beratung, die wir unseren Gästen anbieten.

Es gibt historisch gewachsene Urlaubsangebote gemeinnütziger Organisationen für ihre Kundschaft. Wo liegen die Unterschiede?

Bock Wir haben andere Ziele. Runa-Reisen ist inzwischen weltweit unterwegs. Exotik ist bei uns kein Ausschlusskriterium. Sie können zum Beispiel eine Zeltsafari in Botswana buchen. Hauptunterschied ist, dass wir nicht in einer geschlossenen Gruppe und zu einem festen Termin verreisen. Bei uns kann jeder Gast über das Wann, Wohin und mit Wem selber entscheiden. Diese neue Freiheit haben uns unsere Gäste sehr gedankt.

Wohin kann man mit Ihnen verreisen?

Bock Wir bieten die ganze Welt an. Die Nachfrage entspricht aber ziemlich genau dem gesamttouristischen Markt. Sehr viele Kunden verreisen innerhalb Deutschlands. Da spielt der Transfer von Haustür zu Haustür eine große Rolle. Flugreisen machen etwa 50 Prozent aus. Da sind hauptsächlich auch Muskelerkrankte dabei, die zum Beispiel im Winter ein warmes Klima schätzen. Die Fernreiseziele schwanken sehr stark. Afrika und Mexiko werden gerne ge-

bucht. Das Gros der Kunden bleibt aber in Europa.

Und wie steht es um die Realität des Fliegens?

Bock Wir haben eine Kollegin, die nichts Anderes macht als Flugreservierungen, inklusive der Realisierung der besonderen Bedürfnisse. Da muss geklärt werden, welche Art der Assistenz erforderlich ist, ob, wie und vor allem welcher Rollstuhl transportiert werden kann. Anmeldung und Handling von medizinischem Sondergepäck müssen genau geplant werden. Menschen mit Handicap brauchen mehr Beinfreiheit. Da stoßen wir oft an Grenzen.

Strandurlaub. Wie komme ich in den Pool oder auch ins Meer?

Bock Der Sitzlifter am Pool wird häufiger, ist aber immer noch kein Standard. Bei Stränden ist es ähnlich schwierig. Selbst wenn eine Rampe existiert, versinkt der Rollstuhl anschließend im Sand. Aber es gibt auch Strandrollstühle, zum Teil sogar zur kostenfreien Miete, und dort assistieren in der Regel auch Rettungsschwimmer.

Sie bieten auch Hotels an, die extra für Gäste im Rollstuhl konzipiert wurden. Ein Erfolg?

Bock Es gibt Gäste, die nehmen solche Häuser gerne in Anspruch, da sie auf der sicheren Seite sind. Allerdings haben wir auch Kunden, die als Rollstuhlfahrer nicht in einem Hotel wohnen möchten, das ausschließlich von Gästen gebucht wird, die auch eine Bewegungseinschränkung haben. Wir versuchen beide Interessen abzudecken.

Zur Person

Karl B. Bock, geboren 1976, ist Gründer und geschäftsführender Gesellschafter von Runa-Reisen in Steinhagen. Er ist ausgebildeter Hotelfachmann (bei Maritim-Hotels), hat Tourismus in Wilhelmshaven studiert und als Diplom-Kaufmann – Tourismuswirtschaft abgeschlossen. Auf der Suche nach einer touristischen Marktnische in Kombination mit sozialem Engagement gründete er 2006 Runa-Reisen – zusammen mit seinem Studienkollegen Nils Wend. Der Spezialveranstalter ist heute Marktführer in Sachen Urlaubsreisen für Gäste mit Behinderungen sowie Pflegebedürftige in jedem Alter. In einem separaten Geschäftsbereich der RUNA REISEN GmbH berät Bock außerdem zahlreiche Tourismusregionen, Hotelketten und sonstige Unternehmenseinheiten und setzt Projekte im barrierefreien Tourismus um.



Urlaub hat auch immer etwas mit der Erfüllung von Träumen zu tun. Welche Träume machen Sie wahr?

Bock Für den Abenteuer suchenden, meist jüngeren, Gast: Vietnam per Rundreise und Machu Picchu. Oder ganz simpel eine Kreuzfahrt. Die Reedereien, mit denen wir zusammenarbeiten, bieten barrierefreie Kabinen an. Bei den Landausflügen haben wir Agenturpartner vor Ort, die genau wissen, was geht und dafür die Voraussetzung schaffen. Es gibt auch individuelle Mietwagen-Rundreisen in den USA,

**Die Frage
“Warum machen wir das?” stellen wir uns regelmäßig. Man muss Werte immer wieder neu sortieren.**

wenn nötig mit Spezialfahrzeugen und vorher gecheckten barrierefreien Routenvorschlägen. All das sind Lebenssträume, die wir zu realisieren versuchen, im Übrigen auch für allein reisende Gäste. Das geht aber nicht immer und nicht überall.

In Ihrem Angebot sind auch Pflegehotels.

Bock Die befinden sich zum Großteil in Deutschland. Es gibt einige wenige



Bei Runa Reisen werden Reiseträume wahr.

Ausnahmen, zum Beispiel in Spanien. Diese Hotels bieten dann die 24-Stunden-Pflege auch mit Blick auf pflegende Begleitpersonen, die so auch einmal Urlaub machen können.

Hat sich bei Handicapped-Reisen etwas im Bewusstsein des touristischen Markts verändert?

Bock Einer unserer Mitarbeiter, Rollstuhlfahrer und jetzt über 50, kann sich noch daran erinnern, dass er als Rollifahrer bei der Bahn im Gepäckwagen reisen musste. Der betont, dass die Entwicklung der letzten 20 Jahre wirklich phantastisch ist. Trotzdem gibt es noch viel zu tun.

Soziales Reiseangebot contra Geldverdienen. Geht das?

Bock Natürlich sind wir rund 20 Prozent teurer als das, was man von der Stange buchen kann. Die Leistungen sind aber auch höher: Exklusivtransfer am Urlaubsort, individuelle Betreuung, eine 24-Stunden-Hotline in unserer Zentrale und auch größere Zimmer mit spezieller Einrichtung. Das bedeutet leider,

dass nicht jeder einen solchen Urlaub bei uns buchen kann. Wir stellen aber fest, dass Reisen für unsere Kunden eine ganz andere Bedeutung hat. Die Bereitschaft, auch einmal zwei Jahre auf eine Reise hin zu sparen, ist vorhanden.

Trotz großer Dankbarkeit und der Platzhirsch-Situation in Ihrem Segment reicht es vermutlich nicht zum großen Reichtum. Da stellt sich die Frage des „Warum?“

Bock Das soziale Projekt, im Tourismus Geld damit zu verdienen, Menschen mit körperlichen Einschränkungen das Reisen zu ermöglichen, hat sich nicht als Geschäft mit Goldgräbermentalität herausgestellt. Ein solches Angebot benötigt viel Glaubwürdigkeit. Als Studenten, die frisch von der Hochschule kamen, hatten wir das nicht. Der große Meilenstein war letztlich die Einstellung eines Mitarbeiters, der selber Rollstuhlfahrer ist. Da boten wir zum ersten Mal die Chance, Reisen auf Augenhöhe zu buchen. Die Frage „Warum machen wir das?“, stellen wir uns aber regelmäßig. Man muss Werte immer wieder neu sortieren.

Same procedure as **EVERY YEAR?**

Die VDRJ auf der ITB

Es gibt Dinge, an denen sollte man zu- recht nicht rühren und es gibt Dinge, die müssen immer wieder angepasst werden an die Bedürfnisse. Dies im Hinterkopf, sind wir an die Veranstaltungsplanung der VDRJ zur ITB im Jahr 2019 gegangen.

Als echter Gewinn hat sich das ITB-Eröffnungsfrühstück erwiesen. In diesem Jahr wird es bereits zum fünften Mal für die Mitglieder der VDRJ aufgetischt. Networking steht dabei im Vordergrund. Das Frühstücksangebot bietet vor allem den erst am Mittwochmorgen Anreisenden einen Ruhepol bevor der Messetrubel beginnt. Bisher haben wir dieses Angebot aus Vereinsmitteln finanziert. Dies wird mit der gewachsenen Teilnehmerzahl leider immer kostenintensiver. In diesem Jahr ist es gelungen dafür mit „Turismo de Tenerife“ einen Sponsor zu finden. Umso mehr freuen wir uns auf viele Teilnehmer.

ITB-Eröffnungsfrühstück, Mittwoch 06. März, 09.00 – 10.15 Uhr, Halle 5.3., Businesslounge 1

Die Verleihung des VDRJ-Ehrenpreises ist schon seit Jahren eine wachsende Herausforderung. Die Anforderungen sind klar: Herstellung von Öffentlichkeit, attraktives Umfeld, viele Teilnehmer. Dies ist auch im Umfeld der ITB

kein leichtes Unterfangen. Deshalb versuchen wir es seit letztem Jahr mit themenrelevanten Kooperationen. Auch 2019 ist es gelungen, einen solchen thematischen Bezug herzustellen. Die Verleihung an unseren Preisträger, Karl B. Bock, Geschäftsführer von Runa-Reisen, findet im Rahmen des „Tages des barrierefreien Tourismus“ statt. Die von der DZT ausgerichtete Veranstaltung ist ein gutes Umfeld für unseren Preisträger, der erfolgreich das plant, was selbstverständlich erscheint, aber nicht selbstverständlich ist: Barrierefreie, individuelle Pauschalreisen zu mehr als 200 Destinationen in 30 Ländern weltweit (siehe dazu auch das Gespräch mit Karl B. Bock, Seite 24 bis 26) Wir freuen uns natürlich auf guten Zuspruch auch unserer Mitglieder.

Verleihung des VDRJ-Ehrenpreises 2019 an Karl B. Bock, Freitag 08. März, 14.30 Uhr, CityCube, Raum A7

Last but not least verleihen wir traditionell unsere Columbus-Journalisten-



Der City Cube

preise für den Jahrgang 2018 am ITB-Freitag, der ja nun im wahrsten Sinn des Wortes zum Feiertag aufgestiegen ist. In den Kategorien Text (Print und Online) vergeben wir unsere Autorenpreise, den Preis für junge Autoren, den Columbus-Filmpreis (Dokumentarfilm und TV-Produktionen), sowie den Radio-Preis, zu dem inzwischen auch immer zahlreicher Podcasts eingereicht werden. Da in diesem Jahr der CityCube verstärkt auch für Fachtagungen und Kongresse genutzt wird, wird unsere Veranstaltung in einem anderen Raum stattfinden. Er ist auf der gleichen Ebene wie der bisherige, also einfach zu finden.

Verleihung der VDRJ-Columbus-Journalistenpreise, Freitag 08. März, 16.00 Uhr, CityCube, Raum M8

Rüdiger Edelmann

BTHVN AND BEYOND

Bonn ist der nächste Tagungsort der VDRJ – Eine Liebeserklärung



Wohlhabende Behaglichkeit empfängt die Besucher in Bonn.

Bonn richtet 2020 das nationale Festjahr zum 250. Geburtstag Ludwig van Beethovens aus. Doch auch darüber hinaus hat die Bundesstadt den Abzug von Parlament und Regierung gut verkraftet. Mitte Oktober 2019 ist sie Ziel der VDRJ-Jahrestagung.

In Bonn, so meinte vor kurzem eine Freundin aus Berlin nach einem Stadtbummel, gingen die Uhren anders. Vor

allem machte sie das fest an der großen Zahl von Hannelore-Kohl-Frisuren, die sie noch heute in der Sternstraße, der zentralen Einkaufsmeile zwischen Rathaus und Friedensplatz, gesehen habe. Tatsächlich: Wer wie täglich rund 30 000 andere Reisende aus dem Portal des properen, kaiserzeitlichen Hauptbahnhofs wenige Stufen hinab förmlich in die Bonner Innenstadt hineinfällt, der fühlt sich empfangen von

einer wohlhabenden Behaglichkeit der 1980er-Jahre.

Die fußläufige City hat sich abgesehen von den beiden kleinen Malls, die aktuell vor dem Hauptbahnhof entstehen, kaum verändert. Große Kaufhäuser und Hunderte Spezialgeschäfte vom Sockenladen bis zur Comic-Börse, vom Puppenkönig bis zum Hut-Kontor säumen die Straßen, die nur zu sehr später Stunde nicht von Flaneuren gefüllt sind.

Traditionscafés wie Müller-Langhardt oder Kleimann servieren üppige Torten. Und Hausbrauereien wie das Bönnsch gab es in der Stadt schon lange bevor Werbestrategen Selbstgebrautes zum Mega-Trend erklärten. Neuerdings hat sogar ein Brau-Hotel eröffnet. Über eine „kleine Hauptstadt für zwischendurch“ spottete vor Jahrzehnten der Journalist Friedrich Küppersbusch. Er hatte – historisch betrachtet – durchaus Recht. Die Ära dauerte nur rund 50 Jahre, auch wenn immer noch mehr als 6000 Ministeriale in der Stadt arbeiten. Andererseits wird es kaum gelingen, Menschen zu finden, die sich in Bonn nicht wohlfühlen und die der Stadt nach ihrem Abschied nicht die eine oder andere Träne nachweinen. Man frage doch mal in der „Ständigen Vertretung“ in Berlin nach, der rheinischen Kult-Kneipe in der Nähe des Regierungsviertels, auch wenn da längst andere Frisuren in Mode sind! Dabei täuscht dieser erste Eindruck gelegentlich darüber hinweg, dass Bonn durchaus in der ersten Liga spielt. In der Rangordnung der Großstädte rangiert die Stadt auf dem behaglichen Platz 19 zwischen Bielefeld und Münster. Geographisch betrachtet ist Bonn das Oberzentrum zwischen Köln

und Koblenz im Schnittpunkt von Eifel, Westerwald und der Kölner Bucht. Drei internationale Flughäfen liegen in Reichweite, Autobahnen in alle Himmelsrichtungen, zwei Bahnverbindungen nach Norden und Süden und –



nicht zu vergessen – die meistbefahrene Wasserstraße der Republik, der Rhein.

Die zwei Dax-Konzerne Deutsche Post/DHL und Telekom, fünf Hochschulen, eine Vielzahl an Dienstleistern, Behörden und wichtigen Organisationen sichern Stadt und Region überdurchschnittlichen Wohlstand und akademischen Background. Im Jubeljahr ihres 200-jährigen Bestehens wurde die Friedrich-Wilhelm-Universität Bonn von der Deutschen Forschungsgemeinschaft 2018 mit sieben neuen Clustern für exzellente Forschung bedacht – ein Spitzenwert in Deutschland.

Das alles macht Diskussionen über die Zukunft der Stadt nicht immer einfacher. Aber es sichert im gesellschaftlichen und ökonomischen Wandel, bei der Verschiebung der Alterspyramide und der zunehmenden Digitalisierung der Wirtschaft der Region eine Pole-Position. Nichts hat diese These besser belegt als der Umzug von Regierung und Parlament. Ein Vierteljahrhundert nachdem die Möbelpacker in Richtung Spree abgezogen sind, geht es dem südlichen Rheinland heute besser als je zuvor. Und als Hauptsitz der sechs Bundesministerien für Verteidigung, Bildung, Gesundheit, Landwirtschaft, Umwelt und Entwicklungszusammenarbeit und deutsche UN-Stadt mit mehr als 20 UN-Sekretariaten prägt Bonn in wichtigen Fragen nachhaltiger Entwicklung fern des hektischen Berliner Parlamentsbetriebs die langfristige Politik.

Die Stadt hat dafür den damals frisch gebauten

Bundestagsbau übernommen und um ein großes Konferenzzentrum erweitert, sich allerdings auch hoch verschuldet. Bisheriger Höhepunkt im World Conference Center Bonn (WCCB) war die zweiwöchige Weltklimakonferenz im Herbst 2017 – der größte Kongress auf deutschem Boden mit über 20 000 Teilnehmern.

Der politische Spagat gelingt wohl auch deshalb so gut, weil die Bonner stets vor Augen haben, wie ein zufriedenes Leben aussehen kann: „Tüte Bananen, einsfufzich!“ „Frische Tomaten – ein Kilo zwei Euro.“ Auf dem Marktplatz in der Bonner Innenstadt haben die Marktleute ihr vormittägliches Verkaufsritual begonnen. Vor dem Restaurant En Höttche an der Ecke neben dem Alten Rathaus, wo vor 200 Jahren schon der junge Beethoven auf den Tischen getanzt haben soll, stellt eine Kellnerin Salzstreuer auf die Tische. Wenige Schritte weiter auf dem Münsterplatz sitzen die ersten Gäste zum zweiten Cappuccino vor dem Glaspavillon in der warmen Morgensonne.

Eine Reisegruppe steht um das Stadtmodell aus Bronze und lässt sich die Geschichte der Stadtpatrone Cassius und Florentius erklären – und warum das Münster bis vor kurzem dennoch St. Martin gewidmet war. „Das war der Patron der Pfarrkirche für die Stadtgemeinde. Die stand direkt neben der Münster-Basilika, wie Sie hier vorne an den Umrissen im Straßenpflaster erkennen können. Erst nach ihrem Abriss 1812 durften die einfachen Christen auch ins Münster und nahmen den heiligen Martin dorthin mit“, erklärt die

Stadtführerin. Im Bonner Zentrum hat nur das Knusperhäuschen am Dreieck den großen Stadtbrand von 1689 halbwegs intakt überstanden und vermittelt einen Eindruck von den beengten Verhältnissen, unter denen das gemeine Volk damals lebte.

Dem Zweiten Weltkrieg fiel dann auch ein großer Teil der Folgebauten zum Opfer. Und im Erneuerungseifer der Nachkriegsjahre riss man weitere Gebäuderiegel aus der Zeit des Historismus nieder, um Platz etwa für das Stadthaus oder das Bonner Loch zu schaffen, den inzwischen wieder über-

***Bonn ist eine
Stadt im
Schlenderschritt,
die sich der Hektik
des Großstadtlebens
entgegenstellt.***

bauten Eingang zur U-Bahn vor dem Hauptbahnhof.

Einen Eindruck von Bonn im 19. Jahrhundert bekommt man deshalb am besten in der Südstadt mit ihren stillen Straßen unter hohen Bäumen, den teuren Stadtvillen im Stil des Historismus und den winzigen Wink-Balkonen, von denen aus die vermögenden Bewohner früher gekrönten Häuptern bei der Durchfahrt mit der Eisenbahn huldigen konnten. Auch im Zentrum orientiert sich der Rest des Stadtbildes an den höchstens dreistöckigen Bauten des 19. Jahrhunderts wie dem Kurfürst-

lichen Schloss, in dem seit 1818 die Universität heimisch ist. Zuvor residierten hier die mächtigen Kurfürsten von Köln, nachdem die Kölner die Fürstbischöfe im Mittelalter rausgeschmissen hatten. Stuckornamente, Erker und Giebel sind herausgeputzt und die fußläufige Innenstadt lässt sich in einem Rundkurs bequem durchstreifen. Bonn ist eine Stadt im Schlenderschritt, wo rheinische Gemütlichkeit sich der Hektik des Großstadttreibens bewusst entgegenstellt.

Ihrem wohl bekanntesten einstigen Bewohner will die Stadt im kommenden Jahr eine Riesen-Party schmeißen: Ludwig van Beethoven. Am 17. Dezember 1770 war das Musik-Genie als zweites von sechs Kindern des Tenorsängers Johann van Beethoven in einer Dachkammer in der Bonngasse zur Welt gekommen. 22 Jahre blieb der Bönnsche Jung in seiner Heimatstadt und wurde von zahlreichen Musikern der kurkölnischen Hofkapelle geprägt. Erst dann lockte ihn Joseph Haydn endgültig auf den Spuren des gerade verstorbenen Mozart nach Wien.

In der Stadt hat er manche Spuren hinterlassen – vom Museum in seinem Geburtshaus über das elitäre Beethoven-Gymnasium und mehrere klassische bis postmoderne Standbilder wie das von Markus Lüpertz bis zum 102-köpfigen städtischen Beethoven-Orchester. Auch wenn die Kommune es mit Baukosten von rund 100 Millionen Euro nicht fertigbringt, ihre Beethoven-Halle am Rhein bis zum Jubeljahr zu sanieren, soll unter dem Signet BTHVN2020 ein nationales Festjahr steigen. Sir Simon

Rattle kommt mit dem London Symphony Orchestra. Auch Teodor Currentzis, Kent Nagano und Daniel Barenboim dirigieren.

Doch auch jenseits des Meisters ist Bonn im Vergleich zu seiner Größe überproportional als Kulturstadt etabliert. Dafür sorgt vor allem die Kunst- und Ausstellungshalle der Bundesrepublik Deutschland mit stolzen 675 000 Besuchern im vergangenen Jahr. Die Geschichte seit 1945 präsentiert das Haus der Geschichte der Bundesrepublik in seiner jüngst erneuerten Dauer- und zahlreichen Wechselausstellungen. Das Kunstmuseum Bonn und das Zoologische Forschungsmuseum Alexander Koenig komplettieren die Museumsmeile.

Hier hatte Bundeskanzler Konrad Adenauer sein erstes Büro – und hier kam der Parlamentarische Rat zusammen, um über das Grundgesetz zu beraten. Die Stadt leistet sich eine eigene Oper mit Schauspiel. Es gibt einige Privattheater und mit dem Pantheon eine bundesweit bekannte Kleinkunst-Location. Im Karneval sind sowieso fast alle jeck. Aber auch sonst mangelt es nicht an originellen Angeboten zur Freizeitbeschäftigung – vom Haribo-Fanshop über Stadtrundfahrten im VW-Bulli bis zum wettersicheren Indoor-Camping („Base-Camp“).

Die Tallage zwischen Venusberg im Westen und Ennert im Osten des Rheintals verhinderte die sonst üblichen monotonen Gewerbestrassen. Stattdessen bietet die Topographie bis heute viel Grünraum mit dem weithin sichtbaren Siebengebirge, dem Kreuz-, Venus- und



Das „Base-Camp“ erwartet die VDRJ.

Godesberg, dem Kottenforst auf der Höhe, aber auch mit den von weitsichtigen Stadtplanern wieder angelegten Rheinauen beiderseits des Stroms.

Hier in Bonn ist man nah dran an den deutschen Top-Ballungsräumen an Ruhr und Rhein, aber doch so erfrischend weit weg, dass man sich gegenseitig nicht ständig auf die Füße steigen muss. Und wer trotzdem mal Weitblick sucht, der fährt mit der Zahnradbahn auf den Drachenfels. Auch hier oben wartet eine gute Geschichte. Der aus Bonn stammende Aktienspekulant Baron Stephan von Sarter ließ den Bau Ende des 19. Jahrhunderts in nur zwei Jahren hochziehen, nur um kurz vor Fertigstellung in seiner Pariser Mietwohnung zu versterben.

Mit einem gewissen Faible für Kitsch kommen heutige Besucher dafür umso

mehr auf ihre Kosten. Bei meinem ersten Besuch war ich vor allem fasziniert von den vergoldeten Hirschen im Schlosspark. Das Gebäude selbst erschien mir wie eine anglierte Version von Neuschwanstein. Vom Turm fühlte man sich dagegen ins schottische Zauberland Hogwarts versetzt. Und so schräg wie der Bau waren seine Besitzer: Der eine machte Geld damit, dass er im Garten Sommerhäuser bauen ließ und nach Helden aus Richard-Wagner-Opern benannte. Der letzte Privateigentümer Paul Spinat soll illustre Gäste zu Orgelkonzerten ins prunkvolle Musikzimmer gebeten haben. Er setzte sich dann selbst ans Register. Die Musik allerdings kam fehlerfrei vom Band – die Orgel ist, wie so vieles auf diesem Schloss, eine Attrappe.

Martin Wein

REGIO-TREFF MIT BOTSCHAFT

Benimm-Fragen für PR und Journalisten

Das gab es noch nie: Ein VDRJ-Regionaltreffen in einer Botschaft. Einen besseren Ort hätten sich die Teilnehmer der Region Ost auch nicht vorstellen können. Festlich beleuchtet präsentierten sich die altherwürdigen Räume der Schweizer Botschaft in Berlin, wo Botschafter Dr. Paul Seger am Abend des 3. Dezember zum Empfang bat.

Dr. Seger, der erst seit Ende August 2018 Botschafter in Deutschland ist,

nahm sich Zeit, über sich und das Botschaftsgebäude zu reden. Immerhin hat das Haus mitten im Regierungsviertel wie durch ein Wunder als einziges im weiten Umfeld des inneren Spreebogens die Bombenangriffe des Zweiten Weltkrieges so gut wie unbeschadet überstanden. Bevor er als Botschafter hier einzog, arbeitete Dr. Seger, gebürtiger Basler, in gleicher Position in Myanmar. Der Tourismus, antwortete der Diplomat, auf eine entsprechende Frage, spiele in seinem Leben zwar

nicht die erste, aber doch eine sehr wichtige Rolle. Als leidenschaftlicher Schweizer wolle er seine Heimat nach vorne bringen – auch über Social Media. Gelegentlich, verriet der 60-Jährige, sei er auch schon so etwas wie ein Berater in touristischen Fragen gewesen. Klein aber fein sei letztlich für die Volkswirtschaft besser und effektiver als Massentourismus, ist Seger mit Blick auf das eigene Land überzeugt. Für den Botschafter ist Gastfreundlichkeit ein wichtiges Kriterium im Tourismus.

Im Hauptteil des Regionaltreffens ging es um ein Thema, das weniger mit Gastfreundschaft als viel mehr mit Professionalität, Zuverlässigkeit und letztlich auch gutem Benehmen und Berufsethre zu tun hat. „Dann schmeißen wir die Reste eben weg“, so die provokante These, oder anders gesagt: Ist es ein Kavaliersdelikt, sich für Pressevents und Pressereisen anzumelden und dann einfach nicht zu erscheinen oder die Oma das vierte Mal sterben zu lassen, um kurzfristig abzusagen.

Thomas Vetsch, der aus zahlreichen schlechten Erfahrungen dieses Thema auf die Agenda des Abends gesetzt hatte, findet dieses Benehmen nicht nur einfach unhöflich. In erster Linie ist es für ihn eine Frage des Respekts ge-



Gut besucht, der Regio-Treff Ost

genüber den Einladenden und auch gegenüber den touristischen Partnern, die oftmals einen langen Weg auf sich nehmen, um ihre Informationen an die Journalisten weiterzugeben. Hinzu komme die unnötige Verschwendung von Lebensmitteln. „Wenn von 30, die zugesagt haben, nur elf erscheinen, müssen die restlichen Menüs zwar bezahlt, letztlich aber weggeworfen werden.“ Ein Ärgernis, das leider eher die Regel als die Ausnahme sei, so Vetsch. Deshalb sei es schon fast normal, dass Schweiz Tourismus die Plätze für Veranstaltungen überbuche, „weil zehn bis 20 Prozent sowieso nicht kommen“. Mitglieder aus dem PR-Kreis stimmten ihm aus eigener leidvoller Erfahrung zu und einige Teilnehmer schlugen vor, Kollegen, die ohne ernsthafte Begründung einer Einladung fernblieben, in Regress zu nehmen.

Auch Jürgen Drensek wertet ein solches Verhalten als untragbar. Er kritisierte allerdings ebenso die Fülle von Einladungen „zu absolut überflüssigen Pressegesprächen“. „Es gibt viele Themen, die sind es einfach nicht wert, dazu ein Presseevent zu machen.“ Manchmal könne weniger mehr sein.

Ist es schon ärgerlich, wenn die Eingeladenen ein fest zugesagtes Abendevent einfach ignorieren, so wird es noch schlimmer bei Pressereisen. Tobias Sauer ist überzeugt davon, dass die Zahl der No-Shows umso höher ist je weniger exotisch das Ziel ist. „Manchen fehlt es absolut an einem Unrechtsgefühl“, kritisierte er. Thorsten Keller regte an, bei Pressereisen den Journalisten eine Art Stornofrist einzuräumen. Wer diese Frist nicht einhalte und danach absage, müsse eben eine Gebühr zahlen. Womöglich könnte das helfen, dass Reisen

nicht einfach abgesagt werden, nur weil man vielleicht später eine Einladung für ein vermeintlich besseres Ziel bekomme. Tobias Sauer sprach sich gegen eine solche Stornofrist aus, weil sie eher dazu führen würde, dass manche erst einmal für alles zusagen, um dann von dem eingeräumten Recht auf kurzfristigen Rücktritt ohne Konsequenzen Gebrauch zu machen.

Jürgen Drensek regte die Möglichkeit an, dass Journalisten für zugesagte Pressereisen eine private Reiserücktrittsversicherung abschließen, die in begründeten Fällen greift und so auch für

**“Statt gezielt
Journalisten
einzuladen, wer-
den Pressereisen
oft wie Postwurf-
sendungen
verteilt.”**

Rüdiger Edelmann

den Veranstalter eine finanzielle Sicherheit bedeutet. Denn: „Mit der Zusage zu einer Pressereise gehen wir einen Vertrag ein, der bindend sein sollte.“

Für Rüdiger Edelmann hat das Thema vor allem mit Berufsehre und Höflichkeit zu tun. „Wieso erlauben sich manche Kollegen Dinge im geschäftlichen Umfeld, die sie im privaten nie machen würden,“ fragte der VDRJ-Vorsitzende. Gleichzeitig beklagte er, dass das Einladungsmanagement durch Veranstalter oder deren PR-Agenturen häufig auch „sehr undurchschaubar“ ist. Statt ge-

zielt Journalisten einzuladen, würden Pressereisen wie Postwurfsendungen verteilt. Wenig Verständnis hätten Journalisten auch dafür, dass sie nach ihrer Zusage mit der Bemerkung abgespeist würden, man werde sich zu einem späteren Zeitpunkt melden, ob sie zu den Auserwählten gehörten oder nicht. Häufig komme dann sehr kurzfristig eine Absage, nicht selten mit einer nicht nachvollziehbaren Begründung. Die PR-Seite gebe dazu immer wieder zu bedenken, dass sich die einladenden Partner vor Ort das Recht vorbehalten, sich die ihnen genehmen „Bewerber“ auszusuchen. Da müsse dann mehr auf die Auftraggeber eingewirkt werden.

Elke Thonke warf PR-Agenturen gar Unehrlichkeit vor, wenn sie Einladungen in großer Zahl verschickten wohl wissend, dass nur ein oder zwei Plätze zur Verfügung stünden. Oder wenn sie behaupteten, es werde nach der Reihenfolge der Anmeldungen verfahren, obwohl andere Kriterien entscheidend seien. Ein Vorwurf, mit dem sie nicht allein war. „Solche Verfahrensweisen sind bei uns nicht üblich“, betonte Nina Aryapour von Primus Communication in Berlin, die neu in der VDRJ ist. „Wir laden grundsätzlich sehr gezielt und auch sehr persönlich ein.“

Im Laufe der Diskussion wurde deutlich, dass sich nicht nur die Journalisten von der Kritik angesprochen fühlen sollten, sondern dass auch in der PR darüber nachgedacht werden muss, wie die Zahl der No-Shows verringert werden kann. Ein erster Schritt wäre schon getan, wenn sich beide Seiten die vom PR-Kreis überarbeiteten „Standards für Pressereisen“ zu Herzen nehmen würden.

Heidi Diehl

EINE FRAGE DER BINDUNG

Wie hält eine Beziehung die unterschiedliche Haltung zum Wintersport aus?



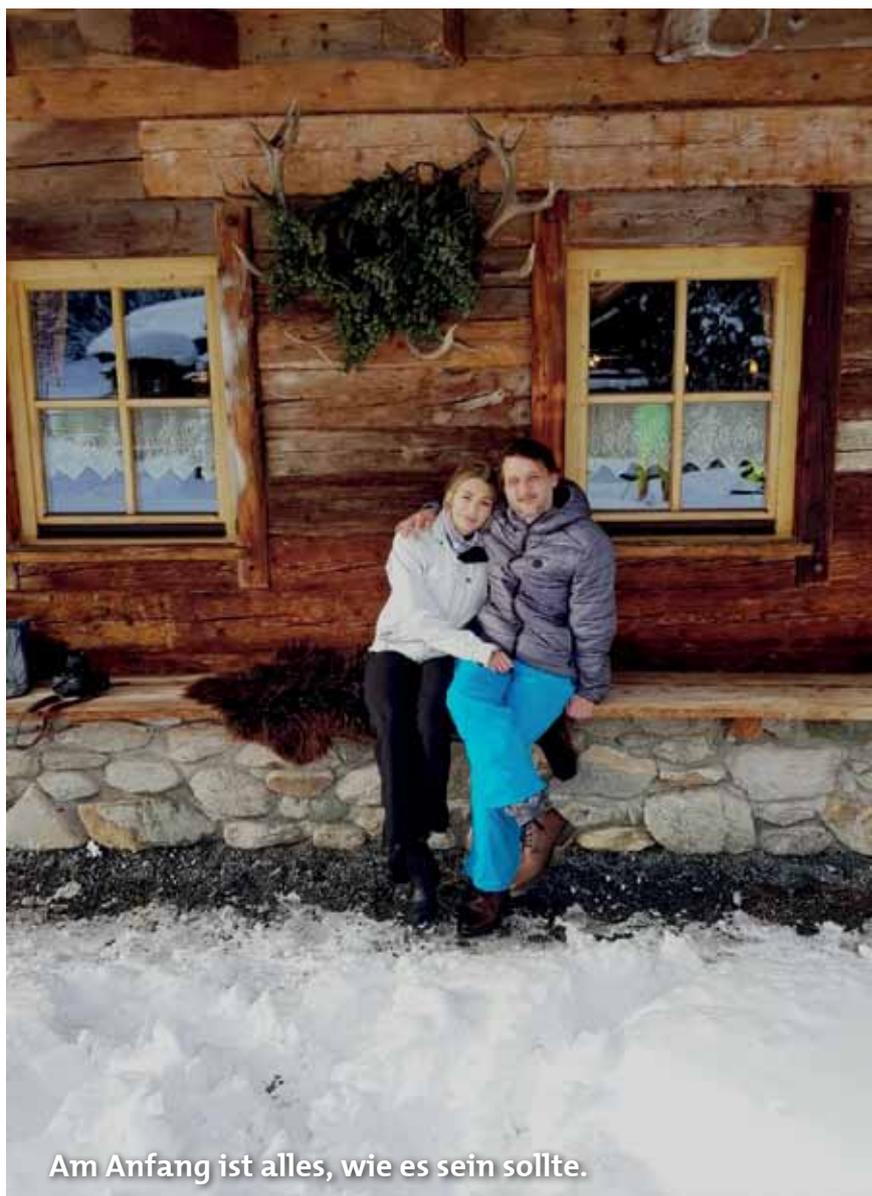


Etwas vom Glamour der Zwanziger Jahre ist in Bad Gastein zu spüren.

Tilman Rammstedt hat Wintersport immer abgelehnt. Ronja von Rönne fährt seit ihrer Kindheit Ski. In Bad Gastein will sie es ihm endlich beibringen. Hält die Beziehung das aus?

Er: Mir fehlt viel im Leben. Skifahren fehlte mir nie. Ich konnte mir keine Lücke vorstellen, die sich dadurch stopfen ließe, dass ich Hunderte von Kilometern fahre, um mir dort für das Äquivalent des Bruttoinlandsprodukts eines kleinen (aber nicht sehr kleinen) Landes einen Skipass zu kaufen und mich dann, eingehüllt in Kälte und schmerzhaft farbenfrohem Goretex, an Seilen einen Berg hochziehen zu lassen, damit ich ihn auf zwei unangemessen langen Brettchen wieder hinuntersause. Mit etwas Glück würde ich mir dabei nur das Bein brechen oder zwei, drei unwichtigere Wirbel. Mit etwas Glück würde ich dem Après-Ski entkommen, mit etwas Glück würde das Geld nach ein paar Tagen ausgehen, und ich könnte den Rest der Zeit das machen, was man im Urlaub ohnehin machen sollte, nämlich nichts. Skifahren befremdete mich, Skifahrer befremdeten mich, und die sektenhafte Begeisterung, die dieses ganze Ski-Brimborium umgab, befremdete mich am meisten.

Sie: Wäre Skifahren wirklich eine Sekte, hätten alle anderen Religionen ausgedient. „Skifahren macht euphorisch“, locke ich den Mann, aber so richtig glaubt er es mir nicht. Er kennt den Rausch nicht bei einer Schussfahrt mit 80 km/h, kennt den Adrenalinschub nicht, wenn man sich abseits der geplanten



Strecken durch die Wälder kämpft, und am wenigsten kennt er den Moment, in dem die Angst keine Chance mehr hat, in dem man nur noch da ist, man selbst, der Schnee, die Geschwindigkeit, die-

ses allumfassende, süchtig machende Glücksgefühl. Neuschnee, das Kokain des Skifahrers. Ich komme aus den Bergen, viele Kindheitserinnerungen handeln vom Skifahren: „Weißt du noch“,

fragt meine Mutter gern, „als du deinen Ski im Sessellift verloren hast und die ganze Piste einbeinig danach absuchen musstest?“ Natürlich weiß ich es noch, ganz genau sogar. Der Mann allerdings versteht nicht, „was reizvoll daran sein soll, auf einem Ski einen steilen Hang runterzufallen, um nach dem zweiten Scheißding Ausschau zu halten“. Vielleicht ist Skifahren wirklich eine Sekte. Dann möchte ich bitte mit jemandem zusammen sein, der derselben Religionsgemeinschaft angehört.

Die Frau hat das Skifahren natürlich schon im Mutterleib gelernt. Sie kann besser Ski fahren als gehen. Und natürlich droht sie seit Jahren, dass sie mich bald mal mitnehmen werde in die Berge, in eine dieser feindselig verschneiten Höllen, die alle nach seltenen Krankheiten klingen: Oberjoch, Erbeskopf, Nesselwang, Sackpfeife. Und natürlich antworte ich seit Jahren darauf mit dem einzig Angemessenen: „Ja, ja.“ Aber weil ich dann doch ein paar Mal zu viel in Poesiealben und auf Facebook-Walls gelesen habe, man solle alles im Leben einmal ausprobieren, und ich die Frau außerdem sehr mag, ist aus dem „Ja, ja“ irgendwann tatsächlich ein „Ja“ geworden, wenn auch ein sehr ge-seufztes.

Sein Seufzen überhöre ich, mir reicht ein „Ja“, egal, wie gemurmelt. Endlich hat der Mann Gelegenheit, zu bemerken, dass er bisher eigentlich nicht gelebt hat! Ich packe also alle meine Ski, meine Thermosocken, meinen Helm, und der Mann packt gar nichts, weil er

nichts an Ausrüstung besitzt. Das Zeug wird dann eben geliehen. Wir entscheiden uns für Bad Gastein in Österreich. Oder eher: Ich entscheide mich für Bad Gastein, und der Mann sagt: „Ja, ja.“ Bad Gastein ist nicht nur umgeben von großen Skigebieten, sondern liegt selbst wunderschön im Tal. Die Häuser und Hotels schmiegen sich zum Teil aberwitzig an den Hang, und es ist noch etwas vom Glamour der Zwanziger Jahre zu spüren, als der Ort seine große Zeit hatte. Das denkmalgeschützte Grand Hotel de l'Europe soll zum Beispiel als Vorbild für Wes Andersons

“Der Streit, den wir als Lehrerin und Schüler anzetteln, würde langsamer verheilen als jedes gebrochene Bein.”

Tilman Rammstedt

Grand Budapest Hotel gedient haben. Leider ist das Casino darin mittlerweile geschlossen, und auch ein Grandhotel ist es nicht mehr. Wir kommen dafür im Miramonte unter. Trinken ein Glas Wein in der schummrigen Hotelbar. Draußen Schnee, drinnen gemütlicher Minimalismus und die zufriedene Erschöpfung derjenigen, die den Tag schon auf Skiern verbracht haben. Es ist alles, wie es sein sollte. Ich erzähle dem Mann

von all den großartigen Abenteuern, die ihn erwarten, und checke den Wetterbericht, Neuschnee beim Vorarlberg, Sonne auf dem Graukogel. „Was für ein Vogel?“, fragt der Mann, und ich denke zum ersten Mal, dass unser Unternehmen doch noch eine Menge Arbeit bedeuten könnte.

Die Frau will mir natürlich alles höchstpersönlich beibringen, was eine irre behämmerte Idee ist. Wir trennen uns ohnehin alle vier Wochen, da reicht ein falscher Blick, ein falscher Traum und einmal sogar ein falsches Horoskop. Und der Streit, den wir als Lehrerin und Schüler unausweichlich anzetteln, würde langsamer verheilen als jedes gebrochene Bein. Deshalb schalten wir lieber Hans dazwischen. Hans ist Skilehrer, trägt Pferdeschwanz und sieht mit Ende 50 deutlich jünger aus als ich. Was ich denn außer Skifahren so für Sport mache, fragt er, und ich sage: „Bisschen Schwimmen“, weil ich letztes Jahr mal schwimmen war, und Hans merkt spätestens jetzt, dass er viel Geduld brauchen wird. „Bist du bereit?“, fragt er. „Ja, ja“, sage ich. Als Erstes lernt man beim Skifahren, wie man damit wieder aufhört. Also wie man anhält, wenn man da ist, wo man in diesem Sport offenbar unbedingt sein will: ganz unten. Hans zeigt mir den „Schneepflug“, der bei kleinen Kindern mittlerweile „Pizzastück“ heißt, und beides ist keine gute Beschreibung für den absolut unsexy und anstrengenden Winkel, in den man Beine und Skier beim Bremsen bringen soll. Ansonsten ist diese Haltung aber erstaunlich wirkungslos.



Was will die Frau mit dem Anfänger auf der Piste?

Wenn ich dem Mann schon nicht das Skifahren beibringen darf, möchte ich wenigstens zuschauen. Also ungefähr zwei Minuten lang. Länger hält man es eigentlich nicht aus, den Partner derart erbarmungswürdig den Berg runter-rutschen zu sehen, in einer Haltung, als

müsste er dringend aufs Klo oder halt schon nicht mehr, zumindest aber so, als wolle er auf gar keinen Fall Ski fahren. Ich wünsche Hans alles Gute, er nickt aufmunternd. Ich verabschiede mich und erkunde das Skigebiet allein. Unbedingter Tipp für alle, die ohne Part-

ner oder mit einem ähnlich nutzlosen wie meinem in den Skiurlaub fahren: Musik hören beim Fahren. Vom Stubnerkogel hat man eine lange Abfahrt mit einigen schwarzen Pisten vor sich. Links und rechts fliegt der Tiefschnee, während Bon Jovi It's my life singt. Da ist es, das einzigartige, schnelle, schöne Skifahrleben.

Mein Leben wäre überall schöner als hier: Immer wieder fahre ich den Übungshügel hinunter, immer wieder nehme ich die kümmerliche Schneepflughaltung ein, immer wieder verlangsame ich kein bisschen. Ich gerate in Panik, ich höre Hans lachen, ich drifte in irgendeine Richtung ab, ich hasse kurz alles: Skifahren, die Alpen, die Frau, Hans, mich, dann falle ich um. Ich liege im Schnee, er ist weich und weiß und tröstend. Wie bei allem im Leben ist Hinfallen schließlich die sicherste Art des Aufhörens. Und kurz ist alles gut, bis Hans mir aufhilft, weil es ja weitergehen muss, weil es ja laut Poesiealben und Facebook-Walls immer weitergehen muss.

Als ich die beiden nach ein paar Stunden wiedersehe, kann der Mann immer noch nicht bremsen. Er kann auch nicht allein aus dem Schnee aufstehen, in den er sich suizidal alle drei Meter schmeißt, um anzuhalten.

Am nächsten Tag fragt mich Hans, was für Sport meine Eltern gemacht hätten. „Schach“, sage ich, weil mir schon alles egal ist. Dann geht es wieder auf den Übungshügel, es geht weiter mit

Scheitern, dreijährige Kinder überholen mich, ich bremsen nicht und will nichts lieber als bremsen, zweijährige Kinder überholen mich, Hans lächelt professionell, es schneit, es ist kalt, die Frau lächelt unprofessionell, einjährige Kinder überholen mich, ich will weg, ich will ans Meer.

Ich kenne bald alle interessanten Pisten des Skigebiets, der Mann immer noch nichts außer den Übungshügel. Den aber zumindest sehr genau, jeden Meter Schnee hat er schon persönlich geküsst. Ich will ihn nicht mehr aufmuntern, ich will endlich mit ihm in den Sessellift steigen und das Skigebiet gemeinsam erkunden. Aber dem Mann ist mein Glück offenbar egal. Noch schlimmer: Er scheut keine Mühe, mein Glück zu sabotieren. Jeder seiner Stürze ist eine hämische Nachricht an mich. Stellt er sich vielleicht aus reiner Bösartigkeit so dumm an? Ich will das nicht länger hinnehmen. Also verspreche ich ihm abends bei einer Pferdeschlittenfahrt, die wir unternehmen, um überhaupt mal etwas gemeinsam im Schnee zu machen, dass morgen ich den Unterricht übernehme. Der Mann schaut verschreckt und nimmt noch einen tiefen Schluck vom selbst gebrannten Schnaps, den der Schlittenführer uns anbietet. Aber er widerspricht nicht.

Also gebe ich Hans für den letzten Tag frei. Er scheint nicht sehr traurig darüber. Die Frau sagt: „Scheiß auf die Beziehung, Skifahren ist wichtiger“, und hat dabei dieses irre Glitzern in den

Augen. Zum ersten Mal habe ich richtige und berechtigte Angst vor ihr. Und vielleicht liegt es auch an dieser Angst, dass es auf einmal tatsächlich gelingt. Ich lasse „diese uralte Schneepflugmethode“ weg und fahre dafür die Kurven ab, die die Frau für mich in den Schnee des Übungshügels malt. Ich fahre Ski. Ich fahre verdammt noch mal Ski! Nicht schnell, nicht elegant, aber zweifellos. Alles scheint auf einmal möglich: Wintersport, Liebe, Leben. Ich überhole sogar zweijährige Kinder und lache sie aus. Und das könnte doch das Happy End sein. Aber weil auch im Leben das Bremsen schwierig ist, saust man meistens geradewegs am Happy End vorbei.

Die Euphorie des Mannes steckt mich an. Ich muss sie ausnutzen. Also deute ich hoch auf den Berg zu unserer Linken. Da runterzufahren, sage ich, sei eigentlich genauso wie hier am Übungshügel, nur halt etwas länger. Wie viel länger, will der Mann wissen, und ich schätze: ungefähr zwanzig Mal so lang. Sagen wir es so: Während der sehr, sehr langen Liftfahrt merke ich, dass ich zwar gut im Skifahren, aber dafür umso miserabler im Schätzen bin. Zum Glück kann man die doch etwas steile Piste nicht erkennen, denn es wird mit jedem Höhenmeter immer nebliger.

Warum will die Frau mich töten? Ich kann doch jetzt sogar fast Ski fahren. Um uns nur Nebel, ein paar letzte Tannen starren uns an. Baumgrenze. Von hier aus geht es nur noch abwärts. Immerhin, die ersten paar Hundert Meter

gelingt alles. Ich fahre Kurven, denn geradeaus ist ja immer am schwierigsten. Die Frau lacht glücklich, ich lache glücklich, die Tannen applaudieren. Aber natürlich zu früh, viel zu früh. Die Piste wechselt von Blau auf Rot, womit wir Skifahrer meinen: Sie wechselt von „machbar“ auf „vollkommen unmöglich“. Und auf einmal kann ich nichts mehr: Ich kann nicht mehr Kurven fahren, und schon gar nicht geradeaus, ich kann nicht mehr stehen, ich kann nicht mehr sprechen, ich kann nicht mehr abwärts, und alle anderen Richtungen kommen nicht infrage.

„Zwanzig Mal so lang“, das war eine groteske Untertreibung, vor uns liegen noch gut zwölf Kilometer Strecke, das nächste Stück Piste ist rot. In diesem Moment wird mir klar, dass der Mann diesen Berg nicht schaffen wird. Doch auf dem Berg darf man nicht verzweifeln, sonst ist man verloren. Also motiviere ich den Mann und beteuere, hier auf der Piste gebe es ganz sicher keine Lawinen, und er schnauzt mich an, ob ich ihm jetzt erzählen wolle, dass so eine Lawine „viel mehr Angst vor uns Menschen hat als wir vor ihr“. Ich widerspreche nicht, versuche es stattdessen mit Geometrie. Eigentlich, erkläre ich dem Mann gezwungen fröhlich, kann er durch den Winkel seiner Ski am Hang selbst entscheiden, wie steil der Berg eigentlich ist.

Was für ein Blödsinn! Der Berg ist der Einzige, der hier irgendwas entscheidet! Was soll er sich auch von mir sagen lassen? Ich bin ein Wurm, ein kleiner

Goretex-Wurm. Links und rechts von mir fauchen die Ski derjenigen durch den Schnee, denen der Berg offenbar besser gehorcht. Sie scheinen einer anderen Spezies anzugehören. Genau wie die Frau. Nie war sie mir so fremd wie jetzt.

Die Alm, die auf halbem Weg eingezeichnet war, finde ich nicht. Die rettende Mittelstation der Gondel auch nicht. Wir müssen hier runter, und zwar die ganze Strecke. Das ahnt mittlerweile auch der Mann, nur helfen tut ihm das wenig. Immer wieder liegt er da, tut mir leid, ich helfe ihm auf, und immer widerwilliger lässt er das zu.

Natürlich liege ich im Schnee. Der Schnee ist mein einziger Freund hier. Der Schnee mag Skifahrer genauso wenig wie ich. Der Schnee will keine „gemeinsamen Erfolgserlebnisse“ mit mir. Ich will mit dem Schnee heute bunte Cocktails trinken. Das mit dem Schnee und mir, das ist schon mehr als reine Freundschaft.

Irgendwann schnallt er seine Ski ab und läuft, ich trage seine Ausrüstung. Das ist okay, ich trage ja auch die Verantwortung für diesen Mist. Dann packt ihn doch wieder der Ehrgeiz, und er versucht ein paar zittrige Kurven. Ich fahre rückwärts vor ihm her, beschwörender als Merkel flüstere ich mittlerweile vor mich hin: Wir schaffen das. Wir schaffen das. Und ähnlich wie Merkel glaube ich mir das immer weniger.

Die Frau faselt wirres Zeug, ich starre

böse vor mich hin, die Tannen wenden sich verschämt von uns ab. Skifahren ist echt das Größte.

Die Sonne geht mittlerweile unter. Selbst dafür fühle ich mich inzwischen verantwortlich. Auch ich kann nicht mehr. Und ich verstehe, warum der Mann sich immer in den Schnee schmeißt. Der sieht so weich aus. So weich und still und so erreichbar. Wir schaffen es eh nicht bis nach unten. Keine Chance, niemals. Bis wir es dann doch schaffen.

**“Beschwörender
als Merkel flüstere
ich: Wir schaffen
das. Wir schaffen
das.“**

Ronja von Rönne

Nach unten kommt man ja immer. Ich bin nicht einmal erleichtert. Ich will nur noch raus, raus aus diesen Schuhen, raus aus diesem Helm, raus aus diesem Tal, raus aus diesen Bergen, raus aus der Sekte, die mich ja auch offenbar gar nicht aufnehmen möchte. Ich schaue nicht noch einmal hoch zum Berg.

In dem Moment, als wir die Talstation erreichen, bricht alles heraus und ich breche zusammen. Ich klammere mich weinend an den Mann, ich zittere und entschuldige mich immer und immer wieder. „Da lacht ihr später drüber“,

sagt der Fotograf, der im Tal gewartet hat, aber ich habe keine Ahnung, wie das gehen soll. Und erst recht weiß ich nicht, wie ich dem Mann jetzt noch beibringen will, wie schön Skifahren eigentlich ist.

„Bis zum nächsten Mal“, sagen die penetrant gut gelaunten Jungs beim Skiverleih, und auf einmal kommt doch die Erleichterung. Es wird kein nächstes Mal geben. Ich bin frei! Ich habe wieder ein Leben!

Als wir auf dem Rückweg durch die Stadt gehen, versucht der Mann, mir zum Ausgleich auch etwas beizubringen. Nämlich wie man nicht Ski fährt. „Es ist ganz einfach“, sagt er. „Schau, man lässt das einfach alles weg: die Ski, die Stöcke, die Berge. Ja, genau so. Du machst das schon gut. Für eine Anfängerin ganz gut.“ Aus einer der Kneipen schallt sehr laut Hey Jude, gesungen von einem offenbar volltrunkenen Chor. „Was ist das?“, fragt der Mann, und ich antworte ermattet: „Après-Ski“. Ich war selbst noch nie bei so etwas, aber jetzt ist auch schon alles egal, und ich will, dass alles noch viel egal wird, ich will Schnaps und Evergreens und folge dem Mann in die Kneipe. Ein Amerikaner singt zur Gitarre, Menschen jeder Altersklasse stehen auf Stühlen und Tischen, liegen einander besoffen in den Armen und singen mit. Alle Augen leuchten. Dann stimmt der Gitarrist Angels von Robbie Williams an. Ich schnappe mir zwei Schnaps und den Mann. Den Mann, der mit mir den Berg bezwungen hat. Wir singen lauthals



mit. Unsere Augen leuchten. Wir lachen uns an. Das können wir gut. Genau gleich gut sogar.

„Und? Im März wieder in die Berge?“, ruft mir die Frau zu, als Angels verklingt. Sie meint das als Witz, weil wir ja später über alles lachen sollen, und jetzt

ist schließlich später und alles endlich ziemlich gut. „Ja, ja“, antworte ich, aber es klingt irgendwie anders, erschreckend anders, also sage ich es noch mal: „Ja. Ja.“ Ich habe nicht richtig gelernt, wie man Ski fährt, aber noch weniger habe ich gelernt, wie man damit wieder aufhört.

Ronja von Rönne und Tilmann Rammstedt haben sich für die Reportage „Eine Frage der Bindung“ in den Wintersport gestürzt. Mit Erfolg. Ihre Reportage „Eine Frage der Bindung“, erschienen am 8. Februar in der Zeit bekommt den Columbuspreis für besondere journalistische Leistung.

deutschlandweit & stationär im **FOKUS UNSERER KUNDEN**

rtk, -)

REISELAND

meinreisespezialist
... von Freunden empfohlen



Mit **250 Reisebüros von meinreisespezialist, über 300 Reiseland Reisebüros und 4000 Reisebüros der rtk Gruppe**, bieten wir Ihnen den **größten stationären Reisebürovertrieb deutschlandweit**.

Wir vermarkten Ihr Produkt über den POS. Ob Newsletter, postalische Mailings oder Schaufensterdeko. Wir bieten Ihnen den kompletten Marketingmix, um Ihr Produkt in den Fokus unserer Kunden zu stellen! Lassen Sie sich von uns **individuell beraten!**

Kontakt:
Hauke Moll
Tel.: +49 (40) 27842 425
E-Mail: hauke.moll@reiseland.de

A scenic view of a river flowing through a valley. The river is a vibrant greenish-blue color. On the left bank, there are lush green trees and some buildings. On the right bank, there are more buildings, including a prominent white building with a balcony. The sky is a pale, hazy blue. In the foreground, there are dark, jagged rocks on the right side.

FRAU RIEGER, DIE BEATLES UND ICH

Eine Reise nach Indien mit ganz neuen Erfahrungen



Der Ganges ist eine Wucht und den Hindus heilig.

Seine Englischlehrerin quälte ihn mit Beatles-Interpretationen, seine Mutter tanzte peinlich zu ihren Songs. Jetzt pilgert Björn Erik Sass zum Beatles-Aschram in Indien, um Frieden mit der Band zu schließen

Wenige Bands sind mir je so auf die Nerven gegangen wie die Beatles. Daran wirkten zwei Frauen mit. Meine Mutter war ein Fan dieser Musikgruppe, sie rangierte bei ihr noch vor dem Don Kosaken Chor und Boney M. Es konnte passieren, dass sie, wähnte sie sich allein, eine ihrer Platten auflegte und dazu vor sich hin hoppelte. Kam man unvermutet dazu, benahm sie sich fürchterlich erappt. So reifte in mir früh die Erkenntnis, dass man diese Band allenfalls heimlich hören durfte.

Frau Rieger war meine Englischlehrerin in der Mittelstufe. Sie war Ende der sechziger Jahre jung. Also nötigte sie uns, sie zu duzen, und ließ uns Beatles-Songs interpretieren. Nie war ihr eine Deutung tiefgründig genug, immer gab es noch eine unentdeckte Metaebene, und sie ließ uns graben und graben, bis die Stücke keine Lieder mehr waren, sondern hässlicher Schutt.

Fürderhin konnte ich die Beatles nicht mehr hören, ohne schlechte Laune zu bekommen. Weil es aber heißt, dass gelassener lebt, wer Hass überwindet, habe ich beschlossen, den Engländern noch eine Chance zu geben. Das passt auch zeitlich tiptopp, denn vor genau 50 Jahren, im Februar 1968, reisten die Beatles nach Nordindien, um im Aschram von Maharishi Mahesh Yogi zu meditieren und Yoga zu machen. Bei

einem seiner Vorträge auf ihrer Insel hatten sie den Guru und seine Transzendente Meditation kennengelernt. Die versprach unter anderem, man könne lernen, aus dem Schneidersitz heraus zu fliegen, allein aus Geisteskraft. Keine Ahnung, ob die Beatles das glaubten. Aber Ende der sechziger Jahre hatten sie längst genug Platten verkauft, um die Kursgebühren zu bezahlen und es zu versuchen. Alle vier reisten damals nach Rishikesh, John, Paul, George und Ringo samt Ehefrauen, auf der Suche nach innerer Erleuchtung. Ich reise ihnen hinterher, weil tief in mir die Hoff-

***Die Beatles
reisten nach
Rishikesh, auf
der Suche nach
Erleuchtung.
Ich reise ihnen
hinterher.***

nung schlummert, unsere Beziehung doch noch in gesündere Bahnen lenken zu können. We can work it out. Von Delhi aus fahre ich viele Stunden mit dem Zug über brettflaches Land. Felder wechseln sich ab mit kleinen Städten, Zuckerrohrplantagen mit Bahnhöfen, an denen Menschen aus Körben Gebackenes an die Fahrenden verkaufen. Mein Ziel ist ein Vorort von Rishikesh im Bundesstaat Uttarakhand.

Nach meiner Ankunft trete ich auf den Hotelbalkon und sehe: Berge ringsumher, und unter mir fließt schäumend der Ganges über die Kiesbänke einer Flusskehre. Bis nach Nepal ist es nur ein Stückchen nach Osten, kaum weiter nach Tibet im Norden. Das Tal ist eng, überall weiß und rot und golden bemalte Tempel. Nach rechts, nach Süden, laufen die Berge aus. Dort hinaus strömt der Fluss in die Ebene, die seinen Namen trägt. Am Horizont sehe ich, wohin das führt, und es fühlt sich an, als beginne hier etwas Großes.

Zeit für eine erste Konfrontation. Ich starte die Musik auf meinem Mobiltelefon per Zufallsgenerator. Dazu muss man wissen, dass ich vor meiner Abreise ausschließlich Beatles-Songs in meine Spotify-Liste geladen habe, um ganz bei meiner Mission zu bleiben. Ob-La-Di, Ob-La-Da klingt an. Ich empfand das Lied immer als unfassbar scheinbar und anstrengend. Geht mir immer noch so, selbst mit Himalaya im Blick. Langsam wird mir das Ausmaß dieser Herausforderung bewusst.

Den Hindus ist Rishikesh eine heilige Stadt, im Tal der Heiligen gelegen, am heiligen Fluss Ganges, ebenso heilig sind die Kühe in den Straßen. Und jeder Mann, der ärmlich aussieht und leider nicht arbeiten kann, weil er den Göttern nah sein will, und der dafür Spenden anzunehmen bereit ist, der ist ein Sadhu und, logisch, auch heilig.

Und weil so viel Heiligkeit in der Luft liegt, versuchten sie hier schon immer, dem Göttlichen näherzukommen. Es heißt, Yoga sei in diesem Tal entstanden. Die Stadt hat 70 000 Einwohner.



Keine Spur von Beatles...

Bei meinem ersten Rundgang gehe ich vorbei an Läden mit Schmuck, mit Yoga-Literatur, mit Klamotten mit Sanskrit-Om darauf, vorbei an Garküchen, an Chai-Schänken, an propangasbetriebenen Popcorn-Pfannen. Immer wieder nickt man mir einladend zu, zu kaufen, zu essen, zu spenden, aber immer gelassen, nie aufdringlich. Ich kann in meinem eigenen Tempo in diesem Strom schwimmen.

Doch nirgends eine Spur der Beatles. Ich hatte mit Devotionalien-Verkäufern sonder Zahl gerechnet, mit T-Shirts,

Büchern, bunten Gemälden, Bronze-Erinnerungsplaketten und verkaufsfördernden Namensaneignungen von Cafés, Hostels, Riksha-Verdecken. Stattdessen: nichts.

Ein Herr spricht mich an. Er trägt ein silbernes Glitzer-Jackett, das auch John Travolta mal gestanden hätte. Aber sein Turban, sein Schnurrbart, die ganze Haltung sind durch und durch würdevoll. Ich sei sicher gerade eingetroffen, er möchte mich gern aus vollem Herzen – er legt dazu die Hand auf die Brust und deutet eine Verbeugung an

– willkommen heißen. Er könne sehen, dass mich sehr persönliche Gründe bewegt hätten, an diesen Ort zu kommen, fährt der Mann fort, und vielleicht sei auch Schmerz damit verbunden, dann sei dies ein guter Platz, den Schmerz in Freude zu verwandeln. Ob ich auch suche und Yoga üben und meine spirituellen Fenster öffnen will?

Eigentlich möchte ich sagen, nee, ich bin hier, weil die Beatles scheiße sind und das Wetter in Deutschland erbärmlich ist, aber der Mann hat etwas an sich, das Albernheiten verbietet. Er sei



Jeden Abend wird am Fluss die Arti-Zeremonie gefeiert – zu Ehren des Ganges.

Seher und Yoga-Meister, ein echter. „Sir, ich versuche hier nicht, Ihnen etwas zu verkaufen.“ So einnehmend ist der Mann, sein Blick gleichzeitig sanft und zwingend, dass ich mich bestimmt zu ihm gesetzt hätte. Doch jemand zieht mich am Arm fort. „Geh weiter, wenn du kein Horoskop kaufen willst“, sagt man mir.

Ich laufe runter zum Fluss und überquere ihn auf einer stählernen Hängebrücke. Inder, westliche Besucher, alle

drängen sich hier hin und her zwischen den beiden Dörfern Tapovan und Lakshman Jhula. Die Brücke ist so schmal, dass ich mit ausgestreckten Armen beide Seitengeländer berühren kann. Trotzdem nehmen auch Motorräder diesen Weg. Sie arbeiten sich hupend durch die Fußgänger, die gleichmütig Platz machen und weitergehen.

Der Ganges ist eine Wucht. An seinem linken, östlichen Ufer reihen sich die Aschrams. Über Stufen steige ich hinab

ans Wasser. Aus der Nähe sieht der Fluss noch kraftvoller aus. Ich glaube, selbst wenn man taub wäre, spürte man beim Anblick seiner Bewegung ein machtvolles Rauschen, nicht hektisch, nicht gefährlich, ein tiefes, antreibendes Urzeitrauschen. Der Fluss ist hellgrün, wie fein polierte Jade.

Am nächsten Morgen breche ich früh auf, um das zentrale Ziel meiner Reise zu erkunden. Ich gehe an den Aschrams am Fluss vorbei, den Strand ent-

lang, an dem Männer, nackt bis auf ein Leinentuch, ihr rituelles Morgenbad nehmen. Gesang dringt aus den Tempeln, Räucherstäbchenduft liegt in der Luft, frischer Kuhdung auf den Wegen. Dann stehe ich vor einem Tor in einer Mauer, wo ein Pförtner den erhöhten Eintrittspreis für Besucher aus dem Westen kassiert. Auch hier: keine Werbung, kein Souvenirshop, keine Tafel, die daran erinnert, dass durch dieses Tor einst auch die Beatles geschritten sind. Und dann bin ich drin im Rajaji-Tigerreservat, das einmal der Aschram des Maharishi gewesen ist.

Ein Pfad führt durch die vielefußballfeldergroße Anlage. Bienenkorbförmige Betonhütten stehen im Baum- und Lianengestrüpp. In ihrem Eingang saß man, um zu meditieren, und die Kuppel verstärkte den Klang des Om. In den Neunzigern wurde der Aschram aufgegeben, der Guru starb 2008 in den Niederlanden.

Obwohl es sich um einen Pilgerort für Beatles-Fans aus aller Welt handeln soll, habe ich die Anlage ganz für mich allein. Also setze ich mich in den Eingang einer Hütte und probiere ein schüchternes Om. Klingt hübsch mit dem Kuppelhall und dem Wildnisgitschirpe um mich herum. Die Beatles haben hier einen Großteil der Lieder für ihr White Album geschrieben. Das ging mir früher besonders auf den Senkel, weil alle Musikfreunde es so toll und wichtig fanden und weil Frau Rieger sich daran besonders intensiv abarbeitete.

Jetzt frage ich mich, wie man in dieser herrlich friedlichen Atmosphäre überhaupt auf so dissonanten Kram kommt.

Hinter einer großen Wiese liegt ein mehrgeschossiges Gebäude, vollkommen nackt, keine Farbe, keine Fensterläden, keine Inneneinrichtung mehr, und in diesem üppigen Wald sieht die Frühe-Sechziger-Architektur immer noch grandios aus. Kleinere ehemalige Wohnhäuser an der Seite. Noch mehr Bienenkorbhütten. Über einem Eingang steht „The Beatles Cave No. 9“.

Innen an den weißen Wänden haben frühere Besucher Liedzeilen hinterlassen. Veera und Tamara notierten im vergangenen September „Yesterday, all my troubles seemed so far away“. „While my guitar gently weeps“ steht da und „Dear Prudence, why don't you come out and play?“. Ich weiß noch, wie Frau Rieger damals darauf bestand, die Bedeutung des Wortes prudence „Besonnenheit“, im soziokulturellen Kontext der Entstehungszeit des Songs zu untersuchen.

Gestern Abend auf meinem Balkon las ich, Prudence sei einfach der Name von Mia Farrow's Schwester gewesen, die mit nach Rishikesh gekommen war, weil die Beatles noch Platz hatten. Prudence sei aber meistens in ihrer Hütte geblieben, las ich, weil sie so schüchtern war. John Lennon habe sie mit dem Lied aufmuntern wollen. Und da macht Frau Rieger so ein Bohei daraus! Ungefähr 60 Leute sollen damals mit der Band im Aschram gelebt haben, unter ihnen auch der Sänger Mike Love von den Beach Boys.

Der Maharishi fand das super, weil er an dem Großauflauf fantastisch verdiente, während außerhalb des Aschrams der Passetross herumlungerte und auf eine Fotogelegenheit wartete. Affen

springen durch die Bäume. Vögel kreischen und singen und schnattern. Ich streife durch ein großes altes Wohnhaus, steige auf eine Böschung hoch über dem Fluss, eine der letzten Erhebungen, bevor das Land und das Wasser sich endgültig dem Sog der Ebene ergeben. Das ist phänomenal schön. Hier also meditierten die Beatles mit ihren Freunden und kamen total zu sich selbst und ließen die reiche Kultur Indiens mit allen Aspekten auf sich wirken oder so.

Von Ringo Starr heißt es allerdings, er sei mit zwei Koffern angereist: einem mit Klamotten und einem mit Baked Beans, um keine Currys essen zu müssen. Angeblich hat er wegen einer Lebensmittelunverträglichkeit nichts anderes als seine Bohnen essen können. Ziemlich modern und urban, beinahe hipsterig, diese Haltung, denke ich. Als der Futterkoffer nach zwei Wochen leer war, fuhr Ringo samt Gattin wieder heim nach England.

Auf einem Mauervorsprung sonnt sich eine rotärschige Languren-Meerkatze. Ein Artgenosse steigt hinterher, guckt arrogant über mich hinweg, lupft das Hinterteil des Vordertiers und penetriert es. Fünfzehn Sekunden geht das, dann schlendern die beiden entspannt in verschiedene Richtungen.

Paul McCartney sagte mal, sie hätten in Rishikesh eine ähnliche Szene beobachtet. Daraus sei das Lied „Why Don't We Do It in the Road“ entstanden. Bei Frau Rieger klang das anders. Sie fand, dass es in dem Song um Liebe geht und um noch irgendwas Verschwurbeltes. Sie hat auch immer behauptet, sie sei in

ihren Zwanzigern selbst durch Indien gereist. Bin inzwischen nicht mehr so sicher, ob das stimmt. Es fühlt sich hier alles gar nicht so kompliziert an, wie sie es immer gemacht hat.

Die Beatles hatten ursprünglich mehrere Monate in Rishikesh bleiben wollen. McCartney reiste nach vier Wochen ab, Harrison und Lennon zwei Wochen später. Ich glaube, ich könnte es an diesem Ort ziemlich lange aushalten. Auf dem Heimweg fällt mir an einer Mauer ein Wandbild auf, das die Beatles zeigt. Ist das ein Zeichen? Kommen wir uns näher?

Von nun an bin ich fürchterlich hin- und hergerissen. Ich habe nur noch wenige Tage in Rishikesh. Eigentlich könnte ich jeden Tag zu dieser Aschram-Ruine zurückkehren. Die restliche Zeit über würde ich in Cafés sitzen, auf den Fluss schauen und Westliche-Passanten-Hobbys-Raten spielen. Das ist ein Spiel, das nicht einmal für mich zu kompliziert ist: Sie suchen alle nach Erleuchtung.

Rishikesh nennt sich auch Welthauptstadt des Yoga. Das ist schon modisch klar auszumachen. Die jungen Männer tragen grundsätzlich einen Man-Bun auf dem Hinterkopf und einen eklektischen Yoga-Trekking-Backpacker-Klamotten-Mix, die alten Männer des Westens tragen ihr weißes Haar gern offen und lassen ihren Körper von viel Leinen und Wolle soft umspielen, weil sie ja längst auf den weichen Schwingungen der Befreitheit unterwegs sind. Ihre Gesichter eint die Versonnenheit, ernst bei den Jungen, milde wissend bei den Alten, und meist tragen sie Bücher mit

sich. Nicht dass ich das mit dem Yoga nicht ernst nehmen würde.

Eine Stunde buche ich bei Anan aus Barcelona. Sie ist Anfang zwanzig, und sie lächelt immerzu hinreißend, aber ich weiß schon, dass es darum bei diesen Körper- und Bewusstseinsübungen überhaupt nicht geht. Andrew aus Colorado nimmt mit an der Stunde teil. Er ist ein junger Mann vorher beschriebenen Typs, nur dass er sein Buch „Allowing the Inner Self to Become the Grandest You“ nicht in der Hand hält, sondern zwischen den großen Zehen an den lang ausgestreckten Beinen,

***Auf dem
Heimweg fällt mir
an einer Mauer
ein Wandbild auf,
das die Beatles
zeigt. Ein Zeichen?***

den Rücken derweil räucherstäbchen-gerade. Bei den Übungen im Stehen kann ich hinunter aufs Wasser schauen. Weil der Fluss so heilig ist, vielleicht aber auch nur, weil er so schön ist, sehen alle Hotels, Yogastudios, Aschrams und Restaurants zu, dass sie irgendwie Wasserblick versprechen können.

Am Ende der Stunde tobt eine Horde Affen über das Wellblechdach. Es rollt wie Gewitterdonner, nicht unheilvoll, sondern wie eine heitere Äußerung der Kraft der Natur. Zum Sonnenuntergang fahre ich ans Flussufer. Jeden Abend

wird dort die Arti-Zeremonie gefeiert, mit der sie den Ganges ehren, den sie die Ganga nennen und der für sie eine göttliche Mutter ist, weil er die große Ebene im Süden fruchtbar macht.

Diese Inbrunst, mit der sie ihre Öllampen im Gleichtakt schwenken, mit der die Band spielt, die verbrannten Gewürze in der Luft, die großen Augen der Zuschauer, fast nur Inder, die kleinen Schiffchen aus eng verflochtenen Blättern mit Blüten und einer brennenden Kerze darin, die dem Fluss als Opfer gebracht werden: Die Zeremonie dauert eine Stunde, und genauso lange habe ich einen Kloß im Hals.

Im Restaurant, in dem ich zu Abend esse, schlürfen meine Mitgäste gelbliches Zeug aus großen Gläsern. „Ein Special, steht nicht auf unserer Karte“, sagt der Wirt. Bhang Lassi sei das, angereichert mit bestimmten Kräutern. Die Hindus nähmen es gern zu sich, um Shiva näherzukommen. Egal, nehm' ich. Während der Wirt meinen Drink bastelt, recherchiere ich im Internet, was ich bestellt habe. Es handelt sich um eine Art Cannabis-Milchshake. Und obwohl ich sonst eher der Kontrollverlustangst-Typ bin, überlege ich: Der Fluss und dieses Rishikesh machen mich vom Gemütszustand her ohnehin so breit, was soll da ein bisschen Gras zusätzlich anrichten? Und die Beatles sollen ja auch Drogen im Aschram genommen haben.

Als ich nach dem zehnten Schluck die Wirkung des ersten Schluckes merke, denke ich ohauaha und lasse das Glas lieber stehen. Die unbeleuchtete Brücke schwankt noch ein bisschen mehr

als sonst über dem schwarzen Fluss, und trotz der Schwärze kann ich Strudel im Wasser ausmachen, und fiel ich nun ins eiskalte Wasser, würde ich nicht frieren, weil die Wirbel und der Fluss sich an mir reiben und mich umarmen würden. Ich werde an diesem Abend nicht mehr nüchtern genug, um zu merken, was für einen Schwachsinn ich mir da zurecht fantasriere.

Am nächsten Morgen hängt der Nebel dicht im Tal über dem Fluss. Die Wärme der aufgehenden Sonne vertreibt ihn, der Wind ballt ihn neu zusammen, so geht das eine Weile hin und her. Mit dem Rest Kräutershake im Kopf setze ich mich auf den Balkon, den ersten Kaffee in der Hand, „Dear Prudence“ auf den Kopfhörern. Es klingt nicht vollkommen unhübsch.

Ich glaube, ich bin jetzt so weit. In Gedanken sehe ich eine Gruppe junger Leute, Mitte, Ende zwanzig erst, aber längst schon so berühmt, dass sie dem

nirgends entkommen können. Wenn die sich hier aus den bunten Stoffen vom Markt Klamotten nähen lassen und die Fotografen das ablichten und die Bilder nach Hause schicken, wird Hippie-Mode der neue Trend. Da sitzen sie mit ihren Freunden, die Sonne scheint, der Guru sagt Kalenderweisheiten auf, wie Gurus es tun, John schaut täglich auf dem Postamt, ob Yoko ihm geschrieben hat, kopulierende Affen mitten im Bild – klar schreibt man da Lieder. Spielkonsolen gab es ja nicht.

An meinem letzten Abend in Rishikesh stehe ich zum Sonnenuntergang am Ostufer. Eine halbe Stunde bevor sie hinter den Horizont sinkt, wird die Sonne orangerot und milchig. Mir kommt das vor wie ein sehr indisches Licht. Als Souvenir fülle ich Wasser aus dem Fluss in kleine Fläschchen, die es mit einem Om-Aufkleber überall für ein paar Cent zu kaufen gibt. Ziehe Stiefel und So-

cken aus und steige ein paar Schritte hinein. Und dann presst ein Rauschen, das ich viel mehr fühle als höre, ein starkes, aber ruhiges Rauschen, diesen Reim aus mir heraus: „Es strömt der Ganges wie polierte Jade, ich steige hinein, aber erst nur bis zur Wade.“ Es ist der Anfang eines Songs, das spüre ich ganz deutlich.

Und wenn er erst im Radio läuft, soll Frau Rieger darin so lange nach Metabeinen suchen, wie das Wasser des Ganges von seiner Quelle bis in den Ozean braucht.

Mit seiner Geschichte „Frau Rieger, die Beatles und ich“ über eine Indien-Reise, erschienen am 11. März 2018 in der *Zeit* auf Z, erschrieb sich Björn Erik Sass den Columbuspreis für die Beste Reportage.



Foto: privat

Ihr Spezialist für Privatreisen nach Asien und in weitere ferne Länder mit über 25 Jahren Erfahrung.

Für alle Fragen rund um unsere Pressearbeit freut sich Geschäftsführer Tobias Büttner unter t.buettner@geoplan.net oder 030 / 34 64 98 139 über Ihren Kontakt.

Geoplan Touristik GmbH · Geisbergstr. 39 · 10777 Berlin
 Fax 030 / 34 64 98 111 · team@geoplan.net

☎ 030 / 34 64 98 10 · www.geoplan-reisen.de

GEOPLAN

Die individuelle Art des Reisens



Der andere Elchtest

Ein paar Nächte im Glashaus bringen neue Erkenntnisse

**Auf der schwedischen Insel Henriks-
holm kann man für drei Tage in ein
Glashaus ziehen, das mitten in der
Natur steht. Das soll nachweislich
Stress reduzieren. Der vom Leben ge-
schundene Moritz Herrmann hat es
ausprobiert.**

Beim Abendessen ereignet sich die Katastrophe. Eine fantastische, fluoreszierende Fliege stürzt in den Tropfen auf dem Tisch, der daher rührt, dass ich Wasser verkleckert habe, und als ich versuche, die Fliege fingerstupsend vor dem Ertrinken zu retten, zerquetsche ich ihren winzigen Körper. Eine Ostböe rollt den Torso vom Tisch. Ich merke, wie mir die Tränen kommen. Das sieht jetzt natürlich unsouverän aus: Ein deutscher Reporter, der stumm in sein Elchsteak weint. An dieser plötzlichen Rührseligkeit ist Schweden schuld.

Üppiges Schweden.

Nasses, goldenes Schweden.

Sorgenfreies, reiches, viel zu schönes Schweden.

Ich laufe zurück zu meinem Glashaus, um Buße zu tun, und vermutlich wäre damit der Zeitpunkt gekommen, Ihnen zu erklären, was ich hier ganz generell mache, aber solche Erklärungen sind ja müßig und banal im Angesicht des

Todes, dem wir eben Pate gestanden haben. Lieber möchte ich Sie um eine Schweigesekunde für die fluoreszierende Fliege bitten. Gedenken wir ihrer kurz. Was war das für eine Fliege? Wo wollte sie hin? Wo kam sie her? Lassen Sie uns schweigen. Jetzt.

Vielen Dank.

Es sind Lektionen wie diese, die einen die Frontalkonfrontation mit der schwedischen Natur lehrt. Sie zu schätzen, sie zu erfassen, sie nötigenfalls auch zu betrauern. Wer im Glashaus sitzt, setzt sich Schweden aus. Ich muss jetzt doch mal erklären, warum ich im Glashaus sitze.

Also, um ein bisschen weiter auszuholen, es fängt damit an, dass Schweden natürlich immer auch ein utopisches Klischee ist. Das liegt an seinen Bewohnern, die irre schön sind, mit ihren blitzenden Zähnen und glatten Häuten, es liegt an den Smartie-farbenen Bullerbü-Häusern, dem Sozialsystem, der Familienpolitik, es liegt natürlich an Astrid Lindgren und Ikea, und nicht zuletzt liegt es an der schwedischen Natur, die man zu kennen meint, selbst wenn man noch nie da gewesen ist.

Schweden ist die Heimat der neunt-zufriedensten Menschen der Welt und der zufriedensten Natur. Das wird Ih-

nen jede Tanne bestätigen. Weil ein Klischee zwar gut, aber Empirie noch besser ist, hat der Bezirk Westschweden im vergangenen Jahr eine Studie in Auftrag gegeben, in der die Wirkung schwedischer Natur auf den Gemütszustand der Menschen evaluiert wurde. In Kooperation mit dem Karolinska-Medizin-Institut aus Stockholm ließ man auf Henriksholm, einer Insel in Dalsland, kleine Häuser aus Glas aufstellen, in die überdurchschnittlich Gestresste einzogen. Eine Pariser Taxifahrerin, ein britischer Produzent, ein Veranstalter aus New York. Nach 72 Stunden wiesen alle Probanden drastisch reduzierte Stresslevel auf.

Das schwedische Glücksversprechen war um den nicht repräsentativen, aber doch symbolischen Beleg ergänzt, dass diese Natur kuriert. Und weil es in unserer kaputten Welt viele Gestresste gibt, blieben die Glashäuser stehen. Mittlerweile sind sie als „72h Cabins“ für jeden Work-Life-Optimierer mietbar. Auch für mich.

Bin ich sehr gestresst?

Ich habe bejahend ins Telefon geschrien, als die Redaktion einen passenden Schreiber suchte. Ich gehöre zu dieser Generation, die permanent prekär lebt, also befristet angestellt oder



Im Glashaus bekommt auch der Städter ein Gefühl für die Natur.

selbstständig arbeitet, was aber für Eltern und Freunde in gewählte Freiheit umgedeutet wird, sonst wäre es ja gar nicht zu rechtfertigen, am wenigsten vor sich selbst. Ich bin Vater eines vergnügten, aber auch fordernden Kleinkindes, und als solcher kürzlich umgezogen, von einer mittelgroßen Hauptstraße an eine sehr große Hauptstraße, eine Art Autobahnzubringer. Wie ich die nunmehr exorbitante Miete aufbringen soll, weiß ich noch nicht. Ich bin lungenkrank, die Steuer sitzt mir im Nacken, und richtig schlafen kann ich schon lange nicht mehr.

Doch, ich bin die ideale Besetzung für den Job, und der fundierte Stresstest, den die Gesandte vom Tourismusamt mit mir durchführt, bevor ich im Boot nach Henriksholm übersetze, bestätigt das. Mein systolischer Blutdruck schlägt aus, das Herz hämmert den Puls hoch,

und zitternd notiere ich, die schwitzende Parodie des getriebenen Städters, gelegentliche Panikattacken sowie Versagensängste im Beiblatt. Ich solle sofort ins Glashaus ziehen, sagt die Frau. Sie löst mir die Gerätschaften mit einem Lächeln vom dünnen Körper.

Ich muss noch erwähnen, dass ich kein Outdoor-Jünger bin. Ich hasse Zelten. Wenn ich Urlaub von meiner Stadt brauche, besuche ich eine andere Stadt. Die Frage ist also auch: Was macht diese Natur mit einem, der sich nichts aus Natur macht?

Sie empfängt ihn erst mal mit Graupel und Wind, holt ihn also da ab, wo er sich seelisch sowieso verortet. Staffan Berger, seiner Familie gehört die Insel, winkt vom Ufer. Staffan sieht aus wie der unergründliche Patriarchencharakter in einem Lars-von-Trier-Film, ist aber ergründlich nett. Wenn du hier

nicht entspannen kannst, kannst du nirgends entspannen, ruft er. Ich glaube ihm sofort, auch weil ich mir vorgenommen habe, jedem Schweden alles zu glauben. Womöglich wäre Argwohn angebracht, aber auch stressiger, und stressen soll ich mich nicht mehr. Staffan erklärt Henriksholm.

Vier Kilometer lang, 600 Meter breit, 100 Hektar groß, zur Hälfte bewaldet, Rest Weideland. Die Villa der Bergers thront weithin sichtbar auf einer Anhöhe. Und im Änimmen-See, der an die Ufer leckt, warten Barsch, Hecht, Aal und Brachse nur darauf, von mir gefangen zu werden. Dann ziehe ich ins Glashaus.

Ich wähle Haus 2, das in der sanft geschwungenen Kristallbucht aufgebockt wurde, auf bemoostem Schiefer, umsäumt von Tannen, die Alfred Wahlberg gemalt haben könnte. Jeanna Berger, Staffans Tochter, hat designt, prakti-

scherweise studiert sie Architektur. Die Konstruktion soll nicht ablenken, sondern hinlenken zur Natur. Ich werfe mich ins Bett und bestätige gerne, dass dies gelungen ist. Dieser Luxus, auf jeden Luxus zu verzichten. Grün zu drei Seiten. Der See spannt glatt wie eine Folie, es scheint ein Leichtes zu sein, auf ihm zu laufen. Wenn er im Winter gefriert, fahren die Dalsländer mit dem Auto über das Eis. Vom Festland kommen dann auch Wölfe, um das Wild der Insel zu holen. Staffan hat das erzählt, als sei es nichts Besonderes, und das ist es ja auch nicht, jedenfalls nicht hier, hier ist das nur ein normaler Winter. Ich denke an die hysterischen Wolfsdebatten in Deutschland.

Der Faunaüberschwang wirkt noch üppiger, wenn ich zur Insel gegenüber blicke, die von einem Schwarm Krähscharben besetzt wird: ein grauer Felsen blattloser Bäume. Der giftige Kot der Vögel tötete die Natur ab, hat Staffan gesagt. Es wirkt, als habe mir ein über-eifriger Requisiteur diese Insel ins Panorama geschoben, damit meine eigene ihre Wirkung auch wirklich tut. Aber das tut sie auch so. Ich suche in mir nach einer Sprache, die dem Erlebnis gerecht wird, ich möchte schillerisch dichten, von silbrigem Geäst, der Erlen tief geneigter Kronen, dem Dach schattender Buchen und Düften aus dieser Welt, aber wie hohl klingt das, wie aufgetragen, angesichts einer Natur, die nichts auftragen muss, die sich selbst genug ist. Ich finde in mir nichts und schlafe ein.

Am nächsten Morgen erwache ich, aber meine Beine sind immer noch ein-



Plötzlich ist man ganz allein unter Bäumen.



geschlafen. Offenbar hat mein Körper schon einen Entspannungszustand aggregiert, dem sich mein Kopf noch verweigert. Zeit für einen Spaziergang: Die Natur hier, das merke ich schnell, ist ein eigenes Wesen, mal träge, dann wild, mal stumm und dann wieder mit den Zungen tausender Birken wispernd, sie erschlägt einen und richtet ihn dann wieder auf, ist kolossal, aber zugleich präzise, wie eine schamanische Medizin. Das ist ja das eigentliche Geheimnis dieser Natur: Obgleich man sie sich genau so erwartet hat, erwischt sie einen voll und auf unerklärliche Weise unvorbereitet. Man sieht diese Bilder, die man mal Kodak-Momente genannt hätte und heute unsentimental bei Instagram postet, was ich aber nicht mache, weil ich erstens kein Netz habe und zweitens keine Lust, sie mit irgendwem zu teilen außer mir selbst. Ich spüre Ehrfurcht, an der Grenze zur Schüchternheit.

Als ich den Nordzipfel der Insel zu erreichen versuche, attackiert mich ein Mückentrio. Ich bin mir sicher, es sind immer dieselben. Die Gewissheit, mit der sie ihre Manöver fliegen, lässt auf innige Vertrautheit untereinander schließen. Ich wehre mich anfangs mit meinem Wanderstock, schlage in die Luft, schwitze. Ich hoffe, dabei wenigstens wie Zatoichi, der blinde Samurai, auszusehen. Kurz vor der Nordspitze gebe ich auf. Die Mücken gewinnen.

Axel, Staffans hünenhafter Sohn, fragt, wie der Spaziergang war, und ich zeige den Daumen. Axel sieht aus, als sei er noch nie von einer Mücke gestochen worden. An seinem Quad-Bike klemmt

die schwedische Flagge. Bald wird er in San Diego studieren. Er hat diese absolut selbstverständliche Ich-kann-einen-Traktor-fahren-mag-aber-auch-Ingmar-Bergman-Aura, an der jede Mücke abprallen muss. Vielleicht attackieren schwedische Mücken aus Solidarität aber auch keine Schweden. Auf dem Weg zum Glashaus steige ich über zwei tote Igel.

Und dann schlafe ich schon wieder, zu Hause schlafe ich tagsüber nie, da fehlt mir die innere Ruhe. Ich schlussfolgere, dass meine Müdigkeit, von der ich gestern noch annahm, sie sei Stress, vermutlich Entspannung sein muss. Kein Blick auf mein Handy. Nur ein endloser Himmel, der einen verrückt macht und glücklich zugleich. Ich will mir ein Stück von diesem Himmel holen. Ich pinkele in die Sonne, ich umarme die Wolken, ich gehe angeln. Nicht allein, nein, mit Pontus Gyllenberg, einem erfahrenen Wildlife-Apologeten, der nur meinetwegen auf die Insel kommt. Das Tourismusbüro hat ihn geschickt.

Wir rudern vorbei am Weißkopfsaadler, der am Felsen nistet, an Kormoranen, die über das Wetter diskutieren, an Zen-Fliegen und dichtem Schilf. Ich sehe einen Hecht, der See ist still und klar, und man sieht bis zum Grund, ein toller Hecht bist du, was für ein toller Hecht du bist, denke ich, aber Pontus sagt, der Hecht fresse die Küken der Haubentaucher, und das ist natürlich nicht so toll. Wir fangen keinen Fisch, weil es zu heiß ist, dafür dröhnt ein Militärjet vorbei. Ein bizarrer Gruß der Zivilisation. Aber man muss Präsenz zeigen, die Nato-Grenze ist nah und Russland

folglich nicht weit. Pontus erzählt vom Allemansrätten, vom Jedermannsrecht, das jedem erlaubt, überall und immer in der schwedischen Natur zu campieren, zu schwimmen, zu angeln, selbst wenn Wald, Feld, Insel irgendwem gehören sollten.

Denn die Natur gehört am Ende immer allen Schweden. Auch Staffan Berger hat so erst hergefunden, 1993, als er, junger Bursche noch, zufällig auf Henriksholm sein Zelt aufschlug.

Pontus wirft die Rute ein letztes Mal aus, aber alles, was er einfängt, ist meine Bemerkung, dass ja entscheidend dafür, ob Alleinsein auch als Einsamkeit empfunden werde, die Frage sei, ob man freiwillig allein sei; dass mithin ein Alleinsein, für das man sich ganz bewusst entscheide, als geradezu befreiend erlebt werden könne, jedenfalls behaupte das doch die Psychologie; und dass ich es, darüber hinaus, nicht schlimm fände, dass nichts anbeiße, weil ich so entspannt sei und außerdem auch wisse, wie mich die Familie Berger am Abend bekochen werde, delikat nämlich, mit dem erwähnten Elchsteak auf einem Apfel-Sellerie-Bett und Wildbeereneis zum Dessert, das Kollegen von Jeanna nebenbei produzieren, weil die Architektur sie offenbar nicht auslastet oder alle Schweden einfach über alle Maßen talentiert sind.

Dann passiert das mit der Fliege, und vielleicht muss ich meine Tränen noch mal erklären: Also, ich weine wirklich, weil die Natur mir nahegekommen ist, als Ganzes und auch im Kleinen, und in diesem Moment scheint mir das Insekt wie der Bote des Waldes, entsen-

det, um an meinem letzten Abend ein Goodbye zu überbringen. Und ich? Ich töte sie plump. Später, das Elchsteak ist gegessen, der Schmerz verklungen, lausche ich in meinem Glashaus dem Seetaucher, der zweimal ruft – der Sage nach rührt der liedhafte Signallaut von den Seelen der Toten her, die im Körper des Seetauchers Unterschlupf finden. Dann beginnt die ambrosische Nacht, die vom Tag aber kaum zu unterscheiden ist, weil es nicht dunkel wird.

Ich gehe aus dem Glashaus, um mit Steinen zu werfen. Mein Kiesel titscht sechsmal über den See, dabei belasse

***Ich habe mir
den Ehrgeiz, der
mich zu Hause
zerfrisst, ab-
trainiert. Ich bin
ein leerer, ein-
fältig grinsender
Mann.***

ich es. Weil sechsmal ein absoluter Rekord bleibt, wenn man nur einmal wirft. Ein zweiter Versuch müsste schon in Relation zum ersten gesetzt werden. Ich habe mir den Ehrgeiz, der mich zu Hause zerfrisst, abtrainiert. Ich bin ein leerer, einfältig grinsender Mann. Wo bei, nein, nicht ganz leer.

Über der Naturtoilette, die mit Kies gespült wird, hängt ein verblichenes Poster, das die wichtigsten schwedischen

Regenten abbildet. Ich lerne sie auswendig, was mir ohne Mühe gelingt. Gustav, Johan, Carl. Mein Gedächtnis ist wie der See, in den ich einen Stein geworfen habe. Oscar, Kristina, Fredrik. Zu Hause konnte ich mir zuletzt nicht mal mehr merken, was ich einkaufen muss, ich habe dann immer zu viel gekauft und das meiste nur aus Gier, da war es natürlich wieder stressig, aus dem Dispo zu kommen.

Ulrika, Adolf Fredrik, Erik. Sie werden womöglich bestreiten, dass ich mir die Damen und Herren gemerkt habe, Sie werden sagen, gegoogelt hat er nachträglich, elender Lügner. Ich garantiere, hätten Sie im Glashaus gegessen, Sie wären von solchen niederträchtigen Gedanken frei.

Als ich am dritten Tag und mithin nach 72 Stunden Henriksholm verlasse, misst die Delegierte abermals meinen Stress. Mein Puls, bei Anreise mit 89 vermerkt, hat sich nicht nur beruhigt, er ist bei 68 quasi eingeschlafen. Ich bin der Wald, in dem ich gewohnt habe. Ich bin das Wasser, in dem ich baden war. Ich bin die Sonne, die mich gebräunt hat. Ich bin absolut entspannt.

Dann fällt mir leider ein, dass ich darüber noch einen total langen Text schreiben muss.

Die Geschichte „Der andere Elchtest“, erschienen am 26. Juli 2018 der Zeit/Reise, bringt Moritz Hermann den Columbus-Nachwuchspreis ein.



Foto: privat

YOUR WORLD. YOUR WAY. *your moment.*



Für die einen ist es das gemeinsame 5-Sterne Menü zu Beginn einer Reise, die zu vielfältigen und unerwarteten kulinarischen Höhepunkten führt. Für die anderen ist es eine Reise zu exotischen und entlegenen Häfen. Und für Sie sind es die kleinen Dinge.
Erleben Sie Ihren Moment.

GENIEßEN SIE DIE FEINSTE KÜCHE AUF SEE AN BORD UNSERER PERSÖNLICHEN UND LUXURIÖSEN SCHIFFE.

KONTAKT FÜR DIE MEDIEN: NOBLE KOMMUNIKATION

KATHARINA FEY: KFEY@NOBLEKOM.DE

TELEFON: +49 (0) 6102-3666-0 | MEDIEN + CONTENT RAUM: WWW.NOBLEKOM.DE

**OCEANIA CRUISES®**
Your World. Your Way.®



Großandrang vor dem Apollo

Harlems härteste NACHT

Wer im Apollo auftritt, muss viel Mut haben

Kei Yoneda sagt, es könne gut sein, dass er sich gleich übergeben müsse. Er tigert vor dem Getränkeautomaten auf und ab, nippt an seiner Wasserflasche, versucht sie abzuschütteln und runterzuschlucken, diese Angst. Gerade hat die Hausband ihre Eröffnungsnummer begonnen, und durch die Decke wummern die Bässe in den kleinen Green Room. Gleich zählt es. So lange schon träumt Kei davon, wie einst sein Idol Michael Jackson dort oben auf der Bühne zu stehen. Er, der 28-jährige Japaner, der in einer Autowerkstatt mit Reifenwechseln sein Geld verdient, will sich hier als Comedian beweisen – und trotzdem kriecht ihm jetzt das Lampenfieber eiskalt den Nacken hoch. „I am fucking nervous!“, platzt es aus ihm hinaus.

Die anderen verstecken ihre Aufregung besser. Es ist Mittwochabend, und der Green Room des Apollo Theater ist wie jede Woche zum Bersten gefüllt mit Künstlern, die auf ihren Auftritt bei der „Amateur Night“ warten. Da ist die Schlangenfrau, die sich Videos ihrer Showeinlagen auf dem Smartphone ansieht. Der Fußballakrobat, der noch einmal den Ball hoch hält. Der Breakdancer, der tiefenentspannt in einem

der Sessel döst. Und vor einem der drei langen Wandspiegel steht Jamia Nicole und streicht sich dicke Schichten Make-up um die Augen. Die 27-jährige Afroamerikanerin unterrichtet Tanz, studierte selbst am renommierten Alvin Ailey American Dance Theater hier in New York, doch klar, ein bisschen nervös sei sie vor ihrem Auftritt schon, sagt sie. „Aber ich freue mich auch. Meine Familie und Freunde sitzen da oben.“

Jamia lebt in Brooklyn, Kei in Osaka. Für sie war es eine U-Bahn-Fahrt mit dem A Train bis hierher, für ihn ein gut 15-stündiger Flug über einen Ozean und einen Kontinent. Sie haben sich nie getroffen, aber Jamia wählt die gleichen Worte wie Kei, um zu erklären, warum sie heute Abend hierher gekommen ist. „Ganz ehrlich“, sagt sie, „das hier war schon immer mein Traum.“

Dabei sieht das Theater auf den ersten Blick nicht sonderlich traumhaft aus, wie eingeklemmt liegt es zwischen einem Banana Republic Factory Store auf der einen Seite und dem Beautysalon Cinderella Eyebrows auf der anderen. Aber hinter dem roten Leuchtschriftzug versteckt sich eine der berühmtesten Bühnen Amerikas. Im Januar 1934 öffnete das Apollo Theater hier in Harlem seine Türen und entwickelte sich schnell zur

Bastion afroamerikanischer Kultur. Wer jemand war, kam ins Apollo. Die größten schwarzen Künstler des 20. Jahrhunderts traten in dem Theater in der 125th Street auf, Billie Holiday genauso wie Charlie Parker oder Prince, die vielen Namen mit Plaketten verewigt auf dem Bürgersteig.

Und wer jemand werden wollte, kam erst recht, denn das Aushängeschild des Apollo war von Anfang an die „Amateur Night“. Die Nacht, bei der bis heute Stars geboren werden. James Brown hat sie gewonnen, die Jackson 5 und auch eine junge Ella Fitzgerald. Der Legende nach wollte die damals erst 17-Jährige eigentlich eine Tanznummer aufführen, aber die steppenden Schwestern vor ihr waren so gut, dass sie der Mut dazu verließ. „Mach irgendwas!“, rief ihr der Stage Manager zu. Also stimmte sie eine Jazznummer an. Nach den ersten Zeilen stand jemand im Publikum auf und brüllte: „Hey, das kleine Mädchen da kann singen!“ Die „Amateur Night“ ist die Großmutter aller Castingshows. Und sie hat sich seit dem Abend, an dem Ella Fitzgerald hier ihre Bestimmung fand, kaum verändert. Okay, mittlerweile ist sie so bekannt, dass sie von Coca-Cola gesponsert wird und ihre eigene Fernsehserie namens



Die Menschen hier wollen einen legendären Abend erleben.

„Showtime at the Apollo“ inspiriert hat, aber die Gesetze der Show haben sich nicht groß gewandelt. Sänger, Tänzer, Komiker, Akrobaten – alle Entertainer können sich bewerben. Rund ein Dutzend darf dann jeden Mittwoch auftreten, aber über ihren Erfolg entscheidet keine Jury, sondern allein das Publikum im Saal. Das ist ehrlich, und es ist brutal. Das Publikum des Apollo ist berüchtigt dafür, schwache Performer gnadenlos auszubuhnen. Wer es in New York schafft, schafft es überall, sang Frank Sinatra. Und eine heißere Feuertaufe als

das Apollo gibt es in dieser Stadt nicht. „Be good or be gone“ steht auf der Leuchttafel über dem Eingang. Sei gut oder geh nach Hause.

„Wir wollen, dass ihr großartig seid!“, ermutigt eine Koordinatorin der Show die Amateure kurz vor deren Beginn. Ansonsten kann es sein, dass die ihren Auftritt nicht einmal beenden dürfen. „Wenn ihr ein Buhen hört, macht erst mal weiter, aber wenn das Buhen lauter wird, die Sirene aufheult und ein komisch gekleideter Mann angetanzt kommt, um euch von der Bühne zu

schmeißen, dann ist das ‚The Executioner‘ und ihr werdet gerade hingerichtet.“ Die Amateure lachen, alle wussten, worauf sie sich einlassen. „Wer will das Gebet sprechen?“, fragt die Koordinatorin wenig später, nachdem sie den Ablaufplan des Abends vorgelesen hat. Und alle fassen sich an den Händen, als wäre das Apollo kein Theater, sondern eine Kirche. Ein Heiligtum.

Aber kein Gebet wird helfen gegen den Henker. Zwei Stunden vor der Show sitzt „The Executioner“ bereits in seiner Garderobe. Der Albtraum der Amateure

sieht noch nicht sehr bedrohlich aus, ein 56-jähriger schmaler Afroamerikaner mit einem schmalen Oberlippenbart, seine Beine auf den surrenden Kühlschränken ausgestreckt. Er heißt C.P. Lacey – „das C.P. steht für Crowd Pleaser“, sagt er – aber er ist ein Mann mit vielen Namen. Der Sänger, Tänzer und Comedian gilt als einer der besten Imitatoren der Welt. 30 Stars, darunter Michael Jackson, Sammy Davis Jr. und Snoop Dogg, kann Lacey perfekt nachahmen. Aber vor allem James Brown liegt ihm im Blut. Sieben Mal gewann er als „Godfather of Soul“ selbst die „Amateur Night“. Und als sein Vorgänger dann nach Hollywood abhaute, fragte man kurzerhand ihn, ob er nicht als Henker einspringen wolle – solange er denn auch steppen könne, um die Amateure von der Bühne zu tanzen? „Ich hatte noch nie Steppunterricht genommen, aber natürlich ist die Antwort im Showbusiness: ja!“

Das war vor 28 Jahren, und mittlerweile steppt Lacey wie ein Meister. Die *New York Times* schrieb über ihn, dass er mit seinen Gaben in einer anderen Ära selbst ein Star geworden wäre. „Talent ist Talent“, sagt Lacey kompromisslos. Vielleicht fällt es ihm deshalb leicht, so erbarmungslos über die Amateure zu richten. „Wenn ihre Zeit gekommen ist, dann mache ich es so elend für sie wie möglich. Aber wenn sie von der Bühne kommen, erzähle ich ihnen, dass sie immer zurückkommen können. Selbst Luther Vandross wurde hier mehrmals von der Bühne gebuhnt.“ Und der gewann später immerhin acht Grammys. Das Publikum im Apollo sei eben kniff-

lig, sagt Lacey. Manchmal piffen sie sogar, wenn jemand Talent habe, aber zu großspurig auftrete. „Die Leute kommen genauso, um zu buhen wie um zu jubeln. Es ist eine elektrische Atmosphäre. Und eine beklemmende.“

Durch das Apollo mit seinen roten Wänden, roten Teppichen und roten Sitzen zu laufen, fühlt sich an, wie von einem großen Biest verschluckt zu werden. Der Saal ist nicht sehr tief, und die beiden Ränge türmen sich nah an der kleinen Bühne übereinander. Rund 1600 Zuschauer passen in das Theater, aber wenn die richtig Lärm ma-

“Die Leute kommen genauso, um zu buhen wie um zu jubeln“.

C. P. Lacey

chen, wirkt es, als wären zehnmal so viele Menschen hier. Der Saal füllt sich schnell, nachdem um halb sieben die Türen geöffnet werden. Schon lange kommen nicht mehr nur die schwarzen Bewohner Harlems, sondern Besucher aus aller Welt ins Apollo – aber alle sind hier, um einen legendären Abend zu haben. Um 19 Uhr fangen die ersten im Publikum an, zur Playlist des Warm-up-DJs zu tanzen. Um Viertel nach sieben sitzt keiner mehr. Und dann um halb acht ist Showtime.

„Gebt ihnen eine faire Chance!“, ruft der Comedian Capone, der durch den

Abend führt, ins Publikum. Nach der Eröffnungsnummer der Hausband war zunächst die Kinderkonkurrenz an der Reihe, bei der nicht gebuhnt werden durfte. Jetzt stehen die erwachsenen Amateure auf dem Programm. „Behandelt sie wie Stars“, sagt Capone und fügt grinsend hinzu: „Bis sie uns zeigen, dass sie keine sind.“

Jamia ist die Erste. Gekleidet in ein weißes Gewand, betritt sie barfuß die Bühne und reibt an dem Holzstumpf, der am rechten Rand auf einem Podest steht. Der letzte Rest des Baums, der einst vor dem Lafayette Theatre wuchs – dem Vorgänger des Apollo – und bis heute ist es hier Aberglaube, dass jeder Künstler den Tree of Hope berühren muss. Dann streichelt Jamia ihrem Pianisten über die Schulter, und während der die ersten Tasten spielt und das Saxophon eine verträumte Melodie anhaucht, lässt sie ihre Arme wie Wellen durch die Luft fließen.

Man spürt, wie das Publikum auslotet, was es mit ihrer modernen Tanzeinlage anfangen soll. Applaudieren? Oder doch lieber ausbuhnen? Aber man spürt auch, wie Jamias Choreografie den Saal langsam in ihren Bann zieht. Als sie nach einer halben Minute einen Ausfallschritt macht und ihren Körper wie einen Bogen spannt, bekommt sie den ersten Applaus. Der ganze Saal atmet auf. Und während Jamia immer schneller über die Bühne wirbelt, bekommt sie immer mehr, bis die Musik verstummt und sie sich lachend vor einem tosenden Apollo verbeugt.

Zurück im Green Room lacht sie noch immer, kann gar nicht aufhören. „Ich

tanze immer ohne meine Brille, also kann ich nicht weit sehen. Aber ich konnte das Publikum fühlen. Und als ich meine Familie und Freunde hörte, dachte ich mir: Tanz einfach nur für sie.“ Kurz nach Jamia watschelt Kei auf die Bühne. Über seine Sneaker hat er sich die Plastikmasken zweier Pferdeköpfe gestülpt. Die eine schwarz, die andere braun. „Hey, ich bin Kei aus Japan, heute zeige ich euch ein Pferderennen!“, stellt er sich dem Publikum vor, dessen Muskeln sich spürbar zusammenziehen. „Welches wird schneller sein? Das schwarze oder das braune?“ Als Antwort kommt ein lautes „Buuuh!“ aus dem Saal. Erst eins, von hinten im Saal, dann immer mehr, von allen Seiten. Es ist grausam anzusehen. „Noch nicht! Noch nicht!“, ruft Kei, fuchelt wild mit den Armen und macht schließlich, so wie er geplant hatte, einen Handstand und lässt die Pferde um die Wette rennen, indem er seine Füße in der Luft vor und zurück bewegt. Aber es ist zu spät. Die Sirene heult auf, und James Brown schreitet auf die Bühne.

Dann passiert etwas Eigenartiges. Statt vor dem ‚Executioner‘ zu flüchten, fängt Kei an, selber zu tanzen, tanzt einfach mitten im Scheinwerferlicht vor C.P. Lacey, der ungläubig die Hände in die Hüfte stemmt, als wolle er sagen: „Ist der Typ zu fassen?“ Erst nach einem Moment hört der Japaner auf, verbeugt sich tief vor dem Apollo und geht von der Bühne.

Von den anderen Künstlern gibt es im Green Room für diesen Mut nichts als aufmunternde Worte, aber als Kei auf dem Bildschirm an der Wand, über den

ein Livestream der Bühne flimmert, zusehen muss, wie Moderator Capone sich vor Lachen krümmt, schüttelt er nur mit dem Kopf und zieht sich langsam die Pferdmasken von den Füßen. Er ist der Einzige, der an diesem Abend ausgebuht wird. Beim Finale der Show, wenn alle anderen zur Bewertung wieder auf die Bühne gehen, muss Kei allein unten im Green Room bleiben. Oben bittet Capone das Publikum derweil, noch einmal für jeden Künstler zu klatschen, um anhand der Lautstärke die Gewinner zu ermitteln.

Eine riesige Leinwand wird von der Decke gefahren. Bei Jamias Applaus klettert das darauf angezeigte Lärm-Barometer auf 81 von 100 Balken. Schon der Fußballer neben ihr bekommt ein paar Punkte mehr, aber immer noch nicht so viele wie der Sänger, der Otis Reddings „Try A Little Tenderness“ durch den Saal schmetterte. Erst bei 95 stoppt sein Barometer. Er und zwei weitere Sänger holen sich die ersten drei Plätze und haben die Chance, bei der nächsten Runde wieder anzutreten – und am Ende der 84. Spielzeit der „Amateur Night“ vielleicht 20 000 Dollar zu gewinnen.

Als dann um kurz nach 22 Uhr im Apollo die Lichter angehen, will keiner schon nach Hause. Eine Traube bildet sich vor dem Theater. Die Zuschauer tanzen auf dem Bürgersteig und machen Fotos mit den Künstlern, die aus einem Seiteneingang auf die Straße huschen. Eben waren sie noch Amateure, jetzt sind sie Stars, zumindest für eine Nacht. Auch Jamia ist umringt von Familie, Freunden und Bewunderern. Die Platzierung sei ihr vollkommen egal

gewesen, sagt sie. Gewinnen ist bei der „Amateur Night“ nur Nebensache.

Die Wahrheit ist: Siegen ist im Apollo ohnehin weniger wert als scheitern. Der Applaus hier macht einen vielleicht zum Star, aber das Ausbuhen – diese ohrenbetäubende, ungezügelte, so auf der Welt einmalige Ablehnung – lässt einen auf jeden Fall herausfinden, aus was man gemacht ist.

Kei ist nach der Show als einziger Künstler nirgendwo auf dem Bürgersteig zu finden. Er ist schon vorher klammheimlich verschwunden, gleich morgen geht sein Flieger nach Osaka. Zurück zum Reifenwechseln. Aber bevor er dem Green Room den Rücken zukehrte, konnte er schon wieder lachen. „Ich will es noch einmal versuchen“, sagte er entschlossen. „Ich werde zurückkommen.“ Und wenn der Japaner wirklich Wort hält, stehen seine Chancen vielleicht gar nicht so schlecht. Sie lieben ein gutes Comeback in Amerika.



Bild: privat

Kalle Harberg schildert seine Apollo-Begeisterung in „Harlems härteste Nacht“. Die Geschichte erschien im Oktober 2018 in Merian/New York und bringt dem Autor den Columbus-Nachwuchspreis ein.

VDRJ-COLUMBUS-JOURNALISTENPREISE 2018 IM ÜBERBLICK

Columbus-Autorenpreis 2018

Beste Reportage:

Björn Erik Sass „Frau Rieger, die Beatles und ich“ – „DIE ZEIT“

Beste journalistische Leistung:

Ronja von Rönne und Tilman Rammstedt „Eine Frage der Bindung“ – „DIE ZEIT“

Der Nachwuchspreis für junge Autoren bis 30

Moritz Herrmann: „Der andere Elchtest“ - „DIE ZEIT“

Kalle Harberg: „Harlems härteste Nacht“ – Merian-Magazin „New York“

Jury 2018

Barbara Liepert, FAZ/FAS

Merten Worthmann, DIE ZEIT

Alicia Kern, Gebeco-Reisen

Antje Blinda, Spiegel-Online

Philipp Laage, dpa

Wolfgang Stelljes, Freier Journalist

Hansjörg Falz, Merian

Johannes Klaus, Reisedepeschen

Dr. Heidrun Braun, Freie Journalistin

Mona Contzen, Freie Journalistin, Geschäftsführerin Autorenpreis / VDRJ

Der Columbus-Autorenpreis wurde unterstützt von Gebeco-Reisen und von Eurowings

Columbus-Radiopreis 2018

Gold –

Bestes Radiostück des Jahres:

Christian Schmitt: „Oh wie nah ist Panama“ – Westdeutscher Rundfunk, WDR5 – KiRaKa

Silber – Sprache und Sprachspiel

Mechtild Müser: „Flussfahrt auf dem Rio Negro“ – Bayerischer Rundfunk BR2 – Radioreisen

Silber – Information

Thomas Becker: „Tren Ecuador“ – Norddeutscher Rundfunk NDR-Info-Zwischen Hamburg und Haiti

Silber – Kino im Kopf

Brigitte Kramer: „Wermut“ – Bayerischer Rundfunk BR2-Radioreisen

Jury 2018

Bettina Schmieding, Deutschlandfunk

Sabine Loepnick, rbb / VDRJ

Daniela Wiesler-Schnalke, Deutsche Welle

Marc Schmidt, hr

Rüdiger Edelmann, deutscherreiseradio.com / Geschäftsführer Radiopreis / VDRJ

Der Columbus-Radiopreis wurde unterstützt von Turismo de Tenerife

Columbus-Filmpreis 2018

Gold –

Bester Reisefilm des Jahres

Lars Böhnke: „Kamtschatka“

Silber – Beste Regie

André Goerschel: „Schmidt Max wandert von den Alpen zum Meer“ – Bayerisches Fernsehen (Schnitt: Ines Seiter, Autor und Redaktion: Herbert Stiglmaier)

Silber – Information und Ethik

Lisa Jandi, Franziska Wielandt und Matthias Ebel: „Sommer, Sonne Urlaubsglück?“ – ZDF (Kamera: Nikolai Trawinski, Andreas Nebeling und Philipp Lückert, Redaktion: Nicolai Piechotta)

Jury 2018

Nikolai von Graevenitz (Kameramann)

Carsten Heider (Regisseur)

Till Bartels (stern.de)

Richard Hofer (WDR / VDRJ)

Thomas Radler (Autor, Regisseur & Produzent, Geschäftsführer Filmpreis / VDRJ)

Der Columbus-Filmpreis wurde unterstützt von Lindner Hotels.

Unsere Sponsoren



Vertrauen in die Autoren

Zwei junge Journalisten teilen sich den Nachwuchspreis

Die Fälschungen von Spiegel-Reporter Claas Relotius haben auch die Jury der Columbus-Autorenpreise 2018 umgetrieben. Am Ende können trotzdem nicht nur die harten Fakten zählen.

An welchen Stellen müssen wir genauer hinschauen, wo wurde übertrieben, vielleicht sogar ein Detail hinzugedichtet? Der „Fall Relotius“, ein Spiegel-Reporter, der mit gefälschten Reportagen sogar Journalistenpreise gewonnen hat, hat einmal mehr an der Glaubwürdigkeit des Journalismus gekratzt und sich auch auf die Diskussionen zur Vergabe der VDRJ Columbus-Autorenpreise 2018 ausgewirkt.

Klar ist: Zum journalistischen Handwerk gehört nicht nur der sprachlich gute Stil, sondern eben auch die korrekte Recherche, die Verpflichtung zur Wahrheit. Wichtig ist aber auch, den Autoren einen gewissen Vertrauensvorschuss zu geben, originelle Beobachtungen und tolle Bilder nicht gleich unter Generalverdacht zu stellen. Gerade im Reisejournalismus, wo die Details, die eine Geschichte meist erst lesenswert machen, oft schwer nachprüfbar sind. Die Jury hat in diesem Jahr über viele Kleinigkeiten leidenschaftlich diskutiert

– und sich trotz oder vielleicht sogar wegen Claas Relotius dafür entschieden, Texte auszuzeichnen, die nicht nur mit harten Fakten, sondern vor allem mit ihrer Sprache, ihrem Humor und ihrer Originalität überzeugten.

Sieger der Kategorie Beste Reportage ist Björn Erik Sass, der in „Frau Rieger, die Beatles und ich“ nach Indien reist, um im Ashram seinen Frieden mit der Band zu schließen. Gleich zu Beginn gibt der *Zeit*-Autor zu: „Wenige Bands sind mir je so auf die Nerven gegangen wie die Beatles.“ Schuld sind seine

Die Texte überzeugen mit Sprache und Originalität

Mutter, die peinlich tanzte, und seine Englischlehrerin, die im Unterricht auf Song-Interpretationen setzte. Doch seine offene Herangehensweise an das Thema führt zu einem Ergebnis, das der Freiberufler so nicht erwartet hat: Statt der Ehrfurcht vor der angeblich wichtigsten Band aller Zeiten, begegnet ihm in Rishikesh Gelassenheit. „Erklärte ich Indern, warum genau ich dort war, sagten sie ‚Yes, the Beatles‘ und sie strahlten und nickten dabei so eupho-

risch, dass klar wurde, wie vollkommen egal ihnen die Band war.“ So wird sein Streifzug durch den Ort, an dem die Beatles vor 50 Jahren meditierten, zu „einem der ehrlichsten Indien-Reiseberichte, die ich bis jetzt gelesen habe“, lobt Jury-Mitglied Alicia Kern. Die „klare, direkte Sprache“ (Wolfgang Stelljes) wirkt nicht nur entwaffnend ehrlich, sie entführt den Leser auch ohne Umschweife an den Ort des Geschehens. „Ein Blinder könnte diesen Text lesen und sich Rishikesh ganz ohne Fotos genau vorstellen“, so Jurorin Dr. Heidrun Braun.

Der Preis für die beste journalistische Leistung geht an Ronja von Rönne und Tilman Rammstedt, die für die *Die Zeit* mit ihrem Selbstversuch „Eine Frage der Bindung“ gleich ihre Beziehung auf die Probe gestellt haben. In einer schwierigen „Duoleistung“ (Merten Worthmann) berichten die Autoren abwechselnd von ihren Gedanken und Gefühlen während eines gemeinsamen Skiurlaubs – sie als passionierte Skifahrerin, er als blutiger Anfänger. Natürlich scheitert das Experiment: „Weil auch im Leben das Bremsen schwierig ist, saust man meistens geradewegs am Happy End vorbei.“ Mit seinem „feinen, subtilen Humor“, den Juror Johannes



VIEL LESESTOFF

Die Jury (im Bild nur der männliche Part) hatte zu tun beim Printpreis, aber sie war sich schnell einig, dass es diesmal zwei Nachwuchspreise gibt.

Klaus hervorhebt, gelingt es dem Paar aber die alljährlich wiederkehrende Berichterstattung über den Skiurlaub auf eine neue Ebene zu hieven und „aus einem Thema etwas herauszuholen, das sonst nicht viel hergibt“ (Philipp Laage). „Endlich mal eine originelle Skigeschichte, inspirierend und unterhaltsam“, fasst Hansjörg Falz das Jury-Urteil zusammen.

Der Nachwuchspreis für junge Autoren bis 30 Jahre war dieses Mal heiß umkämpft – in der engen Auswahl zwei Texte, die unterschiedlicher kaum sein

könnten. Die Jury hat deshalb eine ungewöhnliche Entscheidung getroffen: Den Nachwuchspreis teilen sich in diesem Jahr Moritz Herrmann (30) und Kalle Harberg (30). „Der andere Elchtest“ ist in der *Zeit* erschienen und erzählt in einem „ganz eigenwilligen, selbstreflexiven Stil“ (Wolfgang Stelljes) von Moritz Herrmann, dem gestressten Großstädter und freien Journalisten, der für drei Tage in ein Glashaus in Schweden zieht und von der Natur so überwältigt wird, dass er am Ende sogar den Tod einer Fliege beweint – „ein sprachlich

brillanter Text, der fast schon ins Satirische geht“ (Mona Contzen).

Merian-Redakteur Kalle Harberg dagegen schaut mit „Harlems härteste Nacht“ hinter die Kulissen des legendären Apollo Theaters in New York und wählt damit einen ganz eigenwilligen Zugang zu der Stadt, in der es jeder schaffen will. „Eine Reportage aus einer anderen Welt, die mehr vermittelt als reine Selbstbezüge“, lobt Jurorin Antje Blinda den Beitrag aus dem *Merian* Magazin New York.

Mona Contzen

Immer gut für eine Überraschung

Der Columbus-Radiopreis mit großem Themenspektrum

Die Landschaft der Töne wandelt sich dank der Öffnung des Preises. Konnten bis vor einigen Jahren nur Redaktionen einreichen, so ist der Wettbewerb jetzt auch offen für Autoren und Autorinnen. Diese Botschaft ist angekommen, denn der Jahrgang 2018 enthält doppelt so viele Autoreneinreichungen wie redaktionelle Anmeldungen. Warum die Zahl der einreichenden Redaktionen zurückgegangen ist, wissen wir leider nicht.

Beherrschten bis dato klassische Reisedredaktionen das Feld, so stehen wir diesmal vor unterschiedlichsten Quellen – von Literatur bis Politik. Autoren, die nicht für klassische Reisesendungen produzieren, haben den Weg in den Wettbewerb gefunden. Wir werden bekannter. Positiv zu bewerten ist die Tatsache, dass zum ersten Mal auch vier Podcasts eingereicht wurden.

Spannend ist das Themenspektrum des Jahrgangs 2018. Fernreisen spielen eine größere Rolle als je zuvor. Allein sechs Beiträge haben Ziele in Lateinamerika zum Thema. Deutschland taucht nur zweimal auf. Wenn man dies mit der Reisezielanalyse des deutschen Markts vergleicht, stellt sich die Frage, ob Autoren wie Redaktionen am Publikum

vorbei produzieren. Dieses Phänomen hat sicher auch mit der immer kleiner werdenden Zahl von Reisemagazinen zu tun, die ihre Themen serviceorientierter auswählen.

Die Anzahl der langen Beiträge wächst von Jahr zu Jahr. Das kürzeste Stück im Wettbewerb 2018 war immerhin neun Minuten lang. Ein guter Kurzbeitrag hätte eine echte Chance auf Auszeichnung gehabt.

Es gibt allerdings auch Konstanten, etwa das große Qualitätsgefälle. Zwei Drittel der eingereichten 27 Beiträge schieden nach der Wertung der Vorjury ohne weitere Diskussion aus. Leider gehörten auch die Podcasts dazu.

Eine satte Überraschung ist der Goldene Columbus, das beste Radiostück des Jahres. „Oh wie nah ist Panama“ von Christian Schmitt wurde eingereicht von „KiRaKa“, der Kindersendung von WDR5. Der Ausgangspunkt ist Janoschs Kinderbuchklassiker vom kleinen Bären und vom kleinen Tiger. Was folgt, ist ein großartiger Reisebericht, der das Land, den Panamakanal und die Menschen vorstellt. Die Sprache ist kindgerecht, aber nicht anbiedernd. Erwachsene bleiben ebenfalls gespannt am Thema dran. Es stellen sich Fragen für alle Generationen: Kann man Glück

kaufen? Warum träumen wir von Panama, während der Losverkäufer dort von Europa und Deutschland träumt? Beim Inselausflug zum Volk der Kuna-Indianer trifft Christian Schmitt Kinder, die im tropischen Paradies lebend, davon träumen, einen Schneemann zu bauen und wissen möchten, wie die deutsche Sprache klingt. Die Feststellung, dass das Paradies überall dort ist, wo man eine schöne Zeit haben kann, trifft die Erfahrungswelt von Kindern wie Erwachsenen. Es geht ums Reisen, um Neugier auf Unbekanntes und darum, über den Tellerrand zu schauen – und sei es, um in Erfahrung zu bringen, dass Bananen in Panama kleiner sind als bei uns, sich aber zu schmackhafter Marmelade verarbeiten lassen. So macht man Lust aufs Reisen. Christian Schmitt produziert großes Hörkino.

Der Silberne Columbus von Mechtild Müser über eine Flussfahrt auf „Rio Negro und Rio Branco“ im Amazonasgebiet glänzt durch die Sprachbilder der Autorin. Die Reise auf dem Rio Negro wird zum stimmungsvollen Reiseerlebnis. Das Sprachkunstwerk ist eine Produktion der „BR2-Radioreisen“.

Die „Radioreisen“-Redaktion ist auch verantwortlich für den Silbernen Columbus für „Stimmung“, das berühmte



STRAHLENDE SIEGER

im Uhrzeigersinn: Christian Schmitt, Brigitte Kramer, Mechthild Müser und Thomas Becker. Bilder: WDR, Corinna Cramer, privat

Kino im Kopf. Autorin Brigitte Kramer entführt uns nach Spanien und in die Welt des Wermuts. Seine Wiedergeburt als Modegetränk ist typisch spanisch. Die historisch-kulturellen Zusammenhänge sind international. Das hört man der Montage aus spanischen Originaltönen, amerikanischem Swing und genüsslichen Beschreibungen an.

Einen Silbernen Columbus für Information gab es schon lange nicht mehr. Das Feature über eine Reise mit dem „Tren Ecuador“ liefert aber genau das. Thomas Becker macht eine akustische Reise über diese legendäre Zugstrecke. Entlang der Route von Guayaquil über Rio Bamba bis nach Quito beschreibt er das Land, die Probleme, die Schön-

heiten und die Menschen Ecuadors. Die scheinbare Beiläufigkeit, mit der das geschieht, kann wohl nur ein Journalist leisten, der dort lebt. Dieses Feature wurde eingereicht von NDR-Info und der wohl ältesten deutschen Reisesendung „Zwischen Hamburg und Haiti“.

Rüdiger Edelmann

Wann ist ein Film ein Film?

Große Erwartungen beim Columbus-Filmpreis – und eine Überraschung

Voll bepackt geht es nach Berlin zur Jurysitzung. Mehr als 50 Einreichungen sind in den letzten Monaten bei mir in der Produktion eingetrudelt, so viele wie noch nie in den letzten Jahren. Das Wetter passt auch: Der übliche graue Januarhimmel über Berlin, unser Sichtungsraum im Lindner-Hotel am Kudamm muss nicht extra verdunkelt werden, ideale Bedingungen um Filme zu schauen.

Gut ausgeschlafen geht es pünktlich um halb zehn los. Eine gute Stunde später macht sich leichte Ratlosigkeit breit. Von den ersten acht Filmen haben wir uns die obligatorischen ersten zehn Minuten angesehen, keiner schafft es in die nächste Runde. Ohne große Diskussionen, wir sind uns alle schnell einig, dass keiner der Filme Ausichten auf einen Preis hätte.

Liegt es vielleicht an uns? Nach den großartigen Produktionen aus den letzten Jahren sind die Erwartungen naturgemäß hoch. Kaffeepause, die nächsten Filme – und Erleichterung macht sich breit. Auch 2018 hat einiges zu bieten. Den Anfang macht ein alter Bekannter des Columbus-Filmpreises: Schmidt Max ist wieder einmal mit seinem Team vom *Bayerischen Rundfunk*

unterwegs, dieses Mal auf dem Alpe-Adria-Trail vom Gebirge ans Mittelmeer. Tolle Landschaftspanoramen, ein charmanter Host und viele scheinbar en passant eingefangene Begegnungen am Wegesrand, davon wollen wir morgen in der Endauswahl mehr sehen.

Einen ganz anderen Zugang haben Lisa Jandi, Franziska Wieland und Matthias Ebel. Für Ihre ZDF-Produktion „Sommer, Sonne Urlaubsglück?“ haben sie sich in ausgewählten touristischen Hotspots umgeschaut, wo der Massentourismus mittlerweile vom Segen zum Fluch

Atemberaubende Bilder und ein poetischer Text

geworden ist. In Thailand und Amsterdam genauso wie in einem einst verschlafenen Bergdorf in den Alpen, das heute von asiatischen Touristen nur so wimmelt. Ein wichtiges Thema, das uns mit hoher Wahrscheinlichkeit in den kommenden Jahren noch intensiver beschäftigen wird. Auch hier wollten wir mehr erfahren, der nächste Platz für die Endrunde ist gebucht.

Und es gesellen sich weitere Kandidaten hinzu: „Mythos Gotthard - Pass

der Pioniere“, eine 90-minütige *Arte*-Produktion mit großartigen Landschafts-Tableaus und elegant eingewobenem Archiv-Material. „7 Tage unter Pilgern“, der radikal subjektive Erfahrungsbericht einer jungen *SWR*-Filmmacherin vom oft bereisten Jakobsweg. „Ein Jahr auf Kihnu“ überzeugt mit guten Geschichten, einer unaufdringlichen Kamera und dem aufwändigen Ansatz, seine Geschichte einer entlegenen Insel in Estland stimmungsvoll über ein Jahr verteilt zu erzählen. Dazwischen wieder viel Leerlauf, zum Abschluss des Tages aber verblüfft uns dann ein absolut außergewöhnlicher Film: „Kamtschatka“ ist vier Minuten kurz. Vier Minuten, nach denen wir wie gebannt auf den Bildschirm starren.

Was war das denn? Unglaubliche Bilder, intensive Nahaufnahmen von Menschen (und Bären!), atemberaubende Totale aus der Luft und auf der Tonspur ein russischer Text (mit deutschen Untertiteln) wie ein Gedicht. Gemacht von Lars Böhnke, einem jungen Filmemacher, der den Film ganz allein realisiert hat, was die ganze Sache noch beeindruckender macht.

Um 19.30 Uhr ist die erste Sichtungsrunde beendet, Sonntag geht es dann mit der Endauswahl weiter. Jetzt schau-



DIE JURY UND DER SIEGER

Lars Böhnke überraschte die Jury um Thomas Radler mit einem großen Kurzfilm. .



en wir von allen in die zweite Runde gekommenen Filmen die jeweils letzten zehn Minuten. Bei „Kamtschatka“ ist das bei einer Filmlänge von lediglich vier Minuten nicht notwendig.

Eine Frage treibt uns um: Ist „Kamtschatka“ ein vollwertiger Film oder nur ein Trailer? Filmemacher Böhnke hat auch eine zweite zwölfminütige Fassung eingereicht, die ebenfalls sehr gelungen ist, aber nicht ganz so zu überzeugen weiß wie die ungleich intensivere Kurzfassung seiner Produktion. Wir stellen die Frage zurück.

Vielen Filmen geht im Verlauf der Erzählung die Luft aus, sie verlieren an Rhythmus und erzählerischer Dichte. Nicht so Schmidt Max. Seine Reise auf dem Alpe-Adria-Trail war für die Jury ein in zwei Teilen erzählter Reisefilm wie aus einem Guss, liebevoll, klug und von André Görschel (Regie), Ines Seiter (Schnitt) und Herbert Stiglmaier (Autor und Redaktion) mit extrem viel Liebe

zum Detail und viel Humor gestaltet. Es ist bewundernswert, wie es dem Team um Herbert Stiglmaier seit Jahren gelingt, auf gleichbleibend hohem Niveau zu produzieren. Für „Schmidt Max wandert von den Alpen zum Meer“ gab es den silbernen Columbus für die beste Regieleistung des Jahres.

Ebenso überzeugend über seine gesamten 45 Minuten der kritische Blick auf die Kehrseiten des Massentourismus von Lisa Jandi, Franziska Wielandt und Matthias Ebel. „Sommer, Sonne Urlaubsglück?“ (Kamera: Nikolai Trawinski, Andreas Nebeling und Philipp Lückert, Redaktion: Nicolai Piechota) stellt die richtigen Fragen, verwebt die verschiedenen Schauplätze und Problemstellungen in gut gedrehten Bildern zu einer dicht erzählten Geschichte. Und der Film malt nicht nur ein düsteres Bild, er skizziert auch erste Lösungsansätze. Dafür gab es den silbernen Columbus In der Kategorie Info/Ethik.

Und dann noch einmal nach Kamtschatka. Wann ist ein Film ein Film? Spielt es eine Rolle ob er vier, 45 oder 90 Minuten lang ist? Ganz bewusst haben wir vor einigen Jahren die Unterscheidung in Kurz- und Langformate beim Columbus-Filmpreis abgeschafft, warum also jetzt zweifeln?

Lars Böhnkes Film zieht uns auch beim zweiten Mal wieder in seinen Bann. Sogar noch mehr als bei der ersten Sichtung. Atemberaubende Bilder, eine dynamische Montage und der poetische Text entfalten einen außergewöhnlichen Zauber, der uns alle in der Jury nachhaltig beeindruckt.

Wir sind und einzig: Das ist unser Gewinner des Hauptpreises. Einen Vorteil hat die ungewöhnliche Länge des Siegerfilms: Wir werden ihn alle gemeinsam in voller Länge bei der Verleihung der Columbus-Preise auf der ITB bewundern können.

Thomas Radler

Nach der Krise ist vor der Krise

Zwischen Schneechaos, Wirbelstürmen und politischen Unruhen

Für die Reisebranche war 2018 kein ganz einfaches Jahr, und das lag vor allem an den Launen der Natur: Die schlimmsten Waldbrände in der Geschichte Kaliforniens, der Dürresommer in Deutschland, Überschwemmungen in Südeuropa, Hurrikans und Taifune, Vulkanausbrüche... Und das Neue Jahr begann gleich mit dem Schneechaos in den Alpen. Da ist Krisenmanagement gefragt und darum ging es auch beim Round Table in der FTI-Zentrale in München.

Gleich zu Beginn erklärte FTI-Geschäftsführer Ralph Schiller, dass sich das Thema Krisenmanagement „drastisch“ verändert habe. „Wir müssen wesentlich schneller, wesentlich flexibler reagieren – auch weil das Web Krisen sofort in die Öffentlichkeit bringt“, erklärt Schiller, seit Ende des Jahres auch neuer Vorstand im Deutschen Reiseverband (DRV). Gutes Krisenmanagement sieht er als „wesentliches Argument für die Buchung von Veranstalterreisen“.

Dem kann DRV-Präsident Norbert Fiebig nur zustimmen: „Das Thema Sicherheit hat viel höhere Aufmerksamkeit in den Köpfen unserer Kunden.“ Dem müsse man Rechnung tragen. Im DRV-Ausschuss für Krisen- und Sicherheits-

management arbeiteten denn auch die Veranstalter eng zusammen. „Es hat keinen Zweck, dass jeder sein eigenes Süppchen kocht“, argumentiert Fiebig. Der DRV sehe ich als „Verbindungsoffizier“ zum Auswärtigen Amt, um für die Kunden der Reiseveranstalter ein Höchstmaß an Sicherheit zu gewährleisten. Wichtigen Input für die nötige Risikoanalyse und die Koordination der Nothilfe-Maßnahmen liefere das vom Branchenverband gemeinsam mit dem IT-Unternehmen A3M entwickelte Global Monitoring System. So könnten die Kunden von Reiseveranstaltern schnellstmöglich per SMS informiert werden und sich auf persönliche Ansprechpartner vor Ort verlassen. „Das bietet die Pauschalreise“, betont Fiebig. „Das ist unsere Stärke.“

Über 7000 Ereignisse, die sich zur Krise auswachsen könnten, hat A3M im Vorjahr registriert und dabei festgestellt, dass die Zahl der Ereignisse mit terroristischem Hintergrund eher zurückging, während sich die Naturkatastrophen häuften, so A3M-Generalmanager Marcel Brandt. In der Kategorie Terror zählte das Unternehmen 1030 Ereignisse, im Vorjahr waren es noch 1.237. Auch die Anzahl bewaffneter Konflikte und Krisen sei leicht gesunken. Dagegen habe

die Erde 1071 Mal gebebt – 881 Mal geschah das 2017. Auch die Zahl der tropischen Wirbelstürme sei deutlich angestiegen.

Für A3M-Geschäftsführer Tom Dillon ist Krisenmanagement nichts weniger als „Brand Value“, also ein Wert für die Marke. „Wir können Krisen nicht verhindern“, räumt Dillon ein, „aber wir können den Veranstaltern helfen, damit professionell umzugehen.“ Und dabei dürfe es kein Klassensystem geben. Wichtig sei deshalb ein eigenes Kompetenz-Center für kleinere und mittlere Veranstalter, damit auch sie über den gleichen Technologie-Standard verfügen und ihre Kunden mit gleichlautender Kommunikation erreichen könnten. „Wir sind die Augen und Ohren der Veranstalter“, so Dillon. Weil seiner Meinung nach Krisenmanagement und Reklamation in eine Hand gehören, wolle A3M zur ITB ein eigenes Reklamationssystem vor allem für die kleineren Veranstalter vorstellen.

Die anwesenden Krisenmanager der Reiseveranstalter zeigen sich allesamt von den Vorteilen einer Zusammenarbeit mit A3M überzeugt. „Wir gewinnen Geschwindigkeit“, urteilt Ulrich Heuer, Leiter des Krisenstabs beim Marktführer TUI. A3M sei eine Ergänzung aber kein

Ersatz, denn „die menschliche Nähe ist vor allem in der Krise durch nichts zu ersetzen“. Ähnlich sieht das auch Studiosus-Sicherheitsmanager Edwin Doldi: „Wir brauchen ein Krisen- und Sicherheitsmanagement aus einem Guss.“ Genauso wichtig allerdings seien die Reiseleiter vor Ort, schließlich seien Studienreisende „besonders sensible Kunden“. Der Münchner Studienreiseveranstalter filtere auch die Krisennachrichten von A3M. Doldi: „Aus 7000 wurden 375, die für uns relevant waren.“ Neben den Naturkatastrophen infolge der globalen Erwärmung wie den Waldbränden in Schweden war das laut Marko Jacobowski, Leiter des Krisenstabs bei Thomas Cook, „die Disruption im Flugverkehr“ durch Airline-Pleiten und Streiks: „Ein komplettes Desaster“. Da sei die Zusammenarbeit mit den Flughäfen und Airlines hilfreich, assistiert Gerhard Draxler, Leiter des Krisenstabs der FTI Group. Seiner Ansicht nach ist bei großen Krisen die persön-

Zur Sache: A3M

Das Unternehmen mit Sitz in Tübingen und Hamburg entwickelt und betreibt Fühwarn-, Informations- und Kommunikationssysteme für ein professionelles Krisenmanagement. Das webbasierte Global Monitoring-Tool versorgt die Veranstalter mit Informationen über Streiks, Terroranschläge, bewaffnete Konflikte und Naturkatastrophen. Im Rahmen einer Brancheninitiative mit dem DRV hat A3M das Informationstool SMS Assist entwickelt, das Veranstalterkunden in den betroffenen Regionen informiert und gegebenenfalls warnt, wenn ein bedrohliches Ereignis eintritt – vorausgesetzt, der Kunde hat seine Handynummer zur Verfügung gestellt. Bei Reisenden wurde A3M durch das Tsunami-Frühwarnsystem via SMS bekannt, das infolge der Flutkatastrophe 2004 ins Leben gerufen wurde. Seit Kurzem bietet A3M die App „Global Monitoring“ für iPhone und Android an.

liche Ansprache vor Ort durch eigens geschulte Mitarbeiter eine nicht zu unterschätzende Leistung der Reiseveranstalter ebenso wie das persönliche Telefongespräch im Notfall. Möglich sei das nur, wenn Kollegen rund um die Uhr zur Verfügung stünden. In diesem Zusammenhang verweist Melanie Gerhard, Director Crisis Management & Operation DER Touristik und Vorsitzende im DRV-Ausschuss Krisen- und Sicherheitsmanagement, auf die „Helpteam-Ausbildung“ des DRV. Außerdem stelle der Branchenverband einen Krisenleitfaden mit Abwicklungs-Checklisten für Mittelständler zur Ver-

fügung und unterstütze A3M bei dem geplanten Reklamations-Tool. Das eigene Krisenmanagement der Veranstalter werde durch A3M nicht überflüssig, stellt Gerhard klar: „Wir bringen das Ganze auf einen Nenner, damit die Branche mit einer Stimme spricht.“ Aber jeder Veranstalter müsse seine eigene Analyse machen oder seine eigene Art der Ansprache finden. Wichtig sei, dass die Branche im Krisenfall zusammenhalte. „In der Krise sind wir keine Konkurrenten,“ stellt Thomas-Cook-Mann Jacobowski klar.

Lilo Solcher



Bei allen Fragen rund um die FTI GROUP hilft Ihnen das Team der Unternehmenskommunikation gern weiter:



Angela Winter
Leiterin Unternehmenskommunikation



Susanne Wohlgemuth
Pressereferentin



Petra Möhle
Pressereferentin



Bettina Knauer
Pressereferentin



Julia Wüst
Pressereferentin



Cristina Krenzer
Pressereferentin



Steffen Wulf
Pressereferent

FTI GROUP • Unternehmenskommunikation • Landsberger Straße 88 • 80339 München
Tel.: 089 2525-6190 • Fax: 089 2525-6191 • E-Mail: presse@fti.de • Internet: www.fti.de

Steinzeit von *morgen*

Wohin geht die Reise im digitalen Zeitalter?

Der Spiegel hat sich kürzlich mit Künstlicher Intelligenz befasst – und damit, wie sie unsere Welt verändern wird. Auch die Reisewelt verändert sich derzeit im Eiltempo. Bei den Ammerländer Gesprächen diskutierten die Teilnehmer – Veranstalter, Plattform-Betreiber, Journalisten und Wissenschaftler – wie digitale Plattformen das Reiseverhalten schon jetzt beeinflussen.

Schon heute, warnt eine Expertin, bestehe die Gefahr, sich in der Komplexität der Algorithmen zu verlieren. Der Selfie-Kult führe zu einer Inszenierungsgesellschaft und die notwendige Transparenz, die Verbraucher zu Recht forderten, gehe verloren. Die Reiseanbieter lieferten sich Aufmerksamkeits-Wettkämpfe im Netz – auch mit Bewertungen. Wobei da „sehr große Unterschiede“ bestünden. Allerdings sei das „System Bewertungen fast schon ausgereizt“. Auch die Reiseindustrie stehe deshalb vor neuen Herausforderungen wie etwa der Künstlichen Intelligenz.

„Der Internet-Hurrikan hat alles durcheinander gewirbelt“, stimmt ein Veranstalter zu. Trotzdem ist er der Ansicht, dass Reisebüros ihre Berechtigung ha-

ben – heute mehr denn je. Schließlich böten sie auch Hilfe bei bisher vernachlässigten Regionen und könnten ihre Kunden für das Thema Nachhaltigkeit sensibilisieren. Wichtig sei eine Vernetzung zwischen online und offline. Denn 90 Prozent der Kunden informierten sich im Netz, ehe sie ins Reisebüro gingen, das dann als „Navigator“ agiert. Dass das gerne angenommen werde, zeige die wachsende Zahl jun-

“Der Verbraucher sollte vertrauen können und auch wissen, woran er ist.“

ger Kunden, die angesichts der Fülle der Informationen im Netz resignierten und Hilfe im Reisebüro suchten. Diese „Concierge-Kümmerer-Funktion“ sei immens wichtig und bisher noch von keiner Maschine zu bewältigen.

Den „riesigen Fundus an Menschen, die über ihre Erfahrungen sprechen“, hebt der Mitarbeiter einer Bewertungs-Plattform dagegen hervor. Hier könne jeder die „ungeschminkte Wahrheit“ sagen,

„frei Schnauze“ gegen Anbieter gesteuerte Informationen, wie man sie auch im Reisebüro bekomme. Nun gehe es darum, aus der Masse an Meinungen herauszufinden, was der Einzelne brauche. Da sieht der Verbraucherschutz den Pferdefuß. Schließlich gebe es jede Menge gefakter Bewertungen, und nicht alle Plattformen wehrten sich mit gleichem Engagement dagegen. Wünschenswert wären deshalb gleiche Standards, um mehr Transparenz zu erreichen. Zwar sähen viele die Online-Portale als schnellen Weg zu vielen Informationen. Aber oft sei die Auswahl intransparent, und dem Verbraucher sei das Geschäftsmodell Online-Portal nicht klar.

„Wenn dann etwas nicht klappt, weiß er nicht, wohin er sich wenden kann.“ Hier gebe es Nachbesserungsbedarf, denn „der Verbraucher sollte vertrauen können und wissen, woran er ist“. Leicht ist das wohl nicht immer. Das zeigen die steigenden Zahlen von Beschwerden bei den Verbraucherschützern.

Trotz mancher berechtigter Kritik wollen die Online-Veranstalter und Bewertungs-Plattformen weiter aufrüsten. „Wir erziehen gerade eine Gesellschaft, die auf das eigene Wohl und den eigenen Komfort achtet,“ gibt ein Online-

Experte zu bedenken: „Wer dem nicht gerecht wird, fällt schnell aus dem Netz.“ Und im Netz gehe die Entwicklung rasant voran. Was bisher reine Fingerübung war – Offline-Informationen für online umzuwandeln – werde künftig zur existentiellen Herausforderung. Beim Thema Künstliche Intelligenz etwa wollen die Chinesen 2020 die Nummer 1 sein. Darauf, so ein Experte, „haben wir keine Antwort, auch die Po-

litik nicht“. Noch sei die Reisewelt nicht gesteuert – höchstens von den Medien. Das könnte sich in Zukunft ändern. Auf die Frage, wer dann entscheidet, wohin man noch reist, wussten die Teilnehmer keine Antwort. Auch nicht auf die Frage, ob KI den Menschen entmündige. Tatsache sei, dass schon heute das Internet auch beim Service punkte: „Alexa oder Siri sind nie schlecht ge- launt und wissen jetzt schon vieles

besser als menschliche Mitarbeiter im Reisebüro.“ Und: „Vor einem digitalen Laden gibt es keine Schlangen.“ Ein mit der Materie bestens vertrauter Touristiker sieht das so: „Heute ist die Steinzeit von morgen.“ Allerdings reiche unsere Vorstellungskraft nicht mehr aus, um zu beurteilen, wohin die Reise gehe.

Lilo Solcher



Allgäu

Entdecken Sie was dahinter steckt.

Sie sind eingeladen auf Entdeckungstour durch die Geschichten des Allgäus.

Sie haben Interesse?
Wir unterstützen Sie gerne.
Fordern Sie unser Recherchehandbuch an:
Simone Zehnpfennig
Allgäu GmbH
Tel.: +49 (0) 831 / 5753737
zehnpfennig@allgaeu.de
www.allgaeustaedte.de

Gereist wird vor allem im Traum

Wie die Welt in 30 Jahren aussehen könnte

Die Welt ist im Wandel, der digitale Fortschritt kaum mehr aufzuhalten. Die Auswirkungen werden schon heute mit denen der industriellen Revolution verglichen. Michael Buller hat sich Gedanken darüber gemacht, wie das Leben im Jahr 2059 aussehen könnte.

Heute ist der 30.11.2059 und ich soll Ihnen etwas über das Reisen erzählen. Ich bin nun weit über 80, die Welt um mich hat sich doch ziemlich verändert. Um zum Thema zu kommen, muss ich ein bisschen ausholen (sorry, so sind wir Alten halt).

Da ich ein richtiger Nostalgiker bin, sieht es in meiner Wohnung – im Gegensatz zu den Nachbarn – fast wie in einem Museum aus. Denn das meiste, was ich hier am Laufen habe, braucht noch eine Steckdose, und Steckdosen gibt's eigentlich nicht mehr. Alles läuft über raffinierte Induktion, die überall funktioniert.

Gebaut wird heute komplett anders als früher, als man sich ein bisschen am Fertigbau orientierte. Die Alten unter uns kennen sogar noch Plattenbau aus der DDR. Eine Mischung aus beidem ist heute Standard. Die Welt hat mehr als zehn Milliarden Menschen, da musste

man sich einiges einfallen lassen, und das nicht nur beim Wohnraum. So etwas wie Einfamilienhäuser gibt es nicht mehr. Alle Menschen haben etwa den gleichen Platz, und die Wohnungen sehen eher aus wie Container, sind aber technisch ausgefeilt.

Im Falle eines Umzugs nimmt man seine Wohneinheit einfach mit. Sie ist sogar recycelbar – wie alles andere auch. Jedes Stück kann in seine Bestandteile zerlegt werden und wieder etwas Neues werden. Das Grundprinzip unserer Gesellschaft ist, alles was

Leider kann man das Altern nur aufhalten

verbraucht wird, muss auch wieder zurückfließen. Anders wäre auch der Bedarf für die Milliarden von Menschen nicht zu decken.

Ach Autofahren! Ja, das waren noch Zeiten! Manchmal gehe ich ins Museum, besichtige meine Autos – sie wurden Gott sei Dank nicht recycelt – und träume davon, nochmal damit zu fahren. Das wäre heute nicht möglich denn Öl oder Benzin gibt es nicht mehr, auch der Verkehr ist komplett au-

tomatisiert. Man würde also mit einem nicht-autonom fahrendem Auto ein ziemliches Chaos anrichten. Aber allzu viele Autos gibt es ohnehin nicht mehr. Denn eigentlich bewegen wir uns unter der Erde, in Röhren, die ein Elon Musk mal erfunden hat. Sie gehen auch von jedem Ort oder Haus los, selbst der Bau geschieht vollkommen automatisiert durch Roboter.

Mit meinen über 80 Jahren bin ich erstaunlich rüstig, aber das ist kein Wunder, denn heute gibt's viele Möglichkeiten, den Alterungsprozess aufzuhalten. Ich bin ein bisschen privilegiert durch meine Lehrtätigkeit „Geschichte“ an der Hochschule, und habe Zugriff auf neueste Technologien. Aber leider kann man das Altern nicht rückgängig machen, sondern eben nur aufhalten. Ich bin aber zufrieden, denn immerhin konnte ich mit 75 Jahren das erste Mal eine solche Technologie einsetzen und auf dem Level kann ich mich nun ganz gut halten. Meine Lebensgefährtin sagt, sie fühle sich wie 25. Und ich sag' ihr nicht, dass sie schon 75 ist.

Aber ich sollte Ihnen ja was übers Reisen erzählen. Gut, dass Sie mich daran erinnern. Gestern Nacht hab ich erst davon geträumt. Das ist ja kein Zufall, denn die Betten sind heute hochmo-



Seit über 30 Jahren sind wir Euer Partner bei allen Fragen und Projekten zu unseren über 100 nationalen und internationalen Kunden.



#WildeRechercheise

#WildeMeetsMedien

#WildeOnline

#WildeLovesPrint

dern, und man kann sich einen Traum bestellen. Man kann sogar im Schlaf trainieren. Ein Glück für mich, denn ich war nie der sportlichste. Die Technik in den Betten sorgt dafür, dass Muskeln stimuliert werden, damit die Träume so real wie möglich wirken. Als ich das erste Mal mit einem Muskelkater aufwachte, musste ich lachen... Ich muss zugeben, dass ich auch in meinen Reiseträumen viel aktiver bin als früher, wo ich noch physisch unterwegs war. So kenne ich heute jedes Detail Ägyptischer Kunst und war schon x-mal in den Pyramiden, in die man heute überhaupt nicht mehr hinein kommt.

Dass Reisen wirklich wichtig ist, hat man schon vor langer Zeit herausgefunden. Nicht nur wegen der Erholung. Aber reale Reisen sind aufgrund der knappen Ressourcen und der vielen Menschen kaum mehr möglich. Heute bewirbt man sich für eine Destination und hat lange Wartezeiten. Ich war schon lange nicht mehr auf Reisen, denn dafür braucht man auch noch LIRA. Ganz umsonst ist es natürlich nicht.

LIRA ist unsere Weltwährung und steht für Life Indicator Return Asset. Ihr Erfinder war ein Italiener, der es lustig fand, seine Token so zu nennen. Nach der großen Finanzkrise gab es keine Währungen mehr und auch keine Banken, und so musste für die Welt etwas Neues erfunden werden. Die Token verdient man sich mit Wohlverhalten. Man erhält sie, indem man der Gesellschaft etwas zurückgibt. Produktion und Verbrauch bleiben so im Gleichgewicht. Bei den Lebensmitteln achten wir übrigens auf Regionalität, denn Importe

von weit weg sind schlecht für den LIRA. Da Roboter fast alle Tätigkeiten übernehmen, erhalten die Menschen eine Art Grundeinkommen. Man kann sich aber mit Nachbarschaftshilfe oder Share Economy, wie man es früher schon genannt hat, was dazu verdienen. Das ist ein wichtiger Bestandteil des LIRA Systems.

Die Bewerbung für Reisen erledigt mein Wallet, es kennt ja meinen „Kontostand“. Aber das Wallet kann heute noch mehr als zu Zeiten von Blockchain. Es ist mit all meinen Daten bestückt, weil es immer mit mir unterwegs ist. Nur ich habe Zugriff auf diese Daten. Mein Wallet ist ziemlich intelligent und kennt mich in- und auswendig. Es organisiert auch unseren Alltag. Allerdings versuche ich immer noch, Entscheidungen selber zu treffen. Ich habe übrigens mein Wallet „Jemand“ genannt – in Anlehnung an das Buch „Quality Land“ (da hieß es „Niemand“). „Jemand liebt mich“ sag' ich immer zu meiner Partnerin, um sie ein wenig eifersüchtig zu machen.

Mein Auftrag an der Hochschule hat auch was Beruhigendes. Der Wandel ist heute so schnell, dass es immer schwieriger wird, die Folgen bestimmter Entwicklungen abzuschätzen. Deswegen versucht man, aus der Geschichte zu lernen. Meine Botschaft an meine Studenten lautet – in Anlehnung an eine deutsche Politikerin: „Wir schaffen das“. Denn rückblickend haben wir jede Krise gemeistert. Also: alles wird gut.

Zum Autor: Michael Buller, Touristik- und Online-Profi, ist seit zehn Jahren Vorstand des Verbands Internet-Reisevertrieb e.V.

Ihr findet uns ab April in unseren neuen Agenturräumen in der Franziskanerstraße 14 in München-Haidhausen. Besucht auch unsere neue Internetseite.

Geheimtipps statt Hotspots

Wie Berlin den drohenden Overtourismus ausbremsen will

Nicht nur zur Internationalen Tourismus Börse ist Berlin für Menschen aus aller Welt eine Reise wert. Die Stadt gehört zu den beliebtesten Reisezielen in Deutschland. Eine Tatsache, die nicht von allen mit Freude zur Kenntnis genommen wird. Und das hat seinen Grund.

Berlin-Bashing ist in. Wer als Oberbürgermeister oder Feuilleton-Journalist etwas auf sich hält, ätzt über die Hauptstadt. Um zu belegen, dass sich auch eine Wochenendreise nach Berlin nicht mehr lohnt, wird immer das gleiche Bild skizziert: Ganze Wohnhäuser werden in Ferienwohnungen umgewandelt, Scharen Rollkoffer schleppender Touristen lassen friedliche Anwohner nicht schlafen, lautstark und enthemmt feiern junge Leute aus aller Herren Ländern ihre Feste, und die Spuren der Maßlosigkeit lassen sich am nächsten Morgen an den Hauswänden oder – noch schlimmer! – in den Hausfluren ablesen.

Kurz: Die Welle des Overtourismus ist auch über Berlin geschwappt und hat die Stadt für Bewohner und Besucher unliebenswert gemacht. Und als sei dies eine Insiderinformation wird noch verraten: Berlins Bewohner gehen we-

gen des Zuviel an Tourismus auf die Barrikaden.

Solche Schilderungen sind nur die halbe Wahrheit. 73 Prozent der Berlinerinnen und Berliner sind „stolz darauf, dass Menschen aus aller Welt Berlin besuchen“. Das hat eine repräsentative Bevölkerungsumfrage im Vorjahr ergeben. 17 Prozent fühlen sich durch den

Die Pläne zielen auf die Wiederholer unter den Berlin-Touristen und nicht auf Erstbesucher.

Tourismus gestört, wobei die Störfaktoren sehr ungleichmäßig über Berlin verteilt sind. Mit 70 Prozent liegt der Bezirk Mitte ganz vorne, Friedrichshain, Kreuzberg und Prenzlauer Berg folgen mit 34, 33 und 23 Prozent der genannten Bezirke, in denen sich die 17 Prozent der Berliner gestört fühlen.

Vom Overtourismus sind solche Werte weit entfernt. Aber die Politik in Berlin war hellhörig geworden. Berlins Wirt-

schaftssenatorin Ramona Pop, für den Berlin-Tourismus zuständig, entdeckte „erste ernstzunehmende Warnzeichen, dass die Akzeptanz schwindet“, dies vor allem in den stark frequentierten Innenstadtbezirken.

Die Akzeptanz für den Tourismus in der Stadt zu stärken, war eines der erklärten Ziele des im vergangenen Jahr formulierten Tourismuskonzeptes 2018+ . Einer der Bausteine des Konzepts ist das intensiviertere Bezirksmarketing, womit visitBerlin betraut wurde. Das Konzept wurde prompt landauf landab missverstanden: visitBerlin wolle die Touristenströme von den innerstädtischen Hotspots weglocken und in die Randbezirke der Stadt drängen. Dabei ist bei dem Konzept nicht an Erstbesucher gedacht, die logischerweise das Brandenburger Tor, das Reichstagsgebäude und die Museumsinsel erkunden wollen.

Die Pläne zielen auf die Wiederholer unter den Berlin-Touristen, die immerhin über 60 Prozent ausmachen. „Wir können Touristen nicht aktiv umleiten,“ stellt Christian Tänzler Pressesprecher von visitBerlin, richtig, „aber wir können den Gästen, die zum wiederholten Male kommen, eine Inspiration geben, auf sehenswerte Punkte außerhalb der Mitte Berlins zu schauen.“ Und in der

Tat kennen selbst viele Berliner nicht – um nur zwei Beispiele zu nennen – das Humboldt-Schlösschen in Tegel oder die Hufeisensiedlung in Berlin-Britz. Um Overtourismus auszubremsen, beließ es die Politik nicht bei Plänen und Bekenntnissen: Sie stattete die Berlin-Werber mit den nötigen Mitteln aus. Zur Zeit kümmert sich bei visitBerlin ein Stab von acht Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern um die Arbeit mit den Bezirken. Die steht auf solidem Boden: Zur bezirklichen Tourismusentwicklung haben die Senatsverwaltung für Wirtschaft, visitBerlin und alle zwölf Berliner Bezirke Kooperationsvereinbarungen unterzeichnet. Tänzler: „Ein erster Meilenstein in der Umsetzung des neuen Tourismuskonzeptes.“ Und visitBerlin-Chef Burkhardt-Kieker freut sich: „Jetzt können wir eine gute Arbeitsstruktur für die nächsten Jahre aufbauen, damit die Bezirke die Aufmerksamkeit

erhalten, die ihnen zusteht.“ Dass im Zusammenhang mit dem Berliner Tourismuskonzept immer wieder der Begriff „Qualitätstourismus“ fällt, kann zu Missverständnissen führen.

Damit ist nicht ein etwa 35 Jahre alter Plan aus der Mottenkiste geholt worden, nach dem der damalige (West-) Berliner Wirtschaftssenator Turnschuh-touristen und Pflastermaler aus Berlin vergraulen wollte. „Hierbei geht es nicht nur um das Ausgabeverhalten“, stellt Christian Tänzler richtig, „was wir nicht wollen, sind Junggesellen-Partys und Bierbikes.“ Gewollt seien unabhängig vom Alter und vom Portemonnaie „Besucher, die sich für Kultur interessieren und den Lebensstil in Berlin kennenlernen wollen und respektieren“.

Ein – erstes – gutes Beispiel für die Bezirksarbeit ist die neue Dahlem-Route im Bezirk Steglitz-Zehlendorf, eine 18 Kilometer lange Radroute mit sieben

Einstiegsmöglichkeiten an U- und S-Bahnhöfen. Die Rundstrecke ist in beiden Richtungen ausgeschildert und führt an vielen Attraktionen vorbei, unter anderem am Brücke-Museum, am Kunsthaus Dahlem, am Alliierten-Museum, dem Haus am Waldsee und dem Botanischen Garten.

Das Jubiläum „100 Jahre Bauhaus“ kommt VisitBerlin und den Bezirken gerade recht bei der Absicht, Berlin-Besucher weg von den Hotspots und hin zu den Geheimtipps zu locken. Geschickt ist es von den Berlin-Werbern mit der Berliner Moderne verbunden worden. Wer auch nur einen Bruchteil der Bau-denkmäler sehen will, muss hinaus in die Bezirke – zur Hufeisensiedlung eben im Bezirk Neukölln, zur Wohnstadt Carl Legien in Prenzlauer Berg oder zur Weißen Stadt in Berlin-Reinickendorf.

Horst Schwartz

Holland macht 'ne Welle

Die Niederlande bieten jede Menge erfrischende Themen für Journalisten und Blogger – von spritzigen Städtetrips bis zu brausenden Naturtouren.

**IHR
PRESSEKONTAKT:**

Alexandra Johnen
ajohnen@holland.com
+49 221 9204 21 80
holland.com/de/presse.htm

 holland_de



Was macht eigentlich

Hermann Kratz, inzwischen 87 Jahre alt oder jung, erinnert sich noch gut an die manchmal stürmische Zeit als Geschäftsführer von Neckermann und Reisen (NUR). Begonnen hat er seine Karriere 1965 bei der Neckermann Versand KG, da war der Reisebleger des Versandhaus Riesen gerade mal ein Jahr alt.

Kratz fühlte sich immer als Finanzmann und hatte damals mit Tourismus sozusagen nichts am Hut. Aber das änderte sich schnell, als er 1972 zu NUR beordert wurde, wo er kurz darauf zum Geschäftsführer neben dem Touristiker Rolf Pagnia aufstieg. Der damalige Aufsichtsratsvorsitzende und Sohn des Unternehmensgründers, Peter Neckermann, hatte erkannt, dass zwar hervorragende Reiseexperten an Bord waren, es aber mit den betriebswirtschaftlichen Strukturen und besonders mit den Finanzen nicht so weit her war.

Mit dem Touristik Geschäftsführer Rolf Pagnia verstand sich Hermann Kratz von Anfang an sehr gut, wie er betont, obwohl sie Bereiche vertraten, in denen es unterschiedliche Auffassungen gab. Die ersten Jahre, in denen Hermann Kratz der Firma eine neue Organisation verordnete, liefen richtig gut, aber dann folgte die Wirtschaftsflaute der frühen Achtziger mit

zweistelligen Millionenverlusten für NUR. Dazu kamen externe Einflüsse. Im wichtigsten Urlaubsland, Spanien, gab es die ersten Anschläge der ETA in Feriengebieten. Negativ wirkten sich auch Streiks der Hotelbeschäftigten aus. Die goldenen Zeiten, in denen es in der gesamten Reisebranche nach oben ging,



waren erstmal vorbei. Einige Jahre früher hatte der Essener Kaufhauskonzern Karstadt das in die Krise geratene Versandunternehmen Neckermann übernommen und wollte mit der Touristik Tochter neue Wege gehen. Hermann Kratz hat diese Zeit noch gut in Erinne-

rung. Die Warenhausfürsten, von prächtigen Gewinnen verwöhnt, wollten im Tourismus höhere Preise durchsetzen, was zum Flop geriet. Das Publikum war an den Slogan „Neckermann macht’s möglich“ und damit an günstige Preise gewöhnt.

Und das vertrug sich gar nicht mit der Karstadt-Strategie. Man wurde nervös in Essen und suchte nach Wegen, das angeschlagene Reiseunternehmen zu retten. Walter Deuss, Chef des Warenhauskonzerns, prophezeite „der Reiseveranstalter steht auf dem Spiel“ und hatte dabei im Hinterkopf, NUR mit den Kölner Kaufhof Reisen zu verschmelzen. Daraus wäre ein erstzunehmender Konkurrent für den Marktführer TUI entstanden, und beide zusammen hätten für marktbeherrschende Strukturen gesorgt. Das wiederum gefiel dem Bundeskartellamt gar nicht, und so wurden die Pläne still beerdigt. Karstadt hielt sich danach zurück. Vielleicht ist den Warenhausstrategen auch sauer aufgestoßen, dass in der Branche gespottet wurde, wer Socken verkaufe, müsse nicht unbedingt etwas von Reisen verstehen. Was aber nichts daran änderte, dass NUR irgendwie aus der Krise herauskommen musste.

Es war die Stunde von Hermann Kratz, der sich mit Finanzen gut auskannte und viele Blümenträume der Touristiker

HERMANN KRATZ

wieder auf den Boden der Realität zurückholte. „Es war eine Zeit, in der alles auf den Prüfstand musste, auch wenn es den einen oder anderen nicht gefiel“. Aber der Erfolg gab ihm Recht. NUR schaffte relativ schnell die Wende, so dass der Sanierer 1986 zufrieden feststellen konnte: „Das beste Jahr seit Bestehen von NUR Touristik“.

Vor der großen Krise war Hermann Kratz auch an der Übernahme des gewerkschaftseigenen Reiseveranstalters GUT Reisen beteiligt. Unter Führung der Bank für Gemeinwirtschaft wollten die Gewerkschaften über ihre eigenen Kanäle Reisen verkaufen. Aber mehr als 200 000 Urlauber waren es selbst in den besten Zeiten nicht; auch der Vertrieb über Reisebüros war schwierig. Damals, als fast alle Buchungen über Reisebüros liefen, wurde von den Veranstaltern mit harten Bandagen gekämpft. Es gab Ausschlussklauseln, nach denen Reisen von Konkurrenten nicht verkauft werden durften. Es sei denn unter dem Ladentisch. Das war einer der Gründe, weshalb GUT Reisen als eigenständiger Veranstalter scheiterte. Der damalige Geschäftsführer Karl-Heinz Helbing forderte von der Politik, jeder Kunde solle im Reisebüro alle Urlaubsanbieter buchen können. Seine berechtigte Forderung wurde erfüllt, aber zu spät, um Gut reisen zu retten. Aber auch NUR

Touristic war mit der Übernahme nicht glücklich, und so musste das ehemalige Gewerkschaftsunternehmen nach einigen Jahren abgewickelt werden. Den Journalisten wurde Hermann Kratz, der immer im Hintergrund gewirkt hatte, bekannt, als er das Resort Kommunikation übernahm. Dazu sagt



er heute: „Von Medien hatte ich keine Ahnung. Pressearbeit hielt ich für nicht so wichtig. Aber gerade in Krisenzeiten habe ich später erkannt, wie wichtige gute Medienkontakte sind.“ Pressesprecher war damals der bei Journalisten beliebte Günther Euler. Aber, so Kratz

heute: „Die Fäden zog im Hintergrund der unvergessene Gunther Träger, der mir beibrachte, wie Journalisten ticken. Und so wuchs ich in die Aufgabe hinein und hoffe, dass ich immer ein kompetenter Ansprechpartner war“.

Der heute 87-Jährige hat alle diese Details noch parat. „Es war eine manchmal turbulente aber auch schöne Zeit, in der man vieles bewegen konnte, auch wenn ich als Finanzexperte nicht immer in der ersten Reihe der Touristiker stand. Aber ohne solide Finanzen auch keine Touristik, so ist das nun mal“. Ohne Hermann Kratz hätte es NUR Touristik vermutlich nicht mehr gegeben. Das war sein großes Verdienst. 1995 ging Herman Kratz in den Ruhestand. Es kam Wolfgang Besser, der später ebenfalls schwierige Jahre beim Nachfolgeunternehmen Thomas Cook erleben sollte. Heute lebt Hermann Kratz mit seiner Frau in einer Seniorenresidenz in Aumühle in Schleswig-Holstein. Mit der Reisebranche hält er immer noch Kontakt. Zweimal im Jahr macht er sich auf den Weg in Richtung Frankfurt, um ehemalige Kollegen zu treffen. Darunter die NUR Direktoren Lothar Buss, Heinz Dettmar, Norbert Gratzel oder Günther Degenhardt, alles Namen, die für den Tourismus der damaligen Zeit stehen.

Otto Deppe

Mit Storylines auf neuen Wegen

Wie die Niederlande mit Themenrouten die Touristenströme entzerren wollen

Overtourism ist längst vom viel zitierten Schlagwort zur unschönen Realität geworden. Viele Hotspots im Tourismus stöhnen unter dem Massenandrang von Touristen. Es liegt an den Destinationen, wie sie sich dagegen zur Wehr setzen. Holland beispielsweise führt die Besucher mit Storylines auf neue Wege.

Der Mensch ist eine seltsame Spezies. Im Van Gogh-Museum in Amsterdam knubbelt sich eine Gruppe Kunstsiniger vor dem kleinformatigen Gemälde „Die Kirche in Nuenen“. Man kann gar nicht dicht genug rankommen an das Bild, das der junge Vincent 1884/1885 als Trost für seine bettlägerige Mutter gemalt hatte, die nach einem Oberschenkelhalsbruch nicht zum Gottesdienst in ihre Heimatkirche gehen konnte. Und vor eben diesem Gotteshaus, das noch immer haargenau so aussieht wie auf Vincents rührendem Geschenk an seine Mama, stehe ich im 125 Kilometer entfernten Nuenen – allein!

Nun wollen wir fair sein: Das Gemälde im Museum hat noch eine andere Geschichte, die das Zeug zum Thriller hat (geklaut aus dem Van Gogh-Museum und nach abenteuerlichen Wegen über

die italienische Mafia nach Jahren wieder aufgespürt und zurückgebracht). Aber dennoch ist es erstaunlich, dass so viele den Weg ins Van Gogh Museum nach Amsterdam und so wenige den Weg in Vincents Heimat finden. Denn in Brabant, aber auch an anderen Orten in den Niederlanden, kann man tatsächlich auf den Spuren des großen Malers wandern. In Nuenen, wo Van Gogh für zwei Jahre bei seinen Eltern lebte, gibt es einen Parcours mit 21 Stationen zu seinem Leben und Werk. Man kann nicht nur die berühmte Kirche bewundern, sondern auch sein Elternhaus oder jene Felder sehen, die den Künstler zu seinem berühmten, hier gemalten Bild „Die Kartoffelesser“ inspirierten. Von hier aus startet auch ein Van Gogh-Radweg, der im Dunkeln funkelt – in Anlehnung an sein Meisterwerk „Sternennacht“.

Es gibt in den gesamten Niederlanden noch zahlreiche Stätten, an denen man Van Gogh begegnen kann. Sie sind in der „Van Gogh-Storyline“ aufgelistet, die sich durchs gesamte Land zieht.

Über solche Storylines wollen wir vom Niederländischen Büro für Tourismus & Convention (NBTC) die Touristenströme lenken. Unsere Idee: Wenn sich jemand für Van Gogh interessiert, warum soll er

dann nur ins rappelvolle Amsterdam und das dortige Museum reisen? Wir zeigen, dass man dem Künstler auch in Brabant oder im Kröller Müller Museum bei Arnheim (immerhin zweitgrößte Van Gogh-Sammlung der Welt!) nahe sein kann.

So verhält es sich auch mit anderen „Storylines“, thematischen Routen durch die Niederlande, denen der Tourist folgen kann. Beispielsweise den kulinarischen Stationen der Niederlande: Von der Käseregion rund um Gouda über die Küstenorte mit ihrem fangfrischen Fisch aus der Nordsee bis hin nach Zeeland mit seinen „salzigen Seligkeiten“.

Zehn dieser Pfade haben wir inzwischen kreiert: Neben „Van Gogh“ und „Kulinarik“ auch „Niederlande Wasserland“, „Mondrian und De Stijl“, „Blumen“, „Niederländische Hansestädte“, „Hollands Schlösser und Landhäuser“, „Das Goldene Zeitalter der Niederlande“ und „Königliche Niederlande“. Auf einer Landkarte auf unserer Internetseite www.holland.com/de/tourist/holland-stories.htm kann man die verschiedenfarbigen Themenstränge mit den jeweiligen Erläuterungen ansehen und erhält entsprechende Ausflusstipps. Hintergrund unserer Initiative

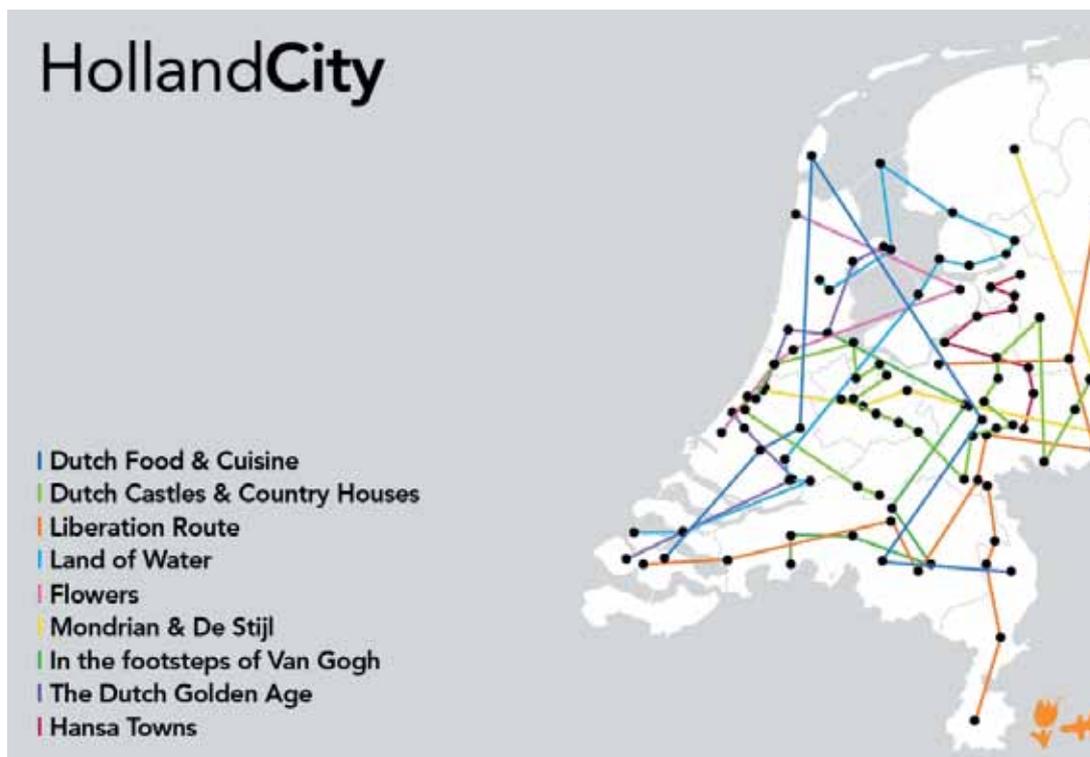
ist, dass reines Wachstum heutzutage für eine Destination nicht mehr attraktiv ist. Jubelten wir noch bis vor zwei Jahren über stetig wachsende Besucherzahlen ausländischer Touristen in den Niederlanden, haben wir – wie die meisten Destinationen – längst eingesehen, dass vom Wachstum vor allem ein paar Orte (Amsterdam oder die Küstenregionen) profitieren, während andere Regionen (vor allem im Binnenland) sich über mehr Besucher freuen würden. Und dass der Ansturm auch seine Schattenseiten hat – für Touristen wie auch für die Bewohner. Natürlich ist der Versuch, die Touristenströme mit Hilfe der Storylines über das ganze Land zu lenken, nicht ganz

einfach. Von Journalisten, so ist meine Erfahrung als Presseverantwortliche für den deutschen Markt, werden die Themenrouten überwiegend positiv aufgenommen. Aber mal ehrlich – wer setzt sich in den Zug vom friesischen Drachten bis nach Winterswijk, um die Werke der Künstlergruppe De Stijl zu sehen? Oder wer klappert alle Sehenswürdigkeiten der „Wasser-Storyline“ von Friesland bis Zeeland ab? Wir vom NBTC sehen die Storylines zunächst mal als Anreiz, neue Seiten der Niederlande auf den Themenrouten zu entdecken und sich den ein oder anderen Ort „rauszupicken“. Dies ist vor allem bei Deutschen gut möglich, denn sie kennen die Niederlande meist recht gut

und sind offen für neue Ziele in ihrem Nachbarland.

Es gilt aber auch, mit unseren Partnern in den Niederlanden zu arbeiten. Zum Beispiel muss die bereits gute Infrastruktur des Öffentlichen Nahverkehrs dahingehend verbessert werden, so dass man die Themenrouten im Idealfall mit Bus und Bahn „abfahren“ kann. Anfänge sind gemacht: Jeden Samstag etwa fährt ein Bus vom Van Gogh Museum nach Nuenen und zurück. Kunstfreunde können so zunächst das Gemälde „Die Kirche in Nuenen“ betrachten – und dann das Original in Nuenen sehen.

Alexandra Johnen



Grafik: NBTC



Die Natur im Vordergrund.



Plastikfrei? Gerne - aber WIE?

Die Weltmeere drohen zur Müllkippe zu verkommen. Das ruft die Politik auf den Plan. Die deutsche Bundesumweltministerin Svenja Schulze hat die Kampagne „Nein zur Wegwerfgesellschaft“ in Leben gerufen und will mit einem Fünf-Punkte-Plan gegen Plastikmüll vorgehen. Gefordert ist aber auch die Tourismus-Industrie, die ihren Kunden gerne eine heile Welt vor Augen führt. Der Wanderreisen-Spezialist Wikingen Reisen will mit gutem Beispiel vorangehen und bietet 2019 die erste „plastikfreie“ Reise an. Wie die aussehen soll, erläutert Geschäftsführer Daniel Kraus im Gespräch mit Lilo Solcher.

Wikingen Reisen sieht sich als naturnaher Reiseveranstalter. Da ist Plastikmüll natürlich ein besonderes Ärgernis. Ich denke beispielsweise an die Vermüllung von Naturparks in Indonesien...

Daniel Kraus Natürlich, Wanderer sind Naturfans, und damit liegt es nahe, den Kampf gegen Plastikmüll voranzutreiben. In Indonesien genauso wie in anderen Regionen. Deshalb haben wir im Sommer mit „Flas(c)hback“ eine Kampagne gestartet, die das Thema Mehrweg forciert – von der Trinkflasche über Kosmetikbehälter bis zur Einkaufstü-

te. Wir kommunizieren den Verzicht auf Einwegbehälter aktiv bei unseren Gästen und arbeiten mit unseren Partnern und Hotels an Konzepten, um plastikfreies Reisen zu ermöglichen. Der Kampf gegen den Plastikmüll ist ein weiterer Baustein unserer Nachhaltigkeitsstrategie.

Nun gibt es eine Initiative, die dazu aufruft, beim Joggen Müll aufzusammeln. Plogging nennt sich das Ganze – eine Mischung aus „plocka“, schwedisch für aufheben, und Jogging. Könnten Sie sich vorstellen, Ihre Wandergäste zu ermuntern, Müll am Wegesrand mitzunehmen?

Kraus Das ginge vielleicht für den ein oder anderen im Urlaub zu weit. Unsere Reiseleiter haben das Müllthema unterwegs aber schon immer angesprochen und Teilnehmer sensibilisiert. Wir brauchen flächendeckend ein Bewusstsein für diese Problematik, die uns alle angeht. In unserem eigenen Umfeld haben wir aber bereits Müllsammelaktionen initiiert – gerade erst haben die Wikingen-Azubis den Geopfad Kaisberg in Hagen gesäubert und von Kunststoffabfällen befreit.

Ja, wahrscheinlich wäre Plogging bei einer Wanderreise ein bisschen viel ver-



langt. Aber dass Müllvermeidung wichtig ist, wissen die meisten Deutschen spätestens seit den Bildern von verendeten Seevögeln, die Plastik im Magen hatten. Eine plastikfreie Reise könnte ihr schlechtes Gewissen beruhigen. Doch wie sieht die aus?

Kraus Das Wissen um die Problematik ist da, aber wir müssen es auch langfristig wach halten. Eine plastikfreie Reise soll nicht nur das Gewissen beruhigen, sondern eine nachhaltige Verhaltensänderung auslösen. Bei unserem Programm auf dem Darß in Mecklen-

burg-Vorpommern sind Einweg-Verpackungen tabu: Bei Getränken, auf dem Frühstückstisch, im Bad, beim Einkauf etc. Das Trinkwasser kommt aus der Wasserveredelungsanlage, Tee gibt es kostenlos.

Sie können natürlich nur vor Ort dafür sorgen, dass Plastik vermieden wird. Das ist in Deutschland sicher leichter als in anderen Ländern. Könnten Sie sich vorstellen, das Konzept auch auszuweiten?

Kraus Durchaus, wir arbeiten daran. Im

südlichen Afrika hat unsere Agentur alle Fahrzeuge mit Trinkwasserspendern ausgerüstet. In Chile nutzen wir qualitätsgeprüfte Brunnen, in anderen Destinationen besorgen Reiseleiter Wasserkanister, aus denen Urlauber ihre Flaschen füllen können. Und in Thailand bekommt jeder Gast künftig Einkaufstaschen aus Stoff. Bei Picknicks nutzen wir nur wiederverwendbares Geschirr und Besteck.

Gebeco, Thomas Cook, FTI oder TUI enga-

gieren sich bei der Nachhaltigkeitsinitiative Futouris, die eine „müllfreie Destination“ anstrebt. Auch Studiosus ist dabei. Sie sind nicht Mitglied von Futouris. Warum nicht?

Kraus Wikinger Reisen ist TourCert-zertifiziert und – als einziger deutscher Reiseveranstalter – WWF-Partner. Wir konzentrieren uns bewusst auf diese Zusammenarbeit – gerade auch im Kampf gegen Plastikmüll. Unsere erste plastikfreie Reise ist ja auch ein Programm, das wir in Kooperation mit dem WWF entwickelt haben.

Wie sehen Ihre zukünftigen Reisepläne aus? Wollen Sie sich weiterhin für eine plastikfreie Umwelt engagieren? Welchen Einfluss hat ein Veranstalter denn da bei der Anreise? Vor allem in den Flugzeugen wird ja immer noch massenweise Plastikmüll produziert. Wäre da nicht ein runder

Zur Person

Daniel Kraus, Jahrgang 1965, ist seit 1999 geschäftsführender Gesellschafter des Wanderreisen-Spezialisten Wikinger Reisen in Hagen. Der Outdoor-Fan, der zahlreiche Berge in aller Welt erstiegen hat und im Rahmen einer Wikinger-Tour auch als Wasserskilehrer tätig war, legt großen Wert auf Nachhaltigkeit und Umweltschutz. Er hat das Unternehmen behutsam aus dem Nischensegment Wanderreisen geführt. Heute bietet Wikinger auch Wanderstudien- und Fernreisen an.



Tisch „Umwelt“ vonnöten?

Kraus Wir werden diesen Weg konsequent weitergehen und die Kampagne „Flas(c)hback“ und das Thema „plastikfrei“ gezielt ausbauen. Die Airlines müs-

sen natürlich auch aktiv werden – unser Einfluss als mittelständischer Reiseveranstalter ist dort naturgemäß begrenzt. Ein runder Tisch „Umwelt“ wäre sicher eine gute Idee ...

DIE GESUNDE MISCHUNG MACHT'S

Als Full-Service-Agentur kennen wir alle Zutaten für ein gelungenes Kommunikationsrezept und stellen mit unserem bunten Team Ihr individuelles Menü kreativ zusammen.



PR | Marketing
Sales | Events | Social Media

Global Communication Experts GmbH
Hanauer Landstraße 184
60314 Frankfurt
Telefon +49 69 175371-00
info@gce-agency.com
member of thepangaeanetwork.com
www.gce-agency.com

Same same but also *different*

Wie sich Touristik-PR-Agenturen für die Zukunft aufstellen

Die Tourismus-PR ist schon längst den Kinderschuhen entwachsen. Die Gründergeneration ist in die Jahre gekommen, so mancher PR-Chef tritt kürzer, andere etablieren Co-Geschäftsführer und agieren zunehmend im Hintergrund. Was so ein Wechsel bedeutet, zeigen Roberto la Pietra am Beispiel der Münchner Agentur Wilde & Partner und Regina Bopp für noble kommunikation auf.

MIT EIGNER-WECHSEL IN DIE „WILDE MORPHOSE“

Er ist kein Unbekannter in der Branche. Als langjähriger Geschäftsführer und Pressesprecher der Bayern Tourismus Marketing GmbH hatte sich Jens Huwald in den vergangenen Jahren einen Namen gemacht.

Als sich Thomas Wilde und Yvonne Molek im Herbst 2017 mit ihm trafen, war schnell klar: Die Chemie stimmt. Zuvor hatte das Paar, das die Agentur Wilde & Partner vor rund 30 Jahren gegründet hatte, geraume Zeit nach einem Nachfolger-Modell gesucht. Die Wunschvorstellung: Jemanden zu finden, der die Agentur für die Zukunft wappnet und trotzdem die Grundwerte des Unternehmens versteht. Ab diesem Punkt

ging alles sehr schnell. Nach einer kurzen Phase der Übergabe zog sich Yvonne Molek zurück und übergab ihr Zepter im April 2018 an Jens Huwald und seine Frau Marie-Astrid, die als Prokuristin die Finanzen verantwortet. Thomas Wilde hält nach wie vor eine Minderheitsbeteiligung und bleibt der Agentur noch einige Jahre erhalten. Das sei auch überaus wichtig, so Jens Huwald. Er sei schließlich ein enorm wichtiger Partner auf Augenhöhe für ihn und kenne die Agentur in- und auswendig. Zudem hätten einige Kunden eine extrem starke Bindung an Thomas Wilde.

Die Struktur von Wilde & Partner hat sich maßgeblich verändert. Intern gab das Team dem Transformationsprozess passend den Titel „Wilde Morphose“. Innerhalb von wenigen Monaten überführte Jens Huwald die bisherigen, klassisch in Themen aufgeteilten Teams in nach Kommunikations-Disziplinen orientierten Units bzw. Einheiten. Neben Consumer-, Lifestyle- und Corporate Communications gibt es Corporate Branding und Brand Communications. Heißt: Die Ausrichtung erfolgt nach Endkunden-, Lifestyle- oder Unternehmens-Kommunikation. Corporate Branding setzt überwiegend auf Mar-

kenschärfung, Brand Communications auf Marken-Kommunikation. Der neue Ansatz stellt die Agentur deutlich breiter auf. Anstatt sich wie bisher überwiegend auf Kompetenzen wie Hotellerie, Destination oder Luftfahrt zu beschränken, ermöglicht es die Struktur in Units, zunehmend auch neue Kundensegmente wie Food & Beverage oder Beauty und Mode zu erschließen. Denn, davon ist Jens Huwald überzeugt, entscheidend in der täglichen Kommunikation für Klienten ist weniger die Zuordnung zu einer Branche, sondern vielmehr die Ausrichtung auf deren Zielgruppen.

Solch ein Struktur-Wandel zieht natürlich einiges nach sich. Was zunächst recht simpel klingt, machte zahlreiche Strategie-Meetings nötig und war ein echter Kraftakt. Im Kreis mit den neuen Bereichsleitern entschied die Geschäftsleitung nach sorgfältiger Analyse, welche Mitarbeiter in welche Einheit passen und welche Kunden sich in welcher Unit am besten wiederfinden. Beim anschließenden Soft-Start der neuen Struktur im Herbst 2018 fanden die neuen Einheiten unter ihren jeweiligen „Heads“ zunehmend auch räumlich zusammen. Ein Meilenstein in diesem Jahr wird der Umzug nach



MÄNNER-DUO

Jens Huwald setzt bei Wilde & Partner neue Akzente, Thomas Wilde bleibt an Bord.

Haidhausen sein. Dorthin wird Wilde & Partner im April ziehen und sich auch so einen gewissen Neustart verordnen. Mit ausreichend Plätzen, einem großen Konferenz-Raum, modernster Infrastruktur und einem inspirierenden Blick über die Dächer Münchens wird die Agentur dann in nur einem einzigen Jahr den größten Wandel in ihrer 30-jährigen Geschichte vollzogen haben. Unverändert bleiben ihre Grundwerte – Tourismus wird auch künftig die entscheidende Kernkompetenz

sein. Spannend wird es nach dem Umzug weiterhin. Denn: Auch wenn das rasante Tempo der „Wilde Morphose“ dann spürbar abnimmt – ausruhen wird sich die Agentur sicherlich auch in Zukunft nicht.

MIT NINA KREKE UND LIEB/ LMG DIE NOBLE ERFOLGS-STORY WEITERSCHREIBEN

Ganz ähnlich wie bei Thomas Wilde und Yvonne Molek sind die Ziele von Marina

Noble, Gründerin von noble kommunikation: Ihre Agentur für die Zukunft aufstellen, sich zurückziehen und dabei sichergehen, dass ihr „Baby“ erfolgreich bleibt – zum Wohl der Kunden und Mitarbeiter. Seit über 20 Jahren führt die Fränkin ihr mittlerweile zwölfköpfiges Team als „Boutique-Agentur“. Mit Erfolg, wie die neun Auszeichnungen zur Touristik-PR-Agentur des Jahres zeigen. Dabei setzt sie auf persönlichen, proaktiven Service, die langjährige Zusammenarbeit mit Mitarbeitern und



- ✓ Destinationen weltweit
- ✓ Kreuzfahrt
- ✓ Hospitality
- ✓ Technologie
- ✓ Spezialisten von Business Travel bis Themenparks

- ✓ Medien- und Content-Räume: noblekom.de
- ✓ Praxis-Tipps: Reise und Medien
- ✓ Redaktionsbesuche
- ✓ i-Punkt Sammel-Meldungen
- ✓ noble Events



Besuchen Sie uns auf www.noblekom.de

Wir engagieren uns





FRAUENPOWER

Marina Noble, Gründerin von noble kommunikation, hat die Tourismus-Fachfrau Nina Kreke mit an Bord genommen. Sie soll nicht nur das Beraterteam verstärken, sondern der Chefin mehr Freiräume verschaffen.



Auftraggebern sowie kreative Aktionen für Kunden und Medienpartner. Wachstum war immer wohlüberlegt und stand nicht an erster Stelle.

Wie bei vielen inhabergeführten Agenturen spielt die Gründerin eine zentrale Rolle. Marina Noble ist bestens vernetzt, engagiert sich bei Organisationen wie der VDRJ, dem DRV Säule E und der Hilfsorganisation Luftfahrt ohne Grenzen. Doch schon seit Jahren ist es ihre Strategie, das „noble Team mehr in den Fokus zu rücken“.

Mit der Ernennung von Nina Kreke zur Stellvertretenden Geschäftsführerin geht sie noch einen Schritt weiter. Seit 1. Januar ist die erfahrene und bestens vernetzte Touristiklerin mit Stationen bei Thomas Cook, Condor und Kempinski an Bord. Sie verstärkt nicht nur das Beraterteam, sondern soll Marina Noble auch neue Freiräume verschaffen.

Schon vor einem Jahr hat die Gründerin von noble kommunikation durch eine strategische Partnerschaft mit der Münchner Agentur Lieb/LMG Management eine richtungsweisende Weiche gestellt. „Die PR-Arbeit heute

ist so facettenreich – von Social Media bis Marketing-Services,“ erklärt sie: „Eine Boutique-Agentur kann nicht alle Disziplinen abdecken.“

Heute sichert der Partner Lieb/LMG mit Inhaber Ralf Lieb den „noblen“ Kunden und im Neugeschäft Leistungen wie Repräsentanz, MICE sowie ein internationales Netz, u.a. mit einer Niederlassung in den Niederlanden. Gleichzeitig behält noble kommunikation als unabhängige Agentur ihr Profil. „Ralf Lieb und ich kennen und schätzen uns seit langer Zeit. Zwei Jahre lang haben wir uns dann immer wieder getroffen, um unsere Visionen austauschen – da gibt es sehr viel Gemeinsamkeiten, aber auch spannende Unterschiede“, erinnert sich Marina Noble.

Die Zusammenarbeit, die ein Vertrag im Februar 2018 besiegelte, ist langfristig angelegt und spiegelt sich auch auf Gesellschafterebene wider. Der Plan sieht vor, dass die heute 59-Jährige sich schrittweise aus dem operativen Geschäft zurückzieht.

Schon jetzt gibt es eine Reihe von Synergien und Vorteilen: Die Münchner

Full-Service-Agentur hat sich Präsenz im touristischen Zentrum Rhein-Main gesichert. Mitarbeiter von Lieb/LMG, die im Rhein-Main-Gebiet im Home Office arbeiten, docken an manchen Tagen im noblen Büro an.

Agentur übergreifend tauschen sich Management und Teams aus und helfen, beispielsweise wenn noble Kollegen Unterstützung am Medienstandort München brauchen. Ralf Lieb: „In Planung sind Kompetenzteams, die das fundierte KnowHow aller Mitarbeiter poolen. Auch bei Arbeitsspitzen können wir uns Agentur übergreifend unterstützen.“

Eine Aussage der amerikanischen Touristiklerin Kathy Sudeikis vor vielen Jahren bei einer DRV-Tagung hat Marina Noble verinnerlicht und zum eigenen Leitspruch gemacht: „Du kannst den Job von heute nicht mit den Methoden von gestern tun und morgen noch erfolgreich sein.“

Mit Nina Kreke und der strategischen Partnerschaft sind die Weichen für die Fortsetzung der noblen Erfolgsstory gestellt.

Glossiert

ITB und Facebook

Es war in der dritten oder vierten Klasse, im Deutschunterricht hatte ich die ersten Diktate und Aufsätze erfolgreich hinter mich gebracht, als mich mit voller Wucht eine Schreibblockade erwischte: Denn Kerstin gab mir in der großen Pause ihr Freundschaftsbuch. Das war definitiv nichts für „echte Jungs“, dachte ich. Aber es war Pflicht. Also her mit den bunten Stiften. Was schreibe ich nur? Was haben die anderen Jungs geschrieben? Blättern, bewerten, und dann der eigene, viel zu kitschige und wohl auch nicht ganz ehrlich gemeinte Eintrag in Kerstins Freundschaftsbuch. Genau an dieses Album musste ich denken, als mich mitten im Trubel der ITB, der weltgrößten Touristikmesse, eine Nachricht erreichte: „Herrlich, Kaffee trinken in Portixol, die Sonne scheint.“

Mein ehemaliger Klassenkamerad war zum Rennrad-Training nach Mallorca gereist. Täglich schrieb er Einträge in das moderne Freundschaftsbuch na-

mens Facebook. Und weit und breit keine Schreibblockaden. Kommentare und Antworten trudelten in kurzer Reihenfolge ein. Auch meine Antworten ließen nicht lange auf sich warten, hatte ich doch wenige Wochen zuvor an selber Stelle Kaffee mit Meerblick genossen.

Nur was ist das Geheimnis, dass sich alle Welt im Netz verfängt und Gefühle öffentlich mitteilen möchte?

32 Millionen Deutsche schreiben heute regelmäßig auf Facebook. Auch „echte Jungs“ zieren sich nicht. Ohnehin sind mehr Männer als Frauen in diesem sozialen Netzwerk unterwegs. Es funktioniert wie das Freundschaftsbuch: Blättern und stöbern, was haben die anderen „Freunde“ geschrieben? Und dann fröhlich selbst in die Tasten getippt. Fehlen nur die bunten Stifte.

Aber die ITB hat mir auch eines ganz deutlich gemacht: Bei allem Hype um Facebook, Twitter, WhatsApp & Co. – Social Media kann den persönlichen

Kontakt nicht ersetzen. Oder warum sonst verabredet sich quasi die gesamte Tourismus-Branche, die sich sonst an Urlaubsformen der Superlative überbietet, jährlich in Berlin? Nur um sich in stickigen Messehallen zu treffen? Nur um vom Kaffee in der Sonne an der Promenade in Portixol zu träumen? Sicherlich nicht, denn der persönliche Kontakt, das persönliche Erleben ist durch nichts zu ersetzen. Und genau deshalb ist die ITB erfolgreich.

Und so ist es auch mit dem Kaffee in der Sonne. Gestern Abend war mein ehemaliger Klassenkamerad zu Besuch und hat mir persönlich erzählt, wie schön sein Rennrad-Training auf der Insel war. Und wir haben uns verabredet. Im September trinken wir gemeinsam mit unseren Frauen Kaffee in Portixol. Den Termin haben wir dank Facebook ganz schnell und ohne Schreibblockade festzurren können.

John Will

+ Neue Adresse +

STROMBERGER PR

München & Hamburg

IHRE EXPERTEN FÜR TOURISMUS-PR



www.strombergerpr.de

Wenn die Kamera weg ist

Ein Raub auf Kuba und die Reaktion der Versicherung

Es passiert immer wieder – auch erfahrenen Reisejournalisten. Man ist auf Recherche, ahnt nichts Böses und plötzlich wird man zum Opfer. Die Geldbörse ist geklaut, die Kamera wurde geraubt. Und hinterher schlägt man sich mit einer zahlungsunwilligen Versicherung rum. So ging es dem Kollegen Rolf Kienle. Ein Erfahrungsbericht.

Man darf Kuba keinen Vorwurf machen. Die Gefahr, dass man bestohlen oder beraubt wird, ist rund um den Globus groß. Aber es traf mich mitten in Havanna. Beim Einsteigen in den Linienbus riss mir ein Räuber meine Tasche weg, griff sich die Kamera und verschwand. Der Schreck war aus dreierlei Gründen groß: Die Kamera war nagelneu, keine vier Wochen alt, und teuer, und mein Rechercheaufenthalt hatte gerade Halbzeit. Es standen noch ein paar Termine auf dem Plan.

Und: Fast zwei Tage sitzt man in verschiedenen Polizeirevierern der Stadt, um Anzeige zu erstatten. Sogar der Staatsanwaltschaft muss ein Besuch abgestattet werden, damit sie gegen einen eventuell gefassten Täter Anklage erheben kann.

Damit nicht genug: Zu Hause angekommen teilt man den Raub umge-

hend seiner Hausratversicherung mit. Raub ist in meinem Fall gottlob abgedeckt. Nun weiß man, dass Versicherungen Fachleute beschäftigen, die sich mit Händen und Füßen gegen eine Auszahlung wehren. Sie kommen ihren Verpflichtungen nicht gern nach,

Versicherungen beschäftigen Fachleute, die sich gegen eine Auszahlung wehren.

das kennt man. Das taten sie auch in meinem Fall, allerdings eher uninspiriert. Der Raub wurde kurzerhand zum Trickdiebstahl. Den gibt es laut Strafgesetzbuch zwar nicht, aber es klingt in der Ablehnung gut, denn Diebstahl ist nicht abgedeckt.

Ich schrieb umgehend zurück und machte auf die Fehleinschätzung aufmerksam. Denn bei dem Raub war eindeutig Gewalt im Spiel. Das macht den Raub ja erst aus. Wenn mir einer in die Tasche greift und mich bestiehlt, ist das eine Sache, wenn mir aber jemand die Tasche mit Gewalt derart heftig von

der Schulter reißt, dass mir alles wehtut, ist das eine andere. Ein Raub eben. Da muss man kein Jurist sein. Ich ahnte es: Auch dieser Einwand nützte nichts, man bedauerte erneut.

Wenn man nicht mehr weiter weiß, fragt man einen Anwalt. Der kannte das Prozedere schon: Versicherungen zahlen nicht gern. Es sei denn, man nimmt einen Anwalt, sagte er. Also beauftragte ich den Anwalt, sich der Sache anzunehmen. Und ging beim Tathergang intensiv ins Detail.

Es entbehrte wohl nicht einer gewissen Situationskomik, als wir den Raub in der Kanzlei originalgetreu nachstellten. Der Mann sollte schließlich einen Eindruck bekommen. Der Anwalt schrieb die Versicherung entsprechend an – und hatte Erfolg.

Die Versicherer waren bereit, immerhin die Hälfte zu zahlen. Das ist eindeutig besser als nichts. Für die komplette Summe hätte ich den juristischen Streit weiter ausfechten müssen, was mit Kosten und Stress verbunden ist. Darauf legte ich dann doch keinen Wert. Aber ohne den juristischen Beistand wäre ich leer ausgegangen.

Man kann zweierlei daraus lernen: Noch besser gegen böse Buben schützen und gleich den Anwalt konsultieren. Das spart Zeit.

Glossiert

Die Doppelzimmer Falle

Deutschlands Reiseindustrie hängt immer noch einem überkommenen Familienbild nach. Fast alle Preisteile der Reiseveranstalter aber auch Zimmerpreise von Hotels gehen davon aus, dass die meisten Menschen glücklich zu zweit durchs Leben gehen und deshalb gemeinsam Urlaub machen. Also werden auch überwiegend Doppelzimmer angeboten. Einzelzimmer tauchen höchst selten auf, und nur wenige Veranstalter und Hotels machen den Zusatz: Einzelnutzung im Doppelzimmer ohne Preisaufschlag. Das aber fast nur in Nebensaisonzeiten. Ansonsten ist bei Einzelnutzung ein oft heftiger Preisauflschlag fällig.

Die Statistik zum Thema Single-Haushalte in Deutschland sollte den Urlaubsstrategen zu denken geben. 2017 waren es rund 17 Millionen, die sich bei der Angabe: „Preis pro Person im Doppelzimmer“ vermutlich ausgegrenzt fühlen. Es gibt zwar bei Pauschalreisen

immer noch Angebote für ein halbes Doppelzimmer, aber hier werden zwei Urlauber in einem Raum untergebracht, die sich vorher nie gesehen haben – schön getrennt nach Männlein und Weiblein. Die Hoffnung, im gemeinsamen Zimmer eine Kombination Sandra Bullock und Nicole Kidman vorzufinden, wird sich nicht erfüllen. Auch wenn es im Prospekt heißt, dass man auf diese Weise tolle neue Kontakte knüpfen könne, bleibt das Risiko hoch. Wenn der Zimmernachbar ein Unsympath ist oder nachts schnarcht, dass sich die Balken biegen, ist das kein Rücktrittsgrund für die Reise. Da muss man dann durch, auch wenn laut Guinness Buch der Rekorde schon mal 90 Dezibel bei einem Schnarcher gemessen wurden. Das entspricht fast einem Presslufthammer.

Dieses Problem betrifft auch noch eine andere Gruppe. Der überwiegende Teil aller Urlauber befindet sich im fortgeschrittenen Alter, damit werden auch die Schnarchprobleme größer. Ehepaare können ein Lied davon singen. Die Radikallösung heißt: Zwei Schlafzimmer zu Hause und auch im Urlaub. Was sich wiederum nicht allzu viele leisten können.

Reiseveranstalter haben sich bisher nicht damit hervorgetan, flexible Lösungen anzubieten. Reine Einzelzimmer gibt es in modernen Hotels immer weniger. Aber man könnte in Nebensaisonzeiten Doppelzimmer zur Einzelbenutzung stärker vermarkten. Oder, radikal gedacht, einen Einheitszimmerpreis festsetzen. Es gibt viele Länder, in denen für das Zimmer und nicht pro Person bezahlt wird. Man könnte auch im Zeitalter des Internets kurzfristig reagieren. Millionen Singles und von menschlichen Kreissägen geplagte Ehepartner würden dankbar sein.

Otto Deppe



UNSERE
GÄSTEMAGAZINE
ALS INSPIRATION
FÜR RECHERCHEN

Gerne unterstützen wir mit Infos, Fotomaterial und nach Möglichkeit bei Recherchereisen

www.art-redaktionsteam.at

Die PR-Agentur der Tourismusverbände Istrien und Kvarner



Jörg Baldin

Am Anfang – es muss so zwischen 1990 und 1992 gewesen sein – war es nur eine kleine Infektion. Später wurde daraus eine ernsthafte Krankheit: Das Reisefieber hatte mich gepackt. Ich wollte die Welt erkunden, neue und andere Kulturen kennenlernen. Raus aus dem kleinen Malente in Schleswig-Holstein, in dem ich aufgewachsen bin. Schuld daran war auch mein damaliger Arbeitgeber. Die Beilagenredaktion der *Lübecker Nachrichten* hatte mich auf meine erste Pressereise geschickt: Gröden in Südtirol. Seitdem war ich immer wieder unterwegs. Zehn Jahre habe ich für den Verlag in unterschiedlichsten Ressorts gearbeitet. Bis mich mein beruflicher Weg im Jahr 2000 in eine andere Branche gebracht hat. Leider. Elf



Foto: privat

Jahre später habe ich dann meine Reise-Leidenschaft wieder zum Beruf gemacht. *breitengrad53*, als Reiseblog gestartet, gehört inzwischen zu den größten Online-Reisemagazinen in Deutschland.

Viele Autoren haben ihre Reportagen, Bilder und Videos über Kreuzfahrten und Reisen inzwischen auf *www.breitengrad53.de* veröffentlicht. Die Resonanz auf die Seite ist durchweg positiv. Der Weg bis heute war allerdings sehr steinig. Unzählige Arbeitsstunden sind in den letzten Jahren in das Projekt geflossen, in dem ich nahezu alles allein programmiert habe. Und viel Überzeugungsarbeit muss und musste ich leisten, denn *breitengrad53* gibt es nur als Online-Produkt. Im Reisebereich ist das für viele Destinationen und Veranstalter auch heute noch unverständlicher Weise zweite Wahl. Ich war schon einmal Mitglied bei der VDRJ und freue mich wieder dazu zu gehören.

joerg@breitengrad53.de

Dörte Behrmann

PR begeistert mich. Die Denke, Handlungsweise und die Instrumente habe



Foto: privat

ich 1994 und 1995 gleich nach dem Studienabschluss (Literaturwissenschaft) als Pressereferentin des Schleswig-Holstein Musik Festivals von der Pike auf gelernt und seitdem kontinuierlich durch Weiterbildungen im Bereich PR, Pressearbeit, Journalismus und Social Media erweitert. Seit 2002 konzentriere ich mich in meiner Arbeit ganz auf die Tourismusbranche.

So arbeitete ich als selbstständige Agenturchefin von *energa-PR* von 1996 bis 2016 für Hotels, Hotelkooperationen, Reiseveranstalter und Destinationen. Seit April 2016 konzentriere ich mich als angestellte Pressereferentin der Erlebnis Bremerhaven GmbH ganz darauf, meine Heimatstadt mit all ihren Stärken und Facetten in die Medien zu bringen.

1963 in Freiburg an der Elbe geboren, bin ich bis zum Abitur in Bremerhaven aufgewachsen. Zum Studium zog es mich nach Karlsruhe, beruflich habe ich in Hamburg und Berlin gewirkt. Neben dem Leben in den trubeligen Großstädten kenne ich auch die Atmosphäre einer Kleinstadt – Quakenbrück im schönen Osnabrücker Land war für einige Jahre ebenfalls Station. Doch als echtes Küstenkind zog es mich vor vier Jahren wieder zu Wasser, Wind und Möwen.

Alle zwei Jahre allerdings brauche ich New York City. Dort gebe ich mich dem Mythos hin, entdecke die Museen und die Stadtteile, füttere mich durch die Kulinarik der Welt. New York ist mein Griff in die Steckdose. Unter *www.folowmetonewyork.de* erzähle ich davon. *behrmann@erlebnis-bremerhaven.de*

Christiane Flechtner

„The earth has music for those, who listen“ – zuzuhören und eben genau das, worum es eigentlich geht, warum man hier auf diesem Planeten ist, ein wenig flüstern zu hören, ist jeden Tag aufs Neue mein Ziel.

„Not all, who wander, are lost“ – sich treiben zu lassen, die Welt sehen, und dort die Momente in sich einsaugen, die plötzlich auftauchen. Ob Afrika oder Asien, Russland oder Europa, Neuseeland oder Australien, ich bin weit gereist und habe mich nie „lost“ gefühlt, sondern war immer zur richtigen Zeit genau am richtigen Ort.

Und dann packt mich wieder das Fernweh, und ich muss wieder weg. Warum? Weil es so viele Wunder auf dieser Erde gibt, die meinen Horizont erweitern, mich bereichern, mich einerseits wachsen lassen, aber mich auch gleichzeitig ehrfürchtig innehalten lassen ob der Komplexität und Perfektion dieser Welt – über und unter Wasser und in der Luft.

Ich bin auf Norderney aufgewachsen und später nach Berlin gezogen. Als 15-Jährige war ich zum Schüleraustausch in Kanada, und nach dem Abi ging es per Overlandtruck durch Afrika. Nah dran sein, alles intensiv spüren – das ist auch heute noch meine Devise. Die Welt ist spannend, unendlich komplex und facettenreich – und so ist auch meine Arbeit. Ob als Reise- oder Wildtierfotografin unterwegs oder Reportagen schreibend zu Hause. Ob im schicken Anzug zur Hochzeitsfotografie, als Journalistin im S-Bahnwerk oder in Outdoor-Kleidung bei einer Tierrettung – ich bin immer mittendrin, voll und ganz, 1000 Prozent bei der Sache. In diesem Sinne freue ich mich auf gute Zusammenarbeit.

info@christ-flechtner.de



Foto: privat

Alicia Kern

„In Bad Rothenfelde daheim und in der Welt zuhause“ – mit dieser Auffassung hat mein Großvater das Leben meiner Familie geprägt. Reisen, Neues entdecken, internationale Freundschaften knüpfen und sich vom Fremden verzaubern lassen, diese Erfahrungen haben meine Kindheit, Jugend und Studienzeit begleitet. Trotzdem wollte ich nie meine Berufslaufbahn im Journalismus beginnen.

Meine Leidenschaft war schon immer das Wort, denn Kommunikation schafft Realität. Deshalb fiel meine Wahl beim Studium auch auf das Fach Kommunikationswissenschaften. Im Nebenfach studierte ich Empirische Kulturwissenschaften, da ich gelernt hatte: Nur wer die eigene Kultur versteht, kann die fremde begreifen lernen.

Nach dem Abschluss meines Masterstudiums war die Zusage von Gebeco für ein Volontariat in der Unternehmenskommunikation ein echter Glücksfall. Reisen, mit dem Ziel wechselseitiges Verständnis zwischen Menschen und Kulturen wachsen zu lassen, also alles genau so, wie ich es von zuhause kannte. Und das in Kombination mit meiner Passion für Kommunikation. Perfekt. Mittlerweile arbeite ich als Pressereferentin in der Gebeco Unternehmenskommunikation. Jeder, der schon mal von einer langen Reise heimgekehrt ist, weiß, dass es schwer ist, das Erlebte in Worte zu fassen. Reisen, um davon zu erzählen, ist nicht immer einfach.

Meine Aufgabe bleibt daher bis auf Weiteres: Erzählen, damit andere reisen. Worte finden, die andere für das Fremde begeistern, neugierig machen und an das Fernweh appellieren, das in jedem von uns schlummert.

presse@gebeco.de



Foto: privat

Martin Mangiapia

Als Kind italienischer Eltern und in Bayern aufgewachsen, bekam ich zwei Kulturkreise und Sprachen in die Wiege gelegt. Mit Gnocchi und Schweinsbraten allein konnte mein (Wissens-)hunger allerdings nicht gestillt werden.



Foto: privat

Ob es die Gewohnheit zu dialektal eingefärbtem Deutsch oder das genetisch bedingte Faible für Barockbauten war, das mich in jungen Jahren nach Wien getrieben hat, ist mir heute nicht mehr ersichtlich, aber die Stadt wurde für lange Zeit mein Zuhause.

Noch während meines Studiums der Kommunikationswissenschaft begann ich hier meine Karriere als Kulturkritiker und schrieb Rezensionen über Bühnenstücke für verschiedene Magazine. Bald darauf baute ich mir ein zweites Standbein in der PR-Branche auf betreute auch hier vornehmlich Kulturevents. Einige Jahre und Palatschinken später zog es mich dann doch wieder nach Bayern.. Bei NBC Universal durfte ich einen amerikanischen Sender im deutschsprachigen Raum mit aufbauen, die Welt der Hollywood-Stars hautnah miterleben – und hinter der Kamera mitgestalten. Bei RTL II musste ich schließlich feststellen, dass das Scheinwerferlicht doch nicht immer so hell strahlt wie erhofft.

Ich nahm sozusagen den Bus raus aus den Medien und landete in der Reisebranche. Bei FlixBus verantwortete ich als Pressesprecher die Kommunikation für unser Fernbus- und Zugangebot – vor allem auf dem deutschen Markt. Gemeinsam arbeiten wir daran, die Welt mobiler zu machen, Menschen zu verbinden und ein nachhaltiges Fernverkehrssystem zu stärken.
martin.mangiapia@flixbus.de

Kai Simon

In Bewerbungsgesprächen frage ich immer: Mit welchen drei Wörtern würdest dich deine Freunde beschreiben? Nun bin ich also mal dran: Loyal, wissbegierig und guter Leader.

Wissbegierig – denn ich will immer dazulernen, neue Technologien erkunden, noch nicht bereiste Destinationen entdecken. Loyal – denn wenn man mich einmal auf seiner Seite hat, dann gehe ich durch dick und dünn.. Privat und beruflich. Und guter Leader: Wir nutzen ja häufig das Wort managen. Gerade in Bezug auf mein Team finde ich „führen“ passender als managen. Ich gebe gern Hilfestellungen, habe ein offenes Ohr und lasse neben individuellen Ansätzen das große Ganze nicht aus dem Auge. Wie geschaffen für den



Foto: privat

Tourismus. Schon in der Schulzeit war klar, dass ich ins Hotelfach einsteigen möchte. Nach klassischer Ausbildung im Hamburger Atlantic und einigen Stationen hatte ich einen kleinen branchenfremden „Ausflug“, der mir schnell klar machte: Dein Herz schlägt in der Hotellerie, im Tourismus, da gehörst du hin.

Mit meinem Studium in Heidelberg habe ich den Weg in die PR gefunden und das Glück, meine Leidenschaft für Medien mit der Passion für die Hotellerie zu paaren. Nach Stationen bei The Ritz-Carlton, Rocco Forte Hotels, der Schweizer Victoria-Jungfrau Collection und Haebmau (Neuseeland PR) betreue ich seit 2006 die internationale Unternehmenskommunikation bei Design Hotels™. Wenn nicht gerade eine Pressereise ansteht oder ein dringendes Konzeptpapier, dann erwische ich mich beim Spaziergehen mit Frau und Hund im wunderschönen Grunewald.
k.simon@designhotels.com

Michael Westerhoff

Vulkane in Chile, Shopping in Chicago, Weihnachtsmarkt in Vilnius – ja, klassische Reisetemen gehören auch zu dem, was ich mache. Hauptsächlich für den WDR, mein eigenes Blog *Colorfulcities.de* und meinen YouTube-Channel. Ich komme ursprünglich aber aus einer anderen Ecke. Seit zwei Jahrzehnten berichte ich für WDR Radio und Fernsehen über Flughäfen und Luftfahrt in NRW. Also von Streiks über neue Strecken bis hin zu Genehmigungsverfahren. Daraus hat sich bei mir alles andere entwickelt. Weil ich als freier Journalist an die WDR-Wirtschaftsredaktion angedockt bin, kommen zahlreiche Servicethemen dazu: Tipps für Städtereisen, aber auch Portale, über die ich Ski für den Winterurlaub vorbuchen kann,



Foto: privat

bis zu Handgepäck-Regeln bei Fluggesellschaften. Zudem moderiere ich eine Servicesendung bei WDR 4 (die Themen haben gelegentlich mit Reise zu tun, aber nicht immer). Und seit 2002 moderiere ich auch bei WDR 2. Da geht es selten um Reisen, Luftfahrt und Touristik. Auch mal erholsam.

Ich bin 1967 geboren, habe Medienwissenschaften studiert, habe ein Volontariat beim Privatfunk gemacht, mehrere Jahre als festangestellter Wirtschaftsredakteur bei Privatsendern gearbeitet, habe den Relaunch eines Wirtschaftssenders entwickelt und als Investor Relations Manager (mein schönster Titel auf einer Visitenkarte) den Börsengang eines Unternehmens verantwortet. Seit 2001 bin ich selbständig. Eben weil ich gern eine breite Palette abdecke. Von der Reisereportage über den Servicebeitrag bis zur Radio-Moderation. Und das geht frei eben besser als fest.

michael.westerhoff@michaelwesterhoff.de

INTERNA

Aus dem Journalistenkreis

Doris Burger hat ihr „Kleines Untersee-ABC“ überarbeitet und neu aufgelegt. Darin stellt sie „Die feine Ecke des Bodensees“ vor, wie der Untertitel des kompakten Buches behauptet. Auch nach acht Jahren am See, zuvor lebte sie 18 in der Hansestadt Hamburg, hat sie den Wechsel nicht bereut: Noch immer entdeckt sie neue Facetten ihrer Wahlheimat. Ein weiterer Titel in der ABC-Reihe des Husum-Verlages ist bereits in der Vorbereitung: Anschließend soll im Frühjahr 2020 der Südschwarzwald, der sich an klaren Tagen hinter den Hegau-Vulkanen abzeichnet.

Heidi Diehl hat – wie schon in den vergangenen beiden Jahren – auch zum Jahresende 2018 wieder unter den Mitgliedern eine Versteigerung zugunsten der Christoffel Blindenmission gemacht. Diesmal kamen insgesamt 395 Euro zusammen, genug Geld, um drei Kinder in armen Ländern von der Blindheit zu befreien. Herzliches Dankeschön an alle, die mitsteigerten oder Geld spendeten.

Klaus Dietsch ist einer der Preisträger der ITB BuchAwards. In der Kategorie „Länderwissen aktuell“ hat man – wohl aus weltpolitischen Gründen – die noch immer geteilte Halbinsel Korea ausgewählt. Und da hat sich unser Schatzmeister mit dem Titel „Südkorea – Vom Bärenland zum Tigerstaat“ wohl verdient gemacht. Wie heißt es in der ITB-Pressemitteilung? „Den zunehmend nachgefragten und geopolitisch brisanten Reisezielen Nord- und Südkorea widmet sich differenziert und aufklärend der Trescher Verlag mit den Titeln „Südkorea“ von Klaus A. Dietsch und „Nordkorea“ von Arno Maierbrugger“. Dem ist laut Dietsch nichts hinzuzufügen. Außer dass „Südkorea“ schon

drei Auflagen hinter sich hat und der Autor die letzten Monate schwer beschäftigt war, die vierte, eine komplette Neuauflage, zu recherchieren und zu schreiben.

Rüdiger Edelmann freut sich über die Nominierung seines Projekts *Deutsches-Reiseradio.com* für den Deutschen Podcastpreis 2019. Da es dort keine eigene Kategorie zum Thema „Reisen“ gibt, tritt er in der Kategorie „Unterhaltung“ an. Dort gibt es nicht nur die meisten Nominierungen, sondern auch die Konkurrenz von großen Unterhaltungs-Podcasts. Es wird also schwer. Immerhin die Nominierung ist doch schon mal was. Die Preise in acht Kategorien werden am 29. März in Essen verliehen.

Dagmar Gehm hat die VDRJ ins DJV-Magazin *Journalist* gebracht. Anlass ist ihr Interview mit dem VDRJ-Vorsitzenden **Rüdiger Edelmann** für die März-Ausgabe. Dabei geht es um die aktuelle Situation des Reisejournalismus und mögliche Perspektiven. Vielleicht liefern die Aussagen auch Insider noch die eine oder andere neue Erkenntnis. Außerdem freut sich die Kollegin darüber, dass ihr Marco Polo-Reiseführer „Indien – der Süden“ nicht nur seit ein paar Jahren auf dem englischsprachigen Markt unter dem Titel „Marco Polo – India South“ erhältlich ist, sondern jetzt auch ins Polnische übersetzt wurde.

Gerd Krauskopf hat einen neuen Bildband herausgebracht. Unter dem Titel „Schmelzende Polkappen in der Arktis: Grönland und Spitzbergen“ präsentiert er nicht nur die wilde Natur der arktischen Gewässer und die spektakulären Eisberge und Fjorde, sondern beschäftigt sich auch mit den Auswirkungen des Klimawandels auf die Polregion. Die Dramatik des schmelzenden Eises und der schrumpfenden Gletscher

legt er eindrucksvoll dar. Zu bestellen ist der hochwertige Bildband (154 S., 374 Farbbilder, bedrucktes Hardcover 28 x 33 cm) für 106 Euro zzgl. Steuer im Internet bei www.blurb.de Krauskopf

Klaus Kronsbein leitet weiter das Team Service der Berliner Newsroom GmbH im DuMont Berliner Verlag. Gemeinsam mit seinen Kolleginnen **Dajana Rubert** und **Sophia Kräge** (nicht mehr dabei sind Anne Vorbringer und Britta Zimmermann) erstellt er von Berlin-Kreuzberg aus die Reise-Seiten für die *Berliner Zeitung*, den *Berliner Kurier*, die *Hamburger Morgenpost* und den *Kölner Stadt-Anzeiger* (Text und Layout). Zusätzlich greifen der *Kölner Express* und die *Kölnische Rundschau* auf die Reise-Produktion des Teams Service zu. Im Rahmen der fortschreitenden Digitalisierung wird in Zukunft auch (weiter) der Online-Bereich der genannten Zeitungen vom Team Service beliefert. Zu erreichen ist das Team per Mail unter berlin.service@dumont.de

Holger Leue hat gemeinsam mit seinem Fotografenkollegen Page Chichester und Autor Christian Nowak den Bildband „Antarktis – Reise ins südliche Eis“ veröffentlicht. Das Buch ist im Stürtz Verlag erschienen und enthält 289 Fotografien, die den südlichsten Kontinent mit seinen vorgelegerten Inseln in all seinen Facetten zeigen, die grandiosen Landschaften ebenso wie die faszinierende Tierwelt. Specials widmen sich unter anderem der argentinischen Stadt Ushuaia als Ausgangsbasis für Expeditions-Kreuzfahrten, Camping in der Antarktis oder dem Leben auf den Forschungsstationen im Eis, sie erzählen von der dramatischen Shackleton-Expedition und nehmen die Leser mit ans Kap Hoorn und durch die Drake-Passage.

Cornelia Lohs war wieder fleißig: Im Januar ist der mit einem zusätzlichen Ma-

gazinteil versehene „ADAC Reiseführer Irland“ aus der gelben Reihe erschienen. „ADAC Stockholm“, wo neben den klassischen Sehenswürdigkeiten ein Schwerpunkt auf reisepraktischen Informationen, Ratgeber-, Service- und Mobilitätsthemen liegt, kommt im Mai raus, „111 Orte in Mannheim, die man gesehen haben muss“ (Emons Verlag), mit Orten, die auch den Einheimischen noch unbekannt sind, kommt pünktlich zur ITB in die Läden. Gerade im Entstehen ist ihr neuestes Projekt „111 Gründe, Dublin zu lieben“. Es soll Ende des Jahres erscheinen.

Hilke Maunder macht nach ersten MOOCs bei der texanischen Knights University in Documentary und Field Journalism seit Dezember eine Weiterbildung zur Videojournalistin, um künftig auch Bewegtbild-Inhalte anbieten zu können. Die erste Nagelprobe war ein Livebericht von der Eröffnung des deutsch-französischen Kulturfestivals Arabesques in Hamburg als Moderatorin. Nach Dramaturgie und Drehbuch lernt sie bis Ende Mai Schnitt und Audio. Am 1. August zieht sie nach Frankreich um. Gebucht wurde sie für drei Jahre Korrespondenz aus dem Hexagon, vielleicht werden es ja auch sechs Jahre. Daher sucht sie dringend einen Mieter für ihre Hamburger Bleibe. Bei Interesse Mail an info@maunder.de In ihren Spezialgebieten Frankreich, Australien und Italien sind zum Jahresbeginn die Titel Côte d'Azur, Australien

und Venedig in der Reihe „Baedeker smart“ erschienen – passend zum Relaunch mit neuen Features und Texten. Ihr Blog *Mein Frankreich.com* wird zur ITB zehn Jahre alt: 1000 Texte zu ihrer zweiten Heimat stehen inzwischen dort. Das Blog ist ein Herzblutprojekt, raubt Hilke Maunder die nächtlichen Stunden... und freut sich über Gastbeiträge.

Bernadette Olderdissen hat mit dem Artikel „Ein Winter mit Weitblick“ zum neuen Buch des Riesedepeschen-Verlags „Deutschland im Winter“ beigetragen.

Stephan Orth freut sich, dass seit 1. März sein neues Buch „Couchsurfing in China“ (Malik) in den Läden steht. Unter dem Motto „Durch die Wohnzimmer der neuen Supermacht“ reiste er vom Spielerparadies Macau bis an die nordkoreanische Grenze, von der Finanzmetropole Shanghai bis in die Krisenprovinz Xinjiang. Zwischen Digital- und Realwelt, zwischen null und 4700 Höhenmetern suchte er nach Wahrheiten über das Reich der Mitte. Dabei machte er alles mit, was seine Gastgeber ihm vorgaben, und versuchte sich als Wettkampf-Korbflechter, tanzender Englischlehrer und Casino-Glücksritter. Er besuchte Metropolen, die mit totaler Überwachung experimentieren, und abgeschiedene Dörfer, in denen fürs Willkommens-Essen der Hund geschlachtet wird. Nach der Lektüre wirkt

**Klare Kommunikation.
Kreative Ideen.
genböck pr.**

www.genboeckpr.de



China viel weniger fremd, als man vermutet hätte: www.stephan-orth.de

Andreas Steidel hat ein neues Buch veröffentlicht. Es heißt „Glaubenswege für Genießer – Die Schwäbische Alb“ (Edition Evangelisches Gemeindeblatt, 14,95 Euro). Darin werden spirituelle Wanderwege und Reiseziele beschrieben, verbunden mit Gastronomie- und Einkehrtipps. Einkehr für Leib und Seele sozusagen, für all die, die gerne in der Landschaft unterwegs sind und sie mit allen Sinnen genießen wollen. Das Buch ist der Auftakt zu einer neuen Reihe, 2019 wird der nächste Band der „Glaubenswege für Genießer“ erscheinen, das Reiseziel ist diesmal „Der Schwarzwald“.

Martin Wein hat in der schwäbischen Stadt Reutlingen touristisches Potenzial ausgemacht. Am Fuß der Schwäbischen Alb gelegen, mit reicher Geschichte und vielseitigem Umland stehe sie wie viele Ecken Deutschlands zu Unrecht im Schatten der großen Ferien-Regionen an den Küsten und in den Alpen. Wein hat als Historiker mit seinem Redaktionsbüro eine neue Stadtchronik über Reutlingen geschrieben und fotografiert, die im Frühjahr im WIKOMmedia-Verlag erscheint. Ein weiterer Band über Worms in Rheinhessen soll zum Jahresende herauskommen.

Jürgen Zupancic feiert in diesem Jahr das 33-jährige Jubiläum seines Reisemagazins *Clever reisen*. 1986 von ihm gegründet, entwickelte sich *Clever reisen!* zu einem führenden Reisemagazin und erscheint vierteljährlich im gesamten deutschsprachigen Raum. Mit einer Auflage von gut 50 000 Exemplaren gehört es zu den am häufigsten gelesenen Magazinen der Branche. Zum „Schnapszahl-Jubiläum“ erhält *Clever reisen!* einen soften Relaunch und neue zusätzliche digitale Epaper-Vertriebswege über Readly, United-

kiosk und öffentliche Bibliotheken. Einen großen Relaunch bekommt Zupancics Reiseinfoportal *fliegen-sparen.de*: Zum 20. Geburtstag gibt es eine große Überarbeitung bei Layout und Inhalt. *fliegen-sparen.de* soll für mobile Endgeräte optimiert werden. Die Infos können dann auch über Facebook und WhatsApp geteilt werden. Als neuen Service bietet das Portal die Bewertung von Reiseschnäppchen sowie einen umfassenden Flug- und Hotelpreisvergleich.

Aus dem PR-Kreis

ART Redaktionsteam feiert die 20-jährige Zusammenarbeit mit dem TVB Istrien. Auch das *Istrien Magazin* erscheint in diesem Jahr zum 20. Mal. Ursprünglich als Rechercheanregung für Journalisten gedacht, hat es sich zum Publikumsmagazin gemausert und wurde mit dem Österreichischen Tourismus Werbe Grand Prix ausgezeichnet. Mit der Region Kvarner betreut ART Redaktionsteam eine weitere große Küstenregion Kroatiens sowie mehrere Hotels und geht mit Motorkreuzern von ID Riva in Dalmatien auf Rundreise. Neu ist die Zusammenarbeit mit CHEFS STAGE, einem internationalen Kulinarikfestival in Sibenik. Ebenfalls neue Kunden im Portfolio sind das 4-Sterne-Plus Genießerhotel Riederalm in Leogang und das Romantikhôtel Seefischer am Millstättersee. Für die langjährigen Kunden „Genießerhotels & -restaurants“ und die Spitzenköche der Jeunes Restaurateurs (JRE) hat ART „FELIX – das Wirtshausfestival am Traunsee“ entwickelt.

Claasen PR hat Verstärkung bekommen. Seit 1. Januar ist **Tanja Piepenburg** (40) als Senior Manager im Team. Piepenburg arbeitete sieben Jahre lang als Unternehmenssprecherin der TUI Deutschland GmbH, ehe sie 2010

als Senior Manager zu einer Frankfurter Kommunikationsagentur wechselte. Bei Claasen übernimmt Piepenburg die Kommunikation für ausgewählte Projekte und Kunden-Accounts und unterstützt die Geschäftsführung beim strategischen Ausbau des Agenturkonzepts. Die studierte Germanistin und Geografin berichtet an **Maria Greiner** und **Ralph Steffen**, die 2017 die Geschäftsführung der Claasen Communication GmbH übernommen haben. Seit 1. Januar ist die Agentur auch für den Bereich Public Relations und Destinations-Marketing für Arlington/Virginia zuständig.

Global Communication Experts hat in den letzten Monaten kräftig das Kundenportfolio ausgebaut und allein fünf neue Destinationen dazu gewonnen: Valencia hat sich in einem Auswahlprozess wieder für GCE entschieden. Die Insel Menorca vergibt erstmals ihren PR-Auftrag extern und will sich stärker im Kreis der Balearen positionieren. Sheffield – nur rund eine Stunde von Manchester entfernt – tritt ebenfalls zum ersten Mal in Deutschland auf, um seine Stärken als „The Outdoor City“ in der Öffentlichkeit zu promoten. Santa Cruz County an der kalifornischen Monterey Bay macht mit GCE-Unterstützung verstärkt auf sich aufmerksam: Ein Besuch im Natur-, Sport und Surfer-Paradies sollte gemäß dem Motto Let's Cruz in keiner Kalifornien-Rundreise fehlen. Seit Beginn des Jahres kommuniziert GCE für Miami, eine der drei wichtigsten Städte der USA, vertreten durch das Greater Miami Visitors and Convention Bureau. Künftig geht es hier auch um Themen wie das neue Zentrum der Stadt, die Entwicklung der unterschiedlichen Künstlerviertel und der ländlichen Gebiete um die Stadt herum. Ihr Portfolio von Kreuzfahrt-Kunden konnte GCE durch den Gewinn der griechischen Reederei Celestyal Cruises, die auf Kreuzfahrten

in der Ägäis spezialisiert ist, ausbauen. Auch zwei Hotels und Resorts sind zum Kundenkreis hinzu gekommen: das Sheraton Full Moon Resort auf den Malediven überrascht nun neu nach einem nachhaltigen Renovierungsprogramm und punktet mit einer unkomplizierten Anreise dank des gerade mal 30-minütigen Bootstransfers vom Flughafen der Hauptinsel. Das GCE-Team freut sich außerdem über den Gewinn des Gräflicher Park Health & Balance Resorts in Bad Driburg. Das Haus im Besitz von Marcus Graf von Oeynhausens-Sierstorpf und Gräfin Annabelle gehört zu den Top 10 Wellness Hotels, seine große Stärke sind F.X.Mayr Kuren. Auch im Bereich Ayurveda bietet das Resort Außergewöhnliches: Hier praktiziert der in Deutschland bekannteste Experte Vaidya Kumaran Rajsekhar. Das Team ist um die Kolleginnen **Valentina Mora Ruiz, Johanna Alberti** und **Almasa Adrovic** gewachsen. **Rainer Fornau** hat die neu geschaffene Position des Director Operations übernommen und bringt nun seine rund 15-Jährige Tourismus-PR-Erfahrung in nationalen und internationalen Agenturen mit ein.

genböck pr am Historischen Hafen in Berlin hat einige Neuigkeiten zu vermelden: **Ariane Mörcke** bereichert seit einigen Monaten das Team der Agentur, das sich außerdem über drei Portfolio-Erweiterungen freuen darf. Als Neu-Kunde ist die Region Villach – Faaker See – Ossiacher See in Kärnten zu nennen. Wieder dabei ist Oberstaufen, die Urlaubsdestination aus dem Allgäu. Ein echter Newcomer ist ein Kunde aus dem Bereich Legal Tech Startup: faire-regulierung.de vertraut jetzt auf die Unterstützung von genböck pr.

Global Spot ist stolz darauf, dass Tourism and Events Queensland den Vertrag verlängert hat. Die in München ansässige Agentur für Kommunikation und Destinations-Management wird

auch in den nächsten Jahren die Werbetrömmel für Australiens Sunshine State rühren – und das ab sofort für ganz Europa. Als neue Märkte kommen die skandinavischen Länder hinzu. Das Team wird von **Kai Ostermann** geleitet. Zuständig für PR, Events und Promotions ist **Peter Mierzwiak**. Mit Real Journeys konnte Global Spot einen weiteren Neukunden gewinnen. Das neuseeländische Tourismusunternehmen bietet verschieden Touren auf der Südinsel an, u.a. Cruises durch den Milford Sound sowie Trips rund um Queenstown und nach Stewart Island.

Hansmann PR konnte in der zweiten Jahreshälfte 2018 u.a. Tourism Australia und Tasmania als Neukunden gewinnen. Die Münchner PR-, Content- und Social Media-Spezialisten sind mit der Olympiaregion Seefeld als jüngstem Kunden zum 1. Januar und insgesamt jetzt 28 Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen in das Neue Jahr gestartet. **Tanja Maruschke**, die bereits seit über fünf Jahren bei Hansmann PR tätig ist, hat zum Jahresbeginn die Leitung der Unit Reise übernommen und erhält Verstärkung durch vier neue Kolleginnen: Als Volontärin stieg **Sarah Pantzer** zum 1. November bei Hansmann PR ein, **Victoria Günther** kam am 1. Januar als Junior-Beraterin. Außerdem konnte die Agentur mit **Stephanie Fischer** und **Alena Schuh** zwei erfahrene Social Media Managerinnen gewinnen, die seit Jahresbeginn das Geschäftsfeld Social Media verantworten.

Alexandra Johnen, Presseverantwortliche des Niederländischen Büros für Tourismus & Convention (NBTC) in Köln, hat gemeinsam mit ihrem Mann **Ralf Johnen** einen neuen Reiseführer geschrieben „99 x Niederländische Nordseeküste wie Sie sie noch nicht kennen“, lautet der Titel des Ende Mai im Bruckmann Verlag erscheinenden Guides. Darin geben die Autoren Tipps

insbesondere für diejenigen Hollandliebhaber, die schon öfters an den niederländischen Stränden Urlaub gemacht haben und neue Inspiration suchen. Wer weiß schon, dass man auf der Insel Texel ein Wellnessbad in Wolle nehmen kann? Oder dass in Zeeland edle Weinreben gedeihen? Dass ein Menü auch im Riesenrad mundet? Und dass findige Wasseringenieure kurzerhand neue Strände geschaffen haben – als Schutz vor dem steigenden Meeresspiegel.

Mario Köpers, der im letzten Oktober nach 19 Jahren als TUI-Presesprecher überraschend das Unternehmen verlassen hat, übernimmt die Patenschaft für das ITB-Projekt der Studierenden Weltbummler. Das Projekt umfasst die Organisation eines eigenen Standes auf der ITB und soll sowohl den Bekanntheitsgrad für die Hochschule für Wirtschaft und Recht (HWR) Berlin selbst steigern, als auch Interesse am dualen Studium wecken.

noble kommunikation mit neuen Gesichtern: **Nina Kreke** hat die neu geschaffene Position der Stellvertretenden Geschäftsführerin übernommen. Mit ihrer langjährigen PR- und Touristik-Erfahrung stärkt sie das Beraterteam und verschafft **Marina Noble** neue Freiräume. Viele kennen die bestens vernetzte Nina Kreke von ihren vorherigen Stationen wie Thomas Cook, Condor und Kempinski. Als PR-Assistent an Bord kam **Lukas Heun**, der zuletzt bei Franken Tourismus tätig war.

Isabella Partasides hat einen neuen Boss im Haus: Der kleine Leandros Raphael wurde am 12. September geboren, und er ist wie seine Mama gerne Vielflieger.



Bild: privat

Bis Ende des Jahres hat **Bettina Desch** die Kommunikation bei Thomas Cook übernommen. Ab November 2019 ist Isabella wieder an Bord.

piroth.kommunikation konnte gleich zum Jahresanfang zwei Neukunden gewinnen. So weitet die Münchner Kommunikationsagentur ihre Präsenz in der Pfalz aus und betreut ab sofort das Vier-Sterne-Superior Wander- und Wellnesshotel Pfalzblick Wald Spa Resort in der Pressearbeit. In diesem Jahr erweitert das Hotel sein Areal mit einem 55 000 Quadratmeter großen Garten samt neuer Outdoor-Saunainselform und Naturbadesee. Außerdem erhielt das Team um Geschäftsführerin **Teresa Hofmann** den Zuschlag für die Vermarktung der komplett neu aufgesetzten Radregion Inn-Salzach. Das 1500 Kilometer-Wegnetz umspannt die beiden Landkreise Mühldorf und Altötting und verbindet 55 Gemeinden zwischen dem Münchner Raum und dem Chiemgau. 24 neue Thementouren durchziehen das gesamte Gebiet. Auch im Team gibt es ein neues Gesicht: Seit Januar unterstützt **Katja Broschart** piroth.kommunikation vor allem mit den Schwerpunkten MICE / Events und Hotel-PR.

primo PR baut die Hotelexpertise in Europa weiter aus. Seit Anfang 2019 kommuniziert die Frankfurter Agentur für das Miraggio Thermal Spa Resort in Griechenland. Das 5-Sterne Luxusresort ist Teil der Cronwell Hotels & Resorts und liegt in Hanglange direkt am Meer auf der Halbinsel Chalkidiki. Mit dem PR-Etat für Leonardo Hotels in Deutschland, Österreich und der Schweiz konnten die Geschäftsführerinnen **Anne Heussner** und **Nuray Güler** von primo PR eine weitere große Hotelkette in das Kundenportfolio aufnehmen. Die Zusammenarbeit konzentriert sich auf die Beratung und

Durchführung klassischer Medienarbeit, die Entwicklung von Pressemeldungen und Medienkooperationen sowie Themen-Generierung, Organisation von Pressereisen bis hin zur Unterstützung und Durchführung von PR-Events.

STROMBERGER PR München ist in den Süden nach Obersendling umgezogen. Das Team freut sich über großzügige Räume in der Kistlerhofstraße 70, Haus 5, Gebäude 188, 81379 München. Auch auf Kundenseite gibt es Neuigkeiten: Neu im Portfolio sind das Costa Navarino in Griechenland, die Falkensteiner Hotels & Residences, das Hotel zur alten Post Büsum, das Romantik- und Wellnesshotel Deimann im Sauerland, das Schgaguler in Südtirol sowie die Neueröffnungen Parklane, a Luxury Collection Hotel auf Zypern, die Alpenloge im Allgäu und das halensee im Tannheimer Tal in Tirol. Mit **Sonia Becker** konnte STROMBERGER PR das Team in Hamburg um eine dritte Person verstärken. Darüber hinaus unterstützt die ehemalige PR-Chefin vom Bayerischen Hof, **Ulrike Barcatta**, als Senior PR Manager das Münchner Büro.

uschi liebl pr unterstützt seit Januar Mövenpick Hotels & Resorts bei der Pressearbeit in Deutschland und Österreich. Die im Luxussegment angesiedelte Hotelmarke ist Teil des Luxusmarkenportfolios von AccorHotels. Ebenfalls frisch mit an Bord bei ulpr ist das „grüne Reiseziel“ Slowenien. Betreut werden die Accounts von **Tamara Schwarz** bzw. **Hannah Bernard**.

Wilde & Partner arbeitet nun mit nach Kommunikations-Disziplinen geordneten Units – fünf an der Zahl. Als Head of Lifestyle Communications fungiert **Anja Eder**, als Head of Corporate Branding **Sonja von Saalfeld** – während

ihrer Elternzeit vertreten durch **Jutta Tempel** – als Head of Brand Communications **Sonja Duensing**, als Head of Consumer Communications **Katrin Engelniederhammer** und als Head of Corporate Communications **Roberto La Pietra**. In den vergangenen Monaten konnte die Agentur auch neue Kolleginnen begrüßen – dazu zählen **Lena Strohmaier**, **Henriette Herfeldt**, **Viola Allerdings** und **Silvia Talabér** als Consultants sowie **Hannah Gatzka**, **Franziska Kern** und **Alisa Frühhaber** als Junior Consultants. Das Head Office erhält durch **Nadine Prasse** Verstärkung für den Bereich Controlling. Nicht zuletzt konnte Wilde & Partner in jüngster Zeit eine Reihe neuer Kunden für sich gewinnen. Dazu gehören die Hessische Hausstiftung, die Constance Hotels, der Reiseveranstalter Ameropa sowie der Tourismusverband Ostbayern und Kitzbühel.

Simone Zehnpfennig von der Allgäu GmbH, die seit 15 Jahren die Pressearbeit verantwortet, hat Verstärkung durch eine Volontärin bekommen. In den nächsten zwei Jahren wird ihr **Stephanie Karrasch** zur Seite stehen und Fragen beantworten. Beide freuen sich auf die Pflege bestehender Kontakte und das Kennenlernen neuer Kollegen.

Up, up and away Zum Tod von Gunther Träger

Und dann bist Du losgeflogen, Gunther. Über das Wasser, das sich nicht einmal gekräuselt hat bei Deinem Start. Über die Baumwipfel, die nicht einmal dazu genickt haben. In das Universum, dessen selbst kleinster Teil nichts davon bemerkt hat. Keiner hat es bemerkt, wie auch. Keiner hat gehört, wie der Propeller Kraft aufnahm, Schub und Drängen.

Und dann bist Du einfach losgeflogen.

In den Samtmantel Deiner Nacht. Flankiert vom Reigen Deiner Lichter, alleamt Sterne, schnurgerade und konzentriert als Deine Runway Center Line Lights. Den linken Stick nach hinten ziehen, manuell starten in den Nachthimmel. Ein großer Reisender hat abgehoben für seinen Nachtflug.

Antoine de Saint-Exupéry: *„Es gibt keine Lösungen im Leben. Es gibt Kräfte in Bewegung: die muss man schaffen; die Lösungen folgen nach.“*

Es war die Passion Deines Lebens – das Fliegen. Und es war mehr als Starten und Landen. Deine Fotos aus der Himmelperspektive sind die wortlosen Eintragungen in Dein Logbuch. Aber sie sind nur Annäherungen an die Wahrheit Deiner Erlebnisse, Deines Glückes. Selten war das bei einem Menschen so klar zu erkennen wie bei Dir.

Antoine de Saint-Exupéry: *„Der Mensch wird nur der Welt gewahr, die er schon in sich trägt. Es braucht eine gewisse Spannweite, um dem Erhabenen die Stirn zu bieten und seine Botschaft zu empfangen.“*



Bild: privat

Ich saß einmal neben Dir da oben. Es war laut im engen Cockpit, unter uns breitete Andalusien seinen grünen Teppich aus, in den die weißen Dörfer eingnäht schienen. Du schriest mir etwas zu, aber der Kopfhörer gab nur Wortfetzen an mich weiter. Doch ich sah Dein Gesicht: so sieht pures Glück aus.

Nein, Du warst kein Glücksritter. Du hattest das Glück auch nicht gepachtet. Im Gegenteil: Es hatte Dich eine Zeit lang ausgesucht und Du hast dieses Geschenk genossen, solange es ging.

Antoine de Saint-Exupéry: *„Das, worauf es im Leben am meisten ankommt,*

können wir nicht vorausberechnen. Die schönste Freude erlebt man immer da, wo man sie am wenigsten erwartet hat.“

Reisen war auch so eine Freude. Vier Jahrzehnte waren wir immer wieder einmal gemeinsam zu Besuch in dieser bunten – mitunter auch etwas verloderten, jedoch niemals würdelosen – Welt. Auch dabei durfte ich mit Dir erkennen, wie schön es ist, das Andere zu finden, den anderen Zugang, den anderen Handschlag, die andere Helligkeit unter immer demselben Himmel. Für Dich hat es nie Eingeborene gegeben sondern stets Einheimische.

Wir waren immer Gäste in der anderen, ihrer Welt.

Antoine de Saint-Exupéry: **„Man kann die Welt nur nach dem verstehen, was man erlebt.“**

Du hast mir Deinen Weg gezeigt, ohne ihn als den richtigen, einzigen darzustellen. Eckdaten wie hingeschüttelt: ZDF-Redakteur, PR-Berater von Helmut Kohl, als er noch Ministerpräsident in Rheinland-Pfalz war, Gründer und Chef der ihrer Zeit erfolgreichsten PR-Agentur C&C in Frankfurt. Pressesprecher von Neckermann und Reisen, Aldiana, Wyndham und Steigenberger Hotels, Werber für die DZT, die Dominikanische Republik, Zypern, dessen Honorar-Generalkonsul in Frankfurt er war, wie auch Mitglied des Consularischen Corps.

Und vor allem: unser aller guter Freund. Unser Reisegefährte. Unser fröhlicher, liebenswerter Kollege. Der mit dem breiten Lachen. So breit, dass die Ohrläppchen Besuch bekamen.

Aber er hatte auch, was vielen fehlt, seine Fluchtzone. Das Fliegen: er war einer der vier beliebtesten und am meisten gefragten Fluglehrer im Auftrag des Luftfahrtbundesamtes. Hier konnte er

den schwerer werdenden Boden verlassen und abheben. Up, up and away. Seine Kreise ziehen am Himmel. Großes und Kleines besser unterscheiden lernen. Auch für ihn Wichtiges und Wahres, Nichtiges und Falsches. Es war sein Logenplatz da oben.

Aber der Himmel ist nicht immer himmlisch und will nicht immer warten. Beim Betanken rutschte er auf einer nassen Tragfläche aus und brach sich die Schulter. Es drohte, sagte man, dauerhaftes Flugverbot.

Antoine de Saint-Exupéry: **„Denn nichts ist wahrer oder weniger wahr. Sondern nur mehr oder weniger wirksam... Es kommt darauf an, dass du auf etwas zugehst, nicht dass du ankommst; denn man kommt nirgendwo an; außer im Tode.“**

Und jetzt ist er geflogen. Ganz alleine. Der Himmel ist weit und schön und blau. Ist er auch leer? Gunther ist zu seinem Aufklärungsflug gestartet. Wenn keine Wolken sind, sendet er seine Nachrichten als weiße, watteweiße Zeichen, die sich kreuzen.

Ach, nur lesen müsste man sie können!

Uwe Krist



IMPRESSUM

Verleger:

Vereinigung Deutscher Reisejournalisten (VDRJ)
www.vdrj.de

Herausgeber:

Rüdiger Edelmann
1. Vorsitzender und Sprecher, info@vdrj.de

Postanschrift:

VDRJ-Columbus-Magazin,
Lübecker Straße 34
34225 Baunatal-Großenritte

Chefredaktion:

Lilo Solcher, SolcherKonzepte für Medien
E-Mail: columbus-magazin@vdrj.de, www.lilos-reisen.de

Mitarbeiter dieser Ausgabe:

Regina Bopp, Michael Buller, Mona Contzen, Otto Deppe, Heidi Diehl, Rüdiger Edelmann, Hektor Haarkötter, Kalle Harberg, Moritz Hermann, Peter Hinze, Alexandra Johnen, Rolf Kienle, Uwe Krist, Roberto la Pietra, Thomas Radler, Tilman Rammstedt, Ronja von Rönne, Björn Erik Sass, Renate Scheiper, Horst Schwartz, Lilo Solcher, Martin Wein, John Will

Fotonachweis: Mona Contzen (S.63), Peter Hinze (S. 14,17,18,19), Jonas Ingman (S.51,52), Thomas Radler (S. 67), Ronja von Rönne (S. 34,36,38), Björn Erik Sass (S. 42,45,46), Renate Scheiper (S.21,22), Lilo Solcher (S. 1,11,27,99), Steffen Thalemann (S. 56,58), Elke Thonke (S.32), Martin Wein (S.28,29,31)

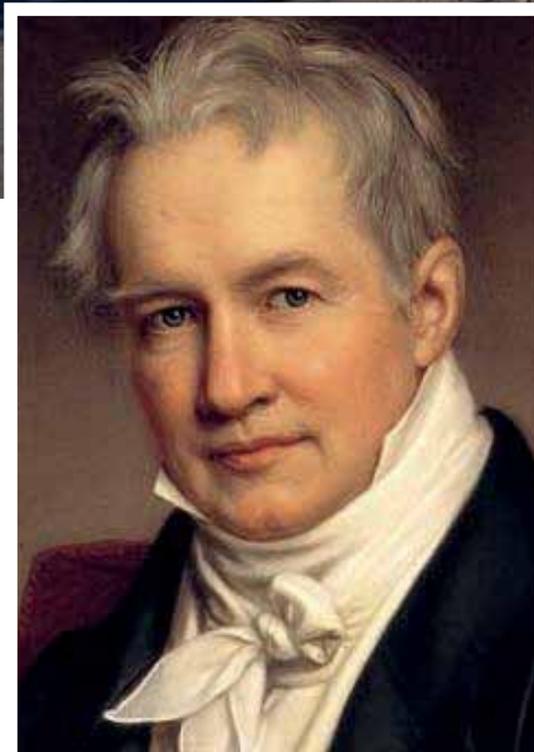
Titelbild: Lilo Solcher

Layout und graphische Gestaltung:

Florian Solcher, www.alphalogic.org

Druck:

FARBDRUCKE BAYERLEIN GMBH
Benzstr. 13
86356 Neusäß, Bayern
Telefon: (0821) 20756-0
Fax: (0821) 20756-10
info@bayerlein.de
www.bayerlein.de



Alexander von Humboldt war weltumreisend 1799 auf Teneriffa und sagte...

“Wenn man ins Tal von Tacoronte hinabkommt, betritt man das herrliche Land, von dem die Reisenden aller Nationen mit Begeisterung sprechen. Ich habe im heißen Erdgürtel Landschaften gesehen, wo die Natur großartiger ist, reicher in der Entwicklung organischer Formen. Aber nachdem ich die Ufer des Orinoko, die Cordilleren von Peru und die schönen Täler Mexikos durchwandert, muss ich gestehen, nirgends ein so mannigfaches so anziehendes, durch die Verteilung von Grün und Felsmassen so harmonisches Gemälde vor mir gehabt zu haben. Ich kann diesen Anblick nur mit den Golfen von Genua und Neapel vergleichen, aber das Orotava-Tal übertrifft sie bei weitem durch seine Ausmaße und die Reichhaltigkeit seiner Vegetation.”

Juni 2019
220-jähriges Jubiläum seiner Reise nach
Teneriffa

Weitere Informationen über das 220-jährige Jubiläum von Alexander von Humboldt auf Teneriffa finden Sie auf der Seite des Kulturvereins Humboldt (ACH) sowie unter webtenerife.de/humboldt

www.webtenerife.de

Folgen Sie uns auf:  facebook.com/visittenerife  twitter.com/VISIT_TENERIFE