



COLUMBUS

MAGAZIN DER VEREINIGUNG DEUTSCHER REISEJOURNALISTEN

I/2012

Frostige Zeiten

Die griechische Justiz und die Meinungsfreiheit

S. 12



Das Phantom im Reisemarkt

Blogger, das unbekannte Wesen S. 20



Immer einen Schritt voraus

Ehrenpreis für die Bernadottes S. 32



Letzte Worte

Siegerreportage über Friedhof S. 44

Wir gratulieren den Columbus-Preisträgern 2011!



So erreichen Sie uns:

Thomas Cook Unternehmenskommunikation

Tel.: +49 (0) 6171 65 1700 · Fax: +49 (0) 6171 65 1060
unternehmenskommunikation@thomascookag.com

Inhalt

Reisejournalismus heute

Schwindsucht bei Reisetiteln.....	4
Ausverkauf: Buy-out-Verträge.....	8
Justizposse auf griechisch.....	12
Die Redaktion: Marktplatz im Netz.....	16
Reisen und Politik.....	19
Das Phantom im Reisemarkt.....	20
Auf die Optik kommt's an.....	21
Zurück an den Absender.....	22
Mehr Mut in Krisenzeiten.....	23
CUC auf Kuba.....	24
Achtung Schnorrer!.....	26
Aktion Maulkorb.....	28
Wenn Udo das wüsste.....	29

ITB und VDRJ

Wieder ein Rekordjahr?.....	30
Columbus-Ehrenpreis.....	32
HV zwischen Bergen und See.....	34
Macher und Mitglieder.....	35
Mit Rückenwind.....	36
Dem Himmel sei Dank.....	38

Columbuspreise

Reiseteile: Wenig Innovatives.....	40
Autoren: Mit Feingefühl.....	42
Alle Preise im Überblick.....	43
Letzte Worte.....	44
Die Unumkehrbaren.....	46
Mit Liszt und Tücke.....	52
TV: Menschen vor der Kamera.....	56
Radio: Die üblichen Verdächtigen.....	60

VDRJ Intern

Neue Mitglieder.....	62
Interna.....	66
Impressum.....	71

Editorial

Liebe Kolleginnen und Kollegen,

Wenn der Vorsitzende der VDRJ etwas über PR schreibt und das Verhältnis miteinander, ist das eine heikle Angelegenheit. Führt er doch eine Journalisten-Vereinigung, die ganz offen und transparent PR-Fachleute als Mitglieder hat. Und weil es dann noch um Reisejournalismus geht, sind die Vorurteile eh schon fest gemauert.

„Der Reisejournalismus kann ohne die Unterstützung der PR-Seite nicht existieren“. Da krampft natürlich der Magen, wenn man so etwas tippt. Aber während der vergangenen zwölf Jahre als VDRJ-Vorsitzender habe ich immer – auch durchaus provozierend – diese Position vertreten. Nicht weil ich sie mag, sondern, weil sie uns Reisejournalisten von unseren Auftraggebern aufgezwungen wird.

Klar, wir werden auf der ITB wieder Perlen auszeichnen mit unseren Columbus-Journalisten-Awards. Ja, die meisten Preisträger haben ihre Geschichten zum Glück mit freundlicher Unterstützung ihres Verlages oder Rundfunksenders realisieren können. So, wie es sein soll. Aber in der Breite – und darüber müssen wir reden – sind die Reiseressorts nicht willens oder in der Lage, Geschichten, wie wir sie machen, auch in der Recherche zu alimentieren.

Es besteht ein Abhängigkeitsverhältnis mit der PR.. Jeder, der anderes behauptet, verschließt seine Augen vor der Realität. Die VDRJ hat deshalb ihren Codex entwickelt mit Verhaltensgrundsätzen, den Mitglieder – egal, welchem Kreis sie angehören – beherzigen müssen. Und auf der letzten Hauptversammlung waren wir uns auch einig, dass der Codex durchgesetzt werden soll vor dem Ethikausschuss. Trotz aller Freundlichkeit und manchmal auch Freundschaft ist es ein fragiles Verhältnis zwischen den beiden Berufsgruppen. Eines, das zunehmend auf die Probe gestellt wird – auch durch die wirtschaftlich angespannten Zeiten. Ja, da gibt es so genannte Journalisten vom „Stamme Nimm“ mit hoher Anspruchshaltung und leider oft kleinem beruflichen Ethos, die sich wundern, dass wegen der Effizienz-Kontrolle ihr Verhalten immer weniger toleriert wird. Da gibt es Menschen mit einfach schlechtem Benehmen. Und es gibt Amateure.

Bei Journalisten ist es keine unbedingt neue Erkenntnis. Ein ungeregelter Beruf. Und gerade das Thema Reise zieht viele an wie das Licht die Motten. Aber auch auf der PR-Seite haben wir es zunehmend mit Partnern zu tun, deren Verhalten nur unprofessionell zu nennen fast schon ein Euphemismus ist. Da werden Reisen ausgeschrieben, die sich zum Abflugdatum hin inhaltlich immer mehr banalisieren und verkürzen, bis keine Geschichte mehr übrig bleibt. Da wird um Berichterstattung geködert mit Luxushotel-Aufenthalten nach Veröffentlichung! Da gibt es chaotische Einladungspraktiken mit zig Adressaten für einen (!) Platz, angeblich „first come, first serve“, wobei die junge Mitarbeiterin schon zehn Minuten nach Drücken der Sende-Taste ins Wochenende verschwindet und am Montag mauschelt... Alle Beispiele sind keine VDRJ-Mitglieder. Aber alle wurden selbst innerhalb nur eines Monats erlebt. Hat also der Dilettantismus Methode? Das macht schon Angst.



Foto: privat



Jürgen Dresek

Schwindsucht

Immer mehr Reisetexte werden zusammengelegt oder verschwinden ganz

Irgendwo in der ganzen Diskussion um Sonntag Aktuell tauchte vor einigen Tagen ein Wort aus dem sozialistischen Machtkampf in Chile Anfang der 70er-Jahre auf. „Venceremos“, wir werden siegen, schrieb eine Kollegin in einem Wortbeitrag zum gemeinsamen Vorgehen gegen dreiste Zeitungsverleger.

Das klingt nach Revolution, nach dem Kampf gegen einen Klassenfeind. Und in der Tat: Die Auseinandersetzung mit den Verlagsbossen und der Ärger über deren Raubrittertum scheint so etwas wie ein ständiger Begleiter des freien Journalismus zu sein, besonders des Reisejournalismus. Die Reisetextlandschaft bei deutschen Tageszeitungen befindet sich derzeit im größten Umbruch seit Jahren. Die jüngste Ausgeburt des wachsenden Antagonismus zwischen Autoren und Vermarktern sind die Ereignisse in Hannover und Stuttgart. Im Brennpunkt stehen die Mediengruppe Madsack, die ihr Imperium im Norden und im Osten der Republik mit atemberaubender Geschwindigkeit ausbaut, und die Südwestdeutsche Medien Holding mit ihrem Aushängetitel *Sonntag Aktuell*.

Wer in diesen Tagen als freier Journalist eine Reisegeschichte schreibt, findet sie immer öfter in Reisetexten in der ganzen Republik wieder – und das meist ohne es zu wissen. So liefert die Madsack Medienagentur (u.a. *Hannoversche Allgemeine Zeitung*, *Neue Presse Hannover*) neuerdings konzernweit nutzbare Artikel an andere Objekte des Verlags. Die Reisetexte der *Hannoverschen Allgemeinen Zeitung* werden seit vergangener Jahr ganz oder in Teilen gedruckt in den *Kieler Nachrichten*, den

Lübecker Nachrichten, der *Ostsee-Zeitung*, der *Leipziger Volkszeitung* und den *Dresdner Neuesten Nachrichten*. Für viele Freie gehen damit gleich mehrere Kunden auf einmal verloren. Und wenn das nicht der Fall ist, so werden ihre Beiträge für einen minimalen Aufpreis auch in den Partnerblättern gedruckt. Von einer angemessenen Vergütung, wie sie das Urheberrecht vorsieht, kann keine Rede sein. Zum Jahresende wurde nun auch noch die *Märkische Allgemeine*

Die Redaktion wurde angewiesen, Texte nur für alle drei Veröffentlichungen gemeinsam einzukaufen – ohne zusätzliche Honorierung.

(ehemals Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH) in das Madsack-Imperium eingegliedert. Es gehört nicht viel Fantasie dazu, sich auszumalen, was das für die Zukunft des Reisetexts in Potsdam bedeutet.

Die Entwicklung in Hannover, wo quasi über Nacht ein halbes Dutzend ehemals eigenständige Reisetexte zu einem einzigen verschmolzen wurden, ist typisch für viele andere Verlage. Mindestens ebenso besorgniserregend sind die Ereignisse in Stuttgart. Mit rechnerischem Kalkül legen die Verlagsbosse am Neckar weiter munter Reisetexte zusammen – auch solche, die gar nicht zusammen gehören. Neuerdings produziert die Redaktion der *Stuttgarter Nachrichten* nämlich nicht nur die Reisetexte von *Sonntag Aktuell*, der siebten Ausgabe von rund 40 Lokal- und Regionalblättern im schwäbischen

Raum und gibt die Inhalte an die *Rheinpfalz am Sonntag* und die *Pirmasenser Zeitung* weiter. Seit Januar erstellt sie auch den Reisetext der *Abendzeitung* in München. Im Herbst vergangenen Jahres launchte der Verlag zudem sein neues Reiseportal *Fernweh-aktuell.com*. Bereits damals wurden Texte in das Portal eingestellt – ohne die Autoren zu fragen oder dafür etwas zu bezahlen, wie es die Vergütungsregeln für die zusätzliche Nutzung in einem nicht mit dem Trägermedium verknüpften Portal eigentlich vorsehen. Für die freie Autorenschaft ist das gleich doppelt schlimm: Denn die Redaktion wurde angewiesen, Texte ab sofort nur noch für alle drei Veröffentlichungen gemeinsam einzukaufen – natürlich ohne zusätzliche Honorierung. Wer nicht zustimmt, hat in Zukunft als Autor schlechte Karten.

Seit jeher gehört das Wehklagen über solches Vorgehen zum Selbstverständnis freier Journalisten. Um ehrlich zu sein: Ich habe diese Jammerei satt. Oft genug war ich drauf und dran, den ständig mäkelnden Kollegen so wie der übel gelaunten Verkäuferin im Supermarkt zuzurufen: „Such dir einen anderen Job, wenn dir deiner nicht passt.“ Aber das, was gerade in Stuttgart passiert, geht einen Schritt weiter. Es handelt sich um den Diebstahl von geistigem Eigentum. Oder, um beim Supermarkt zu bleiben: Es ist so, als ob man an der Kasse einen Schokoriegel bezahlt, aber drei mitnimmt. Und die Folgen gehen weit über *Sonntag Aktuell* hinaus, denn solches Handeln untergräbt das ganze System. Geht die Entwicklung weiter, könnte dem vielfältigen Reisejournalismus schon bald das Aus drohen. Irgendwann beliefern



Für die Katz: Eigenständige Reiseterteile haben immer größere Mühe sich zu behaupten.

Bild: Lilo Solcher

dann nur noch vier oder fünf zentrale Redaktionen die gesamte deutsche Tageszeitungslandschaft mit Reiseberichten – für Freie wäre dann kaum noch Platz.

Inwiefern die Praxis der Südwestdeutschen Medien Holding bei der *Abendzeitung* mit dem Urheberrecht und mit den Vergütungsregeln – jenem von Verlegern und Gewerkschaften in langen Verhandlungen erarbeiteten Regelwerk, das die angemessene Bezahlung von hauptberuflichen freien Journalisten bei Tageszeitungen garantieren soll –, vereinbar ist, wird sich zeigen. Verschiedene Journalistenverbände, allen voran die Vereinigung Freischreiber, setzen sich für eine „angemessene Vergütung“ ein. Bei den Freischreibern wird derzeit eine heftige

Diskussionen darüber geführt, was die Vergütungsregeln erlauben und was nicht. Der Verband hat jüngst sogar die Gewerkschaften dazu aufgefordert, „die Vergütungsregeln nach zu verhandeln“. Der Grund: Es gibt verschiedene Interpretationen des Regelwerks.

Gemäß dem Wortlaut der Vergütungsregeln liegt eine Einmalnutzung dann vor, wenn es sich um eine „Redaktionsgemeinschaft“, eine „Mantellieferung“, also die regelmäßige Lieferung kompletter Seiten, oder eine „sonstige vergleichbare Zusammenarbeit“ handelt. Unglücklicherweise sehen die Vergütungsregeln bei einer Mantellieferung und mehr als 200 000 Exemplaren Auflage kein zusätzliches Honorar für den Urheber vor. Handelt es sich also um eine solche, könnte *Sonntag Aktuell* –

wie auch jede andere Redaktion – die gesamte Zeitungslandschaft der Republik mit den Inhalten ihres Blattes versehen. Und das, ohne die Urheber dafür zusätzlich zu vergüten.

Handelt es sich nicht um eine Mantellieferung, weil die Seiten nicht identisch übernommen werden, sondern aus verschiedenen Quellen stammen, ist laut Vergütungsregeln bei einer Lieferung an Dritte – in dem Fall, dass die addierte Auflage 300 000 Exemplare überschreitet – ein zusätzliches Honorar von 40 Prozent fällig. Das ist zwar positiv zu bewerten. Wenn man aber die durch die Hinzunahme der *Abendzeitung* auf mehr als eine Million Exemplare angeschwollene Auflage des Stuttgarter Reiseterteils in Betracht zieht, sind diese 40 Prozent immer noch alles

andere als eine faire Honorierung. Das Problem liegt auf der Hand: Um wirtschaftlich erfolgreich zu sein, wollen die Verlage ihre Inhalte nicht nur im Print, sondern auch im Netz und auf mobilen Endgeräten verbreiten – und für die Nutzung möglichst nur einmal bezahlen.

Dafür versuchen sie das Urheberrecht und die Vergütungsregeln so weit wie möglich zu beugen. Gelingt ihnen das durch Musterfälle wie den von *Sonntag Aktuell*, könnte es schon bald nur noch wenige Reiseterteile in Deutschland geben – einen für Nord, einen für Süd, einen für West und einen für Ost. Anzeigenkooperationen, die eben dies praktizieren, gibt es bereits: Die *Reise-Zeit*, die Reisebeilage der *Hessisch-Niedersächsischen Allgemeinen* mit ihren Partnerverlagen in Hessen, Niedersachsen und Nordrhein-Westfalen, hat es vorgemacht. Die in Kassel produzierte *ReiseZeit Mitte*, die von der Redaktion des *Westfälischen Anzeigers* in Hamm produzierte *ReiseZeit West*, die von der Redaktion der *Neuen Westfälischen* in Bielefeld produzierte *Reisezeit Nord* sowie die in Darmstadt erstellte *Reisezeit Süd* erscheinen in mehr als drei Dutzend Blättern und werden als gemeinsame Anzeigenkombi verkauft. Die Gesamtauflage beträgt mehr als 1,3 Millionen Exemplare. Da ist es nur eine Frage der Zeit, wann es neben der Anzeigenkooperation zu einer redaktionellen Zusammenarbeit der angeschlossenen Titel kommt.

Anderer Verlage sind schon soweit. Artikel, die man der *Welt* verkauft, stehen schon lange ohne gesonderte Honorierung in der *Berliner Morgenpost*. Dafür gibt es neuerdings sogar eine einheitliche „Beauftragungsmail“, die dem

Verlag das Recht „zur Veröffentlichung in den der Redaktionsgemeinschaft angeschlossenen Objekten“ zu den „Honorarregelungen für Journalistinnen und Journalisten an Zeitungen der Axel Springer AG“ einräumt. Die Nutzung inkludiert ganz selbstverständlich auch iPhone, iPad und andere mobile Endgeräte. Das Reise-Journal der WAZ Mediengruppe wird identisch gedruckt in *Neuer Ruhr-Zeitung*, *Westfälischer Rundschau*, *Westfalenpost* und *Iserloh-*

Würde die VDRJ die sparsamsten Manager küren – die feinen Herren in den Chefetagen in Stuttgart und Hannover hätten die Nase vorn.

ner Kreisanzeiger. Seit geraumer Zeit erscheinen einige Beiträge aus der WAZ auch in der *Braunschweiger Zeitung*, die von der WAZ Mediengruppe übernommen wurde.

Die Liste ließe sich beinahe endlos fortsetzen. Ganz anders läuft es in der *Freien Presse* in Chemnitz: „Unser Reiseterteil wird ausschließlich mit honorarfreien Texten von Nachrichtenagenturen, Fremdenverkehrsämtern etc. gestaltet. Textangebote von freien Autoren sind zwecklos“, heißt es seit vergangenerem Jahr unverblümt aus der Redaktion.

Gegen eine so geartete journalistische Bankrotterklärung lässt sich gerichtlich nicht vorgehen, gegen die Geschäftspraktiken der anderen Verleger möglicherweise schon. Das Problem dabei: Verlage wie die Südwestdeutsche Medien Holding nennen ihren Autoren die Publikationen, in denen ihre Artikel

erscheinen sollen, also eben *Sonntag Aktuell*, die *Abendzeitung* und *Fernweh-aktuell*. Damit handelt es sich auf den ersten Blick nicht um einen klassischen Buy-Out (siehe eigener Beitrag), gegen den sich gerichtlich vorgehen ließe. Journalistenverbände wie der DJV suchen deshalb händeringend Schriftliches, das anfechtbar wäre. Wer also einen Knebelvertrag erhält, sollte ihn dringend an seinen Verband weiterleiten. Dass das Sinn macht, hat die Vergangenheit gezeigt. Insbesondere der DJV hat bei einer Reihe von Autorenverträgen gerichtlich ganz oder in wesentlichen Teilen deren Verwendung untersagen lassen.

Würde die Vereinigung Deutscher Reisejournalisten nicht einmal im Jahr den besten Reiseterteil küren, sondern den sparsamsten Manager – die feinen Herren in den Chefetagen in Stuttgart und Hannover hätten wohl die Nase vorn. Beim Titel des besten Reiseterteils, den *Sonntag Aktuell* in der Kategorie Regionalzeitungen ja jahrelang nach Stuttgart holte, wird das wohl so schnell nicht mehr der Fall sein. Schade, dass so Traditionstitel wie die *Münchener Abendzeitung*, die *Lübecker Nachrichten*, die *Kieler Nachrichten*, die *Ostsee-Zeitung* und die *Leipziger Volkszeitung* mit ins journalistische Niemandsland gezogen werden. Geradezu wie ein Hohn wirkt es da, dass die Südwestdeutsche Medien Holding bei ihren Anzeigenkunden die Beiträge auf dem neuen Reiseportal *Fernweh-aktuell.com* mit den Worten „hintergründig, kompakt und stets aktuell“ bewirbt, die Reportagen als „sorgfältig und kompetent (...) recherchiert und verfasst“.

Darüber, dass solch ein Journalismus auch angemessen honoriert werden

sollte, sind sich die Verlagsoberen offensichtlich nicht im Klaren. Oftmals dürften übrigens auch die Redakteure nicht gerade glücklich sein über das Vorgehen ihrer Vorgesetzten, denn sie ziehen nicht nur den Ärger ihrer langjährigen freien Mitarbeiter auf sich, sondern haben auch erheblichen Mehraufwand damit, die Reisetexte in verschiedene Layouts zu spielen. Wie wird es also weitergehen mit den Reisetexten bei Tageszeitungen? Tatsache ist: Es steht nicht zum Besten um den vielfältigen und fair bezahlten Reisejournalismus. Die Abspielplätze für

Reisegeschichten werden weniger, die Honorare geringer. Aber auch das muss man sagen: Wer gute Beiträge hat, wird auch weiterhin Abnehmer dafür finden. Es gibt kaum einen Redakteur, der nein sagt, wenn man ihm ein aktuelles, zugespitztes und gut recherchiertes Thema anbietet.

Das Pressehandbuch „Touristik Medien 2012“ (www.touristikmedien.de), das mehr als 600 Reisedaktionen in Deutschland, Österreich und der Schweiz listet, führt zum Beispiel viele Dutzend Redaktionen, die immer noch „mittleres“ oder „großes“ Interesse an

freier Mitarbeit haben. Also, liebe Kollegen im Tal der Tränen, kommt aus den Puschen und nehmt den Telefonhörer in die Hand. Wer immer nur brav vorgefertigte Pressereisen mitmacht, der hat zu Recht Schwierigkeiten, seine Reiseartikel loszubringen. Wer den Redakteuren dagegen vernünftige und maßgeschneiderte Themen anbietet, der bekommt sie auch unter den erschwerten Marktbedingungen des Jahres 2012 an den Mann. In diesem Sinne: Venceremos.

Fabian von Poser



Für kulturinteressierte Reisejournalisten hat sich die Österreich Werbung etwas Neues ausgedacht. In der Serie „Achtung Kultur!“ im Pressebereich auf www.austria.info berichten wir von Themen, die Österreich in diesem Jahr künstlerisch prägen.

Das erzählen wir Ihnen aber auch gerne persönlich. Zum Beispiel auf der ITB in Halle 17. Wir freuen uns auf Ihre Terminanfrage und reservieren schon mal eine Portion Kaiserschmarrn.

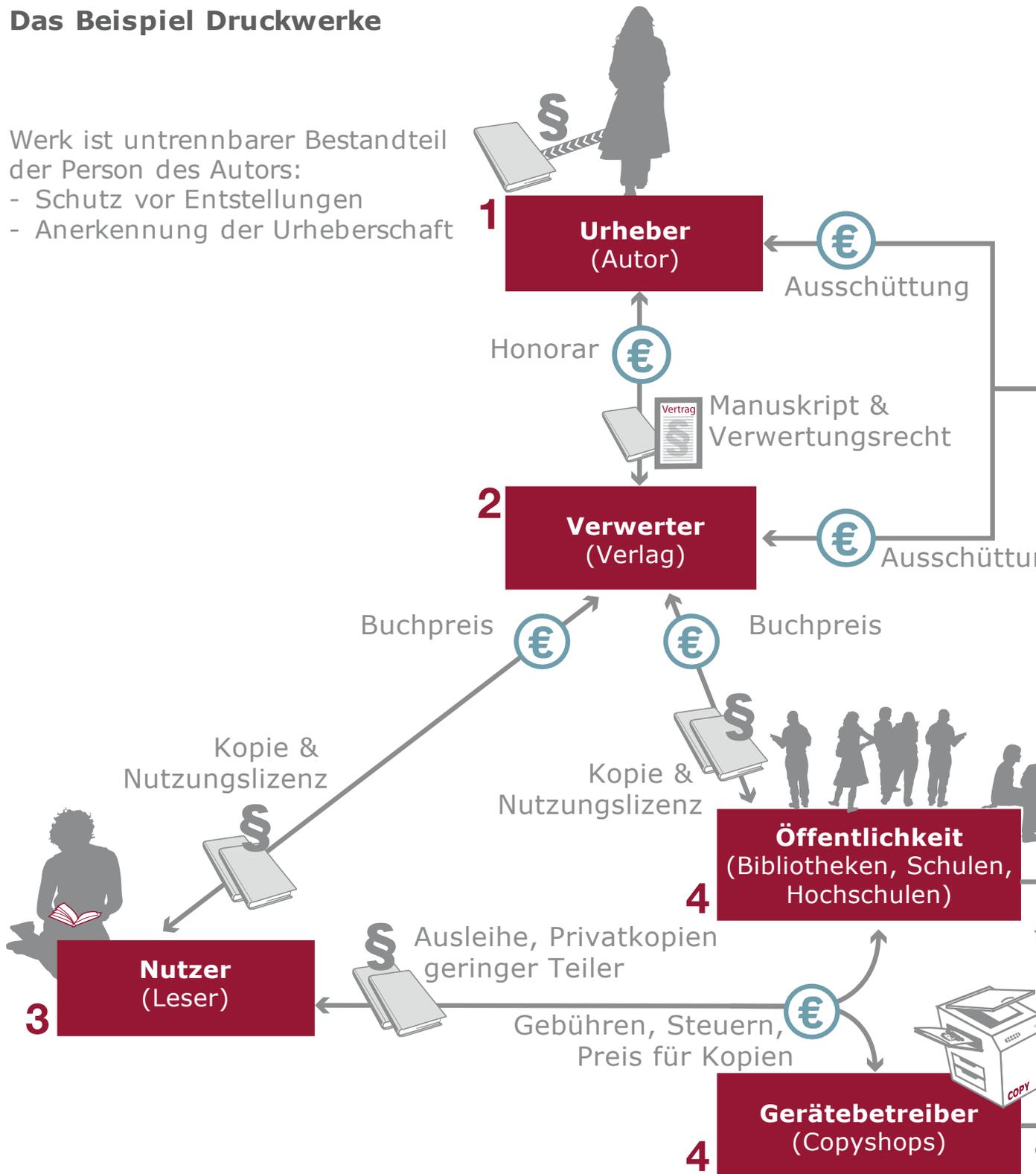
 **Urlaub in Österreich**
www.austria.info

Kreisläufe des Urheberrechts

Das Beispiel Druckwerke

Werk ist untrennbarer Bestandteil der Person des Autors:

- Schutz vor Entstellungen
- Anerkennung der Urheberschaft



Trotz Urheberrecht: Das Recht am eigenen Text ist keine Selbstverständlichkeit mehr.

Ausverkauf

Bei Buy-out-Verträgen genau hinschauen

5
Verwertungsgesellschaft (VG Wort)



ng

Bibliotheks-
tantieme

Leermedien-
& Geräteabgabe

Weil Verlage in Rahmenvereinbarungen und Geschäftsbedingungen immer mehr Nutzungsrechte einfordern, müssen sich Journalisten mit Vertragsklauseln und juristischen Details beschäftigen. Sonst droht Autoren schnell der Verlust aller Rechte.

Autoren feilen gerne am ersten Satz ihrer Artikel. Wenn dieser besonders gut ist, gewinnen sie nicht nur Leser, sondern vielleicht sogar einen Journalistenpreis. Juristen – zumal die der Verlage – feilen auch gerne am ersten Satz ihrer Verträge. Wenn dieser besonders gut formuliert ist, muss man als Journalist alle Rechte abgeben. Das liest sich dann bei *Spiegel Online* so: „Der Autor überträgt die ausschließlichen sowie zeitlich, räumlich und inhaltlich uneingeschränkten urheberrechtlichen, leistungsschutzrechtlichen und sonstigen Nutzungsrechte.“

Beim *Tagesspiegel* in Berlin müht man sich, den Spannungsbogen auch später im Text noch zu halten. „Die aus der Vermarktung und Verwertung der Rechte erzielten Erlöse stehen allein demjenigen zu, der sie erzielt. Mit der Zahlung des vereinbarten Honorars ist die Rechteinräumung vollständig abgegolten.“ Und der Axel Springer Verlag formuliert seinen ersten Satz der Honorarregelungen für Zeitungen mit 15 Kommata, 63 Wörtern und 501 Anschlägen. „Da muss man redigieren“, würden die Redakteure sagen. „Das liest

doch keiner!“ Journalisten müssen in letzter Zeit indes sehr genau lesen, was die Verlage ihnen an Vereinbarungen zur Unterschrift vorlegen. „Mit Buy-Out-Verträgen sichern sich die Verlage umfassende Nutzungsrechte an Texten, ohne den Autor für die Mehrfachverwertung angemessen oder auch überhaupt zu bezahlen“, sagt Benno Stieber, Vorsitzender von Freischreiber, dem Berufsverband freier Journalisten. „Buy-Out-Verträge sichern sich Rechte für alle Gelegenheiten und alle Zeiten, etwa für Online-Nutzung, Nachdrucke in Büchern oder Übersetzungen, aber auch für bisher noch unbekannte Nutzungsarten. Häufig beinhalten die Buy-Out-Verträge sogar das Recht zur Weitergabe des Textes an Dritte. In der Regel muss der Autor über die weitere Nutzung seines Textes nicht einmal benachrichtigt, geschweige denn seine Einwilligung eingeholt werden.“

Anja Pasquay, Sprecherin des Bundesverbands Deutscher Zeitungsverleger, erklärt die Strategie der Mitgliedsunternehmen: „Die Verlage arbeiten mit hunderten (im Fall großer Häuser auch tausenden) Autoren und Fotografen zusammen. Um hier rechtlich abgesichert zu sein und nicht – wie seinerzeit bei der breiten Einführung des Internets – von jeder neuen technischen Entwicklung gleichsam überrollt zu werden, wollen sich die Verlage mit ihren AGBs heute möglichst weitgehend absichern. Das ist kaufmännisch ver-

nünftig.“ Damit sei „jedoch kein Partner auf Seiten der Autoren und Fotografen gezwungen, diese Nutzungsrechte auch einzuräumen“.

„Das Geschäft von Axel Springer ist exzellenter Journalismus – aktuell, informativ und unterhaltsam“ verkündet der Axel Springer Verlag auf seiner Homepage. Die Geschäftsbedingungen dieses Geschäfts landen indes immer wieder vor Gericht. Gut ein Dutzend Verfahren gegen Verlags-AGB führen der Deutsche Journalisten-Verband (DJV) und die Deutsche Journalisten-Union (dju) in ver.di, sagt DJV-Freien-Referent Michael Hirschler. „Südkurier und Nordkurier, Bauer Verlag, Jahreszeiten Verlag und Gruner und Jahr: Alle kassierten sie in letzter Zeit Niederlagen – und ziehen oft trotzdem vor die nächste Instanz.“

So auch bei der Auseinandersetzung mit Springer. 2007 urteilte das Landgericht Berlin, 2010 dann (nach einer Berufung von Springer) auch das Berliner Kammergericht, dass der Verlag Teile der Honorarregelungen für freie Journalisten, die für seine Zeitungstitel (*BILD*, *BamS*, *WELT*, *WamS*, *Hamburger Abendblatt*, *Berliner Morgenpost*...) arbeiten, zurückziehen muss. Das Kammergericht befand es zum Beispiel für unzulässig, dass die Nutzung der Artikel auch durch Dritte erfolgen oder die Nutzungsrechte der Urheber auch ohne Zustimmung weiter übertragen werden könnten. Und es monierte, dass bei einer werblichen Nutzung eine Vergütung nicht gesondert vereinbart werden müsse.

Auf die Niederlage reagierten die Springer-Juristen mit neuen, feiner justierten AGBs: Journalisten sollen dem Verlag weiterhin umfassende Rechte für alle

erdenklichen Nutzungsarten einräumen, die auch auf Dritte übertragen werden können – nun allerdings gegen Honorar. Im April entscheidet der Bundesgerichtshof.

Nachfrage bei Christian Garrels, Leiter Externe Kommunikation bei der Axel Springer AG: Warum will der Verlag mehr Nutzungsrechte einkaufen als früher? Um publizistisch auch jenseits des heimischen Printmarkts erfolgreich zu sein. „Ein modernes Medienhaus ist in der Welt des Web 2.0 darauf angewie-

Ein Verlag könnte einen freien Journalisten sogar abmahnen, wenn dieser die eigenen Artikel selbst weiter verkauft.

sen, seine Produkte auf alle technisch möglichen Weisen, auf allen Vertriebswegen und auf allen Märkten zu verwerten“, sagt er. Das komme auch den freien Journalisten zugute: Sie erhielten für diese Verwertungen ein angemessenes Honorar – und seien damit besser gestellt als bei Selbstvermarktung: „Wirtschaftlich sinnvoll könnten sie diese Verwertungen nicht so gut alleine vornehmen.“

Verwehren will Springer seinen Autoren den Weiterverkauf indes nicht: „Nach unseren Allgemeinen Geschäftsbedingungen behalten Autoren von Zeitungen ihre Weiterverwertungsrechte. Es sind keine Total-Buy-Out-Verträge, deswegen werden wir damit auch nicht zu Konkurrenten von freien Journalisten.“ Doch liegt es nicht im Interesse von Journalisten, selbst zu ent-

scheiden, wo ihre Artikel erscheinen? Für den Springer-Sprecher nicht: „Der Einwand ist unbegründet.“

Springer fordert im Gegensatz zu manch anderem Verlag zwar keine exklusiven („ausschließlichen“) Nutzungsrechte von seinen Autoren. Unterschreibt man einen solchen Passus (der Jahreszeiten-Verlag scheiterte jüngst mit seiner Rahmenvereinbarung, in der Freien vorgeschrieben wurde, „ähnliche Texte nicht an andere Verlage bzw. sonstige Dritte zu geben oder selbst zu verwerten“), ist die eigene Weiterverwertung tabu. Ein Verlag könnte einen freien Journalisten sogar abmahnen, wenn dieser die eigenen Artikel selbst weiter verkauft (und ein Umschreiben der Einleitung macht noch keinen neuen Artikel).

Doch Kritik gibt es trotzdem. Zum einen hält sich Springer (wie fast alle Zeitungsverlage) nicht an die eigentlich verbindlichen Vergütungsregeln, die Verlegerverband und Gewerkschaften nach jahrelangem Tauziehen vereinbart haben. „Die Vergütungsregeln stellen einen Kompromiss dar, der in langwierigen Verhandlungen mit den Gewerkschaften ausgehandelt wurde“, sagt dazu Anja Pasquay, die Sprecherin des Bundesverbands Deutscher Zeitungsverleger. „Uns ist leider nicht bekannt, welche Verlage die Vergütungsregeln einsetzen.“

Die hier neu festgesetzten Honorare gelten nun als „angemessen“. Sie liegen fast immer über dem Niveau, das Zeitungen aktuell bezahlen – und sind trotzdem eher ein Mindesthonorar. Zum anderen macht der Verlag Freien durchaus Konkurrenz, kommentiert Michael Hirschler. „Gerade Reise-Artikel lassen sich anscheinend gut weiterverkaufen. Doch während der Freie auf

hohe Honorare pochen würde, kann der Verlag Dutzende Texte im Bundle für kleines Geld verkloppen.“

Der Bundesgerichtshof wird im April zur Frage Stellung beziehen, ob ein Buy-Out (gegen ein „angemessenes“ Honorar) dem Urheberrecht widerspricht oder nicht. DJV-Freien-Beauftragter Michael Hirscher warnt indes vor Optimismus. „Konzentration und Monopolbildung werden weiter gehen. Für höhere Honorare können und werden wir zwar gemeinsam kämpfen – einklagen kann sie aber kein Verband, sondern nur der Journalist selbst.“ Autoren müssten sich

weiter professionalisieren – und auch mehr arbeiten. „Wer aus einem Termin drei unterschiedliche Geschichten herausholt, hat einen Vorteil.“

Freischreiber-Vorstand Benno Stieber vergleicht die Rolle der Freien mit der Situation der Auto-Zulieferindustrie, die von den Auto-Herstellern unter Druck gesetzt wird. „Dieses Ungleichgewicht besteht auch in unserer Branche – als Autoren sind wir leider noch abhängig von den Verwertern.“

Doch vielleicht ändert sich das nun in der vom Springer-Verlag beschriebenen „Welt des Web 2.0“ zumindest

punktuell. Unter dem Motto „Mach's Dir selbst“ könnten Journalisten eines Tages selbst zum Verleger und zur Marke werden. Bis es soweit ist, müssten sie auf Gerichtsurteile hoffen – und sich organisieren. „Verlage, die öffentlich verkünden, auf Qualität zu setzen, aber insgeheim Honorare und Qualität drücken, scheuen die Öffentlichkeit“, sagt Benno Stieber. „Wenn Journalisten diese Öffentlichkeit herstellen und gemeinsam agieren, haben sie eine Chance, die Situation zu verbessern.“

Helge Bendl



Urlaub der feinen Art und voller Vielfalt. Die Geniesser-Formel: Jeder macht genau das, was er will. Ob am Meer oder in den Bergclubs – anspruchsvolle Gäste werden mehr als zufrieden sein. Nicht nur mit der großartigen Auswahl frischer Köstlichkeiten aus landestypischer und heimischer Küche, sondern auch mit den vielfältigen Sport- und Aktivangeboten. Experten warten mit zahlreichen, raffinierten Wellness- und Beauty-Anwendungen – zur Entspannung in Volleppung.

All Inclusive gilt in den Anlagen am Meer, Halbpension „Plus“ in den Bergen. Jede Menge Sportmöglichkeiten dazu, exzellente Küche, Abend-Shows und großartige Wellness-Oasen. Obendrein gibt es zusätzlich in allen Clubs ein vielseitiges Event-Angebot. Der Ideal-Urlaub also für nette Leute jeden Alters.

Weitere Informationen in jedem guten Reisebüro und unter www.aldiana.de

Justizposse auf griechisch

Im Athener Stinkefingerprozess sind Presse- und Meinungsfreiheit in Gefahr

Seit 1973 berichtet unser Bremer Kollege Klaus Bötig hauptsächlich über Griechenland. Neben zahlreichen Beiträgen in Zeitungen, Zeitschriften sowie im Hörfunk von Radio Bremen und im NDR verfasste er über 70 Reiseführer zu allen Regionen von Hellas. Von 2008 bis 2010 schrieb er sogar alle Texte für die offizielle Griechenland-Jahresbroschüre der Staatlichen Griechischen Zentrale für Fremdenverkehr in Frankfurt (mit Ausnahme des Minister-Grußworts). Doch seit Juni 2011 steht Bötig in Athen vor Gericht.



Foto: privat

Sieben Athener Anwälte, alle aus der gleichen Kanzlei, haben ihn wegen „Beleidigung aller Griechen“ angezeigt. Stein des Anstoßes: Ein Beitrag in der Reihe „Kulturschock“ für *Focus Online* unter dem Titel „Kann man die Griechen noch verstehen“, der im Februar 2010 ins Netz gestellt wurde. Daraus entwickelte sich eine schier unendliche Justizposse mit Folgen weit über den Einzelfall hinaus. Der Erlebnisbericht des Betroffenen:

„Den Auftrag für diesen meinen ersten und sicherlich letzten *Focus Online*-Artikel bekam ich telefonisch von der Touristik-Redakteurin des Unternehmens. Irgendeine Art von schriftlichem Vertrag wurde nicht geschlossen. Dass zeitgleich mit meinem Online-Beitrag der gesellschaftsrechtlich eigenständige Magazinverlag ein *Focus*-Heft mit Griechenlandbezug publizieren würde, wurde mir nicht gesagt. Das Titelbild dieses Heftes aber, das die Marmorsta-

tue der Venus von Milo mit erhobenem Stinkefinger und griechischer Flagge um die Hüften zeigte, erregte in griechischen Medien sofort nach Erscheinen größte Empörung – ebenso wie die Headline „Betrüger in der EU“.

Auf der Startseite von focus.de erschien zeitgleich die Titelseite des Heftes, flankiert von zwei Anlesern: links dem zum Heftartikel ohne Autorennennung, rechts dem zu meinem Online-Beitrag mit meinem Namen in Rot. Für viele Griechen stand sofort fest, dass ich für das „Gesamtpaket“ verantwortlich sein müsse. Schon Stunden später waren Fotomontagen im Netz, die mich als Nazioffizier mit Hakenkreuzbinden am Arm zeigten. Kretische Tageszeitungen brachten mein Porträtfoto auf der Titelseite mit der Headline: „O Germanos tou Focus – Der Deutsche von Focus“. In griechischen Web-Foren

wurden eifrig sogenannte Übersetzungen meines Artikels diskutiert, die freilich tendenziös stark gekürzt und inhaltlich stark verzerrt waren. Daraufhin erstatteten sieben Athener

Anwälte – größtenteils des Deutschen nicht mächtig – Anzeige wegen Beleidigung aller Griechen.

Fast zeitgleich fragten die „Hellasfreunde Bern“ bei mir an, ob sie meinen Artikel in ihrer Vereinszeitschrift nachdrucken dürften: Er sei so überaus griechenlandfreundlich und mache

Lust, sofort nach Hellas zu fliegen... Über ein Jahr später wurde mir am 23. März 2011 von der Staatsanwaltschaft Bremen ein Rechtshilfeersuchen der Staatsanwaltschaft Athen zugestellt. Nach deutschem Recht wurde mir eine Frist von drei Wochen gewährt, um dazu Stellung zu nehmen. Doch ohne überhaupt nur die Zustellung des Schreibens abzuwarten, hatte die Staatsanwaltschaft Athen bereits am 31. Januar 2011 die offizielle, vom Übersetzungsdienst des griechischen Außenministeriums angefertigte, deutsche Übersetzung eines Ladungsbefehls nach Deutschland geschickt. „Klaus Boeting“ solle am 29. Juni vor einem Athener Gericht erscheinen. Zitat: „Er soll wegen der nachstehenden Straftat abgeurteilt werden.“ Der Ladungsbefehl bezog sich auch auf das *Focus*-Heft und beschuldigte dessen damaligen Chefredakteur Helmut Markwort und acht Heft-Mitarbeiter diverser Straftaten.

Die Redaktion von *Focus Online* hielt sich aus dem Fall völlig raus: Sie sei ja nicht angeklagt. Der Magazinverlag hielt das Ganze für einen Witz und reagierte lange Zeit gar nicht. Ich nahm mir daraufhin auf eigene Kosten

„Stunden nach der Veröffentlichung waren Fotomontagen im Netz, die mich als Nazioffizier mit Hakenkreuzbinde am Arm zeigten.“

Athener Anwälte und ließ eine korrekte Übersetzung meines Beitrags durch eine in Baden-Württemberg gerichtlich vereidigte Übersetzerin anfertigen, die dann auch vom griechischen Außenministerium anerkannt wurde. Eine der Athener Anwältinnen, die Anzeige erstattet hatte, reichte beim Gericht





Stolz und Vorurteil: Griechische Flagge auf Mauer einer Kirchenruine auf der Insel Pserimos.

Bild: Klaus Bötig

die oben geschilderte, bruchstückhafte und tendenziöse Internet-Übersetzung als ihre eigene ein. Wie gut sie Deutsch spricht, hat das Gericht bis heute nicht prüfen lassen. Der deutsche Original-Beitrag liegt im Übrigen dem Gericht nur als doppelseitig ausgedruckter, lückenhafter Screenshot samt Werbeeinstreuungen vor.

Vor Gericht wurde bis zum siebten Verhandlungstag am 14. Januar 2012 keine der beiden Übersetzungen offiziell verlesen. Ob die drei Richter sie überhaupt kennen, ist ungewiss. Stattdessen begann man am sechsten (!) Verhandlungstag mit der Vernehmung der Zeugen der Anklage. Sie durften aussagen, wie beleidigend mein Artikel sei – obwohl er dem Gericht offiziell ja noch unbekannt war.

Doch der Reihe nach. Bis Ende Januar 2012 wurden bisher acht Verhandlungstage bestritten. Ich war nie anwesend sondern ließ mich durch meine Anwälte vertreten, weil nicht zu klären war, ob ein Haftbefehl gegen mich vorliegt oder nicht. Zur Sache selbst kam man erst am sechsten Verhandlungstag. Einer brachte keinerlei Ergebnis, weil die Protokollbeamten streikten und man stundenlang nach einem Streikbrecher suchte. Ein zweiter verlief ergebnislos, weil die Verteidiger durch ihre Anwalts-

kammer zum Streik gezwungen waren, vom Gericht aber aufgefordert wurden, sich ins Taxi zu setzen und eine Ausnahmegenehmigung zu besorgen, die ihnen freilich nicht erteilt wurde. Ein Tag verging mit der Prüfung eines Befangenheitsantrags durch die Verteidiger, nachdem die Richter einen Antrag der Staatsanwältin abgelehnt hatten, den Prozess einzustellen. Argument von Staatsanwältin und Verteidigern: Wenn Heft und Online-Beitrag alle Griechen

„Mein Fall zeigt: Jeder Mensch auf Erden kann für das, was er publiziert, irgendwo auf der Welt belangt werden, selbst, wenn es nur ein Blog ist.“

beleidigen, beleidigen sie auch Richter und Staatsanwältin. Damit sind diese befangen, so dass kein griechisches Gericht über den Fall verhandeln kann (Über diese Farce berichtete der *Spiegel* am 9. Dezember 2011, die *Red.*).

Jetzt wird im 15-Tages-Rhythmus weiter verhandelt. Meine Anwälte rechnen mit noch mindestens drei Prozesstagen – ein Urteil würde also frühestens Mitte März ergehen. Theoretisch sind für

mich eine Haft- oder/und eine Geldstrafe möglich. Selbst im Falle eines Freispruchs hätte ich meine Anwaltskosten selbst zu zahlen. Was bei etwa zehn Verhandlungstagen und zwei Anwälten herauskommt, lässt sich erahnen. Ich werde auf meiner Homepage www.klaus-boetig.de über das Urteil informieren. Vielleicht habe ich bis dahin ja auch einmal ein Verhandlungsprotokoll gesehen – bisher liegt mir kein Einziges vor!

Mein Fall zeigt: Jeder Mensch auf Erden kann für das, was er publiziert, irgendwo auf der Welt belangt werden, selbst, wenn es nur ein Blog ist. Die Staatsanwaltschaft Athen hat für ihre Zuständigkeit folgende Formulierung gefunden: „In Athen, Ort des Erscheinens des wöchentlichen Magazins, das in München, Deutschland, herausgegeben wird und auch in Griechenland wöchentlich erscheint...“ Damit war der Tatort in den Gültigkeitsbereich des griechischen Rechts verlegt!

Wenn ein Autor in China oder Nigeria verurteilt wird, hat das für ihn in Deutschland keine Folgen. Er sollte das Land nur in Zukunft tunlichst meiden. Anders innerhalb der EU. Hier ist fast jedes in einem anderen EU-Staat ergangene Urteil auch im Heimatland des ‚Täters‘ durchsetzbar. Im Falle eines

europäischen Haftbefehls dürfen deutsche Gerichte den Fall überhaupt nicht prüfen, im Falle einer Geldstrafe wäre ebenfalls kaum dagegen anzugehen. Weitere Erkenntnisse: Es ist sehr schwer, bezahlbare Anwälte zu finden, die sich im EU-Recht auskennen – und der Journalistenverband ist auch keine Hilfe. Ein Kollege hatte sich an den bjj gewandt und bekam die Auskunft, in Strafprozessen überhaupt nicht tätig zu werden – und aus Kostengründen schon gar nicht im Ausland.“

„Ja, das stimmt“, räumt Inga Hobrecker, Justitiarin beim BJV, ein. „Nach unserer Rechtsschutzordnung vertreten wir weder strafrechtlich noch bei Streitigkeiten im Ausland. Allerdings haben wir in diesem Fall versucht, auf allen Kanälen tätig zu werden. Nur eben nicht im juristischen bzw. anwaltlichen Bereich. Für eine Beratung im griechischen Strafrecht beispielsweise sind wir nicht qualifiziert, sie wäre also unseriös.“ Dafür sei der Kontakt zum europäischen Journalistenverband vermittelt worden und über diesen auch der Kontakt zum griechischen Journalistenverband. Und Frauke Ancker, die langjährige Geschäftsführerin, sei zwei Mal zum Prozess nach Athen gereist, um für die Pressefreiheit zu plädieren. „Zu Wort gekommen ist sie allerdings nie, da die Verhandlungen stets vertagt wurden“ Bei ihrer Rückkehr habe sie von anti-deutscher Stimmung im Gerichtssaal berichtet. Das Ganze, so meint Hobrecker, sei wohl eher eine politische Geschichte und passe zu den „eigenartigen Vorwürfen“ und der „hanebüchernen Anklageschrift“.

Klaus Bötig/Lilo Solcher

Entdecken Sie die Gesichter der Welt



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 bei Interesse an den Pressesprecher Frano Ilić zu wenden.
Tel. +49 (0)89 50060505
www.studiosus.com

Intensiverleben

Studiosus

Marktplatz im Netz

Mit „DieRedaktion.de“ will die Post international punkten

Die Post will mit „Die Redaktion“ eine Schnittstelle für Journalisten, Verlage, Unternehmen und Corporate Publisher sein – und ordentlich Geld verdienen. Lilo Solcher sprach mit Projektleiter Ralf Gretenkord über Inhalte, Möglichkeiten und Ziele.



Photo: privat

Die Post hat mit „Die Redaktion“ eine „neue verlagsunabhängige Journalismus-Börse“ auf den Markt gebracht. Was bietet die neue Plattform?

Gretenkord: Bei der Plattform DieRedaktion.de handelt es sich um eine reine Business-Community für professionelle Anbieter und Nachfrager von Content. „Die Redaktion“ ist somit der deutschsprachige b2b-Online-Marktplatz für Qualitätsjournalismus. Journalisten und Verlage können Artikel anbieten, Käufer sind wiederum andere Verlage und Unternehmen. Freie Journalisten können ihre Dienste als Autoren anbieten und sich um Aufträge bewerben. Verlage und Unternehmen können Aufträge ausschreiben. Corporate-Publishing-Unternehmen können Aufträge annehmen und Aufträge an Journalisten vergeben. Auf DieRedaktion.de werden qualitativ hochwertige Artikel von Journalisten zum Kauf angeboten und von Verlagen und/oder Unternehmen gekauft. Verlage/Redaktionen und Unternehmen können wiederum gezielt nach Journalisten für bestimmte Aufträge suchen und diese öffentlich oder nur an bestimmte User ausschreiben.

Hierauf können sich dann die Journalisten bewerben.

Was müssen Journalisten tun, um als „Profis“ anerkannt zu werden? Schauen Sie mir die Porträts im Sektor Reise an – und das interessiert uns hier – geht es wild durcheinander zwischen Werbetextern und Journalisten.

Gretenkord: Um bei DieRedaktion.de akzeptiert zu werden, müssen die Journalisten ihre hauptberufliche Tätigkeit nachweisen – am einfachsten mit einem gültigen Presseausweis anerkannter Verbände wie DJV, DJU, VDZ, BDZV, Freelens. Zudem müssen sie das sogenannte PostIdent Verfahren zur eindeutigen Authentifizierung und Identifizierung der Verkäufer durchführen. Hiermit stellen wir eine höchstmögliche Verlässlichkeit und Verbindlichkeit sicher und ermöglichen so zudem die Vorauszahlung der Honorare (Factoring). Als Dienstleister können die Journalisten in ihrem Profil selbst festlegen, welche Art von Aufträgen sie akzeptieren – ob sie ausschließlich journalistisch arbeiten, oder ob sie auch für andere Texter-Arbeiten zur Verfügung stehen.

Nach eigenen Angaben haben Sie über

schon 12 000 Texte im Angebot. Dabei versprechen Sie Klasse statt Masse. Auch hier die Frage: Wer bewertet die eingestellten Texte?

Gretenkord: DieRedaktion.de/Deutsche Post DHL ist lediglich der Betreiber der Plattform und nicht für die eingestellten Inhalte verantwortlich, behält sich aber das Recht zur Prüfung vor und wird – so nötig – Inhalte mit politisch radikalen, religiös verletzenden oder pornografischen Inhalten löschen bzw. sperren. Über die Voraussetzungen zur Mitgliedschaft stellen wir aber sicher, dass nur hauptberuflich tätige Journalisten auf der Plattform Artikel anbieten können. Über die Güte der Texte entscheidet letztendlich der Käufer. Zu jedem Text ist eine aussagekräftige Leseprobe verfügbar. Auf Anfrage kann der Autor eines Textes innerhalb der Plattform Einsicht in den gesamten Text ermöglichen.

Wie ist denn Ihre Erfahrung: Wie viele Texte wurden bisher über die Plattform verkauft? Ich sehe bei den meisten Angeboten eine Null. Haben Sie inzwischen auch Aufträge von Firmen generiert? Und wenn ja, wie viele?

Gretenkord: Bitte haben Sie Verständnis, dass wir keinerlei Angaben zur

Anzahl der verkauften Artikel und vermittelten Aufträgen machen. Seit dem Start der Plattform im März 2011 haben sich aber beide Geschäftsmodelle positiv entwickelt, und wir sind mit der Anzahl der durchgeführten Transaktionen zufrieden.

Wie kommen die angemeldeten Journalisten an solche Aufträge?

Gretenkord: Verlage/Redaktionen und Unternehmen können gezielt nach Journalisten für bestimmte Aufträge suchen und diese öffentlich oder nur an bestimmte User ausschreiben. Auftraggeber haben die Möglichkeit, Aufträge an alle Journalisten der Plattform, nur an solche, deren Profil zur Kategorie des eingestellten Auftrags passt (z.B. einen Auftrag in der Kategorie Reisen) oder an Journalisten ihrer Merk-/Kontaktliste auszuschreiben. Hierauf können sich die Journalisten bewerben.

Der Auftraggeber wählt dann aus einer der Bewerbungen den für ihn passenden Journalisten aus. Hierbei sind ein vollständig ausgefülltes Profil und die Angabe von Referenzen von Vorteil.

Noch ist die Liste der Journalisten und ihrer Angebote eher unübersichtlich. Wer zuletzt sein Profil bearbeitet hat, erscheint als erster. Denken Sie denn an eine alphabetische Reihenfolge?

Gretenkord: Dies ist sicherlich ein Punkt, über den wir nachdenken. Das Portal ist gerade neun Monate auf dem Markt, und wir haben die IT-Infrastruktur

innerhalb von knapp sechs Monaten aufgebaut. Dass es bei dem Tempo noch manchmal etwas hakt, ist normal. Die alphabetische Darstellung der Journalisten ist ein Punkt, den wir noch nacharbeiten müssen.

Auch bei der Textauswahl finde ich wenig Unterschiede zwischen Feature, Bericht oder Reportage. Da muss sich der Nutzer erstmal durcharbeiten. Wie wollen Sie ihm weiterhelfen?

Gretenkord: Sie haben jetzt schon die Möglichkeit, über die erweiterte Suche gezielt nach Kategorie, Artikelart,



Heiße News aus erster Hand

Pressearbeit – von Herzen anders!



Best Western Hotels Deutschland GmbH · Unternehmenskommunikation
Frankfurter Straße 10-14 · 65760 Eschborn · Telefon: (0 61 96) 47 24-31
presse@bestwestern.de · www.bestwestern.de/presse

Schlagwörter, Autoren, Preisen und den gewählten Artikellizenzen zu suchen. Diese erweiterten Suchfunktionen gibt es auch für Aufträge, Personen und Firmen auf der Plattform.

Für die Plattform fallen keine Grundgebühren an. Aber Sie machen das Ganze ja nicht aus purer Menschenfreundlichkeit. Immerhin haben Sie einiges investiert. Wie viel? Und wie viel Rendite versprechen Sie sich?

Gretenkord: Auch hier möchten wir um Ihr Verständnis bitten, dass wir keine Aussagen über die Investitionskosten der Plattform und weiteren monetären Kennzahlen machen können – zumal die Investition noch nicht abgeschlossen ist. Wir haben eine breite Roadmap an weiteren Features, um die wir DieRedaktion.de kontinuierlich ergänzen.

Sie werben damit, dass die Journalisten nach maximal zehn Arbeitstagen ihr Geld bekommen. Wie viel kassieren Sie denn bei der Vermittlung?

Gretenkord: Die Provisionshöhe unterscheidet sich für die beiden Geschäftsmodelle auf DieRedaktion.de hinsichtlich ihrer Provisionshöhe in Prozent. Für verkaufte Artikel (Content) erheben wir eine Provisionsgebühr von 30 Prozent auf den Artikelverkaufspreis, die von den anbietenden Journalisten oder Verlagen zu entrichten ist. Für vermittelte Aufträge, die von Journalisten oder Corporate Publishern angenommen werden, erheben wir eine Provisionsgebühr von 15 Prozent auf den vermittelten Auftragswert. Diese ist ebenfalls von den Auftragnehmern (Journalisten oder CP) zu entrichten.

Manche Texte werden so billig angeboten, dass bei Abzügen gerade noch ein Almosen übrig bleibt. Verderben Sie damit nicht auch die Preise?

Gretenkord: DieRedaktion.de ist ein Marktplatz. Die Preise vereinbaren die Marktteilnehmer, das heißt, die Preisgestaltung für die angebotenen Texte sowie die ausgeschriebenen Aufträge liegt komplett in den Händen der Journalisten bzw. der Auftraggeber. Den



Rest erledigen Angebot und Nachfrage. Die Deutsche Post AG greift dabei nicht ein.

Sie sind jetzt gut neun Monate auf dem Markt. Was meinen Sie: Ist „Die Redaktion“ ein Erfolgsmodell?

Gretenkord: Angebot wie auch Nachfrage steigen kontinuierlich. So betrachtet: ja. Wenn Sie den Markt für Content-Plattformen ansehen, stellen Sie fest, dass sich auch andere in diesem Gebiet versuchen. Das zeigt: Offenbar sehen auch andere Anbieter einen Markt, dem wir jetzt das umfangreichste und bestfunktionierende Angebot hinzu-

gefügt haben. Auch das kann man als Erfolg werten. Zudem nimmt der Druck auf die Publishing-Branche weiter zu, die Effizienz zu steigern und die Kosten zu senken. Gleichzeitig sind viele freie Journalisten gezwungen, das Portfolio ihrer Auftraggeber auszuweiten. Beiden Parteien kann DieRedaktion.de bereits jetzt helfen – und wird es in den nächsten Jahren immer noch mehr können. Also auch von daher kann man sagen, dass DieRedaktion.de ein echtes Erfolgsmodell ist – bereits jetzt und immer deutlicher in der Zukunft.

Wo wollen Sie in einem Jahr stehen?

Gretenkord: Wir werden unser aktuelle Position als größter Marktplatz für Qualitätsjournalismus in Europa nicht nur gefestigt sondern auch deutlich ausgebaut haben. Zum Start haben wir uns bemüht, möglichst schnell eine ordentliche Anzahl von Texten und Journalisten auf die Plattform zu bekommen. Dann haben wir weitere Features hinzugefügt. Nun steigern wir das Angebot kontinuierlich. Wir machen nicht nur Verlage und Redaktionen auf DieRedaktion.de aufmerksam sondern auch Corporate Publisher und Unternehmen. Wir dehnen Nutzen und Nutzerschaft aus. Es kommen weitere Contentformen hinzu – Bilder, Videos, Audio. Auch ist DieRedaktion.de ein Modell und eine Technologie, die sich gut internationalisieren lässt. Von all dem werden wir in einem Jahr erheblich mehr sehen – dazu zählen auch neue Eigenschaften, mit denen sich DieRedaktion.de reibungslos direkt in das Tagesgeschäft von Verlagen und Redaktionen einbinden lässt.

Kommentiert

Reisen und Politik

Wer reist, macht Politik. Ob er will oder nicht. Und wer über Reisen schreibt, macht auch Politik. Die meisten Reisenden und über Reisen Schreibenden haben jedoch nicht die Absicht politischer Betätigung und Einflussnahme. Und die wenigsten dürften überhaupt wissen, dass sie Politik machen. Bei Umfragen geben jedenfalls die meisten Touristen an, dass sie „nur Urlaub“ machen wollen und sonst nichts.

Wer in ein Land reist, in dem die Menschenrechte verletzt werden, stärkt das Regime schon allein durch das Geld, das er ins Land bringt. Die Listen der Länder, die z.B. von Amnesty wegen Menschenrechtsverletzungen angeprangert werden, umfassen meist 150 bis 160 Staaten. Wer alle diese Zielgebiete aus seiner Reiseliste streicht, erklärt damit rund drei Viertel der Erde zum touristischen Sperrgebiet. Übrigens: Auch Deutschland erscheint mitunter in den Listen.

Es könnte also sinnvoll sein, zu differenzieren und nur die Staaten touristisch zu boykottieren, die ihr eigenes Volk terrorisieren. Zumindest Nordkorea, Syrien, China und Iran müssten auf der schwarzen Liste stehen. Spätestens seit Beginn des arabischen Frühlings sollte einigen Millionen Touristen, die Tunesien und Ägypten bereist haben, klar sein, dass sie in einem Unterdrückerstaat Urlaub gemacht haben.

Viele Touristen, die Länder trotz Menschenrechtsverletzungen bereisen, argumentieren, dass Reisen gerade in solche Länder politisch nützlich seien, weil sie einen Prozess der Veränderung durch Annäherung begünstigen. Die Kontakte zwischen Touristen und Einheimischen können Herrschaftsstrukturen aufweichen. Touristen sind in solchen Ländern oft die einzige Quelle neutraler Informationen.

Wer Reisen organisiert und anbietet, macht Politik. So können z.B. Reisen in den türkisch besetzten Norden Zyperns den Eindruck vermitteln, dass ein Territorium unterstützt wird, das von den UN nicht als Staat anerkannt wird. Wer Reisen in Zyperns Norden ablehnt, unterstützt damit zwangsläufig die Auffassung des griechischen Süd-Zyperns. Der Chef eines großen deutschen Reiseveranstalters sagte kürzlich über sein Unternehmen: „Wir machen keine Politik, wir machen Geschäfte.“ Aber auch Geschäfte können Politik machen.

Wer über Reiseziele schreibt, die aus irgendeinem Grund bedenklich sind, kann dadurch unter Umständen Nachfrage auslösen oder drosseln. Reiseberichte eröffnen zumindest die Chance, auf Missstände aufmerksam zu machen und so Druck für eine Änderung aufzubauen. Einerseits: Wer durch eine Reise Geld in ein bedenkliches Land bringt, stützt damit das herrschende Regime. Andererseits bleibt von dem Geld, das Touristen ins Land bringen, auch bei den Normalbürgern etwas hängen.

Jede Reise belastet die Umwelt – mehr oder weniger. Auch die Entscheidung für ein besonders umweltschädliches oder -schonendes Transportmittel ist ein Politikum. Der Urlauber, der mit politischen Folgen seiner Reise konfrontiert wird, beteuert in der Regel: „Mich interessiert Politik nicht. Ich will Sonne und Strand und mich erholen.“ Touristen wissen meist viel zu wenig, um sich fundiert für oder gegen eine Reise zu entscheiden. Die meisten, die in einem der vielen der Mafia gehörenden Hotels logieren, haben von dem Paten im Hintergrund keine Ahnung.

Horst Zimmermann



Bayern

Weißblaue G'schichten...

...haben wir viele zu erzählen!

Denn als offizielle Landesmarketingorganisation des Freistaates Bayern sind wir Ihr Ansprechpartner rund ums Thema Freizeit und Urlaub im beliebtesten Reiseland Deutschlands. Ob Biergarten-Geheimtipp oder fränkisches Schmanckerl-Rezept: Wir recherchieren für Sie aktuelle Themen und organisieren Einzel- und Gruppen-Pressereisen.

Mehr Infos unter:

www.presse.bayern.by
www.bilder.bayern.by

Pressekontakt:
BAYERN TOURISMUS
Marketing GmbH
Claudia Hinnerkopf
Arabellastraße 17
81925 München
Tel.: 089 212397-27
hinnerkopf@bayern.info

www.bayern.by



Egal wo, Blogger sind immer online.

Das Phantom im Reisemarkt

Der Blogger, das unbekannte Wesen, ist gar nicht so geheimnisvoll

Ein Phantom geht um in der Branche – schwer greifbar, auf Presse-Events eher selten anzutreffen und dennoch hervorragend vernetzt und mit großem Einfluss auf die jeweilige Fan-Gemeinde. Die Einschätzung der PR-Fachleute reicht von „völlig überschätzt“ bis hin zu „revolutionär“.

Sicher ist: Der Blogger mischt die Art der heutigen Meinungsmache auf – vor allem unter den jüngeren Lesern und auch in der Reiseindustrie. Dies macht ihn für uns Kommunikationsfachleute überaus interessant. Doch ist der Blogger wirklich solch ein Mysterium, oder haben wir einfach nur Angst, uns mit diesem Thema auseinander zu setzen? Klar ist: Der Blogger reist ein wenig anders als seine Journalisten-Kollegen. Er berichtet oftmals auf Englisch für eine internationale Leserschaft, twitert schon am Flughafen an seine Gefolgschaft und lädt Filmchen wie Fotos bereits während des ersten Programmpunktes mit dem iPhone hoch. Und: Er schreibt in der Textform, die manchen Journalisten die Haare zu Berge stehen lässt – in der Ich-Perspektive, immer.

Doch die Zusammenarbeit mit der Gemeinde der Reiseblogger ist kein Hexenwerk. Und mit teilweise rund 40 000 bis 50 000 monatlichen Lesern handelt es sich bei den Blogs keineswegs mehr um ein Randphänomen. Grundvoraussetzung für Agenturen sind Kunden, die sich auf den gewissen Experimentiercharakter der neuen Zusammenarbeit einlassen möchten – schon deshalb, weil sich die Ergebnisse nicht so leicht messen lassen wie gewohnt.

Das Team „Destination & Outdoor“ von Wilde & Partner entschloss sich im Oktober zur ersten Bloggerreise der Agentur in die italienische Region Emilia-Romagna. Das Ergebnis: Fünf hochinteressierte Vertreter dieser neuen Generation machten sich auf die Suche nach außergewöhnlichen Erlebnissen und Motiven, die auch die daheim gebliebene Gemeinde der Follower quasi in Echtzeit virtuell an den Ort des Geschehens versetzten.

Auch im Vorfeld hatte sich die Kommunikation als überaus angenehm erwiesen, denn die Teilnehmer sind naturgemäß nahezu rund um die Uhr online und damit überaus gut erreich-

bar. Man sieht: Blogger sind nicht die schwer greifbaren Wesen, für die man sie gerne hält. Sie teilen mit uns eine Passion für das Reisen und viel Freude am zwischenmenschlichen Austausch. Nur: sie kommunizieren halt etwas anders. Den klassischen Journalisten werden die Blogger auch in Zukunft nicht ersetzen – sicherlich aber dessen Arbeit bereichern und um den großen Bereich von Social Media ergänzen.

Und der Umgang im täglichen Geschäft? Was sollten PR-Leute bei der Planung einer Pressereise beherzigen? Da gäbe es durchaus ein paar Dinge zu beachten, wie Kollegin Juliane Fischer berichtet, die die Blogger auf ihrer Tour begleitete. „Einer der wichtigsten Punkte ist der lückenlose Zugang zu freiem WLAN“. Verständlich: Denn für den Blogger ist die permanente Verbindung zur Außenwelt so essentiell wie die Luft zum Atmen. Mehr sei an dieser Stelle nicht preisgegeben. Doch eines ist sicher: Bereut hat das Team die Durchführung dieser Reise nicht – ebenso wenig wie der Kunde.

Roberto La Pietra



Bild: Juliane Fischer

Auf die Optik kommt's an

Blogger werden ist nicht schwer, Blogger sein zeitaufwändig

Eine der erfolgreichsten Reise-Bloggerinnen Deutschlands ist Katja Hentschel aus Berlin. Mit elf gleichgesinnten Frauen betreibt die 29-Jährige den englischsprachigen Blog www.travelettes.net, der sich in erster Linie an die reisefreudige Frauenwelt richtet. Mit der Berlinerin sprach Juliane Fischer.

Wie wird man eigentlich Reiseblogger?

Hentschel: Reiseblogger werden ist nicht schwer. Im Prinzip braucht man nur einen Blog von Blogspot (einfach) oder WordPress (schon komplizierter), einen guten Namen für das Ganze und den Willen, regelmäßige und qualitativ hochwertige Inhalte zu posten. Von großem Vorteil ist eine gute Kamera, denn wenn es ums Reisen geht, sprechen Bilder oft mehr als Worte.

Gibt es noch private Reisen komplett ohne Smartphone und WLAN für Dich?

Hentschel: Eigentlich nicht, wobei es durchaus Tage gibt, an denen ich den Laptop und das Handy nicht einmal anfasse, um mal so richtig Urlaub zu haben. In der Regel halte ich das jedoch

keine 24 Stunden aus. Reiseblogger ist man eben nicht von Beruf, sondern aus Berufung.

Was inspiriert Dich zu einer Reise? Wo holst Du Dir Deine Reisetipps?

Hentschel: Was mich am meisten zum Reisen inspiriert, ist vor allem das Gefühl, mal wieder raus zu müssen. Dieses Gefühl stellt sich bei mir zum Glück recht oft ein. Wohin die Reise gehen soll, hängt vor allem von Zeit, Anlass und Laune ab. Mal habe ich Lust auf ein Wochenende in Athen, dann auf ein Abenteuer in einem Land, in dem ich noch nie war. Aktuell aber sind mir die liebsten Inspirationen die, die von den anderen Autorinnen auf Travelettes.net gepostet werden. Vor allem Schweden und Südengland haben es dadurch auf meine 'must-see'-Liste geschafft.

Wen würdest Du selbst gerne mal interviewen?

Hentschel: Eigentlich gibt es da nicht den einen Kandidaten. Mich interessieren Menschen, die Dinge tun, die andere nicht tun. Die interessante Sicht- und Herangehensweisen haben, die einen

inspirieren und von denen man wirklich etwas lernen kann.

Zur Person

Schon der Slogan „Backpacking in High Heels“ zeigt, wo's lang geht: Eingestellt werden eindrucksvolle Reiseerlebnisse mit menschlicher Begegnung – gewürzt mit einem gewissen Style-Faktor. Die Menge des Textes ist verhältnismäßig überschaubar – dafür soll vor allem eine große Anzahl an professionellen Bildern und Filmen den Leser in den Bann ziehen. Ein Luxus, den sich die Printpresse schon aus Platzgründen verständlicher Weise nicht leisten kann. Ihr Einkommen bestreitet Katja Hentschel neben den Banner-Einnahmen des Blogs auch als freie Fotografin. Ihre Reisemotive erscheinen regelmäßig in verschiedenen Magazinen.



Zurück an den Absender

Ein Denkanstoß: Von der Unsitte, geschickt werden zu sollen

Pakete sind praktisch, Postkarten auch. Beide diskutieren nicht, haben weder eigenen Willen noch eigene Ideen. Eigene Kreativität haben sie auch nicht, unabhängig sind sie schon gar nicht. Und ihren Adressaten erreichen sie auch fast immer. Der Absender bestimmt, wo es lang geht. Er schickt sie. Er bestimmt, was drinsteckt. Er bestimmt, was draufsteht. Er zahlt das Porto.

Letztes Jahr auf der ITB an einem Stand in der PR-Halle: „Dich würde ich ja gerne mal nach Jucheissa schicken.“ Und ein paar Stände weiter, keine fünf Minuten später: „Wohin sollen wir Sie denn nächstes Jahr mal schicken?“ Und am selben Abend auf einer Party: „Wir haben letztes Jahr bestimmt zwei Dutzend Journalisten an den Trallala-See im Tiri-Li-Land geschickt. Und im Mai schicken wir zwei Kollegen ins Täterä-Tal.“

Der Unterschied zwischen Paketen, Postkarten, weisungsgebundenen Sendboten, abhängig Beschäftigten und Journalisten – ob aus dem Reise-Ressort oder irgendeinem anderen – ist ein ganz simpler: Letztere werden nicht geschickt – es verträgt sich nicht mit dem Selbstbild und ebenso wenig mit dem Berufsethos.

Gleichwohl hat sich dieses unangenehme Bild offenbar immer mehr in den Sprachgebrauch vieler PR-Leute eingeschlichen. Leider.

Dabei ist genau diese Sichtweise unfruchtbar und kontraproduktiv. Sie zeichnet ein Bild, das alles andere als eine Zusammenarbeit auf Augenhöhe andeutet. Im Gegenteil. Die Wortwahl zeugt im besten Fall von Unüberlegtheit, im schlechtesten Fall von Geringschätzung. Am meisten kommt aus der

Zusammenarbeit von (Reise-)Journalisten und PR-Agenturen für beide Seiten dann heraus, wenn man sich gegenseitig ernst nimmt und auf gleicher Höhe begegnet: Jeder weiß um die Rolle des anderen, um dessen Berufsfeld, Ziele, Ethos.

Es ist schwer genug, das immer unter einen Hut zu bringen und einen geraden Rücken zu behalten.

Aber es kommen schlicht die besseren Geschichten heraus, wenn beide Seiten Themen-Ideen gemeinsam und auf gleicher Höhe entwickeln. „Geschickt werden“ heißt „tun, was gesagt wird“ – „geschickt werden“ heißt „friss oder stirb“.

Geschickt werden kann man nur von seinem Auftraggeber. PR und Journalismus aber handeln nicht in einem Auftraggeber- und Auftragnehmer-Verhältnis, sondern im besten Fall in kreativer Partnerschaft, bei der so viel journalistische Unabhängigkeit wie nur möglich gewahrt werden muss. Dann werden die Geschichten glaubwürdig, dann sind sie nah dran, zugleich ehrlich – und werden vom Leser genauso wahr genommen und genau deshalb umso lieber nachvollzogen. Das scheint immer häufiger in Vergessenheit zu geraten.

Die Frage mit dem Porto der Sendung ist vielschichtiger als bei Paket oder Postkarte. Mag der Kunde einer Agentur den Flug oder die Unterbringung zahlen – wofür er nicht aufkommt, ist der Faktor Arbeitszeit: für die Vorberei-



Journalisten sind keine Postsendungen. Bild: © Otto Durst - Fotolia.com

tung vor Reiseantritt, für die Recherche vor Ort, für die Schreibearbeit danach.

Deshalb: Geschickt werden kann man nur vom Chef oder vom Auftraggeber. Ein Magazin kann einen Journalisten schicken. Eine Zeitung, eine Radiostation, ein Fernsehsender kann das. Eine PR-Agentur kann nur dann jemanden schicken, wenn er anschließend für sie schreiben soll. Nur ist der dann kein Journalist mehr.

Je mehr wir nicht Reiseschreiber sind sondern Journalisten bleiben, desto besser bleiben unsere Geschichten. Desto leichter sind sie verkäuflich. Und desto kreativer verläuft die Zusammenarbeit mit den PR-Agenturen. Zum Nutzen beider Seiten.

Deshalb: Liebe PR-Leute, schickt uns nur, wenn Ihr uns für Eure willfährigen Erfüllungsgehilfen haltet. Und wundert Euch nicht, wenn wir dann nicht fahren wollen. Aber arbeitet mit uns, wenn Ihr uns für Journalisten mit Berufsethos und Integrität haltet und uns auf Augenhöhe begegnen wollt. Viele tun das. Es ist der professionellste Angang. Und es dient der Sache beider.

Helge Sobik

Kommentiert

Mehr Mut in Krisenzeiten

Die Welt ist nicht nur entdeckt, sie ist auch vermessen, beschrieben, fotografiert und gefilmt. Die Gipfel sind bestiegen, Wüsten und Pole durchschritten. Und doch hält diese scheinbar bis ins Detail erforschte Welt noch Überraschungen bereit. Beglückende Begegnungen, unerwartete Momente, unvergessliche Erlebnisse. Das zeigen die Siegerreportagen in diesem Heft, die uns, die Leser, unmittelbar teilhaben lassen. Weil die Kollegen genauer hinschauen, weil sie näher dran sind und die Dinge auch mal kritisch hinterfragen, öffnen sie uns neue Perspektiven

und laden uns ein zu einem Lese-Abenteuer.

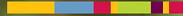
Das macht Mut in einer Zeit, in der die Print-Medien in der Krise, die Reisetage am Schwinden und die Honorare im Keller sind. Es macht Mut, sich auch wieder in ein Schreibabenteuer zu wagen, neue Wege zu beschreiten. Und es gibt jenen Veranstalter und Fremdenverkehrsämtern Recht, die sich neuen Reiseinhalten öffnen, die Begegnungen mit Menschen in ihr Programm schreiben und Touren abseits der ausgetretenen Pfade. Auch und gerade vor der Haustüre, in Deutschland, und

in einem Europa, das an sich selbst zu verzweifeln droht. Griechenland wird zum Gradmesser. Hoffen wir, dass nicht alle Griechen so wild um sich schlagen wie die Anwälte, die unseren Kollegen Klaus Bötig an den Pranger gestellt haben, weil ausgerechnet er, der Hellas-Kenner und -Liebhaber, das griechische Volk beleidigt habe.

Die Welt ist im Umbruch – die vielzitierte Maya-Prophezeiung sagt nichts anderes – und wir sind mittendrin. Bleiben wir Zeitzeugen: neugierig, aufmerksam und kritisch.

Lilo Solcher



**WIR
SIND
SÜDEN.**
**BADEN-
WÜRTTEMBERG**

DEN GRÜNEN SÜDEN ERLEBEN 2012

Der Süden ist grün. Die Ferienregionen des Landes bieten viele Möglichkeiten, einen umweltverträglichen Urlaub zu verbringen. Von der Übernachtung im klimaneutralen Hotel oder auf dem Bio-Bauernhof über die CO₂-freie Mobilität am Urlaubsort bis hin zum Essen bei den Biosphärengastgebern. Überall kann man naturnah genießen. Und das Land bei einer Demeter-Weinprobe, einer Tour mit dem E-Bike oder einer Naturpark-Wanderung mit dem Schwarzwaldguide erleben. Nachhaltigkeit wird eben groß geschrieben in Baden-Württemberg.

Freuen Sie sich auf das Naturland Baden-Württemberg. Auf in den Süden!

Den aktuellen Grünen Süden-Katalog können Sie kostenlos unter T +49 (0) 7 11 / 2 38 58-0 oder entspannt online unter prospektservice@tourismus-bw.de bestellen.

**WIR
SIND
SÜDEN.**
**BADEN-
WÜRTTEMBERG**

www.tourismus-bw.de
info@tourismus-bw.de



CUC auf Kuba

Wie die Karibikinsel Journalisten abkassiert und Peso-Spielchen spielt...

Der große alte Mann der kubanischen Hotellerie, Antonio Martinez Rodriguez, lehnt sich in seinem Sessel zurück und verkündet: „Ein zweites Las Vegas wird Kuba niemals wieder werden!“ Glaube, Hoffnung und eine Prise Trotz schwingen mit in den Worten, der Mimik, der Gestik des „Gerente General“ in der Hotel-Legende „Nacional de Cuba“, an deren Spitze er seit über 15 Jahren steht.

Denn irgendwann demnächst scheint auf Kuba nach Fidel so vieles möglich – selbst ein Rückfall in längst überwunden geglaubte Mafia- und Zockerzeiten. Sieht man sich die Eintrittsbedingungen für Journalisten an, ist die sozialistische Karibik-Insel heute schon ein hochkapitalistischer Vorposten vor der Südostküste des wenig geliebten amerikanischen Nachbarn.

Man könnte sagen: Kubaner sind kreative Menschen. Neu- und wissbegierig. Äußerlich dank Salsa, Mojito und anderer Drogen immer gut drauf. Und ganz schön pffiffig dazu, wenn es gilt, Devisen ins Land zu holen. Reisejournalisten, die das eindruckstarke Eiland zur Berichterstattung besuchen wollen, sind da eine willkommene Beute.

So sind schon die bürokratischen Hürden vor der Einreise hoch. Man braucht ein 80 Euro teures Journalistenvisum und muss viele Fragen beantworten nach Art von: Waren Sie schon einmal

auf Kuba? Wenn ja wann, und was haben Sie damals wo berichtet? Der Artikel ist vorzulegen. Dann braucht man eine 60 CUC (s. unten) teure Akkreditierung, ausgestellt vom Internationalen Pressezentrum in Havanna. Dumm nur: Der Ausweis für die Prensa Extranjera ist vor Ort so was von überflüssig und unbekannt. Der Selbstversuch an der Kasse des Revolutionsmuseums scheitert kläglich: Das Stück eingeschweißte Plastik wird nur müde belächelt und der Journalist freundlich, aber deutlich auf den Eintrittspreis verwiesen: Sechs CUC bitte schön, kostenloser Eintritt für Journalisten ist nicht!

CUC: Hinter den drei Buchstaben verbirgt sich Geld, eine künstliche Währung für Ausländer und Einheimische, die es so nur auf Kuba gibt. Ohne CUC läuft gar nichts auf der Insel, das lernt der Reporter (aber auch jeder Tourist) vor Ort ganz schnell. Offiziell sind zwei Währungen im Umlauf. Für den normalen Peso gibt's für Touristen (und für die Einheimischen) kaum etwas, für den CUC dagegen alles. Dieser Peso cubano convertible hat 2004 den Dollar als offizielle Zweitwährung abgelöst (ein CUC entspricht ca. 80 EuroCent).

Wichtiger für Juan und Juanita ist ein anderer Kurs: 24 normale Pesos entsprechen einem CUC. Emilio, Taxifahrer in einem gelben Chevi-Oldtimer von 1956 (mit russischem Wolga-Motor), hilft uns bei der Einordnung. In seiner

Lohntüte sind monatlich 265 Pesos also elf CUC). „Da bin ich froh, wenn ich Touristen fahren kann, die geben gutes Trinkgeld“, sagt Emilio, und sein Kollege Nestor nickt mit dem Kopf. „Ohne CUC laufen weder Kuba noch mein Auto – für Pesos bekomme ich nicht einmal Toilettenpapier!“

Und so posieren sie als Havanna-Mama für Kameras, erobern als schicke Chicas Männerherzen, spielen ortskundige Reiseführer, revolutionsverbissene Zeitungsverkäufer, flinke Karikaturisten und arbeiten sowieso lieber als Kellner denn als Lehrer. Schließlich garantieren Jobs im Tourismus „CUC satt“.

Havanna, die Hauptstadt mit der Überdosis an morbider Romantik, ist ein besonders heißes CUC-Pflaster. „Haste mal un CUC?“, hört man hier gefühlt 100 Mal am Tag. Fidels Staatskasse verdient am ganzen CUC-Spielchen kräftig mit – alle CUCisten brauchen eine Lizenz, die eifrige Staatsbedienstete ähnlich wie die Journalisten-Dokumente con gusto ausstellen.

Apropos: Ganz am Ende, wenn man Kuba nach erlebnisreicher Zeit wieder verlassen will oder muss, wird man noch einmal abkassiert – 25 CUC Ausreisegebühr in cash werden fällig. Wer die nicht mehr hat, darf noch einmal CUC tauschen gehen. Adios Cuba! Und: Hasta la victoria siempre, CUCe es, was es wolle.

Alexander Richter

Achtung Schnorrer!

Zu Risiken und Nebenkosten fragen Sie den Einladenden

Messezeit: Hoch-Zeit für Mächtegern-Journalisten, Sammler, Sparfüchse und Schnorrer. Um an wohlfeile „Geschenke“ oder auch ans üppig bestückte Büffet zu kommen, scheuen die „lieben Kollegen“ weder Weg noch Zeit. Eine kleine Sammlung von kuriosen Auftritten.

Der Pressesprecherin verschlug es die Sprache: Eben noch hatte sie dem Kollegen (kein VDRJ-Mitglied!!!) am Eingang einen bunten Seidenschal samt Pressemappe überreicht, als er den noch fast leeren Saal 8 im CCH nach zügiger Durchquerung auf der gegenüberliegenden Seite bereits wieder verließ. In der Annahme, er sei unbeobachtet, entsorgte er schnell die lästige Pressemappe, behielt aber den Schal. Schließlich war sein Beuteschema lediglich eines der netten Give-aways, die vor, während oder nach bestimmten Pressekonferenzen auf der ITB verteilt werden.

Ebenso clever hatte der besagte „Kollege“ auch die PK einer ausländischen Airline angepeilt, über die er nie geschrieben hat und auch nie schreiben wird, die jedoch im Jahr zuvor noch kostspieliges elektronisches Zubehör auf den Plätzen ausgelegt hatte. Wohl keine Fluggesellschaft erfreut sich seitdem eines so unglaublichen Zuspruchs, obwohl zur Enttäuschung vieler der Wert der Goodies inzwischen deutlich reduziert wurde. Doch die Hoffnung stirbt zuletzt.

Mit viel Hartnäckigkeit saß ein älteres Ehepaar, als Messeschnorrer hinlänglich bekannt, den Termin eines populären Reiseführerverlags aus, der traditionell im Dachgartenfoyer stattfand. Lange vor Veranstaltungsende wurde

im Vorraum ein üppiges Büffet aufgebaut. Da das nicht geladene Paar an dem eigentlichen Anlass absolut nicht interessiert war, hätte es sich liebend gern schon vor dem Ende der Pressekonferenz auf das Büffet gestürzt, allein die Argusaugen des Catering Services verhinderten die vorgezogene Attacke. So harrte es auf den Foyersesseln aus, um sich später unauffällig unter die geladenen Gäste zu mischen und sich den Bauch vollzuschlagen. Einfach nur peinlich sind auch die Ab-

Die Veranstalter fühlen sich von der ungebeten Invasion meist derart überrumpelt, dass sie es nicht wagen, die ungebeten Gäste abzuweisen.

greifmethoden mancher Sparfüchse, die in der ITB-Pressestelle die nach Buchstaben sortierten Pressemappen auf der Suche nach CDs auseinander fleddern, deren Hüllen einheimsen und die Pressemappe entkernt ins Fach zurücklegen.

Ebenso zum Fremdschämen ist jene Journalistengang in Hamburg, die auf wundersame Weise steten Zutritt zu Presseevents erhält – vorzugsweise mit großem Anschlussdinner. Wurde früher die offizielle Einladung, die tatsächlich an einen von ihnen verschickt worden war, aus falsch verstandener Kollegialität innerhalb der Abgreifergruppe weiter gefaxt, wird sie heute als Rundmail versandt.

Veranstalter fühlen sich von der ungebeten Invasion meist derart überrumpelt, dass sie nicht wagen, die un-

liebsamen Gäste wieder abzuweisen. Für seriöse Kollegen durchaus ein Ärgernis, da jene peinlichen Exemplare mal wieder dafür sorgen, dass Reisejournalisten ganz generell in die schublade der Schnorrer und Freitischler gepackt werden.

Leicht durchschaubar war auch der Versuch des Reisedakteurs einer Regionalzeitung, der zur Pressereise auf eine Karibikinsel seine Ehefrau als angebliche Fotografin mitnahm. Als Alibi hatte er ihr eine Profikamera umgehängt, die sie kaum zu bedienen wusste. Als gänzlich reiseunerfahren outete sie sich, nachdem der Bus anhielt und von einer Gruppe Jugendlicher umringt wurde. Alle Kollegen stiegen aus, unterhielten sich mit den neugierigen Kids und machten Bilder. Nur die „Pressefotografin“ nicht. Gelähmt vor Angst blieb sie im Bus sitzen. Das Foto, das sie hätte schießen können, erwarb ihr Ehemann später von einer mutigeren Reporterin.

„Es ist für uns sehr schwer zu ermessen, wie wichtig der online-Dienst von Journalisten wirklich ist“, seufzte die Pressesprecherin eines alpinen Tourismusverbandes. 50 000 Klicks, so behauptete der Kollege, der sich im Oktober samt Ehefrau für eine Woche in den Bergen eingenistet und Hotel mit Halbpension und Liftkarten für zwei ganz selbstverständlich eingefordert hatte, würde seine Website verzeichnen. Beim Öffnen der Site stieß man allerdings auf Erstaunliches: Seit April war der angeblich so aktuelle und superwichtige Dienst nicht mehr gepflegt worden. Lieblos präsentierte sich die Seite, bestimmt drei Nullen entfernt von der angeblichen Zahl der Klicks.

Online-Dienst – der neueste Trick! Da-



Es ist angerichtet: Fürs Büfett nehmen manche auch eine Pressekonferenz in Kauf.

Bild: © webphotographeer - istockphoto.com

mit richtet sich so mancher Pappenheimer, der keine Beiträge mehr bei Print, Funk oder Fernsehen unterbringt, ein digitales Auffangnetz ein. Ein ideales Forum, um im Gespräch zu bleiben und zu Reisen und Essen geladen zu werden. Natürlich gibt es auch sehr seriöse Foren, Blogs und Pages – keine Frage. Um die Spreu vom Weizen zu trennen, genügt oft eine etwas gründlichere Beleuchtung des Inhalts.

Allerdings liegt die Schuld nicht immer nur allein bei gewissen skrupellosen Kollegen. Vielleicht sollten einige Pressestellen und PR-Agenturen – zugegebenermaßen die Ausnahmen – zumindest alle zehn Jahre mal ihren Verteiler updaten, um nicht Gefahr zu laufen, fast ausschließlich Karteileichen ein-

zuladen. Und wenn eine PR-Agentur bei wenig Zusagen vertraute Kollegen bittet, irgendwelche Privatpersonen mitzubringen, die sich als Journalisten ausgeben sollen, ist es nicht verwunderlich, wenn der Boden für Wildwuchs frische Nahrung erhält.

Vergleichbar war auch der Pressestammtisch in einem der besten Restaurants der Stadt, für den der geladene Referent – meist der Geschäftsführer eines Touristikunternehmens – einige tausend DM hinblättern musste. Dafür leistete sich gleich eine ganze Riege von Verwandten und Bekannten der Stammtisch-Gründerin eine Mahlzeit vom Feinsten. Die Referenten sahen nur einen wohlgefüllten Raum nickender Köpfe und waren der

Annahme, es handle sich allesamt um hoch interessierte Journalisten.

Im Vergleich dazu mutet doch der kühne Versuch jenes Kollegen fast liebenswert nostalgisch an, der ganze Schrankkoffer mit auf eine Kreuzfahrt zu schleppen pflegte, um deren schmutzigen Inhalt auf Kosten des Veranstalters endlich mal wieder gründlich reinigen zu lassen. Inzwischen reist er wohl in anderen Welten. Und zum Leidwesen einiger schwarzer Schafe sind auch die goldenen Zeiten der vollständigen Auslagererstattung endgültig vorbei: Für Risiken und Nebenkosten hat heute allein der Journalist aufzukommen. Und das ist auch gut so!

Dagmar Gehm

Kommentiert

Aktion Maulkorb

Immer mehr Behörden, Organisationen und Unternehmen untersagen ihren Mitarbeitern, mit Journalisten zu reden. Durch deutsche Behörden, Organisationen und Unternehmen rollt gegenwärtig eine „Aktion Maulkorb“. Gerade sind die letzten Chefs dabei, in Dienst-anweisungen festzulegen, dass kein Mitarbeiter mehr mit Journalisten reden darf. Ausnahmen gibt es nur noch für Gespräche, die samt thematischer Details abgesprochen und genehmigt sind. Auch Reiseunternehmen haben offenbar eine Heidenangst vor nicht gleichgeschalteten Nachrichten.

Irgendwie geht es jetzt zu wie schon seit langem bei den Gerichten, wo Behördenmitarbeiter als Zeugen nicht einfach zur Wahrheitsfindung beitragen dürfen, sondern Fragen nur im Rahmen ihrer Aussagegenehmigung zu beantworten haben. Das Verbot der direkten Gespräche mit Journalisten wird neuerdings immer öfter in Dienst-anweisungen festgeschrieben, die aus einem Verstoß gegen das Gesprächsverbot ein Dienstvergehen machen, das abgestraft werden kann – mit Abmahnung oder gar mit Entlassung. Aus Sicht der Behörden- und Geschäftsleitungen macht die informationelle Gleichschaltung durchaus Sinn. Kein Chef hat es gern, dass seiner Aussage entgegen gehalten wird: „Aber Ihr zuständiger Sachbearbeiter sieht das ganz anders.“ Ebenso fatal ist es, wenn zu einem Sachverhalt drei Versionen von drei verschiedenen Mitarbeitern kommen.

Oft geht es freilich nicht allein darum, dass mit einer Zunge gesprochen wird. Nicht selten sollen vielmehr durch den Maulkorb auch Informationen unterdrückt werden, deren Publikmachung

gerade nicht passt. Anfragen haben, wie den Journalisten klargemacht wird, über die Pressestelle zu erfolgen. Weil aber die Mitarbeiter der Pressestelle oft viel weniger als der anfragende Journalist in einem Sachverhalt bewandert sind, kann die Pressestelle vielfach nicht die richtigen Fragen im eigenen Apparat stellen. Wer reden darf, hat oft keine Ahnung, und wer Ahnung hat, darf nicht reden. Der Umweg über die Pressestelle begünstigt Missverständnisse und kostet Zeit.

Eine Anfrage an die Pressestelle löst in der Regel weitere Nachfragen aus. Bis der Journalist seine Antworten bekommt, vergehen oft viele Stunden oder sogar Tage. Es kommt sogar vor, dass die Antwort am Ende überholt ist: „Bis Redaktionsschluss war keine Stellungnahme zu erhalten“, heißt es dann in Artikeln.

Andererseits erspart die Kanalisierung über die Pressestelle den Mitarbeitern viel Zeit und dem Unternehmen Geld, weil sie nicht mehr von einer Vielzahl von Journalisten „gelöchert“ werden. Aber natürlich macht es einen Unterschied, ob bei einer Katastrophe oder Krise Auskünfte von dem Krisenmanager des Unternehmens oder gefiltert durch eine Pressestelle gegeben werden. Was am Ende des Informationsweges über eine Pressestelle steht, ist meist geglättet und deshalb oft auch langweilig.

Journalisten werden deshalb unverdrossen weiterhin versuchen, ihre guten Kontakte zu den Männern und Frauen an der Front des Geschehens zu nutzen. „Unter der Hand“ gegebene Informationen werden zunehmend zum Salz in der journalistischen Suppe. Sie



Bild: © Alterfalter - Fotolia.com

haben allerdings einen offensichtlichen Nachteil. Zum Schutz des schweigepflichtigen Informanten können die „inoffiziellen“ Infos nur ohne Quellenangabe weitergegeben werden. Damit fehlt aber zugleich ein wesentliches Merkmal, das dem Leser die Einschätzung einer Information erleichtert.

Durch die „Aktion Maulkorb“ geraten Pressestellen zunehmend in den Ruf, eine be- und verhindernde Rolle zu spielen. Was für eine vertrauensvolle Zusammenarbeit nicht gerade dienlich ist. Hinzu kommt: Die Kanalisierung über die Pressestellen löst bei diesen einen vergrößerten Arbeitsanfall aus. Das ist wohl einer der Gründe, warum das Personal der Pressestellen in den letzten Jahren erheblich zugenommen hat.

Horst Zimmermann

Glossiert

Wenn Udo das wüsste...

Gewinnspiele im Reisetil sind beliebt. „Da werden alte Ansichtskarten zweckentfremdet, mit den Namen der nahen und entfernten Verwandtschaft ausgefüllt und beim nächsten Stopp in der Stadt bei der Zeitung eingeworfen, damit man sich das Porto spart.

Die Lösung ist in Zeiten von Google ja kein Problem. Da können sich die Redaktionen noch so sehr den Kopfzerbrechen – im weltweiten Netz ist alles rauszukriegen. So war es auch bei jenem Gewinnspiel, bei dem es Tickets für das Berliner Lindenberg-Musical „Hintern Horizont“ plus Übernachtung zu gewinnen gab. Die Frage der Redaktion, „Was

für ein Instrument bekam Udo Lindenberg seinerzeit von Erich Honecker überreicht?“ war lösbar: Schalmei oder alternativ Martinstrompete. Fast 1 000 Leser wussten das und schrieben der Redaktion. Eine Leserin gewann den schönen Preis.

Die Leser ahnen, dass die Zeitung den Preis nicht selbst spendiert sondern einen Sponsor hat. Das war in diesem Fall auch so: Das Musical „Hintern Horizont“ brauchte Werbung. Die Agentur wollte einen schönen Hinweis auf das Musical und ein Foto, wobei man den Text gern gegenlesen wolle, wie es hieß. Das bricht dem Journalisten schier das Herz, aber was soll's? Der Text fand Zustim-

mung, und der Beitrag erschien. Doch: Was die Agentur gut fand, missfiel dem Theater am Potsdamer Platz. Es wollte den Preis nicht rausrücken, bevor die Zeitung nicht nochmal Text und Foto nachlegt und zwar so, wie sich das Theater das vorstellt.

Die Zeitung legte nicht nach, sondern verabschiedete sich von dem gesponserten Preis. Sie besorgte die Tickets und die Hotelübernachtungen selbst und schickte die Gewinnerin auf eigene Rechnung los, was so schlimm nicht ist. Nur, am Anfang war das eben ganz anders geplant. Was würde wohl Udo Lindenberg dazu sagen?

Rolf Kienle

»Wer für seine Unternehmenskommunikation Inhalte zum Thema Reisen sucht, für den haben wir einiges im Gepäck.«

PROVISIONS-
FREI



Nutzen Sie das Potenzial von mehr als 1.500 anerkannten Journalisten

Immer mehr Unternehmen nutzen für ihre Websites, Newsletter und Broschüren professionelle Texte von rund 1.500 bei uns angemeldeten Journalisten. Damit erhalten sie Inhalte für ihre Kommunikation, die bislang nur Großkonzernen vorbehalten waren. In unseren zahlreichen Ressorts können auch Sie den für sich passenden Artikel finden. Und sollten Sie einmal nicht sofort fündig werden, können Sie einen maßgeschneiderten Artikel in Auftrag geben. Fachjournalisten bewerben sich darum – und schreiben den Beitrag nach Ihren Anforderungen. Und das zu einem Preis, den Sie selbst zuvor aushandeln – natürlich mit dem vollen Nutzungsrecht.

Deutschlands großer Online-Marktplatz für bezahlbare Kommunikation. Einfach, fair, direkt.

DieRedaktion.de
DIE JOURNALISMUS-BÖRSE



Jetzt informieren: www.DieRedaktion.de/unternehmen



Tor zu einer anderen Welt? Sonnenaufgang in Chichen Itza.

Bild: Lilo Solcher

Wieder ein Rekordjahr?

Die Tourismusbranche trotz Krisen und Weltuntergangsszenarien

Anfang 2011 hatte Prof. Martin Lohmann von der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen auf der Stuttgarter Reisemesse CMT ein Rekordjahr prophezeit. Ein Jahr später prognostiziert er am gleichen Ort wieder „ein sehr gutes Reisejahr“. Business as usual in der Reisebranche – und das in einem Jahr, für das der Weltuntergang vorhergesagt wurde?

Die Havarie der Costa Concordia, die über Wochen die Schlagzeilen beherrschte, wirkt da wie ein Menetekel. Ein Fanal gegen den Größenwahn, der nicht nur die Kreuzfahrtbranche erfasst hat, sondern auch in den Emiraten seit Jahren merkwürdige Blüten treibt. Der

Burj Khalifa hat den legendären Turmbau zu Babel längst in den Schatten gestellt, mit Milliardeninvestitionen werden Metropolen in den Sand gesetzt, wachsen künstliche Inseln auf dem Meer und blühende Gärten in der Wüste. Am Himmel sind so viele und so große Flugzeuge wie nie zuvor unterwegs. Auf den Meeren werden die Kreuzfahrtschiffe immer gigantischer. Längst schon ist Reisen zu einer Industrie geworden, die den Urlaub auch fürs kleine Budget möglich macht. Der Traumurlaub ist erschwinglich geworden. Der Welttourismus setzt Massen in Bewegung – auch und gerade in den Schwellenländern.

Für 2012 rechnet die Welttourismusor-

ganisation mit einem weiteren Wachstum von rund 3,5 Prozent bei den internationalen Ankünften. Zum ersten Mal in der Geschichte des Tourismus könnte die Zahl der Reisen weltweit eine Milliarde überschreiten. Wieder wäre „eine echte Schallgrenze durchbrochen“. Und das in Zeiten, die von Unsicherheiten geprägt sind und nach einem Tourismusjahr, das mit Naturkatastrophen und politischen Verwerfungen zu kämpfen hatte.

Vor einem Jahr erst zeigte die Katastrophe von Fukushima den Menschen ihre Grenzen auf. Qualmende Atommeiler schürten die Angst vor einem GAU. Der arabische Frühling und die darauf folgenden Wahlsiege der islamistischen

Parteien haben auch die Touristen verunsichert.

Überschwemmungen in Thailand, Überfälle in Afrika, Drogenkriminalität in Mexiko: Die Welt ist kein sicheres Pflaster – und trotzdem wird gereist. Glaubt man den Vorhersagen, auch in diesem Jahr mehr denn je. Nicht einmal die Euro-Krise und das Debakel mit Griechenland kann den Deutschen ihre Reiselust vermiesen, ist Forscher Lohmann überzeugt, und die Zahlen der Commerzbank unterstützen die Einschätzung. Sie sprechen für ein Wachstum „mit angezogener Handbremse“. Die Deutschen sehen ihre wirtschaftliche Situation trotz aller Krisen positiv und scheinen deshalb fest entschlossen, in Urlaub zu fahren.

Laut Reiseanalyse haben 35 Prozent der Befragten Zeit, Geld und Lust, in diesem Jahr zu verreisen. 24 Prozent der Deutschen wollen sogar mehr reisen als im Vorjahr, und 29 Prozent wollen mehr Geld für ihren Urlaub ausgeben. „Wir erwarten daher ein Wachstum in fast allen Bereichen“, sagt Lohmann. Der Mittelmeerraum sowie Wellness- oder Baustein-Reisen haben seiner Meinung

nach noch ein großes Potential. Die Experten der Commerzbank erwarten, dass vor allem auch Deutschland von der Reiselust profitiert, Städte- und Kurzreisen seien mehr denn je en vogue, heißt es. Trotzdem, noch immer geben die Deutschen das meiste Geld im Ausland aus: Mit umgerechnet über 84 Milliarden US-Dollar behaupteten sie 2011 wieder die Spitze und damit den Titel als Reiseweltmeister – noch. Denn China holt gewaltig auf und könnte Deutschland schon in diesem Jahr entthronen, so die Commerzbank-Experten.

Dabei tut sich so einiges im Ausland, das Lust auf Reisen machen könnte: die olympischen Spiele in London, die Fußball-EM in der Ukraine und in Polen, die Expo in Südkorea. Und natürlich die Maya-Prophezeiung in Mexiko: Alle Welt spricht vom Weltuntergang. Auch die Tourismusbranche, die schon wieder ein Geschäft wittert: Reisen Sie nach Mexiko zu den Tempeln und Pyramiden der Maya, solange sie noch stehen!

Lilo Solcher

VDRJ-Preisgala

Wer Mainau sagt, denkt an Gartenkunst, an üppige Blüten und lustvolles sich treiben lassen durch die pralle Vegetation der Bodenseeinsel. Wer dagegen ICC sagt, denkt an – alles, aber nicht an Natur. Ein spannender Kontrast also, wenn Graf Björn Bernadotte für sich und seine Schwester Bettina in eben diesem ICC, und dann noch im hyper-retro-spacigen und garantiert Blumen-freien Saal 6, den Columbus-Ehrenpreis der VDRJ entgegennimmt. (siehe auch Portrait in diesem Heft)

Die Floristen haben wir jedenfalls schon mal vorgewarnt, dass der bunte Dankes-Strauß für jemanden ist, dem eine Allergie gegen langweilige Schnittblumen nachgesagt wird...

Am ITB-Freitag um 17 Uhr findet dieses Mal unsere Preisgala statt – als schöner Abschluss der Fachbesuchertage. Und als Höhepunkt für all die ausgezeichneten Journalisten unserer Columbus-Awards. Jeder ist herzlich als Gast willkommen. jd



**Ihr Spezialist für Privatreisen nach Asien
und weitere ferne Länder mit über 20 Jahren Erfahrung.**

Für alle Fragen rund um unsere Pressearbeit freut sich Geschäftsführer Tobias Büttner unter t.buettner@geoplan.net oder 0 30 / 79 74 22 75 über Ihren Kontakt.

Geoplan Touristik GmbH · Mohriner Allee 70 · 12347 Berlin · Telefon: 030 / 79 74 22 79
Telefax: 030 / 79 74 22 80 · E-Mail: team@geoplan.net

GEOPLAN
DIE INDIVIDUELLE ART DES REISENS

Immer einen Schritt voraus

Columbus Ehrenpreis für die Geschwister Bernadotte und die Insel Mainau

Eine kleine Insel zeigt große Wirkung: Als Columbus-Ehrenpreisträger 2012 wurden die Geschwister Bettina Gräfin Bernadotte (37) und Björn Graf Bernadotte (36) von der Insel Mainau im Bodensee gewählt. Das gräfliche Geschwisterpaar hat sich in Weiterführung der Tradition ihrer Eltern, Graf Lennart und Gräfin Sonja Bernadotte, der Umwelt und der Nachhaltigkeit verpflichtet – weit über das Anliegen der Mainau hinaus.

Graf Lennart Bernadotte hatte 1932 die mit 45 Hektar drittgrößte Bodenseeinsel in einem ziemlich verwilderten Zustand geerbt. Unter seinen Händen wurde sie zum Musterbeispiel für Nachhaltigkeit und Ökologie. Symbol hierfür ist die Grüne Charta der Mainau, aus der die bundesweite Kampagne „Unser Dorf soll schöner werden“ sowie das Bodenseemanifest hervor gingen. Durch diese Initiative ist heute der damals völlig umgekippte See wieder trinkwasserrein und bietet ein Habitat für eine Vielzahl und Vielfalt an Fischen. Die Diplom-Betriebswirtin Bettina Bernadotte ist seit 2007 Geschäftsführerin der Mainau GmbH, die ganzjährig 150 Angestellte und im Sommer noch einmal so viele Saisonkräfte beschäftigt. Mit 1,2 Millionen Besuchern im Jahr ist die kleine Insel die größte Touristenattraktion am Bodensee. Die väterliche Tradition entwickelt die Gräfin sehr engagiert weiter.

Die Mainau ist ein Biotop, das nicht nur bundes- sondern weltweit seinesgleichen sucht. Gräfin Bettina und ihr Bruder, Graf Björn, sind gleichberechtigte Geschäftsführer der Mainau GmbH, einem herausragenden Beispiel für vorbildliche Vorgehensweisen eines

Unternehmens und das ohne finanzielle Unterstützung vom Staat. Als Präsidentin des Nobelpreisträgerkomitees holt die Gräfin die Großen dieser Welt an den Bodensee, um Konzepte für die Zukunft zu entwickeln. Nirgendwo außerhalb Stockholms versammeln sich dank ihrer Initiative so viele Nobelpreisträger. Nirgendwo sonst werden so kompetent Zukunftsvisionen diskutiert. Seit 2006 ist Gräfin Bettina außerdem Mitglied im Kuratorium des Kinderhilfswerks Plan International Deutschland

*Die Mainau will als
größter touristischer Anbieter
in der Region
auch Vorreiter im Umweltschutz
bleiben.*

und engagiert sich ehrenamtlich für die Vereine „Gärtnern für Alle e.V., Insel Mainau“ und „Europäisches KulturForum Mainau e.V.“. 2010 erhielt sie den „Ökologia“-Preis der Stiftung für Ökologie und Demokratie e.V., Bonn.

Die kontinuierliche Verbesserung der Umwelt ist ein Unternehmensziel der Mainau GmbH. Aus diesem Grund wird der Umweltschutz auf der Insel seit 1998 professionell organisiert, indem man sich freiwillig an EMAS (Eco Management and Audit Scheme), einem System für Umweltmanagement und Umweltbetriebsprüfung, beteiligt. Damit will die Mainau als größter touristischer Anbieter in der Region auch Vorreiter im Umweltschutz bleiben. Im Sinn der „Grünen Charta von der Mainau“ von 1961 besteht mit den entsprechenden Institutionen eine kon-

struktive Zusammenarbeit, so mit dem Deutschen Rat für Landespflege oder der Deutschen Gartenbau-Gesellschaft. Björn Graf Bernadotte ist seit 2007 auch geschäftsführendes Vorstandsmitglied der Lennart-Bernadotte-Stiftung. Er ist Präsident der Mainau Akademie, eines Fortbildungszentrums für Natur und Umwelt, Gründungsmitglied des „Europäischen Kulturforums Mainau“ und des Vereins „Gärtnern für Alle“.

Die Lennart-Bernadotte-Stiftung unterstützt die Förderung von Wissenschaften, der Landespflege, des Umwelt- und Denkmalschutzes sowie der Heimatpflege. Ebenfalls unter dem Dach der Lennart-Bernadotte-Stiftung ist der Verein „Gärtnern für Alle“ organisiert. Geschäftsführerin des Vereins ist Sandra Angerer, Ehefrau des Grafen. Das Spektrum reicht vom Servicetelefon für Gartenfreunde bis zum Unterstützungskurs für lernschwache Jugendliche. Zu den beliebtesten Angeboten gehört die „Grüne Schule Mainau“ als außerschulischer Lernort. Ziel ist es, mit dem „Klassenzimmer in der Natur“ bei Jugendlichen Interesse für die Umwelt zu wecken.

Immer stärker entwickelt sich die Insel zum Impulsgeber in Sachen Umwelt und Nachhaltigkeit. Ziel für die kommenden drei Jahre ist es, die Insel in Bezug auf Wärme- und Stromenergie zu hundert Prozent regenerativ zu versorgen: „Die Mainau strebt in ihrer Arbeitsweise eine Balance aus Ökonomie und Ökologie an,“ gibt Graf Björn das Ziel vor. „Das bedeutet konsequentes Einhalten selbstgewählter Richtlinien – vom Energiekonzept bis zum Abfallsystem.“ So wurde erst vor kurzem eine Holzvergaseranlage zur Stromgewinnung fertig gestellt, die von den Stadt-

werken Konstanz unterstützt wird. „Und wir achten ganz bewusst auch auf den Einsatz möglichst regionaler Produkte von Betrieben, die nach ökologischen Richtlinien produzieren. Selbst bei unauffälligen Kleinigkeiten wie ökologischer Pflanzenschutz versuchen wir, verantwortlich im Sinne von Natur, Mensch und Tier zu handeln“, betont Gräfin Bettina. „Und last but not least“, ergänzt ihr Bruder „liegt uns die bewusste Entschleunigung unserer Gäste am Herzen.“

Ökologie zum Anfassen gibt es im neuen Erlebniswald, der auf 1,6 Hektar das Ökosystem Wald in mehreren Sta-



Heißer Draht zu Nobelpreisträgern: Bettina Gräfin Bernadotte.



Im Einsatz für Natur und Mensch: Björn Graf Bernadotte. .

Bilder: Gunther Träger

tionen erlebbar macht. „Der Fokus liegt auf Umwelterziehung“ erklärt Björn Bernadotte. Der Graf ist ausgebildeter Sozialpädagoge. „Auch und gerade Menschen, die sonst vielleicht nicht mit der Natur und dem Ökosystem Wald in Berührung kommen, sollen durch unsere Aktivitäten für dieses wichtige Thema gewonnen und für die Natur sensibilisiert werden.“ In den Baumhäusern beispielsweise werde der Wald aus einer ganz anderen Perspektive wahrgenommen. Von der Wurzel bis zur Krone wird hier alles erklärt. Große und kleine Besucher bekommen so Station für Station Zugang zum Wald. So ist die Blumeninsel wieder einmal in Sachen Umwelt und Natur einen Schritt voraus.

Dagmar Gehm

Zwischen Bergen und See

Bei der Hauptversammlung auf Gut Ising wurden neue Weichen gestellt

Die VDRJ rief, und viele kamen. Lockte doch mit Gut Ising am Chiemsee ein Bilderbuch-Bayern-Ziel. Drinnen wurde heftig diskutiert, es ging um die Website, um Kompetenzen, den gedruckten Columbus und das Selbstverständnis der Vereinigung. Draußen wurde dann doch genossen, wie die beiden Rückblicke zeigen.

Den Rahmen bot Gut Ising, das seine Geschichte bis zu einem römischen Legionär zurückführt. Wo einst seine Villa stand, erhebt sich heute das Kirchlein. Das Gut selbst war über Jahrhunderte der „Lebensmittelversorger“ für die Gegend – mit 170 Hektar Land, großen Obstplantagen und Viehzucht. Die Gäste können heute noch im Vier-Sterne-Hotel durch die Jahrhunderte wandeln. Denn die 100 Zimmer des Hotels sind in sieben höchst unterschiedlichen Häusern untergebracht: Ob Alte Schmiede, Biedermeierhaus, Kavaliershaus oder Gutshaus – alle Zimmer sind bis ins kleinste Detail liebevoll eingerichtet, mal rustikal, mal elegant, mal mit bemaltem Himmelbett und Bauernschrank, mal mit antiken Biedermeiermöbeln, mal mit Naturholz

– immer aber zum Wohlfühlen. Genau wie der eher toskanisch angehauchte Wellnessbereich, für den wir viel zu wenig Zeit hatten. Oder wie die urigen Gaststuben, wo Bodenständiges, raffiniert veredelt, auf den Tisch kommt. Kein Wunder, dass der örtliche Pfarrer jeden Mittag zu Gast ist...

Auch für die Pferde hatten wir kaum Zeit. 70 edle Rösser gehören dem Gut. Mit drei Reithallen, einer Country-Cross-Strecke, einer Galoppbahn und einem Rasenplatz hat Gut Ising sich bei passionierten Reitern viele Freunde gemacht. Sie können ihre eigenen Vier-

beiner mit- und in hoteleigenen Boxen unterbringen. Dass sich hier die größte Poloschule Deutschlands befindet, wunderte uns bei so viel Pferdefreundlichkeit nicht.

Und natürlich kommen in diesem Ambiente auch die Golfer auf ihre Rechnung: Die golfenden Kollegen ließen es sich nicht nehmen, den 9-Loch-Golfplatz und die Driving Range auszuprobieren, während die anderen ausschwärmten, um Berge und See zu erkunden.

Lilo Solcher



Hereinspaziert: Auf Herrenchiemsee lockte die Ausstellung über den Märchenkönig.

Bild: Lilo Solcher

Macher und Mitglieder

Stürmische Jahreshauptversammlung mit harmonischem Ausklang

Ende gut, alles gut? Sehr spät, aber überraschend harmonisch klang die Jahreshauptversammlung, abgehalten am Freitag, dem 14. Oktober 2011, im Tagungsgebäude von Gut Ising, aus.

Nachdem Jürgen Drensek sich nach sechs Stunden 35 Minuten flotter, manchmal hoch aufwallender Diskussionen um 20.45 Uhr bei den Mitgliedern für die interessanten Beiträge und die rege Teilnahme bedankt hatte, fasste Marina Noble mit ihrem Dankeschön an alle gewohnt-gekonnt positiv zusammen: „Es ist toll, was wir heute geleistet haben. Die Diskussionskultur hat sich enorm verbessert.“ Die Reform-Gruppe habe neue Impulse angestoßen, und der Erste Vorsitzende habe sich sehr kompromissbereit gezeigt, lobte sie beide Seiten.

Das war zu Beginn der Tagung so nicht unbedingt zu erwarten. Tiefe Stille herrschte unter den 63 Teilnehmern, als es um die Diskussion über die Berichte des Vorstands ging. Um Leben in die Bude zu bringen, erläuterte Jürgen seinen Bericht, bei dessen Verfassen er sich gar nicht gut gefühlt habe.

Schließlich gebe es so viele Herausforderungen: Über Jahrzehnte habe sich allgemein eine Unlust am Beruf aufgestaut, es würden keine richtigen Honorare mehr gezahlt, die Abdruckmöglichkeiten würden weniger. Als Vorsitzender wolle er Zukunft fördern, Ansätze liefern, wie jeder sich selbst marketingmäßig weiter entwickeln könne.

Ja, er sei schnell, vielleicht zu schnell, räumte Jürgen ein. Wenige kämen da mit. Deshalb habe sich möglicherweise Frustration entwickelt. In einer Gemein-

schaft sei es wohl ein Fehler, andere nicht am Entstehungsprozess zu beteiligen. Hier hätten wir eine typische Situation für Vereine: Da sei einer, der mache; dann heiße es womöglich: „Aber der ist ja immer vorne, wo bleiben denn wir?“

Wenn hier und heute konkrete Mitarbeit gewährleistet werde, ermunterte er die Teilnehmer, dann sei das ein großes Plus. „Dann bräuchten wir die ganzen Änderungen, Ausschüsse und Vorstandserweiterungen nicht.“

Die Reformgruppe hatte Anträge gestellt, die die bestehende Struktur der Vereinigung in ihren Grundfesten hätten verändern können.

Damit hatte er den Knackpunkt dieser Hauptversammlung angesprochen: Von der „Reformgruppe“ waren nicht-satzungsändernde und satzungsändernde Anträge gestellt worden, die die bestehende Struktur der Vereinigung in ihren Grundfesten hätten heftig verändern können: Doppelspitze? Demokratisierung? Vorstandserweiterung? Änderungen einiger Ausschuss-Geschäftsordnungen? Verglichen mit solchen umwälzenden Vorstellungen waren die Rufe nach „mehr Transparenz“ im allgemeinen und im Kassenbericht im besonderen sowie nach einer „Arbeitsgruppe Zukunft“ tatsächlich Peanuts.

À propos Kassenbericht: Der bot Anlass für stürmische Stimmmeldungen. Nach Jürgen Drenseks Erläuterungen der finanziellen „Schieflage“ (weniger Ein-

nahmen durch Sponsorengelder, unnormal viele Ausgaben in diesem Jahr beispielsweise für die neue Corporate Identity, die VDRJ-Gala und die Website) wurde heiß über überlebensnotwendige Sparmaßnahmen diskutiert. Denen fielen dann auch die teuren Columbus-Pokale und die luxuriösen Tagungsorte für die Columbus-Jurysitzungen zum Opfer.

Nicht aber die Print-Ausgabe des Columbus Magazins, für deren Erhalt die überwiegende Mehrheit der Anwesenden plädierte und der Macherin Lilo Solcher ein eigenes Mandat dafür erteilte. Auch die anderen Wettbewerbe wie „Trends im Reisetel“ sollen beibehalten, wohl aber preisgünstiger durchgeführt werden.

Dank der „enorm verbesserten Diskussionskultur“ wurden alle Anfragen, so auch jene zur Termin-Verlegung der Gala („Nein“) oder zu Jürgen Drenseks Reiseradio auf der VDRJ-Website („Ohne den Jingle-Hinweis auf die VDRJ“), wie auch die einzelnen Reform-Anträge zwar ausgiebig und kontrovers erörtert, letztlich aber fand man immer eine harmonische Lösung. Und sei es auch nur, dass man die weitere Entwicklung einiger Reformanträge in die Hände der neu ins Leben gerufenen, einstimmig beschlossenen „Arbeitsgruppe Zukunft“ weiterreichte.

Die ist in einigen Städten und im Forum auf der Website schon aktiv geworden – und hat durch den per Rundmail an alle Mitglieder erklärten Rücktritt des Ersten Vorsitzenden zur nächsten Jahreshauptversammlung in Warnemünde eine weitere, nicht ganz leichte Aufgabe bekommen.

Klaus A. Dietsch



Und Jetzt alle gemeinsam: Hülijo-Düü-Rüüü!

Bild: Heidi Diehl

Mit Rückenwind

Radtour bei frostigen Temperaturen und ein Jodelkurs

Wer hoch hinaus will, sollte sich früh auf den Weg machen. Das tun wir, denn das Ziel, der Hochfeln im Chiemgau, liegt nicht nur rund 25 Kilometer von unserem Tagungsobjekt, dem Gut Ising, entfernt, sondern auch ziemlich hoch – 1674 m NN. Es ist kalt an diesem Oktobermorgen, und wir woll'n mit'm Rad'l hoch. Nicht mit irgendeinem, sondern mit einem E-Bike.

Die meisten von uns haben so ein Teil noch nie gefahren. Diese E-Bikes nennt man auch „Pedelects“, weil sie nur rollen, wenn man auch mittritt, erfahren wir von Franz Mayer vom Priener Unternehmen „additive bikes“, der uns auf dieser nicht alltäglichen „Recherchetour“ begleiten wird. Mittels eines kaum sichtbaren zuschaltbaren Elektromotors lasse sich die Geschwindigkeit bis auf 25 Stundenkilometer erhöhen, erklärt er dem Trüppchen, das sich nach einer kurzen Nacht für die sportliche Variante des Tagesausflugs entschieden hat.

Je nach Beschaffenheit des Weges reiche so ein Akku für 25 bis 70 Kilometer. Franz zeigt uns, wie man die „Trethilfe“ zuschaltet – und los geht's.

„Beginnt erst mal ohne Unterstützung“, sagt er noch. Zu spät für mich. Ich habe – wie andere Unerfahrene auch – schon den „ersten Gang“ eingelegt, mit dem man bis auf 15 Stundenkilometer beschleunigen kann. Kurz antreten – und das Ding macht mit mir, was es will. Das Rad fährt, nicht ich!

Ich komme mir vor wie eine blutige Anfängerin, und ein möglichst unauffälliger Blick aus den Augenwinkeln sagt mir, dass es den anderen nicht besser geht. Dabei heißt es immer, Rad fahren könne man nicht verlernen. Schnell schalte ich den Motor wieder ab und trete brav mit eigener Muskelkraft in die Pedale. Der Weg ist flach wie ein Bügelbrett und führt immer am Ufer des Chiemsees entlang, der sich zu dieser frühen Morgenstunde noch in Nebel hüllt. Doch die Sonne gibt sich alle Mühe, den Vorhang zu zerreißen.

Ein Bild, wie von Caspar David Friedrich. Wenn es nur nicht so verdammt kalt wäre, meine Hände frieren langsam am Lenker fest.

Nach ein paar Kilometern hab ich mich an das Rad gewöhnt, noch ist die Strecke relativ flach. Deshalb: Zweiter Versuch, den Motor zuzuschalten. Stufe eins – das Rad wechselt zum „schnellen Schritt“. Es läuft prima, also weiter zu Stufe zwei – mit 20 Stundenkilometer fliege ich mühelos dahin. Dann geht's langsam bergauf, immer steiler, der Wind bläst scharf und kalt von vorn. Versuch macht klug, sag ich mir, und schalte hoch auf Stufe drei. Es ist, als ob von hinten einer kräftig schiebt, ich trete zwar, habe aber das Gefühl, irgendwer trage mich den Berg hinauf. Nicht im Traum würde mir jetzt einfallen, abzusteigen und zu schieben, wie ich es bei jedem normalen Rad längst getan hätte. Als ich dann – mit breitem Grinsen – auch noch einen durchtrainierten aber sichtbar geschafften Mountainbiker locker überhole, fühle

ich mich richtig gut. Dass er mir mit zusammengebissenen Zähnen ein „Angeberin“ hinterherschickt, überhöre ich einfach. Alles wäre perfekt, wenn nur die Hände nicht so kalt wären.

Vielleicht könnten die Radhersteller demnächst noch eine Fingerheizung einbauen, denke ich so bei mir. Am Ziel, der Gondel, die uns hinauf auf den Hochfelln, den Hausberg der Region, bringen wird, sage ich das Franz – als kleinen Verbrauchertipp sozusagen. Schließlich gehört er zu denen, die die Räder produzieren und gemeinsam mit dem Chiemgau Tourismusverein das Konzept „Chiemgauer Rückenwind“ entwickelt haben. Eine tolle Idee: An 20 Stützpunkten rund um Kinis Lieblingsgewässer kann man die E-Bikes ausleihen und sich so mühelos die Region er-radeln. Zu Recht bekam die junge Truppe dafür 2011 den ADAC Tourismuspreis Bayerns.

Das mit den Feinfrostfingern erledigt sich an der Hochfellnbahn ganz schnell von selbst. Andrea Wittmann, steht schon bereit – im Dirndl und mit Quetschkommode. Bei einem flotten Tänzchen, das man bei großem Wohl-

wollen als Wiener Walzer für Trampeltiere durchgehen lassen kann, servieren Ralf und ich den anderen ein paar komische Fotomotive, und nach wenigen Minuten ist uns so richtig warm. Nun aber rein in die Gondel, der Berg ruft! Vor allem eine ganz ungewöhnliche Schulstunde: Jodeln lernen für Anfänger im Schnelldurchlauf! Andrea gibt sich alle Mühe, erzählt uns die

*Das flotte Tänzchen
könnte man bei großem
Wohlwollen als Wiener Walzer
für Trampeltiere durchgehen
lassen*

Geschichte von den feschen Mückendamen Düü und Rüüü, denen der kernige Brummer Hulijo den Hof macht und fasst die herzerreißende Liebesgeschichte aus dem Reich der kleinen, fiesen Stechtierchen dann mit merkwürdigem Kehlkopfgesang zusammen. Und schon sind wir dran und versuchen es ihr zunächst mit dünnen Lauten, doch

bald schon voller Inbrunst nachzumachen. „Hulijo-Düü-Rüüü“ schallts durch die Berge, und das Echo wirft's zurück, sehr zur Freude der amüsierten Wanderer. Längst haben wir alle Hemmungen von uns geworfen, jodeln, was das Zeug hält und bringen Kuhglocken dazu, herzerreißende Melodien zu bimmeln.

Als Ralf dann gar schnöden Aluminiumlöffeln flotte Rhythmen entlockt, gerät Jürgen so aus dem Häuschen, dass er vor lauter Begeisterung aus den „Latschen kippt“ und sich samt der Jodellehrerin, die uns mit einem tapferen Lächeln erträgt, fast den Berg hinabgestürzt hätte. (Ohne dabei zu vergessen, das Ganze auch noch zu filmen! Man muss ja schließlich der Nachwelt was Bleibendes hinterlassen!).

Höchste Zeit, die Unterrichtsstunde zu beenden. Am Ende bescheinigt uns ein Jodeldiplom, dass wir erfolgreich den Kurs absolviert haben. Auch der mörderische Abend wird zeigen, dass wir mehr Talente unter uns haben als wir ahnen: Nr. 1, bitte übernehmen Sie!

Heidi Diehl

Groupe
Pierre & Vacances
CenterParcs

Sabine Huber – Pressereferentin
Groupe Pierre & Vacances /
Center Parcs Deutschland
sabine.huber@groupepvcp.com
Pressestelle:
c/o Anita Meier Public Relations GmbH
ampr@anita-meier-pr.de

15 Feriendörfer
Frankreich pur
Atlantikküste
Côte d'Azur
Provence
Zentralmassiv

Spanien:
Costa del Sol
Französische Antillen:
Guadeloupe

Europas Nummer 1 für Ferienapartments & Resorts
51.000 Ferienhäuser & Apartments 350 Residenzen & Familienresorts



Filmreife Kulisse: Die Insel Frauenchiemsee vom Ufer aus.

Dem Himmel sei Dank

Auf Frauenchiemsee haben die Schwestern das Sagen

Filmreif ist die Kulisse: Eine Kirche aus dem 13. Jahrhundert, blühende Gärten, ein stiller Klosterhof, ein Friedhof mit schönen alten Gräbern und natürlich ein Wirtshaus, der Klosterwirt. Drum herum, blau wie der Himmel, der Chiemsee. Wir sind auf der Fraueninsel, auch Frauenchiemsee genannt, dem Pendant zu Herrenchiemsee, wo Ludwig II. sich sein „Versailles“ erbauen ließ.

Weit weniger prächtig geht es auf Frauenchiemsee zu, wo derzeit 29 Schwestern im ältesten Frauenkloster nördlich der Alpen leben und arbeiten. Schwester Hanna ist eine von ihnen. Auch sie ist filmreif. Mit ihrem Witz und ihrem Enthusiasmus könnte sie für die gleichnamige Schwester

der Erfolgsserie „Um Himmels Willen“ Pate gestanden haben. Auf jeden Fall steht diese energische Schwester mit beiden Beinen fest auf dem Boden der Realität. Die Diplompädagogin mit dem verschmitzten Lächeln lebt zwar fern der weltlichen Versuchungen aber keineswegs weltfern. Ist sie doch die Webmasterin des Klosters und damit für die Außenwirkung der klösterlichen Gemeinschaft zuständig.

Das Kloster-ABC auf der website hilft auch Unkundigen auf die Sprünge und erklärt von der Äbtissin bis zur Zelle alles, was zum Klosteralltag gehört. Der ist ganz schön hart und nichts für Langschläfer, wie uns Schwester Hanna erklärt. Um 6 Uhr beginnt der Tag mit der Laudes, dem Morgenlob, gefolgt vom Gottesdienst und dem Frühstück

um 7.30 Uhr. Jeder Tag ist gemäß der benediktinischen Regel ora et labora (bete und arbeite) mit Arbeit und Gebet durchgetaktet bis zur Nacht-Hora zum 20 Uhr, dem nächtlichen Gegenstück der Laudes.

Dazwischen bleibt Raum für Meditation und natürlich auch Zeit fürs leibliche Wohl. Mittags und abends wird vorgelesen. „Das kann auch mal ein guter Roman sein“, verrät uns Schwester Hanna, oder auch eine Biographie. Wichtig ist ihr das für die Nacht verordnete Schweigen, um „ins Gespräch mit Gott“ zu kommen aber auch, „um zu lernen, gut zu reden“. Denn: „Viel von dem, was wir reden, geht doch über Dritte, ist Klatsch und Tratsch. Wir sind ja hier auch alles nur Menschen.“

27 Jahre alt ist die jüngste in der Ge-



Bilder: Lilo Solcher

meinschaft, 96 Jahre die älteste. Ihr eigenes Alter will Schwester Hanna nicht verraten. Nur so viel, dass sie seit 25 Jahren im Kloster ist. Sechs Jahre hat jede Novizin Zeit, ehe sie sich mit

der ewigen Profess ans Kloster bindet und sich für lebenslang in der Abtei entscheidet. Leicht ist das nicht, räumt Schwester Hanna ein und reibt sich die Augen: „Wir sind ja keine Sympathiegemeinschaft, sondern bunt zusammen gewürfelt. Das sind nicht unbedingt die Menschen, die man sich als Freunde ausgesucht hätte.“ Dennoch ist die Schwester glücklich mit ihrer Entscheidung. Sie fühlt sich aufgehoben im Kloster und angesehen in der Gemeinde. Als eine von zwei Schwestern der Klosterpartei sitzt sie im Gemeinderat und vertritt die Interessen der Abtei.

Denn Frauenwörth, so der offizielle Name, ist nicht nur eine Glaubensgemeinschaft, sondern auch ein mittelständiges wirtschaftliches Unternehmen. Über 40 Angestellte arbeiten fürs Kloster, im Garten, im Gästeservice, bei der Herstellung von Marzipan und beim Schnapsbrennen. Der Klosterladen ist ein einträgliches Geschäft. Nicht nur die Touristen nehmen gerne

ein schmackhaftes Souvenir oder eine klingende Postkarte mit nach Hause. Auch die Teilnehmer von Seminaren und Symposien und die Gäste, die für ein paar Tage innere Einkehr suchen, sind gute Kunden im Klosterladen und beim Klosterwirt.

So scheint die kleinste Gemeinde Bayerns mit ihren 300 Einwohnern tatsächlich eine Insel der Seligen.

„Für mich passt's“, sagt Schwester Hanna, lächelt wie Mona Lisa, und führt ihre Schäflein durch die Äbtissinnengalerie, wo die „Ahnen“ mit gestrengem Blick auf die moderne Schwester in der schwarzen Fleecejacke mit dem Symbol des Adelholzener Wassers herunterschauen.

Womöglich reiht sich ja Schwester Hanna irgendwann einmal in die Galerie ein. Ausgeschlossen ist es nicht, dass die rührige Nonne einmal den Äbtissinnenstab in die Hand nimmt...

Lilo Solcher



Schwester Hanna in der Äbtissinnengalerie.

Innovative Ideen Mangelware

Wieder einmal siegt Die Zeit. Bei den Regionalen ist es die Berliner Morgenpost

Same procedure as every year – wieder einmal ging es bei der Jury-Sitzung des Columbus Wettbewerbs „Trends im Reisetil“, den die VDRJ nun schon zum dritten Male ausgeschrieben hatte, darum, Prozesse zu erkennen, ob, wie und wohin sich die Reisetile deutscher Tages- und Wochenzeitungen entwickeln und welche Blätter da schon auf einem guten Weg sind und sich deshalb als besonders zukunftsfähig erweisen.

War ganz schön schwierig, denn Prozesse der Wandlung, der Verbesserung, der Modernisierung in Richtung Zukunftsfähigkeit waren bei vielen der eingereichten Reisetile nicht unbedingt zu erkennen. Sie alle sind journalistisch-handwerklich gut gemacht, bieten dem Leser ausgezeichneten Stoff, machen ihm Lust auf's Reisen, entführen ihn durch üppige Bilderwelten in Traumwelten, versorgen ihn mit reichlich Servicemeldungen und servieren ihm das Ganze relativ schmackhaft umbrochen. Alles super, gar keine Frage, aber Bewegung, neue redaktionelle und konzeptionelle Ideen, konnte die Jury nur bei wenigen feststellen.

„Die einzige Zeitung mit echten Innovationen“ lobten die Juroren die eingereichten Ausgaben der *Zeit*. Deshalb holte die sich zum dritten Mal in Folge den ersten Preis. Geschätzt wurden dabei vor allem neue Ideen, mit denen *Die Zeit* ihre Leser überrascht: Exzellent konzipierte Schwerpunkt-Ausgaben zu bestimmten Themen, politisch hochaktuelle Aufhänger für kontrovers zu diskutierende Stories und den unregelmäßig erscheinenden „City Guide“, eine echte Neuerung. Die ausgefallenen Aufhänger samt intelligenten Über-

schriften für erstklassige Reisereportagen toller Autoren brachten die *Süddeutsche Zeitung* auf's Treppchen, die auch optisch voll auf der Höhe der Zeit ist. Punktemäßig gleichauf mit der *SZ* positionierte sich bei den Journalisten die *Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung*, die laut den Juroren handwerklich zum Besten gehört. Von ihren sehr engagierten, manchmal auch ausgefallenen Inhalten her wäre sie glatt der Trendsetter gewesen. Aber ihre Optik mit den deutlichen Zügen der späten

Am Wettbewerb teilnehmen konnte jede Reisedredaktion deutscher Tages- und Wochenzeitungen. 18 Blätter stellten sich der Jury.

90er Jahre vereitelte das.

Unter die Finalisten kamen auch die *Frankfurter Allgemeine Zeitung* und *Die Welt*. Für die erstere sprachen ihre zum Teil ungewöhnlichen Ansätze, ihre Bücherecke (die beste weit und breit) und ihre intelligent inszenierte letzte Seite mit großen, stimmungsvollen Fotos. Bei der *Welt* fiel positiv auf, dass sie im crossmedialen Zeitalter reichlich Zusatzangebote zu ihren Geschichten im Internet bereithält. Als innovative Idee wurde gewürdigt, den Stories statt eines Vorspanns eine Art Stichwortverzeichnis voranzustellen.

Mit gehörigem Abstand zu ihren dann nah beieinanderliegenden Verfolgern reüssierte die *Berliner Morgenpost* unter den regionalen Zeitungen. Sie stand schon letztes Jahr ziemlich weit oben, hat sich aber nochmals verbessert. Als

zukunftsfähig gilt ihr sorgfältig lesernah ausgesuchter Inhalt, der Mix aus Reportagen und festen Rubriken wie „Ärger der Woche“ – informativ und von großem Nutzwert. Dem entsprechen ein übersichtlich lockeres Layout, eine sehr lesbare Grundschrift und Bilder, die im Schnitt sehr klassisch, aber Stimmung machend sind. Den zweiten Platz unter den Regionalen eroberte die *Frankfurter Rundschau*. Die Blattmacherin kann einfach gut mit dem Tabloid-Format umgehen und das Beste aus dem wenigen Platz herausholen. Besonders gefiel die hervorragend strukturierte Panorama-Seite im Inneren, aber auch die lesenswerte Mischung aus Information und Unterhaltung durch Reportagen, Interviews, Meldungen und Kleinteiligem wie „Gib mir 5!“ fand Anklang. Die Gestalter lobten das sehr eigenständige Layout, den ausgezeichneten Bildschnitt und den großzügigen Umgang mit Weißraum. „Originell“ fand ein Juror die *Augsburger Allgemeine*. Nicht nur ihm behagten die frische Themenmischung aus großen Geschichten, kleinen Meldungen und reichlich Leser-Service, die als gut bis sehr gut bewerteten Infoteile, der enorme Nutzwert und die Schwerpunkt-Ausgaben wie „Mein Meer“. Hinzu kommen eine gute Typografie und Lust machende, stimmig komponierte Bilder.

Der Nutzwert aber ebenso die Leser-Blatt-Bindung stehen auch beim *Münchner Merkur/tz* im Vordergrund. Die Redaktion weiß ihren sehr eigenständigen Reisetil trotz des merkbar kleinen Budgets durch innovative Ideen anzureichern, so z.B. durch den systematischen Einsatz ihrer Leser: „Das sagen die Urlauber“, „Leserreporter berichten“ etc. Bei so viel Service-Ori-

Feingefühl und Wortgewalt

Der Columbus-Autorenpreis: Ein starker Jahrgang

Nicht nur wegen der Genialität der großen Siegeregeschichte war der Jahrgang 2011 bemerkenswert: Mit 62 Geschichten in der Langkategorie und 33 Einreichungen in der Kurzkategorie waren insgesamt fast 40 Prozent mehr Beiträge im Rennen als im Vorjahr.

Das lag auch daran, dass die *Süddeutsche Zeitung* und das Reiseblatt der *FAZ* erstmals als Redaktion Autorengeschichten ins Rennen schickten. Aber auch *Die Zeit*, *GEO*, die *Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung* sowie nahezu alle Leitmedien schickten ihre Besten wieder ins Rennen, was die Bedeutung des Columbus als wichtigsten Reportagepreis im Bereich Reise eindrucksvoll unterstreicht.

Besonders erfreulich: Die Kurzgeschichten legten bei Quantität und Qualität stark zu – wahrscheinlich, weil die Kurzform von Redaktionen immer häufiger nachgefragt wird, weil immer weniger Platz da ist. Auch die Jungautoren verdoppelten Ihre Einsendungen zum Jahrgang 2010 – und so war es auch nicht schwer, in diesen zwei Kategorien würdige Sieger zu küren.

„Die Unumkehrbaren“, schon der Titel der Sieger-Reportage in der Langkategorie zeigt es an: Hier geht es um eine Reise, die nicht wie jede andere ist. Autor Markus Wolff (41) erzählt in *GEO Spezial* die Geschichte des Ehepaars Schmid, das seit 9680 Tagen, seit dem Jahr 1884, in einem Toyota-Geländewagen unterwegs ist und die Welt entdeckt. Mit Höhen und Tiefen. Schicksalsschlägen. Und entfesseltem Abenteuerwillen. „Ein großes Gemälde eines Weltenbummlerlebens, das allmählich auf sein Ende zugeht“, sei die

Geschichte, sagt Jury-Mitglied Andreas Steidel. „Das geschickte Herunterbrechen eines großen Traumes“, sind die Unumkehrbaren für Anna Löffken, Reisechefin der *Brigitte*. Und für Joachim Negwer, den langjährigen Chefredakteur des *ADAC Reisemagazins*, ist das Stück schlichtweg „die perfekte Geschichte“.

Markus Wolff schafft es, hinter die Fassade der Protagonisten zu blicken, ohne ihnen die Würde zu nehmen. Er hört zu, fällt keine vorschnellen Urteile,

Drei neue Juroren bereichern die zehnköpfige Jury, die sich beim Sieger in der Kategorie „lange Geschichten“ erstmals seit Jahren einig war.

„fängt selbst die kleinsten Zwischentöne ein“, meint Dorothee Stöbener von der *Zeit*. Und so ist es seit Jahren die erste Reportage, die von allen zehn Juroren einstimmig zur Siegeregeschichte gekürt wurde. Chapeau!

Die zehnköpfige Jury war gleich auf drei Positionen zum Vorjahr verändert worden. Neu dabei: Stephan Orth, der als Redakteur von *Spiegel online* und zweifacher Columbus-Preisträger auf die eingereichten Geschichten schaute. Edith Kresta, die als langjährige *TAZ*-Frau die Diskussion um die für ihre Zeitung typische Sichtweise bereicherte. Und Andreas Steidel, dessen Expertise die meisten von seiner Zeit bei *Sonntag Aktuell* alle bestens kennen.

In der Kategorie Kurz sicherte sich Ariane Breyer (32) den Platz auf dem Siebertreppchen. Ihre Geschichte „Letzte

Worte“, erschienen in der *Süddeutschen Zeitung*, entschied in Hamburg das Rennen mit 6:4 Stimmen für sich.

Die Autorin aus Berlin nimmt ihre Leser mit in das nordrumänische Dorf Sapan-ta, wo ein sehr eigener Friedhof liegt: Der Tischler Stan Patras zimmerte hier den Toten bis 1977 gut 600 Stelen. Vor-ne tragen sie bunte Bilder und die „offizielle“ Todesursache, auf der Rückseite aber prangt „die Wahrheit“, über die nur verstohlen getratscht wurde. Diese Tradition führt heute der einstige Geselle des alten Tischlermeisters fort.

Die Jury zeigte sich begeistert. Anna Löffken: „Dass eine Geschichte, die den Tod als Thema hat, so viel vom Leben erzählt, ist beeindruckend.“ Andreas Steidel schätzt die „Skurrilität der Story“ und betonte: „So etwas gehört einfach in einen Reisetext!“ Und Edith Kresta sah in dem Text „das rundum gelungene Lesestück“.

Der Nachwuchspreis geht – „trotz eigentlich unverzeihlichem Schluss“ (Stephan Orth) – an Florian Zinnecker (27) mit seinem Stück „Mit Liszt und Tücke“, erschienen in der *FAS*. Der Journalistenschüler der Hamburger Henri-Nannenschule schaffte es, die Ereignisse des Gutenberg-Skandals an der Universität Bayreuth geschickt mit dem Liszt-Jahr zu verbinden, womit die Stadt eigentlich für positive Schlagzeilen sorgen wollte. „Die doppelte Aktualität und die distanziert, liebevolle Betrachtung der Stadt stachen heraus“, freut sich Jurorin Barbara Liepert. Eine „liebevoller Milieustudie“, erkannte Anna Löffken in der Geschichte. Eines kann man mit Gewissheit sagen: Wir haben drei würdige Sieger in einem starken Jahrgang!

Christian Leetz

Alle Columbus-Preise 2012 auf einen Blick

Columbus Autorenpreis

Kategorie Kurzbeiträge

Goldener Columbus: Ariane Breyer · „Letzte Worte“ · Erschienen am 2.12. 2010 in der Süddeutschen Zeitung

Kategorie Langbeiträge

Goldener Columbus: Markus Wolff · „Die Unumkehrbaren“ · Erschienen im Dezember 2011 in GEO Spezial

Sponsorpartner der VDRJ: Gebeco

Förderpreis (Autoren unter 30 Jahre)

Florian Zinnecker · „Mit Liszt und Tücke“ · Erschienen am 27.2.2011 in der FAS

Sponsorpartner der VDRJ: Air Berlin

Jury: Ulrich Brenner, freier Journalist, ehemals Deutsche Journalistenschule · Barbara Liepert, Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung · Edith Kresta, TAZ · Anna Löffken, Brigitte · Joachim Negwer, Cross Media Redaktion, Stephan Orth, Spiegel online · Andreas Steidel, Die Reiseschreiber · Dorothee Stöbener, Die ZEIT · Karin Eilks, Gebeco
Jury-Geschäftsführer: Christian Leetz · Kontakt: columbus-autorenpreis@vdrj.org

Columbus TV-Preis

Kategorie Kurzbeiträge

Silberner Columbus: Michael Petsch · „Leben unter Schweizer Palmen“ · Erstaussstrahlung 2. Juni 2011 im ZDF. Kamera: Ralph Zeilinger, Schnitt: Carla Sperber, Redaktion: Bernhard von Dadelsen

Silberner Columbus: Julia Leiendecker · „Reisen im Rollstuhl“ · Erstaussstrahlung 29. Mai 2011 im ARD-Ratgeber Reise, Kamera: Christoph Schwingel, Schnitt: Sabine Bolz, Redaktion: Kerstin Woldt

Bronzener Columbus: Franz Hansl · „Dieter on Tour: Geocaching“ · Erstaussstrahlung 4. Januar 2011 WDR Servicezeit, Kamera: Goran Markovic, Schnitt: Goran Markovic, Redaktion: Anne Leudts

Bronzener Columbus: Stefan Düfel · „Melbourne: Lebenswerteste Stadt der Welt“ · Erstaussstrahlung 23. Oktober 2011 im ARD-Ratgeber Reise, Kamera: Stefan Bruse, Schnitt: Thomas Klemke, Redaktion: Kerstin Woldt

Kategorie Langbeiträge

Goldener Columbus: Susanne Gebhardt · „Der Leeds-Liverpool-Kanal“ · Erstaussstrahlung 4. Juli 2011 auf ARTE, Kamera: Norbert Bandel, Schnitt: Claudia Welter-Stemmler, Redaktion: Ulrike Becker (SWR)

Silberner Columbus: Carsten Heider · „weitweitweg – Verückt nach Adrenalin“ · Erstaussstrahlung am 12. Januar 2011 im SR, Kamera: Manfred A. Hagbeck, Schnitt: Kathrein Sabrowsky, Redaktion: Kerstin Woldt

Silberner Columbus: Yvonne Zagermann · „red!@ the city – Berlin“ · Erstaussstrahlung am 20. Juni 2011 auf Pro 7, Kamera: Christian Efnemann, Schnitt: Maja Zylberszac, Redaktion: Marko Bolkovic

Bronzener Columbus: Christian Schidlowski · „Über den Inseln Afrikas – Madagaskar“ · Erstaussstrahlung am 13. Juli 2011 auf ARTE, Kamera: Sascha Kellersohn, Dramaturgie und Schnittregie: Verena Schönauer, Redaktion: Ulrike Becker (SWR)

Sponsorpartner der VDRJ: AIDA Cruises

Jury: Judith Adlhoch, Moderatorin, Produzentin (Tango Film) · Otto Deppe, freier Journalist, Saarbrücken · Astrid Ehring, Pressesprecherin ITB, Berlin · Karl Mertes, Redakteur WDR, Köln · Thorsten Pengel, Filmcutter pengel_design.in' motion))), Berlin · Holger Wetzels, GF, aah! Agentur Albert Hamburg · Kerstin Woldt, Redakteurin, Saarländischer Rundfunk

Jury-Geschäftsführer: Jürgen Dresek · Kontakt: columbus-filmpreis@vdrj.org

Columbus Radiopreis

Kategorie Kurzbeiträge

Silberner Columbus: Gisela Jaschik · „Die Meteorologen von Hiddensee“ · Erstaussstrahlung am 4. September 2011 im DLF Sonntagsspaziergang, Redakteur: Andreas Stopp

Bronzener Columbus: Hans-Günther Meurer · „Frühling im Alten Land“ · Erstaussstrahlung am 23. April 2011 auf HR4, Redakteur: Rüdiger Edelmann

Bronzener Columbus: Manfred Wöll · „Alpine Orte der Kraft – Mystik am Untersberg“ · Erstaussstrahlung am 13. August 2011 auf Bayern 1 Rucksackradio, Redakteur: Ernst Vogt

Kategorie Langbeiträge

Goldener Columbus: Eva Mehl · „Dialektatlas – Bairisch“ · Erstaussstrahlung am 14. August 2011 im DLF Sonntagsspaziergang, Redakteur: Andreas Stopp

Goldener Columbus: Alexa Hennings · „Hiddensee: Und im Bernstein träumen Fliegen“ · Erstaussstrahlung am 13. August 2011 bei Bayern 2 (Weitwinkel), Redakteur: Ulrike Hagen und Jutta Prediger

Bronzener Columbus: Gabi Schlag und Dörte Wustrack · „Heimweh nach dem Kurfürstendam“ · Erstaussstrahlung am 11. September 2011 im DLF Sonntagsspaziergang, Redakteur: Andreas Stopp

Sponsorpartner der VDRJ: Thomas Cook Reisen

Jury: Jürgen Dresek, Aixpress-Medien-Produktion, Berlin Rüdiger Edelmann, Hessischer Rundfunk, HR4 · Jürgen Schiller, Freier Journalist, Berlin · Andreas Stopp, Leiter Reiseredaktion Deutschlandfunk, Bonn · Holger Wetzels, GF, aah! Agentur Albert Hamburg · Daniela Wiesler-Schnalke, Leiterin Medientraining, DW-Akademie
Jury-Geschäftsführer: Otto Deppe · Kontakt: columbus-radiopreis@vdrj.org

Columbus-Preis Trends im Reisetitel

Überregionale Tageszeitungen

Goldener Columbus: DIE ZEIT · Redaktionsleitung: Dorothee Stöbener

Silberner Columbus: Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung · Redaktionsleitung: Barbara Liepert

Silberner Columbus: Süddeutsche Zeitung · Redaktionsleitung: Jochen Temsch

Regionale Tageszeitungen

Goldener Columbus: Berliner Morgenpost · Verantwortlicher Redakteur: Eberhard von Elterlein

Silberner Columbus: Frankfurter Rundschau · Verantwortliche Redakteurin: Johanna Rüdiger

Bronzener Columbus: Augsburgische Allgemeine · Verantwortliche Redakteurin: Doris Wegner

Sponsorpartner der VDRJ: Neckermann Reisen

Jury: Ulrich Brenner, freier Journalist, ehemals Deutsche Journalistenschule · Joachim Negwer, Crossmedia Redaktion · Ulla Schickling, freie Journalistin · Lilo Solcher, Redaktion Columbus · Prof. Michael Stoll mit Studenten der Hochschule Augsburg, Fachbereich Gestaltung
Jury-Geschäftsführer: Dr. Klaus A. Dietsch · Kontakt: columbus-reisetitel@vdrj.org

Letzte Worte

Im nordrumänischen Sapanta taugt der Tod für Spott

Nebel dampft aus den Tälern und verfangt sich in dicht bewaldeten Hängen. Oben auf dem Hügel raucht ein Schafhirte erst einmal seine Zigarette zu Ende, bevor er antwortet. Außer seinem Schweigen hört man nur den Flügelschlag der Krähen. Hier in Maramuresch, sagt der Volksmund, messen die Uhren nicht die Zeit, sondern die Ewigkeit.

Und in der ist der Tod eine Episode unter vielen: kaum der Klage wert. Der Schafhirte tritt die Zigarette aus. „Ihr wollt also zum Friedhof?“ Misstrauisch mustert er unseren Opel Corsa. „Und wo ist der Bus?“

Touristen gibt es hier hauptsächlich in Reisebussen. Sie schieben sich in Kolonnen die Serpentina hinauf, um wadentiefe Schlaglöcher herum und an Pferdewagen vorbei, machen Rast an den uralten Holzkirchen und gelangen schließlich, kurz vor der ukrainischen Grenze im äußersten Norden Rumäniens, in das Dörfchen Sapanta. Dort geben sie ihre Insassen frei, gleich an den Mauern des „Cimitrul Vesel“, des fröhlichen Friedhofs. Hier gedenkt man seiner Verstorbenen mit Spottversen, die der Tischler Ioan Stan Patras zwischen 1932 und 1977 in mannshohe Kreuze aus Eichenholz schnitzte. Besonders aber gedenkt man des Tischlers Ioan Stan Patras selbst, dessen Idee ein nicht unbedeutender Wirtschaftsfaktor für Sapanta geworden ist.

Trauer Gäste dürfen das Kassenhäuschen am Haupteingang gratis passieren, vor dem meist eine gut gelaunte Reisegruppe Schlange steht. Von dort aus leuchten dem Betrachter etwa 600 bunt bemalte Stelen entgegen. Jede trägt ein Bildnis des Toten im Stil der

naiven Malerei, darunter einen Vers. Diese persönliche Widmung wird von geometrischen Mustern umrahmt, deren Farbe bereits das Wichtigste über den hier Begrabenen verrät: Gelb steht für Fruchtbarkeit, rot für Leidenschaft, grün für das Leben, blau für die Hoffnung, und schwarz für einen frühen Tod. Die Porträts ähneln sich. Es gibt säende Bauern, erntende Bauern, Schäfer, kochende, melkende und webende Frauen. Als Patras in den 1930er Jahren das erste fröhliche Grabmal fertigte,

Dank Ion Stan Patras ist der „Cimitrul Vesel“ bis heute der einzige Friedhof, der dem Tod mit vollem Ernst ins Gesicht lacht.

lebte man hier fast ausschließlich von der Landwirtschaft. Daran hat sich seitdem nicht viel geändert.

Die Verse aus Patras' Feder sind ein letzter munterer Gruß des Toten: „Solange ich in dieser Welt lebte,/ habe ich Schafe geschoren,/ und gutes Fleisch zubereitet./ Nun nimm mein feines saftiges Fleisch,/ und guten Appetit“, steht etwa über dem Grab des 1939 gestorbenen Metzgers Gheorghe Basulti.

Nimmt man jedoch den Hintereingang, sind zuerst die Kehrseiten der Kreuze zu sehen. Die rückwärtigen Reliefs gleichen denen auf der Vorderseite nur auf den ersten Blick: Bei näherem Hinsehen erzählen Bild und Reim eine ganz andere Geschichte. Da wurde gehurt und gespielt und müßiggegangen im Übermaß. Der Arzt, der, so steht es vorn, angeblich einem Schlaganfall erlegen

sei, habe sich in Wahrheit zu Tode gesoffen; und dem ersten Bildnis der treusorgenden Ehefrau mag man so recht keinen Glauben mehr schenken, wenn die zweite Darstellung zeigt, wie man sie in flagranti mit dem Nachbarn ertappt. Die janusgesichtigen Grabmale ergänzen das pietätvolle Andenken um eine augenzwinkernde Anklage. Die Wahrheit liegt vermutlich irgendwo dazwischen.

Stoff für die widerstreitenden Lebensbeschreibungen fand Patras bei der dreitägigen Totenwache, während der Zuika, selbstgebrannter Pflaumenschnaps, getrunken wird. Je länger die Wache währte, desto herzhafter wurde vom Leder gezogen. Patras habe zudem stets ein Notizbüchlein bei sich geführt, worin er vorsorglich Klatsch und Tratsch über jene vermerkte, die die Blüte ihres Lebens bereits weit hinter sich gelassen hatten.

Mit gleicher Weitsicht führte er sein kleines Unternehmen. Damit niemand seine Geschäftsidee klauen konnte, ließ er sich die Grabmale patentieren. So ist der „Cimitrul Vesel“ bis heute der einzige Friedhof, der dem Tod mit vollem Ernst ins Gesicht lacht. Zwar versucht auch der „Lustige Friedhof“ im Tiroler Ort Kramsach, die Vergänglichkeit des Lebens mit Humor zu nehmen; er ist jedoch nur eine museale Skurrilitätensammlung, kein traditionsreicher Ort der Andacht.

Die Souvenirhändler vor den Friedhofsmauern bieten Teppiche, bestickte Blusen, Fellmützen und Miniaturkreuze feil und können alle mindestens einen Satz auf Englisch sagen: „Immer am Friedhof entlang, bis zur großen Pinie.“ Dort steht das Holzhaus, in dem Ioan Stan Patras 1977 starb, heute ist es ein Muse-



Muntere Grüße aus dem Jenseits: Der Friedhof von Sapanta.

Bild: © salajean - Fotolia.com

um. Unter der niedrigen Decke hängen Dutzende Keramikteller, die ländliche Szenen zeigen. Dazwischen ein vergilbter Artikel aus der *New York Times*, dessen Lektüre uns ein Mittfünfziger mit Baseballkappe unter einladenden Gesten anempfiehlt.

In dem Bericht geht es um Patras' begabtesten Lehrling Dumitru „Tincu“ Pop, der das Geschäft übernahm. „Das bin ich“, sagt der Mann stolz. Im Nebenberuf führt Tincu Reisende durch die Wirkungsstätte seines verstorbenen Lehrmeisters. „Für die Leute hier ist das Sterben etwas völlig Natürliches, wir sehen das mit Gelassenheit“, sagt Tincu. Er sieht in der Tat recht vergnügt aus. Bisher habe sich noch kein Angehöriger über seine Verse beschwert. Im Dorf

wisse man ohnehin alles übereinander. Tincus eigenes Grabmal werden, wenn es soweit ist, seine drei Lehrlinge gestalten: Der Beste soll es schnitzen, die Spottverse aber sollen sie gemeinsam verfassen, wünscht sich der Meister – und zwar bei einem Glas Zuika. Oder mehreren Gläsern. „Wir haben ein sehr freundschaftliches Verhältnis zueinander. Ich vertraue ihnen“, sagt Tincu.

Auch nach Westeuropa hat er schon geliefert, an Unbekannte, für rund 500 Euro die Stele. Voraussetzung sei freilich, dass die Hinterbliebenen ehrliche Angaben zu den Unzulänglichkeiten des Verstorbenen machen. Die Toten aus Frankreich und Deutschland sollte das aber nicht kümmern. Tincu dichtet ausschließlich auf Rumänisch,

im Maramuresch-Dialekt: Archaismen, Vulgarismen, garniert mit manch trotzigem Rechtschreibfehler. Ein paar Winter später beginnt die Farbe von den Kreuzen abzublättern, das Holz wird spröde, und in wenigen Jahrzehnten kann man die Reime nicht mehr lesen. Die Grabmale sind eben nicht für die Ewigkeit gemacht. Der Tod ist nur eine Episode.

Für diese Reportage, veröffentlicht am 2. Dezember 2010 in der *Süddeutschen Zeitung*, erhält Ariane Breyer den Columbus in der Kategorie Kurzbeiträge.



Foto: privat



Die Unumkehrbaren

Weltreisende seit 28 Jahren: Ein Leben im Land Cruiser

Ein Schweizer Ehepaar reist seit 28 Jahren durch die Welt – unzertrennlich und durch nichts zu stoppen. Eigentlich wollten sie nur zu einer einjährigen Tour aufbrechen. Aber nach mehr als einem Vierteljahrhundert sind die Schmidts noch immer unterwegs. Was wird aus einer Weltreise, wenn sie kein Ende mehr findet?



Das Leben ist eine Reise: Die Schmidts sind nicht zu bremsen.

Bild: Christopher Pillitz für GEO Special



Fahren als gäbe es kein Ende: Immer die Straße im Blick.

Natürlich wird irgendwann das Ende kommen. Aber an Tag 9680 seiner Reise wird sich Herr Schmid in der Hitze Sri Lankas noch einmal mit seinem Hammer dagegenstemmen. Behutsam schlägt er gegen den Anlasser des Wagens, fast so, als wollte er ihn ermuntern. Aber der Motor bleibt stumm. „Mist!“, ruft Schmid, den Kopf sonnenrot, klemmt sich einen Schraubenzieher zwischen die Zähne und schiebt seinen Körper weit unter die Kühlerhaube.

„In Papua-Neuguinea sei das doch schon einmal passiert“, sagt Frau Schmid beruhigend. „Da mussten wir nur warten!“ Wie ein verstimmtes Erdmännchen taucht ihr Mann wieder auf, Schweißperlen schießen von der Stirn in den grauen Bart. „Und wie lange sollen wir warten?“, fragt er. „Bis morgen?“ Dann beißt er wieder auf den Schraubenzieher.

„Das sind die Kleinigkeiten, vor denen der Emil am meisten Angst hat“, flüstert Frau Schmid. Dass eines Tages kein Hammer mehr hilft und auch keine Reparatur. Dass der Wagen einfach stehen bleibt wie ein Herz und ein Mechaniker sagt, man könne leider nichts mehr für das Fahrzeug tun. Dass der Traum von der nie enden wollenden Reise plötzlich gestorben ist und dass es das Leben, das die Schweizer Emil und Liliana Schmid gekannt haben, nicht mehr gibt. Unvorstellbar. Zumal sie es in diesem Leben schon so weit gebracht haben. Weiter als die meisten.

Exakt 656 045 Kilometer haben die Schmidts zurückgelegt, seit sie am 16. Oktober 1984 einen kleinen Ort bei Zürich verließen und fortan fuhren und fuhren. Wie ein Perpetuum mobile, nicht zu stoppen. Sie rollten durch

Regenwälder und Wüsten, Flüsse und Schluchten. Afrika und Asien querte ihr Land Cruiser genauso wie Nord- und Südamerika und machte in über einem Vierteljahrhundert aus einer Chefsekretärin und einem Buchprüfer zwei Weltrekordler mit Eintrag im Guinnessbuch; länger als sie war noch nie jemand mit demselben Fahrzeug auf Reisen.

Erleichterung. Der Rekordwagen ist wieder angesprungen. Bald darauf sitzen die Schmidts in einem kleinen Re-

Was zwischen den Aufklebern alles geschehen ist, haben die Schmidts schon so oft erzählt, dass auf Fragen die Antworten wie Reflexe kommen.

staurant an der Westküste Sri Lankas und erzählen im Schweizer Singsang, dass es ja auch Superlative gebe, über die man sich streiten könne. „Wie viele Wäscheklammern am Kopf und so was“, sagt Schmid. Seine Leistung aber, die Leistung von ihm und seiner Frau, sei als classical record eingestuft, nicht als ein Gag. „Das macht mich schon stolz.“

Emil Schmid, 69, ist ein kleiner, grauhaariger Mann, Liliana, 70, eine Frau mit freundlich lächelnden Augen hinter einer breiten Brille. Ohne ihren Jeep ein eher unauffälliges Paar, das aber mit anekdotensicherem Selbstbewusstsein von seiner Tour durch bislang 169 Länder erzählt, von Argentinien bis Zypern. Wer es genauer wissen will, kann mit schräg gehaltenem Kopf an den Kotflügeln des Toyotas entlanggehen, auf denen die Namen aller besuchten Staaten

kleben. Was zwischen den Aufklebern alles geschehen ist, haben die Schmidts schon oft erzählt. So oft jedenfalls, dass auf Fragen die Antworten wie trainierte Reflexe kommen. Wenn es um Heimweh geht („Der Toyota ist unser Haus“), um ihren Antrieb („Noch immer die Neugier“), um das Bleiben („Wir haben den richtigen Ort noch nicht gefunden“). Längst können sie die Erlebnisse auch in verschiedenen lange Versionen raffen. In eine kurze Fassung für neugierige Passanten genauso wie in eine ausführliche, in der sie abwechselnd erzählen, Frau Schmid aber ihrem Mann die meisten Pointen überlässt. Die übrigen nimmt sich Schmid, indem er seine Hand auf ihren Arm legt und sagt: „Wart doch mal, du kommst immer zu früh!“ Dann mäandern die Geschichten von der Übernachtung im Ferienhaus des samoanischen Vizepräsidenten oder dem sich gelösten Rad in Los Angeles noch ein wenig, bevor sie zumeist auf seinem Lieblingskontinent auslaufen: Afrika. Geschichten aus einer irritierend heilen Welt, durch die zwei glücklich erscheinende Senioren fahren.

Unzertrennbar sind sie, seit sie sich Jahrzehnte zuvor in der Firma kennenlernten, in der sie arbeiten. Sie heirateten, ziehen zusammen. Vierzimmerwohnung, „steuergünstige Lage“, sagt Schmid. Getrennt voneinander unternehmen sie nichts mehr, allein geht seine Frau nur noch einmal pro Woche zum Friseur. Sie reisen viel. Aber kaum sind sie zurück, will er wieder los. Ständig getrieben, was sich nie ändern wird. Einmal fahren sie in den Urlaub nach Marokko. Hitzetest, Schmid will sehen, wie seine Frau auf hohe Temperaturen reagiert. Sie besteht, ohne



Bild: Christopher Pillitz für GEO Special

es zu wissen. Ein Jahr lang überredet er sie danach zu einer Reise durch Afrika und kauft einen Land Cruiser, der mit vergrößertem Tank, Spezialfedern und Aufbauten über vier Tonnen wiegt, eine Tonne mehr als zulässig. Ein mit Gittern vor den Scheiben gesichertes Bollwerk, das Freiheit bedeuten soll, auch wenn es nach Käfig aussieht.

Sri Lanka, am nächsten Morgen. Die Schmidts verstauen ihre Taschen im Wagen. Die Nacht haben sie in einem der einfachen Hotels verbracht, die sie sich hin und wieder leisten, seit sie das Rentenalter erreicht haben und die Schweiz ihnen eine Pension überweist wie einen Bonus für 27 Jahre unfallfreies Fahren. 3161 Franken monatlich, rund 2625 Euro. Damit lägen sie in der Heimat unter der Armutsgrenze, hat Frau Schmid im Internet gelesen. Aber vor allem in Asien lebt es sich davon gut. Zumal die Schmidts kaum regelmäßige Ausgaben haben. Die Jahresgebühr für den Schweizer Verkehrsclub und monatlich 60 Franken Miete für die Dinge, die sie vor ihrer Abfahrt auf dem Dachboden ihres Hauses eingelagert haben. Weil sie zunächst nur ein Jahr fortbleiben wollten, dann ein weiteres, bis irgendwann unausgesprochen klar war, dass sie nicht mehr zurückkommen würden. Die Welt steht ihnen seither offen und ist doch auf die Maße eines himmelblauen Autos geschrumpft.

So sind die Kisten auf dem Dachboden seit einem Vierteljahrhundert unberührt, eine in Pappkartons konservierte 1980er-Jahre-Miniatur. Seine Bierdeckelsammlung, die Ziehharmonika, ihre Miniröcke. „Die konnte sie gut tragen, damals“, sagt Schmid, und seine Frau rollt mit den Augen. Neun vollge-

stempelte Reisepässe liegt das zurück, die Frau Schmid sorgsam aufbewahrt; wenn sie in den Ausweisen blättert, ist es wie eine Zeitreise durch Länder, Brillenmodelle und Frisuren. Sie endet bei zwei schwarz-weißen Passfotos. Das erste zeigt eine hübsche Frau mit frisierten Locken, die für die Zukunft keine anderen Pläne hat als ein unaufgeregtes Schweizer Leben mit Haus und Kindern. Auf dem anderen ist ein Mann mit Kastenbrille zu sehen, Scheitel und Krawatte, dessen Lächeln nicht vermuten lässt, dass er sich zu jener Zeit hauptsächlich von Beruhigungsmitteln ernährt. Ein ewig gehetzter Workaholic, der mit seinem Opel Manta so über Bordsteinkanten rast, dass ihm die Felgen brechen, und selbst zu Weihnachten Bücher zum Prüfen mit nach Hause bringt. „Ich glaube nicht, dass du noch leben würdest, wenn wir nicht gefahren wären“, sagt Frau Schmid. „Du regst dich noch immer schnell auf.“

„Du auch!“, blafft er.

„Ja, ja“, sagt sie.

Konzentriert steuert Schmid das Auto durch die Straßen, vorbei an Obstständen, Kühen und Motor-Rikschas, die dem Wagen ausweichen wie aufgeschreckte Hühner. Ziel sind ein Felsen im Nordosten der Insel und eine heilige Höhle. Zwei Rucksacktouristen haben den Schmidts am Vortag erzählt, dass sie am Eingang einfach behauptet hätten, sie wollten die Buddhas aus religiösen Gründen sehen. Schon mussten sie nichts zahlen. „Das ist gut!“, hat Schmid da gerufen und gelacht, als wäre es ein Schottenwitz. Sparen hat sich bei den Schmidts von einer Notwendigkeit längst zum Prinzip gewandelt, seit sie in den frühen Jahren nur von etwas bei-

seitegelegtem Geld, einem Erbe und schließlich von Dosenpfand und verkauften Muschelketten lebten. Sensibel nimmt Schmid inzwischen jede noch so kleine Schwankung der Preise wahr und kommentiert die Veränderungen, als ginge es um ein Fass Rohöl und nicht um eine Flasche Wasser oder ein Omelette. Seine Lieblingsgeschichten handeln daher auch von Gebühren, die zunächst erhoben und schließlich erlassen wurden. Campinggebühren, Einreisegebühren, Hotelgebühren. „Schön“ ist zum Synonym für „günstig“ geworden, was nichts macht, weil Schmid auf Besonderes ohnehin keinen Wert legt. Zwölf Uhr. Schmid parkt den Wagen in der Nähe eines großen Schreins. Das Ehepaar lädt Tisch und Klappstühle aus und öffnet den Bordkühlschrank. Das Mittagsbier ist seit vielen Ländern ein tägliches Ritual. Eine Selbstverständlichkeit, wie die noch an keinem Tag geänderte Arbeitsteilung, dass Herr Schmid fährt und Frau Schmid kocht, wie auch das gegenseitige Haarschneiden. Nur wenige Tage waren die beiden in all den Jahren voneinander getrennt. Als Frau Schmid beim Tod ihrer Mutter von Afrika in die Schweiz gereist ist. Eine Woche, sagt Schmid in einem Ton, als wären es nachsichtig bewilligte Fehlstunden gewesen. Danach waren sie durch nichts mehr zu trennen und durch kein Ereignis mehr zu stoppen. Durch die Beerdigung von Schmidts Vater genauso wenig wie durch die seiner Mutter, von denen die Rastlosen seit ihrer Abreise schon nichts mehr gehört hatten. Ihre Mutter, sagt Frau Schmid, sei die Einzige gewesen, die sie in all den Jahren besucht habe. 80 Jahre war sie bereits alt, als sie zum ersten Mal in



Im Auto statt auf der Wohnzimmercouch: My car is my castle.

ihrem Leben in ein Flugzeug stieg. Mit ganz rotem Kopf sei sie dann in den USA durch die Tür gekommen, erinnert sich Frau Schmid, als habe sie ihre Mutter erst gestern vom Flughafen in Miami abgeholt und nicht vor 25 Jahren. Mehr Besuch gab es nicht. Sie trafen keinen Bruder, keine Schwester, keinen Freund. Einmal habe er eine Einladung zum Klassentreffen erhalten, erzählt Schmid. Statt hinzufiegen, schrieb er einen Brief. Aber niemand habe sich danach bei ihm gemeldet. „Totales Desinteresse“, sagt Schmid mehr verärgert als enttäuscht. Wie ein im All vergessener Satellit haben sie inzwischen jeden Kontakt nach Hause verloren. Aber warum sollten sie deshalb einsam sein, fragt Herr Schmid. Sie haben doch sich. Natürlich, in der Schweiz hätten sie vermutlich Kinder bekommen, fügt Frau Schmid etwas nachdenklich hinzu. Doch dann sagten sie sich immer wieder: nur noch ein Jahr reisen, und dann noch eines. „Und Kinder zu haben“, unterbricht Schmid. „heißt doch nicht, dass man im Alter nicht alleine ist.“ Frau Schmid sagt nichts. Sie verstauen Stühle und Tisch wieder im Innenraum, zwischen einem Wirrwarr aus Vorratsdosen, Hängenetzen, Kleidung und Kisten. Dann geht die Fahrt dahin, Stunde um Stunde. Wie viele genau, kann Schmid dank eines Stundenzählers nach einem Vierteljahrhundert noch exakt sagen. Auch dass er von den insgesamt 18 132 Fahrstunden 12 069 Stunden auf der rechten und 6063 auf der linken Straßenseite gefahren ist; dass er 24,7 Liter Benzin auf 100 Kilometer und eine Gesamtmenge von 162 206 Litern verbraucht hat und ihn im Schnitt alle 109 Fahrstunden ein

Platten stoppte, 166 insgesamt. Er müsse die Statistik mal wieder aktualisieren, sagt Schmid. „Aber ich habe zu viel am Hut.“

Das Hotel für die Nacht ist erreicht, ein verwittertes Gebäude an einem See. Weil Feiertag ist, serviert die Bedienung das Bier zur Tarnung in einem Teekännchen. Das gefällt Herrn Schmid. Seine Frau freut sich mehr über den Sonnenuntergang. „Schau doch!“, sagt sie und sucht nach ihrer Kamera. „Du fährst da-

Die Heimat auf Distanz zu halten kostet inzwischen immer mehr Geld und Mühe. Und eines Tages wird die vielleicht ganz vergeblich sein.

rauf ab. Ich nicht“, antwortet Schmid. Zu melancholisch. „Schon wieder ein Tag weniger. Aber gut, mache ich eben auch ein Bild.“ Ein weiteres zu den bislang schon belichteten 19 260 Dias, 18 666 Papier- und 42 740 Digitalfotos; alle acht Kilometer oder 13 Minuten ein Foto. Auch das hat Schmid ausgerechnet.

Dann setzt er sich wieder hin. Er sieht erschöpft aus, das verschwitzte T-Shirt klebt auf seinem Rücken. Er verzieht das Gesicht, das Knie schmerzt. Am Montag kann er sich seine Röntgenbilder in Colombo abholen. Die schickt er dann seinem Arzt. Der sitzt in Kuala Lumpur, wo Behandlungen ohne Krankenversicherung halbwegs erschwinglich sind. Noch mussten die Schmid nicht zu viel Geld für ihre Gesundheit ausgeben, relativ unversehrt sind sie

durch Länder und Jahre gekommen. Nur auf Tonga wurde Frau Schmid von einem Hund gebissen, da, wo jetzt unterhalb der Wade eine violette Narbe verläuft. Fast hätte sie das Bein verloren, da die Infektion die Knochen zu befallen drohte. „Da war der Emil schon besorgt“, sagt Frau Schmid und blickt fast verlegen unter dem schief geschnittenen Pony hervor, als hoffe sie auf eine Bestätigung. „Gut, da ging's auch um die Wurst“, sagt Schmid.

Dennoch haben sie in den vergangenen Jahren immer öfter Kuala Lumpur auf ihre Route gelegt, um noch möglichst lange nicht die Altersgrenze zu erreichen, ab der das ständige Weiterziehen nicht mehr möglich ist; die vielleicht einzige Grenze, vor der sich die Schmid fürchten, weil an ihr kein Visum, nur Gesundheit zählt. Mal kauften sie in Kuala Lumpur für Frau Schmid ein neues Hörgerät, mal ließ Schmid sein Zahnfleisch aufschneiden, nachdem auf Samoa jedes Zähneputzen mit blutverschmiertem Bart endete.

Vorbei die Zeiten, in denen der Zustand des Wagens wichtiger war als der eigene und sich Frau Schmid, wie in Costa Rica, statt für zwei Wurzelbehandlungen dafür entschied, gleich beide Zähne ziehen zu lassen. Die Heimat auf Distanz zu halten kostet inzwischen immer mehr Geld und Mühe. Und eines Tages wird die vielleicht ganz vergeblich sein. Vermutlich würde sie wieder in die Schweiz gehen, sagt Frau Schmid, wenn ihrem Mann etwas passierte. Wo die Reise für sie auch im schlimmsten Fall enden soll. „Aber ob er mich auch wirklich zurückschickt, wenn ich unterwegs sterben würde?“, fragt sie, während sich Schmid noch etwas Bier aus



Bild: Christopher Pillitz für GEO Special

dem Teekännchen nachgießt. „Ihm ist es ja egal, wo er begraben wird“, sagt sie neckend. „Tot ist tot!“, antwortet er. Nun ist es nicht so, dass Herr Schmid nicht auch schon über das Ende in seinen verschiedenen Formen nachdenkt. Nicht über den Tod vielleicht, aber über ein Leben ohne Auto.

Doch wie könnte eine Rückkehr aussehen, um nicht als Verlierer dazustehen? Und könnte man im Zweifelsfall noch einmal durchstarten? „Tja, Michael Schumacher hat sein Comeback auch nicht genutzt“, sagt Schmid wie zu sich selbst. Aber solange er keine Antworten auf seine Fragen findet, heißt es durchzuhalten. Die Reise wird weitergehen. Immer mit einem neuen Ziel vor Augen und doch kein Ende in Sicht. Am nächsten Tag ist der Weg zum Felsen nicht zu finden. „Ja, guck doch mal richtig in die Karte!“, keift Schmid. Wie ein schwerfälliges Tier müht sich der Jeep durch die Schlaglöcher. Schmid ist angespannt, auf einer Piste wie dieser besonders. Zum Gewicht, das auf die Federn drückt, kommt als zusätz-

liche Last inzwischen noch die Angst. Was, wenn eine Achse bricht, sich die Spur verzieht? Der Wagen, an dem der Rekord der Schmidts hängt, wird anfälliger. Selbst die leeren Reservekanister auf dem Dach sind so mürbe, dass sie bei bloßer Berührung zerbröseln. „Aber wir behalten sie noch wegen des Looks“, sagt Schmid, eine von Rost zerfressene Illusion, nach wie vor jede Herausforderung meistern zu können. Schon lange bekommen sie von Toyota keine Unterstützung mehr. „Das ist vorbei! Schluss! Aus!“, sagt Schmid in einer Mischung aus Verbitterung und Unverständnis. Dabei hatte sich der Konzern einst sogar auf Veranstaltungen mit ihnen geschmückt, aber am Ende auf ihre Anfragen so kühl reagiert, als seien die Schmidts ein Auslaufmodell, genau wie ihr Wagen.

Aber auch die Beiträge in Zeitungen und im Fernsehen werden weniger. Hier und da gibt es noch eine vergünstigte Reparatur oder eine kostenlose Überfahrt auf einer Fähre, erzählt Schmid, wenn er den Guinness-Titel

erwähne. Und so ist der wahre Motor ihrer Reise vielleicht doch nicht unter der Kühlerhaube des Autos oder in der Neugier zu finden, sondern in einer Tüte mit Unterlagen, die Herr Schmid behutsam öffnet. Die Bestätigung des Rekords, longest driven journey, der die Schmidts noch immer jeden Morgen stolz in ihr Fahrerhäuschen steigen lässt. Die Auszeichnung ihrer Lebensleistung, die jedem Tag unterwegs seinen Sinn gibt und ohne die sie nicht viel anders wären als andere Weltreisende, allenfalls älter.

Und so fahren die Schmidts weiter, immer weiter. Auch wenn sie kürzlich in der Schweizer Botschaft in einem Bildband über die Alpen geblättert haben. Da mussten sie staunen, sagt Frau Schmid, wie schön ihr Land ist.

Mit dieser Reportage, erschien im Dezember 2011 in Geo Special erscrieb sich Markus Wolff den Columbuspreis für Langbeiträge.



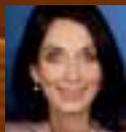
Foto: privat



Haben Sie Fragen zur FTI Group?

Gerne helfen wir bei allen Anliegen rund um den viertgrößten Reiseanbieter im deutschsprachigen Raum weiter.

Ihre Ansprechpartner der FTI Group-Unternehmenskommunikation:



Angela Winter
Leiterin
Unternehmens-
kommunikation



Petra Warth
Pressereferentin



Christian Müller
Pressereferent



Carolin Becker
Pressereferentin



Sonja Salzinger
Pressereferentin

Kontakt:

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



Mit Liszt und Tücke

Bayreuths Spagat zwischen Guttenberg und den Festspielen

Eigentlich wollte Bayreuth 2011 zum Liszt-Jahr machen. Doch dann kam zu Guttenbergs Doktorarbeit dazwischen. Ein Ortsbesuch

Am Morgen nach dem Abend, an dem die Universität Karl-Theodor zu Guttenberg den Dokortitel aberkannte, schiebt ein Hochschulmitarbeiter einen Bücherwagen über den Campus. Es ist ein herrlicher Morgen, die Sonne scheint, als ob nichts gewesen wäre, und es war ja auch nichts, eigentlich. Der Wagen ist beladen mit Gesetzbüchern, es sind beeindruckende Folianten, die Einbände sind nicht mehr neu, mit ihnen haben sich offenbar schon einige Studenten auseinandergesetzt. Es ist anstrengend, den Wagen über die Pflastersteine zu schieben, das sieht man. Noch anstrengender aber ist es für den Mitarbeiter, zu verhindern, dass er fotografiert wird.

Vor dem Gebäude der Rechtswissenschaftlichen Fakultät stehen drei Studenten und geben Interviews, ihre These: Der falsche Doktor zu Guttenberg habe den Ruf der Uni nicht ruiniert. Einer sagt, er habe es schon dreimal in die Abendnachrichten geschafft. Dass die drei gar nicht Jura studieren, sondern Betriebswirtschaftslehre, ist nebensächlich. In diesen Tagen ist hier jeder gefragt, der eine Meinung hat. In der Mensa der Universität hängt ein Werbezettel eines Kopierladens, „auch Diplomarbeiten, Dissertationen“, steht darauf, darüber steht „Bindearbeiten“, die Formulierung ist ein wenig unglücklich. Davor steht ein Fotograf. Als ob an der Universität Bayreuth noch niemand eine wissenschaftliche Arbeit auf redliche Weise zustande gebracht hätte. Es gibt über Bayreuth aber noch

ganz andere Geschichten. Eigentlich wollte die Stadt in diesem Jahr damit Schlagzeilen machen, dass vor 125 Jahren Franz Liszt dort gestorben ist.

Geboren ist Liszt vor 200 Jahren, das passt sehr gut dazu. Nach Bayreuth kam er eher zufällig, der Grund war Richard Wagner, den Liszt ein ums andere Mal finanziell aus der Bredouille rettete. Später heiratete Wagner Liszts Tochter Cosima. Heute ist nach ihr ein Käse benannt.

Für das Jubiläum hat die Stadt den Slo-

Nichts liegt Bayreuth ferner als Hochstapelei. Gerade deshalb passt der Fall Guttenberg so gar nicht hierher.

gan „Lust auf Liszt“ erfunden und einen Kulturbeauftragten für Musik und Theater ins Rathaus berufen, rund 130 Konzerte sind geplant, außerdem ist die Innenstadt beflaggt.

Wie Liszt kam auch Wagner eher zufällig nach Bayreuth. Er suchte einen Aufführungsort für seinen „Ring des Nibelungen“; das Markgräfliche Opernhaus in Bayreuth hatte damals die größte Bühne des Landes. Bauherrin des Hauses war die Markgräfin Wilhelmine, die Lieblingsschwester Friedrichs II. – ihr 300. Geburtstag und 250. Todestag liegen gerade zwei Jahre zurück. Auch da war die Innenstadt beflaggt.

Die Oper ist das einzig original erhaltene Barockopernhaus nördlich der Alpen; von außen aus betrachtet könnte es auch die Niederlassung der Bayreuther Sparkasse sein, aber die liegt im

Haus nebenan. Hinter den drei grauen Flügeltüren liegt ein weiß getünchtes Foyer, dahinter ein ebenfalls weiß getünchtes Treppenhaus mit Lüster und Balkonen. Wer hier steht, neigt dazu, enttäuscht und ernüchtert zu sein, das ist Absicht – ein paar Schritte durch einen langen dunklen Gang, und alles ist golden, es ist so golden, man wird fast besoffen davon.

Will man erklären, wie der Charakter der Bewohner Bayreuths gestrickt ist – der Aufbau des Bayreuther Opernhauses ist ein sehr gutes Anschauungsobjekt. Nichts liegt dieser Stadt ferner als Hochstapelei. Gerade deshalb passt der Fall Guttenberg so gar nicht hierher.

Aber die Geschichte des Opernhauses ist noch nicht zu Ende erzählt. Die Stadt hat das Opernhaus für die Weltkulturerbe-Liste der Unesco vorgeschlagen; nahezu gleichzeitig hat die Bayerische Schlösserverwaltung das Haus für Veranstaltungen geschlossen.

Wer sich nach Gründen umhört, bekommt verschiedene Antworten – das Haus lasse sich nicht richtig heizen, dem Holzkern bekomme es nicht, wenn regelmäßig Publikum darin sitze, außerdem gebe es keine ausreichende Haus- und Bühnentechnik. Die Sanierung soll Ende 2012 beginnen, nur Besichtigungen sind noch möglich.

Weil die Schlösserverwaltung in München sitzt, gibt es in Bayreuth Menschen, die eine Verschwörung wittern. München neide Bayreuth das Opernhaus, heißt es aus dem Stadtrat. Es heißt auch, München neide Bayreuth die Bayreuther Festspiele, weil auch München als Standort des Wagner-Festspielhauses in Frage kam.

Bis das Opernhaus wieder geöffnet ist, scherzen manche, könnte man ja an



das Gebäude der Rechtswissenschaftlichen Fakultät eine Gedenktafel anbringen: „Hier wurde am 23. 02. 2011 Karl-Theodor Freiherr zu Guttenberg der Dokortitel aberkannt.“ Das Opernhaus überzeugte Wagner nicht, es war

Rand der Innenstadt und blickt von dort auf die Stadt herab oder auch darüber hinweg, genau lässt sich das nicht sagen, sicher ist nur: Das Bayreuth, das zu Füßen des Festspielhauses liegt, hat mit dem Bayreuth, das weltweit bekannt ist

als Wagnerianer-Pilgerstätte, nicht unbedingt viel zu tun.

Das eine Bayreuth bereitet derzeit unter Hochdruck eine Neuinszenierung des „Tannhäuser“ vor. Zur Premiere werden die Bundeskanzlerin und auch



Zwei Seiten Bayreuths: Die Rechtswissenschaftliche Fakultät, durch den Fall Guttenberg in die Schlagzeilen geraten, und das Festspielhaus auf dem Hügel, die Pilgerstätte der Wagnerianer. Bilder: Tobias Schmitt

zu golden für seinen „Ring“, in dem es auch um Gold geht, allerdings um dessen schädliche Wirkung auf die Moral. Vor allem aber war Wagner der Orchestergraben zu klein, also baute er sich ein eigenes Theater. Das Haus steht auf einem Hügel am



die zu Gutenbergs erwartet. Karten gibt es nicht mehr, wie immer sind die Festspiele überbucht; generell hat nur eine Chance, wer Jahr für Jahr seinen Bestellschein einschickt und damit seinen Wartelistenplatz verbessert. Wer einmal die Bestellung vergisst, muss von vorne anfangen. Das ist so, weil es schon immer so war. Im letzten Sommer stellte ein Stadtrat seine Tickets für „Lohengrin“ auf einer Internetauktionsplattform ein; es war der politische Skandal des vergangenen Jahres. Was der politische Skandal des laufenden Jahres ist, steht schon fest. Auf

einer Fassade in der Fußgängerzone hängt eine leere Kino-Anzeige-Tafel, dahinter liegt ein alter Kinosaal mit Bühne, seit beinahe 15 Jahren steht er leer. Alle paar Jahre beschließt ein Kulturschaffender, die Immobilie in Eins-A-Lage sei zu schade, um zu vergammeln. Als vor ein paar Jahren in der lokalen Tageszeitung stand, in das Kino ziehe wieder Leben ein, riefen Leser an und gratulierten zum Aprilscherz. Es gibt in Bayreuth Menschen, die sagen, Bayreuth brauche keinen falschen Doktor, um sich den Ruf zu ruinieren.

Fair ist das nicht. Aber die Stadt ist einfach zu schön, als dass man ihr wirklich böse sein könnte.

Mit dieser Reportage, erschienen am 27. Februar 2011 in der FAS, sicherte sich Florian Zinnecker den Columbus-Nachwuchspreis.



Foto: privat

Mit Holiday Extras bequem die Reise starten und clever sparen!

Flughafen-Hotels und -Parkplätze europaweit!

- Bis zu 70% Ersparnis gegenüber Terminal-Parkplätzen
- Stellplatzgarantie dank Vorausbuchung
- Transfer zum Terminal und zurück inklusive
- Hohe Sicherheitsstandards

VDRJ-Mitglieder profitieren von 20% Presserabatt oder kostenfreiem Parken bei Berichterstattung:
www.holidayextras.de/presse

holidayextras
10 Jahre clever wegkommen

Clever Parken, günstig schlafen, entspannt abheben

Menschen vor der Kamera

Columbus-TV-Preis: Filmisch ein durchaus erfreulicher Jahrgang

Angesichts unserer Preisträger bei den großen TV-Reise-Features schoss mir kurz der Gedanke durch den Kopf, ob das Wettbewerbsjahr 2011 vielleicht doch eines war der tollkühnen Fernsehteams auf ihren Abenteuern am Rande des Nervenzusammenbruchs.

Da stürzen sich reihenweise Menschen von Staudämmen in die Tiefe, oder auch wahlweise von Hochhäusern oder spitzen Felsgipfeln, so dass einem schon beim Zuschauen der Magen signalisiert, ach wie schön, dass ich gemütlich auf dem Fernsehsessel pausiere... Da kraxeln Damen in der Blüte ihres Lebens mit leicht käsigem Gesicht und glasig-angstvollen Augen über wackelige Schaukeln der besonders ekeligen Art – freischwebend unterhalb einer hohen Autobahnbrücke. Menschen stürzen sich viele, viele Meter tief in reißende Gebirgsbäche, trampeln durch dubiose Ecken von Iran oder Afghanistan oder gehen unter in den boulevardesken Glitzer-Dschungeln der Trend-Metropolen.

Wobei man auch nach zwei Tagen aufmerksamsten Filmguckens gar nicht mehr sagen konnte, was einen mehr schockierte: der aus Höflichkeit einfach nicht abzulehnende gegorene warme Yak-Tee in der

Mongolei, gefolgt von einem Getier-Eintopf, bei dem die Fettaugen hoffentlich wirklich welche aus Fett waren, oder der an Leibesfülle mittlerweile so bedrohlich schwabbelnde und kurz vor der Explosion stehende Reiner Calmund in Miami, von dem man nur noch hoffte, er möge bitte bloß nicht auch noch rülpsen oder pupsen, wenn er sich unappetitlich an die Meatballs (Fleischklopse) seines „Lieblingsitalieners“ heranwanzt.

Auf der anderen Seite gewinnt ein Film den Wettbewerb, der an ruhiger Schönheit, perfekten Kamerabildern, interessanten Geschichten und liebenswerten Begegnungen am Flussrand Reisen in schönster Form visualisiert. Einfach so.

Sie merken schon, es war ein hochinteressanter Wettbewerb. Auch einer von hoher Qualität. Ja wirklich. Der fehlende Goldene Columbus bei den Kurzen ist da kein Widerspruch. Die Jury hat wieder sehr intensiv und fach-

kundig diskutiert – und mehr Preise, als üblich ausgelobt.

Neben der schieren Menge waren auch so unterschiedliche Macharten im Rennen, dass es an einem gewissen Punkt im Finale keine rational begründbare Entscheidung mehr geben konnte, wo das qualitative Quäntchen Plus zwischen zwei grundlegend unterschiedlichen Konkurrenten sein könnte.

Bevor wir zu den einzelnen Bewertungen kommen, noch einige grundlegende Erkenntnisse der Jury. Filmisch war es durchaus ein erfreulicher Jahrgang. Ich hatte es ja schon angedeutet. Auch bei den kurzen Beiträgen erkannte man das Bemühen, eine Story zu erzählen. Bei den großen Features war die Kameraarbeit durchweg auf hohem Niveau. Der Zwang, sich immer mehr den HD-Produktionsstandards anpassen zu müssen, ist für Reisefilme, die vor allem über das Bild leben, ein Segen.

Das schwere Thema Menschen vor der Kamera: Da gab es gelungene Beispiele wie das der englischen Reisebuch-Autoren auf der Spur
v o n



Marco Polo oder die (auch ausgezeichnete) hochsympathische Profi-Fotografin in Madagaskar. Da gab es bekannte Gesichter wie unseren Schmidt Max, der die Jury zwar immer noch erfreut, aber eben nicht mehr entzückt, weil die Gags Gefahr laufen, austauschbar zu werden.

Da gab es einfache Reisende, die in ihrer Unbeholfenheit besondere Fürsorge bei der Inszenierung, oder besser, filmischen Umsetzung, bedurft hätten. Aber leider wurde da häufig auf dem visuellen Niveau einer hingeschluderten Regionalfernseh-Berichterstattung dillettiert. Und da gab es Prominente, die zwischen unappetitlich, unsäglich, unbeholfen oder einfach nur unfreiwillig komisch knall-chargierten.

Ach ja, es gab auch noch Moderatoren und vor allem -innen. Die Menschen, mit denen man gerne reisen soll. Einige wenige haben das Zeug dazu, keine Frage. Und bei den Sympathiewerten gab es selbst in der Fachjury schnell die Erkenntnis, dass Geschmack etwas sehr subjektives ist. Bis auf die künstlich hin drapierte Barbiepuppe auf Pro 7, bei der man schmerzlich ahnte, dass ihr Köpfchen nur noch durch

Mengen von Ozonloch gefährdendem Haarspray zusammengehalten wurde und der Zeitaufwand der Visagisten, Stylisten, Assistenten und Manager im umgekehrten Verhältnis zum Plapperindex ihrer Lolita-Ansagen stand... Die mochte keiner. Ach ja, ein weites Feld. Aber die Filme wurden deshalb nicht besonders abgewertet.

Zum Erfreulichen: dem Gewinnerfilm bei den Langfeatures. Susanne Gebhardt als Autorin und Norbert Bandel als Kameramann (Schnitt: Claudia Welter-Stemmler) waren auf dem Leeds-Liverpool-Kanal unterwegs. Moment, werden aufmerksame Beobachter des Columbus-Preises sagen: Die waren doch schon mal mit einem Kanalfilm siegreich. Ja. Trotzdem. Dieser Film auf ARTE, produziert von der Redaktion „Länder, Menschen Abenteuer“ des SWR (Ulrike Becker), ist noch perfekter, als die Reise damals durch Frankreich. Nahezu jedes Bild ein

Kunstwerk, der sympathische, schrullige Kapitän Alan, und weiterführende, perfekt verknüpfte Side-Stories, lassen trotz aller Gemächlichkeit niemals Langeweile aufkommen. Und wenn man nach 45 Minuten eigentlich weiter schauen möchte, ist das mehr als ein gutes Zeichen.

Den Silbernen Columbus gibt es für den Jahrgang 2011 gleich zweimal. Auch als Fingerzeig der Jury an die Fernsehsender, bei Themen und Umsetzung mutiger zu sein und sich neue Zielgruppen zu suchen. Carsten Heider (Script) und Manfred Hagbeck (Kamera), die Sieger des letzten Jahres, haben sich „Adrenalin“ als Thema vorgenommen. Eine Reise des Saarländischen Rundfunks in seiner Reihe „weitweitweg“ (Redaktion: Kerstin Woldt, Schnitt: Kathrein Sabrowsky) durch die Hormonwelten von Menschen, die im Urlaub den Nervenkitzel suchen für die Glückseligkeit. Es sind spektakuläre Mutproben, an denen wir visuell teilnehmen dürfen.

Und wahrscheinlich im Stillen hoffen, dass der Kelch des Selbstversuchs an uns vorbeigehen möge.

Den zweiten Silbernen Columbus



Bild: © graphicsdeluxe - Fotolia.com



Neue Horizonte: Für Reisende im Rollstuhl gibt es immer weniger Grenzen.

Bild: © Varina Patel - Fotolia.com

errang ein Film über die Trendstadt Berlin. Eigentlich eine undankbare Aufgabe, wo es doch so schwer ist, Neues und Verborgenes zu zeigen angesichts unzähliger Features über Deutschlands Reise-Hotspot Nummer 1. Trotzdem gelang der Autorin Yvonne Zagermann und ihrem Team (Kamera: Christian Efnemann, Schnitt Maja Zylberszac) ein furioser MTV-Clip über 45 Minuten. Visuell also geradezu der Gegenentwurf zum Siegerfilm. Und auch inhaltlich mit dem bewussten Überhöhen des Profanen, Boulevardesken, Pseudo-Prominenten und Banalen. Eine absolut Zielgruppen-gerechte Aufarbeitung eines Städteportraits für jugendliche Zuschauer auf der Suche nach Party, Promi, Shopping und Subkultur. Produziert wurde das Ganze für Pro 7 und das Boulevardmagazin red!

Im Film für den Bronzenen Columbus begleitet das Team um Christian

Schidlowski (Kamera: Sascha Keller-sonn, Dramaturgie und Schnittregie: Verena Schönauer) eine Profifotografin durch Madagaskar. Ami Vitale macht wunderschöne Bilder. Und manchmal sind es fotografische Ergebnisse, die wir sehen, die noch mehr packen, als der Film über das Making-Of. Ami ist zudem eine sehr sympathische Fotografin, an deren Annäherung an die Menschen Madagaskars wir ein Verhalten erkennen, das wir uns generell von Reisenden wünschen. Eine schöne Art und Weise, Madagaskar zu präsentieren. Wieder eine Produktion von „Länder, Menschen, Abenteuer“, SWR (Redaktion: Ulrike Becker) für ARTE.

Bei den kurzen Filmen bis 15 Minuten hat die Jury dieses Jahr von einem Goldenen Columbus abgesehen. Das hört sich hart an, liegt aber auch daran, dass im Wettbewerbsjahr 2011 wegen einer Schwächephase des ZDF vor allem

klassische, kurze Magazinbeiträge ihre Chance hatten. Und die sind wegen der Produktionsumstände in der Regel eben nicht ohne Fehl und Tadel.

Einmal hat das ZDF doch zugeschlagen. Mit einem alten Bekannten als Autor: Michael Petsch, der schon etliche Preise gewonnen hat. Mit Ralph Zeilinger (Kamera) war er unterwegs unter Schweizer Palmen, im Tessin. Ein optisches Füllhorn für schöne Motive und Nostalgie-Träumereien. Diese ZDF-Feiertags-Wohlfühlfilme haben mittlerweile ein erkennbares Strickmuster und eine immer wieder bemerkenswerte optische Opulenz. Aber manchmal fehlt eben auch etwas der journalistische Biss im Bestreben, ein angenehmes TV-Soufflé zu basteln, das sanft ins Abendprogramm überführt...

Thematisch eher frugal macht sich daneben der zweite Silbergewinner aus: Reisen im Rollstuhl. Die ARD-Ratgeber

Reise Produktion (Autorin: Julia Leien-decker, Kamera: Christoph Schwingel) hat es trotzdem geschafft, daraus kein nüchternes Servicestück zu machen, das Nicht-Betroffene vielleicht sogar etwas langweilt: Das liegt an der liebevollen Begleitung der Protagonistin Edith, die es schafft, dem Thema seine Schwere zu nehmen. Für Touristik-Verantwortliche ist der Film ein Lehrstück, wie sich Engagement in diesem Bereich auch auszahlen kann. Noch ein Film des ARD Ratgebers Reise wurde prämiert: Bronze bekam das

Stadtportrait über Melbourne (Autor: Stephan Düfel, Kamera: Stefan Bruse). In fünfeinhalb Minuten die „liebenswerteste Stadt der Welt“ vorzustellen, das gleicht der Quadratur eines Kreises. Der Film schafft es mit einer klaren Struktur durch kleine Kapitel, die den Superlativ mit Argumenten unterfüttern. Danach dürften die meisten Zuschauer durchaus auch Melbourne auf den nächsten Australien-Reiseplan setzen. Und nicht immer nur Sydney. Last but not least gab es Bronze für ein Stück der WDR-Servicezeit zum Thema

„Geocaching“ (Autor: Franz Hansel, Kamera Goran Markovic) Das ist, wenn Sie querfeldein durch die Landschaft stolpern und dabei immer auf einen elektronischen Kompass schießen. Eine moderne Schnitzeljagd sozusagen, die vor allem Kinder wieder zu begeisterten Wanderern macht. Servicezeit-Moderator Dieter Könnies führt es vor. Gemeinsam mit einem Zuschauer. Im Regen. In einer ziemlich unansehnlichen Ecke von NRW. Allein daraus einen vergnüglichen Film machen zu können, dafür gab es schon Bonuspunkte.

Gebeco

Gesellschaft für
internationale Begegnung
und Cooperation

Wir gratulieren

den Gewinnern des

VDRJ-Reisejournalistenpreis
„Columbus“ 2011!

World of  TUI


LÄNDER ERLEBEN




with Gebeco

Ansprechpartnerin für Pressethemen: Karin Eilks · E-Mail: Presse@Gebeco.de · Telefon: 0431-5446231 · www.Gebeco.de

Auf der ITB finden Sie uns in Halle 26c Stand 313. Terminabstimmung auch kurzfristig sinnvoll: Tel. 01 73 - 62 544 62.



Ganz Ohr: Beim Hören von guten Reisereportagen entstehen Bilder im Kopf.

Bilder: Radiohörer © Tempura - istockphoto.com,
Kudamm Sergej Horovitz, Hiddensee Thomas Grundner

Die üblichen Verdächtigen

Ausgezeichnete Rundfunkreportagen nehmen die Hörer mit auf die Reise

„Uff“ oder wie Mitjuror Jürgen Drensek mailte „Seuffz“. Das trifft die Arbeit der Jury für den Radio Columbus Preis ziemlich gut. 20 Beiträge in der Kategorie Langversion ab zehn Minuten Länge und 14 Kurzproduktionen waren eingereicht worden. Eine Menge, die eine Vorauswahl erforderlich machte, um für die entscheidende eintägige Sitzung in Berlin Zeit zu haben, intensiv über preiswürdige Stücke diskutieren zu können.

Also mussten sich die sieben Juroren im Vorfeld durch fast acht Stunden Programm arbeiten, was nicht immer ein reines Hörvergnügen bedeutete. Manchmal war es auch Quälerei. Hier stellt sich die Frage, nach welchen Kriterien die eine oder andere Redaktion

die Beiträge auswählt. Es geht schließlich um außerordentliche Leistungen im Radiojournalismus zum Thema Reise. Der Columbus Wettbewerb soll auch Mut machen, einmal neue Wege zu gehen, ohne dabei auf Qualität zu verzichten. Das gibt es zwar, aber leider viel zu selten.

Gerade Reisebeiträge im Radio sollen die immer wieder beschworenen Bilder im Kopf erzeugen, und das ist eben nicht möglich, wenn in schlichter Machart Text und oft belanglose O-Töne aneinander gereiht werden. Natürlich haben es die Autoren längerer Features und Reportagen leichter, eine Dramaturgie aufzubauen. Aber es ist durchaus möglich, in drei oder vier Minuten sozusagen filigran überzeugende Stücke zu komponieren. Das soll

zum Jahrgang 2011 keine Mäkelei sein, sondern ein Anstoß, auch die Autoren zu motivieren, immer daran zu denken, wie sie die Hörer mit auf Reisen nehmen können.

Immerhin, es kamen sechs Beiträge der Langkategorie ab zehn Minuten und acht Kurzversionen in die Endausscheidung. Es waren dann wieder die üblichen „Verdächtigen“, die das Rennen machten. Also der Deutschlandfunk, der Bayerische Rundfunk und der Hessische Rundfunk. Privatsender hatten sich nicht beteiligt.

Aber der Reihe nach: In der Kategorie Kurzbeiträge war, wie bereits angedeutet, keine Reportage so herausragend, dass ein Goldener Columbus vergeben werden konnte. Dafür gab es einmal Silber und zweimal Bronze. „Arbeiten,



Lernidee Erlebnisreisen

Außergewöhnliche Reise-Ideen
seit über 25 Jahren.

► **Bahnreisen für Entdecker**

**24 große Bahnreisen auf
allen Kontinenten**

Transsibirische Eisenbahn | Rovos Rail |
Orient-Express | Namibia | Indien |
Tibet-Bahn nach Lhasa | Zentralasiatische
und Chinesische Seidenstraße | Kanada/USA |
Bahnreisen in Europa

► **Schiffsreisen für Entdecker**

33 große Reise-Ideen in über 30 Ländern

nördlicher und südlicher Mekong (China, Laos,
Thailand und Vietnam, Kambodscha) |
Myanmar | Indien | Amazonas | Galápagos |
Panama-Kanal | Mexiko | Antarktis | auf Lena
und Wolga durch Russland | Schottland |
Portugal | Azoren | Nordpol | Westafrika | Südsee

... zahlreiche weitere Reise-Arrangements im
Gesamtkatalog Erlebnisreisen für Entdecker

► **Ihr Ansprechpartner ...**

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

Felix Willeke

Tel.: (030) 786 000-28

E-Mail: f.willeke@lernidee.de

wo andere Urlaub machen – Die Meteorologen von Hiddensee“, so hat Gisela Jaschik ihre Reportage überschrieben. Ein origineller Ansatz, einen auf der Insel stationierten Wetterkundler bei seiner Arbeit zu begleiten, um so die kleine Schwester von Rügen aus einer ungewöhnlichen Perspektive kennen zu lernen. Dabei verbindet die Autorin geschickt Informationen über die Insel mit Orten und Atmosphären, so dass ein rundes Bild entsteht. Nicht ganz Gold, aber immerhin doch solides Silber, mit dem sich indirekt auch die einreichende Redaktion Sonntagsspaziergang vom Deutschlandfunk in Köln schmücken kann.

Bronze geht an Hans-Günter Meurer, der in den „Frühling im alten Land“ eintaucht und den Hörern auf diese Weise Deutschlands größtes Apfelanbaugebiet mit seinen touristischen Möglichkeiten näher bringt. Es sind vor allen Dingen die Menschen dieser Region in der Nähe von Hamburg, die mit ihren Aussagen die Originalität dieses Kurzfeatures ausmachen. Ein Beitrag von HR4.

Ein weiterer bronzenener Columbus geht an Manfred Wöll vom Rucksackradio des Bayerischen Rundfunks. Ihn zieht es in die Unterwelt vom Untersberg, der zu den „alpinen Orten der Kraft, Mystik und der Magie“ zählt. Die nur viereinhalb Minuten lange Reportage bindet Experten und Besucher so mit ein, dass der Hörer immer wieder schmunzeln muss über die feine Ironie des Autors. Anders die Situation in der Langkategorie. Hier werden entweder neue Wege beschritten oder es wird in der Tradition des klassischen Features hervorragende Arbeit geleistet. „Dialektatlas – Bairisch – Oachkatzlschwoaf“

von Eva Mehl ist reines Hörvergnügen. Ein mit unglaublich vielen Details gespickter Ausflug in eine Sprache, die den Bayern-Urlauber von einem kleinen Fallstrick zum nächsten befördert. So etwas verdient eindeutig Gold. Redaktionell verantwortlich ist wieder die Redaktion Sonntagsspaziergang vom Deutschlandfunk Köln.

Ein zweiter Goldener Columbus geht an Alexa Hennings für ihre Reportage „Und im Bernstein träumen Fliegen – Vom Leben und Arbeiten auf Hiddensee“. Also noch einmal die berühmte kleine Ostseeinsel, schon immer Refugium für Künstler, Schauspieler und Literaten. Im Vordergrund stehen aber die Einwohner, die mit ihren Aussagen ein differenziertes Bild der Urlaubsinsel zeichnen, die in den bunten Prospekten sonst immer mit „traumhaft“ umschrieben wird. Ein Beitrag von Bayern 2 - Weitwinkel.

Die beiden mit Gold ausgezeichneten Produktionen waren so dominant, dass sich die Juroren nicht dazu durchringen konnten, einen Silbernen Columbus zu vergeben. Damit ging Bronze an Gabi Schlag und Dörte Wustrack für ihr Feature „Heimweh nach dem Kurfürstendamm – Berlins Flaniermeile hat Geburtstag“. Die beiden Autorinnen lassen 125 Jahre Geschichte vorbeiziehen. Mit den Höhen und Tiefen dieser berühmtesten Straße von Berlin. Mit unendlich vielen, sehr überzeugenden Zeitzeugen, eingebettet in die Musik von Hildegard Knef. Wieder eingereicht von der Redaktion Sonntagsspaziergang, die damit gleich alle Edelmetalle, also Gold, Silber und Bronze für sich verbuchen konnte.

Otto Deppe

Lernidee Erlebnisreisen
25 Jahre
[Lernidee:]
weltweit & naturnah

61
www.lernidee.de

Martina Brüggemann

Erinnert sich noch jemand an Hummel oder Hetzel Reisen? Auch wenn mich das gleich älter aussehen lässt: ich! Denn Mitte der Achtziger, als diese Veranstalter noch „in“ waren, begann mein Dasein in der Reiseindustrie – mit einer Ausbildung zur Reiseverkehrskauffrau im Vordertaunus. Den habe ich zugunsten der „Weltstadt mit Herz“, München, längst verlassen. Dem Reisevertrieb



Foto: privat

dagegen blieb ich noch viele Jahre treu. Dabei hat mich ein Perspektivenwechsel immer gereizt. Und so bin ich schließlich vor über zehn Jahren beim Journalismus und in der PR gelandet – nach wie vor als Tourismusexpertin. Heute leite ich bei der Münchner Kommunikationsagentur Serviceplan Public Relations den Geschäftsbereich Tourismus, den wir in den letzten Jahren ausgebaut haben: angefangen bei Destinationskunden wie Bayern Tourismus Marketing über Veranstalter bis hin zu Mobility-Themen wie Autozug oder S-Bahn München. Im Segment Reiseversicherung betreuen wir Allianz Global Assistance mit ELVIA Reiseschutz. Aber unser Portfolio umfasst auch Finanzdienstleister oder Kunden aus der Lebensmittel- oder Modebranche. Mein Job macht mir Spaß. Warum? Weil ich kreativ und mit Verantwortung arbeiten kann und viel mit Menschen zu tun habe – allen voran mit Journalisten. Ich bin übrigens selbst auch als Autorin aktiv. Ab und zu schreibe ich Beiträge für die Reisefachpresse, solange dies konfliktfrei mit meiner Beratertätigkeit geht.

Apropos: Ich hätte keine Probleme, über ein Revival von Hummel oder Hetzel Reisen zu schreiben!

Kontakt: martina.brueggemann@arcor.de

Scott Crouch

Öffentlichkeitsarbeit ist mein Beruf, aber Reisen ist meine Leidenschaft. Zu meinen frühesten Kindheitserinnerungen gehört eine Reise: Mit vier Jahren lag ich auf der oberen Pritsche eines alten Sechs-Personen-Schlafwagens der SNCF, direkt unter dem Deckenlüfter. Meine Familie schlief. Nur mein Großvater auf der Liegefläche gegenüber und ich waren wach. Wir schalteten unsere Leseleuchten an, malten mit den Fingern Tierschattenbilder an der Wand am Fußende der Pritsche und hörten dem Rattern des Zugs auf seinen Weg nach Portbou zu.

Ich wusste nicht, was mir besser gefiel, das Gefühl des Reisens an sich oder die köstliche Erwartung der Ankunft an einem bislang noch unbekanntem Ort. Mehr als 30 Jahre später kann ich aus dem gleichen Grund in Flugzeugen nicht schlafen.

Geboren wurde ich im englischen Southampton, aber seit zwölf Jahren lebe und arbeite ich in Bayern. In der Tourismusbranche tätig wurde ich direkt nach Abschluss meines Jurastudiums in London Mitte der 90er Jahre.

An die Gedanken, die mich zu dieser Zeit bewegten, kann ich mich gut erinnern: Wenn meine Freunde und ich mit 70 Jahren bei einem Abendessen am Meer zusammensitzen werden, wer würde die besten Geschichten erzählen können? Durch meinen Beruf und die kreativen Menschen aus verschiedenen Ländern, mit denen ich täglich zusammenarbeiten darf, denke ich, dass meine Chancen sehr gut stehen, diesen Wettbewerb zu gewinnen.

Wenn es etwas gibt, das ich genau so liebe wie Reisen, dann sind dies Reise-geschichten.

Kontakt: crouch@bprc.de

Georges Hausemer

Je kleiner das Land, desto größer das Ausland! Für einen Luxemburger – wie mich – lag es demnach auf der Hand, eines Tages die Tasche zu packen, die Schuhe zu schnüren und sich auf den Weg zu machen. Dabei wusste ich, als mein Fernweh geboren wurde, gar nicht, wie klein meine Heimat und wie groß der ganze Rest war. Das fand ich heraus, als ich mich vor den Globus



Foto: Susanne Jaspers

setzte, daran drehte, eine Liste mit sämtlichen L ä n d e r n in ein Heft schrieb und deren Hauptstädte auswendiglernte. Montevideo, Kathmandu, Caracas, Bangkok – was für Namen, welche Aussichten!

Irgendwann genügte mir das Träumen nicht mehr. Ich begann, die Sehnsucht in Worte zu fassen, kleine Geschichten zu schreiben. Als die Geschichten größer wurden, landeten sie in Zeitungen, Zeitschriften, Büchern. Gleichzeitig wuchs meine Neugier, nicht nur auf Weite und Ferne, sondern auch auf die unmittelbare Umgebung, das Naheliegende. Mit dem Resultat, dass ich mittlerweile nicht nur Reisereportagen und Reisebücher über Spanien, Südamerika, Indien und Thailand veröffentlicht habe, sondern auch über das kleine Großherzogtum und die umliegende Großregion, von der außerhalb noch kein Mensch gehört hat.

Mein Interesse gilt den geschichtlichen, kulturellen und kulinarischen Aspekten dieser Länder und Gegenden, vor allem aber den Menschen, die dort leben, ihren Freuden, ihren Sorgen, kurzum: ihrem Alltag. Der Wunsch, davon zu erzählen, gelegentlich wieder am Globus zu drehen und neue Ecken zu entdecken, wird mir so bald nicht vergehen.

Kontakt: hausemer@pt.lu,
www.georges Hausemer.com

Jens Huwald

Gerne sage ich, dass ich mein Aufenthaltsrecht in Bayern erheiratet habe und mir mit der Ehe quasi die Legitimation für einen der schönsten Jobs der Welt erworben habe. Bereits als Leiter Unternehmenskommunikation der BAYERN TOURISMUS Marketing GmbH war ich mir sicher: Es kann nichts Schöneres geben als dieses wunderbare Land noch bekannter zu machen. Heute, als Geschäftsführer zusammen mit meinem Kollegen Dr. Martin Spantig, hat sich an dieser Überzeugung nichts geändert.

Und dabei war es doch eigentlich mein Ziel, auf der anderen Seite des Schreibtisches zu sitzen. Nach einer humanistischen



Ausbildung am privaten St.-Josef-Gymnasium in Bocholt und dem Studium der Germanistik in Düsseldorf wollte ich unbedingt redaktionell arbeiten. Prägend war da für mich meine Zeit bei der *Westdeutschen Zeitung* in Düsseldorf: Gerichtsberichterstattung, Lokales, Szene und auch Politik fühlten sich richtig gut an.

Es war dann purer Zufall, dass ich irgendwann in der Pressestelle der Brauerei Schlösser gelandet bin. Aber: Ein guter Zufall. 2000 kam ich nach München und fing bei Weber Shandwick als Assistent des Europa-Chefs an, danach wechselte ich zu ECC Kohtes/Klewse-Pleon. Und weiter ging es in der bayerischen Landeshauptstadt – zur Landesmarketing-Organisation.

Heute kann ich mir kaum noch vorstellen wieder im Rheinland zu leben. Meine Frau ist ein Münchner Kindl, meine beiden Söhne sind in Bayern geboren. Unsere Heimat ist Bayern.

Kontakt: huwald@bayern.info

Claudia Kreier

Ich liebe die Region, in der ich lebe, (den Chiemsee) und ich liebe den Kontakt zu Journalisten. Die Kombination aus beidem hat mich an die Stelle gebracht, an der ich jetzt bin (die Stelle liebe ich beiläufig auch).

Der Weg dahin indes war kurvig. Nach dem Abitur kaufmännische Ausbildung, dann vier Kinder und dreieinhalb Romane, welche letztere natürlich niemand haben wollte (Hera Lind hat den Markt für schreibende vierfache Mütter für alle Zeit verdorben). Nach gefühlten 1000 Absagen überkam mich schließlich der Wunsch, den Schreibdrang doch einer einträglichen Beschäftigung nutzbar zu machen. Es folgten Redaktionspraktikum, Fortbildungen, freie Mitarbeit für südbayerische Zeitungen und spät, aber doch, noch ein PR-Studium.

Mein persönliches Highlight aus der journalistischen Zeit war die Begegnung mit der Schriftstellerin Isabella Nadolny während einer Serie von Autorenporträts, und später auch mit ihrem Sohn Sten. (Dabei hatte ich die Autorenporträts den Redaktionen eigentlich nur vorgeschlagen, weil ich wusste, dass Isabella Nadolny in der Gruppe 47 einst Heinrich Böll getroffen hat. Darüber wollte ich unbedingt mit ihr reden, denn ich verehere ihn.)

Auch Sten Nadolny verehere ich, und zwar für seine „Entdeckung der Langsamkeit“, wenngleich ich selbst es eher mit der Schnelligkeit halte. Sonst ginge all das irgenwie gar nicht.

Auch mit der Vereinigung der deutschen Reisejournalisten ging es schnell: Erster Kontakt im Oktober, Mitglied im Dezember. Ich freue mich, dazuzugehören!

Kontakt: kreier@chiemsee-alpenland.de



Marius Leweke

„Der kürzeste Weg zu sich selber führt um die Erde herum“, schrieb vor gut 100 Jahren Hermann Graf Keyserling vor sein „Reisetagebuch eines Philosophen“. Passt.

Nicht nur, weil ich selbst studierter Philosoph bin. Oder ständig auf dem Weg zu mir selbst wäre. Vielmehr, weil es den Job bestimmt, denen zu helfen, die sich die Welt anschauen wollen. Als Ratgeber bei der Suche nach Transport und Unterkunft zum Beispiel. Beim Zurechtfinden unterwegs. Oder bei der Wahl der richtigen Reiseform.

Das treibt mich an, das sehe ich als meine Aufgabe als Reisejournalist. Als Autor von Reisereportagen. Beim Durchleuchten der Tourismuswirtschaft als Fachredakteur – wie ich es gute 20 Jahre lang für tdt, travel tribune und TravelTalk betrieben habe. Von A wie Airline bis Z wie Zielgebiet. Und alle Buchstaben dazwischen. Meistens mehr Wirtschaftsteil als Feuilleton.

In der Gegenwart, seit bald einem Jahr,



bin ich Freelancer. Redaktion und Reportage, Konzept und Entwicklung gehören zu meinem Metier – auch über das Reiseressort hinaus. Geblieben ist die Neugier. Neugier auf neue Ziele irgendwo da draußen. Oder bekannte Plätze neu zu entdecken.

Wo es mir besonders gefallen hat? Zuletzt in Paris, ich mag große Städte, und das ziemlich wahllos: Jerusalem, Kathmandu, Frankfurt, Kairo, Hannover, Tokio, Bangkok, Moskau, Oslo, London, New York, Venedig, Yangon, San Diego, Havanna, Taipeh. Im Sommer gern das Wattenmeer oder ein Kärntner See. Motto: Die nächste Reise ist immer die schönste und es gibt keinen Ort, der es nicht wert ist, besucht zu werden.

Kontakt: ml@leweke-media.de

Stefan Rambow

Ein Dreiklang fasziniert mich seit Kindertagen: Musik, (Film-)Bilder und Reisen. Wie war das noch: Der Weg ist das Ziel? Frühe Etappen: Schule und Uni in West-Berlin. Die Mauer fällt – Abreise. Gleich richtig weit weg: Recherche für die BWL-Diplomarbeit in Tokio. Hinein in die Musikindustrie – zunächst als DAAD-Stipendiat in Japan.

Fast bleibe ich dort. Aber im heimischen Kulturkreis kann ich selbstbestimmter arbeiten. Regional in Bewegung: Als Trainee im Schwäbischen, als Artist & Repertoire-Manager an der Alster – Marketing im Fränkischen, Musikberatung an der Isar.

Ich ziehe Film- und Musik-Projekte durch. Mit Fatih Akin auf Dreh in Budapest, mit Dominik Graf auf Dreh in Dresden.

Großes Kino, aber so ein Film beschäftigt mich ein ganzes Jahr. Ein Fotobuch über Miami braucht nur die halbe Zeit, ab auf neue Pfade. Nun sehe ich noch mehr von der Welt. Bleibe der Musik treu, treffe die Großmeister Ennio Morricone in Rom und Burt Bacharach in Perugia. Ich treffe die unterschiedlichsten Menschen. Fliege per Heli mit dem umstrittenen Sepp Blatter auf Grönlands Gletscher oder spaziere mit der unumstrittenen Simphiwe Dana durch Downtown Johannesburg. Renne zehn Kilometer um den Hatschepsut-Tempel und sitze gleich danach auch mal fest in Kairos „Arabischem Frühling“.

Mit 16 war ich in der Berliner Waldbühne auf einem der letzten Konzerte von Bob Marley. Nun stehen mir in Jamaika Marleys Söhne oder der ins Hotel-fach abgewanderte legendäre Island Records-Gründer Chris Blackwell im Interview gegenüber. So mag ich das. Unterwegs sein. Mal sehen, wann, wo und bei wem ich ankomme.

Kontakt: info@cinesoundz.de



Foto: privat

Sonja Sahmer.

Mit einem Einsteiger-Praktikum bei der Nassauischen Neuen Presse fing alles noch zu Schulzeiten an. Wobei es sich mit der Mobilität anfangs in Grenzen hielt: Mit einem Mofa zockelte ich über die Lande, machte vor allem Konzertberichte und ähnliches. Um den berühmten Kleintierzüchter-Verein bin ich so drum herum gekommen, dafür landeten die Polizeireports immer bei mir. So konnte sich der Journalisten-Bazillus in mir einnisten. Und war nicht mehr loszukriegen...

Es folgte ein Magister-Studium der Musikwissenschaft (das Feuilleton wartete doch!), kombiniert mit Publizistik und Buchwesen. In den Semesterferien verhinderten dann erst mal Praktika in den Bereichen Buchhandel, Öffentlichkeitsarbeit, Hörfunk (hr2) und Fernsehen (3sat), dass ich verreisen konnte. Unterwegs war ich dagegen während des Studiums – auf Konzertreisen mit dem Studentenchor. Weswegen mich meine erste Festanstellung für fünf Jahre zum Rheingau Musik Festival führte. Zeit zum Reisen? Nur im Urlaub.

Der Drang zur neuerlichen Horizont-Erweiterung führte dann zu C&C Contact & Creation und mehr als elf Jahren Reise- und Touristik-PR. Jetzt konnte ich auch beruflich reisen. Doch die Sehnsucht nach dem journalistischen Schreiben blieb. Um selbst erlebte Geschichten zu erzählen. Von früheren und neuen Touren, Orten nur um die Ecke oder auch mal in der Ferne, von alltäglichen oder auch mal besonderen Dingen. Draus geworden ist Texterlei – und ein Leben als Freiberuflerin. Vielleicht ein Wagnis, aber der Bazillus (s.o.) war eben stärker. Und: Es läuft und macht Spaß.

Kontakt: s.sahmer@texterlei.de



Foto: privat

Sabine vom Stein

„Tausende höchstpersönliche Journalistenkontakte“ oder „Buchungsboom nach Versand einer Pressemitteilung“ – über solche Meldungen wundere ich mich nach 25 Berufsjahren noch ebenso wie über 0815-Touristiktexte von blauem Meer und endlosen Sandstränden.

Als ausgebildete Redakteurin (WAZ-Gruppe) und langjährige PR-Redakteurin/-Beraterin (Ketchum Pleon) heißen meine Ziele Individualität und Glaubwürdigkeit in einem Markt, der sich leicht von bunten Bildchen blenden lässt. Viel zu wenige Verantwortliche verzichten in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit auf die (Werbe-)Tonalität ihrer Reisekataloge.

Diese Diskrepanz weckt meinen Beratungsehrgeiz. Seit sechs Jahren ist das achtköpfige Team der PR-Agentur „vom stein“ auf Touristik spezialisiert. Wir alle kennen den Redaktionsalltag

– das zeichnet uns aus. Engagiert entdecken wir die Themen unserer Kunden – ob Veranstalter, Hotel oder Destination – und entwickeln effiziente Strategien. Immer steht die Beratung für mich an erster Stelle. Als Perfektionistin mache ich meine Kunden frühzeitig stark für mögliche Krisen, kommuniziere auf allen Kanälen mit den Konsumenten und zeige, dass auch Geschäftsberichte sich unterhaltsam lesen lassen.

Turbulent ist auch meine private Urlaubsplanung. Denn nie passt es für alle: Abenteuercampen mit dem Sohn, Shoppen in London mit der Tochter, Golfurlaub mit meinem Mann oder Wellness mit der Freundin. So entspanne ich – und habe dabei oft die besten Job-Ideen.

Kontakt: s.vom-stein@vom-stein-pr.de



Foto: privat

Kerstin Walker

Die Lust aufs Reisen ist erblich, davon bin ich überzeugt. Meine Kindheit verflog, dazwischen Erinnerunginseln



Foto: privat

von kleinen und großen Familienexpeditionen im weinroten Opel Rekord der Eltern oder per Flieger. In den Ferien durchkämten wir Europa, belagerten die Ferienwohnung auf der schwäbischen Alb oder einen Strandkorb an der Nordsee, am liebsten auf Sylt.

Mit 15 erkundete ich zum ersten Mal selbst – per Rad – Teile der Republik. Nach dem Abi der Klassiker: eine Interailtour durch Spanien und Frankreich, mit vereinzelt Nächten auf Bahnhofspritschen oder auch mal am Stadtstrand von Biarritz, die übrigens von der Gendarmerie jäh beendet wurden. Meinem Reiseenthusiasmus tat das keinen Abbruch. Erst recht nicht der Neugierde auf das, was man auf Reisen erfährt: mit Menschen aus fernen Kulturen das Leben anderswo zu erleben. Ans Studium an der Hochschule für angewandte Wissenschaften in Hamburg, Department Design hängte ich ein Volontariat bei *Amica* und ein paar Jahre in der Redaktion. Bis ich dem halbjährigen Sabbatical in Neuseeland nicht länger widerstehen konnte. Darauf folgten Stationen beim Onlineportal von VW als leitende Nachrichtenreporterin und als Reisedakteurin beim *ADAC Traveler Magazin*.

Seit der Geburt meiner ersten Tochter 2001 arbeite ich als freie Journalistin für *Geo Saison*, *Spiegel online*, *Die Zeit*, *Zeit Magazin*, *Brigitte Woman*, *Brigitte Balance*, *Neue Zürcher Zeitung* und andere. Und mit der Frage, ob die Lust zu Reisen erblich ist, befassen sich heute meine beiden Töchter. Sie wachsen quasi mit dem Rucksack auf dem Rücken auf.

Kontakt: kerstinwalker@web.de

Tobias Weitendorf

Eigendarstellung? Ungern. Porträt über Weitendorf? Gern: Ein Dorf. Ein Forst. Ein Moor. Ein Hof. Der Büdner. Später der Meier. Heute einige Höfe mehr: Ein halbes Dutzend, sieben genau. Verstreut. Versprengt. Versteckt. Westmecklenburg. Westlich von Schwerin. Westen vom Osten. Ab 1246 und für lange Zeit dem Kloster Rehna zugeordnet. Benediktiner: Bescheiden. Beflissen. Beständig. Wie Weitendorf. Im 13. Jahr-



Foto: privat

hundert noch „Weithethorp“. 1496 „Weytendorpp“. Bis 1886 „Weytendorpe“. Kleine Veränderungen, nie große. Warum auch? Bis heute: konsequent konsistent. Eben mecklenburgisch.

Der Anforderung ans Selbstporträt auch gerecht werden wollen: Über mich. 1975 ins Licht. Nicht in Weitendorf. Aber in Mecklenburg. Im November, dem schönen: Vom Wind getriebener Himmel, gefurchte Äcker, geneigte Weiden, gebückte Menschen. Grau in allen Tönen, Vielfalt im Einerlei. In Rostock aufgewachsen, sozialisiert, beschult, wie es heißt. Studiert an der Humboldt-Universität zu Berlin und zeitweise in Bergen, Norwegen. Literatur und Kulturgeschichte. Politik, Soziologie. Klassischer Abschluss: Magister Artium. Fast zufällig: Rostock wieder im Blick. Oder Schicksal? Ostsee-Zeitung. Volontariat. Von Rostock bis Rügen. Dann Seitenwechsel, so genannter: Pressereferent, Schwerin, Sozialministerium. Dann Genrewechsel: Tourismusverband. Ab 2007. Erst: Leiter Presse- und Öffentlichkeitsarbeit. Bald: Leiter Kommunikation und stellvertretender Geschäftsführer. Mit noch mehr Leidenschaft und Liebe, aber weniger Zeit: Ehemann, Vater. Zwei Söhne, fünf und acht. Ein Leben, ein Dorf in Mecklenburg.

Kontakt: t.weitendorf@auf-nach-mv.de

Hansmann PR

Wir denken in Geschichten



KONTAKT

Hansmann PR | Brunnthaler & Geister GbR
Königinstraße 11a/Rgb.
80539 München

Telefon: +49 (0)89-360 54 99-0
E-Mail: info@hansmannpr.de
www.hansmannpr.de
www.facebook.com/hansmannpr



Im Vaterglück



Foto: privat

Jan Keith mit Tochter Ada Milena



Foto: privat

Amélie-Marie, Tochter von Christian Leetz



Foto: privat

Pascal Brückmann mit Baby Adrian, Tochter Emilia und Ehefrau Ramona

Aus dem Journalistenkreis:

Bei **Pascal Brückmann** und seiner Frau Ramona hat sich zum zweiten Mal Nachwuchs eingestellt – und Verstärkung für den Papa: Zu Töchterchen Emilia gesellt sich jetzt Baby Adrian (siehe Bild).

Jan Keith ist Vater geworden und ein begeisterter dazu: „Was ist das größere Abenteuer, eine Reise durch Nordkorea, so wie ich es vor einiger Zeit gemacht habe, oder die Geburt des eigenen Kindes? Seit dem 27. November 2011 kenne ich die Antwort. Um 20.17 Uhr wagte sich unsere Tochter Ada Milena an jenem ersten Advent endlich aus ihrer Behausung. Diesen Moment werde ich niemals vergessen. Seit einigen Wochen sind wir nun zu Hause und überglücklich. Noch können wir uns weder satt sehen noch satt riechen. Das Wesen ist phänomenal. Und rührt uns ständig zu ungehemmten Freudentränen, weil das so unfassbar und so unfassbar schön ist.“ (Bild)

Andrea Lammert, Mitglied der Redaktions-Partnerschaft Reisefeder, hat ein neues Buch veröffentlicht: Für den Merian-Live-Reiseführer Weimar-Erfurt hat sie fünf Monate intensiv recherchiert. Nach „101 Reisen für die Seele“, das im Iwanowski-Verlag erschienen ist, sowie



nobler service!

ein besuch auf www.noblekom.de lohnt sich:

- aktuelle news und hintergrundinfos ... fotos zum download ...
- sound und footage für radio, tv und online ...
- leseproben: dies können freie kollegen den redaktionen bieten ...
- service-sammelthemen im i-punkt ...
- last but not least: im bereich agentur die fotogalerien der noblen events ...

wir laden sie herzlich ein!



luisenstraße 7, 63263 neu-isenburg
tel: 06102-3666-0, info@noblekom.de
follow us on : @noblehaps
become our friend on : noblehaps

„Paris“ (Stürz-Verlag) freut sie sich, eine deutsche Region vorzustellen.

Christian Leetz und seine Lebensgefährtin Wiebke Hermes freuen sich über Nachwuchs: Am 20. Oktober 2011, einem herrlich sonnigen Herbsttag, erblickte die gemeinsame Tochter, Amélie-Marie in Düsseldorf das Licht der Welt. Um den neuen Erdenbürger willkommen zu heißen, hat sich der Kollege Leetz ab Geburt drei Monate Elternzeit gegönnt und erlebt seitdem „täglich neue Wunder“. (siehe Bild)

Hilke Maunder bleibt am Ball. Nach dem Großeinsatz für das Internet-Start-Up Airbnb, das Privatunterkünfte im Internet anbietet, arbeitet sie für die MairDuMont-Gruppe an den Bänden „Deutsche Nordseeküste“, „Südengland“ und „Provence“. Im Februar erschien auf English der kulinarische Länderband „Gourmet Pilgrim Germany“ im Gourmet-Pilgrim-Verlag, Sydney. Am 22. Juni geht es für zehn Wochen nach Down Under: schreibend und reisend, mit Intership bei einer Landzeitung und eventuell auch Hospitant bei dem Food & Travel-Fotografen Andre Martin aus Sydney. In ihrem Spezialgebiet Frankreich arbeitet Hilke Maunder zunehmend für französische Firmen und Verlage. Das Office de Tourisme aus Le Havre hat mehr als 100 Fotos genommen und davon Motive für Postkarten

und Broschüren verwendet. Für die Agence du Développement Touristique de la Drôme hat Hilke Maunder die deutsche Website getextet, für ATOUT France, dessen Ländermagazin „Bon Voyage“ jetzt „Rendez-vous en France“ heißt, Reportagen geschrieben. Und ihr Frankreich-Blog „Bleu, Blanc, Rouge“ hat dank ihres Kurses in suchmaschinenoptimierten Texten inzwischen täglich mehr als 800 Zugriffe.

Michael Vogeley hat im Rother Verlag den Bildband Terra Polaris veröffentlicht. Nie zuvor, sagt der Autor, wurde eine solche Fülle polarer Trekkingmöglichkeiten vorgestellt. Er war unterwegs auf „Wegen“ ohne Farbkleckse, „dorthin, wo niemand für einen gedacht hat und es kaum Rezeptbücher gibt“. Vom Nordpol, über Grönland, Baffin Island, Alaska, Island, Skandinavien – bis hin zur Antarktischen Kontinent, Südgeorgien und Patagonien und Feuerland. Infos unter www.michael-vogeley.de

Aus dem PR-Kreis

Anita Meier PR hat die Öffentlichkeitsarbeit für das DRV-Gastgeberland Montenegro übernommen, das im letzten Jahr den DRV-Umweltpreises EcoTrophea für besonders vorbildliche, nachhaltige Tourismusprojekte erhalten hat. „Ein kleiner Staat, aber touristisch ein großer“, freut sich Anita Meier über den Neuzugang der Agentur.

Bei **BZ.COMM** war 2011 das Jahr der Konsolidierung. Kundenbeziehungen wurden vertieft, Ballast wurde abgeworfen. Im Focus stehen Ecuador und Brasilien. Für Ecuador ist die Agentur seit März europaweit aktiv, für die Hauptstadt Quito zudem in den USA. TAM Airlines nutzt den BZ.COMM-Service ebenfalls in allen Offline-Märkten Europas sowie in Russland und Asien. Weitere Projekt für die Stadt Bad Kissingen kamen zum Jahresende hinzu. Ein großer Neukunde ist das Tourist Board von Malaysia. Ab März sind auch zwei neue Mitarbeiterinnen an Bord: Bernadette Krefeld im PR Bereich und Janina Langhanns im Marketing.

Contact & Creation hat das Kundenportfolio weiter diversifiziert. So konnten die Frankfurter den Account für die PR-Arbeit der Wirtschaftsprüferkammer (WPK) für 2012 für sich gewinnen. Im Auftrag der Europäischen Kommission haben die Frankfurter Kommunikationsexperten zudem die PR-Arbeit für den EU-Aktionsplan für Öko-Innovationen übernommen. Der Öko-Innovationsplan soll über gezielte Maßnahmen in allen Wirtschaftszweigen die Entwicklung von Öko-Innovationen beschleunigen und die Kluft zwischen Konzepten und Markt überbrücken. Über die reine PR-Arbeit hinaus geht der Vertrag mit der Europäischen Kommission zum South Baltic Global Ac-

STROMBERGER PR
wird 2012 fünf Jahre alt
und sagt DANKE!

STROMBERGER PR
we make it public.

jung & kreativ • erfahren & flexibel • strategisch & individuell • zielgruppenorientiert • inhabergeführt

STROMBERGER PR • Hauptstraße 2 • 89126 Memmingen • Telefon: 08331/1941-133475-0 • Fax: 08331/1941-133475-10 • kontakt@strombergerpr.de • www.strombergerpr.de

cess Project (SBGA). Im Rahmen des Projektes entwickelt und realisiert die Agentur eine grenzüberschreitende Strategie zur Bewerbung des südlichen Ostsee-Gebietes mit den Flughäfen Bornholm (Dänemark), Palanga (Litauen), Rostock (Deutschland), Småland (Schweden) sowie Szczecin (Polen). Ab 15. März wird auch die German Business Aviation Association GBAA zu den Kunden gehören. Sie versteht sich als Interessengemeinschaft des Werkflugverkehrs und des nicht planmäßigen gewerblichen Flugverkehrs im Rahmen der General Aviation, wie sie von der internationalen Zivilluftfahrtorganisation ICAO festgelegt wurde. Weiterer Neukunde ist die Jean Müller GmbH Elektrotechnische Fabrik in Eltville, Marktführer für Hochleistungssicherungen.

Bei **Comeo** findet ein Müttertausch statt: Jasmine Danso geht im März in Mutterschutz und anschließend in Elternzeit. Zurück aus der Elternzeit in die Agentur kommt Julia Mechtersheimer, die mittlerweile zwei Töchter hat.

Global Communication Experts GmbH baut das Kundenportfolio kräftig aus: Die deutsche Urlaubshotelkette Travel Charme Hotels & Resorts hat die Presse & Öffentlichkeitsarbeit für alle elf Hotels – darunter das bekannte Kurhaus Binz, das Gotische Haus in Wer-

nigerode und die Hotellegende IFEN mit ihrem 75. Geburtstag – in die Hände der Frankfurter Agentur gelegt. Neu auf dem Markt für klassische Kreuzfahrten ist seit Ende des Jahres der Veranstalter Passat Kreuzfahrten, der das deutsche Schiff MS Delphin vermarktet. Ganz im Zeitgeist sind Buchungsportale für private Wohnungen, Appartements und Villen: der europaweit größte Anbieter in diesem Segment www.housetrip.com setzt nun ebenfalls auf GCE.

Global Spot, die offizielle Repräsentanz für Tourism Queensland, hat mit Veronika Wallner eine neue Market Development Managerin. Zu ihren Aufgabengebieten gehört die Betreuung der deutschsprachigen Märkte. Sie ist Ansprechpartnerin für Reisebüros, Reiseveranstalter und Endverbraucher und berichtet an Kai Ostermann, Regional Director Europe. Veronika Wallner, eine ausgewiesene Australien-Kennerin, hat u.a. bei Backpackers World Travel Erfahrungen gesammelt.

Nuray Güler hat zusammen mit Anne Heusner die primo PR gegründet, die gleich mit einem Großkunden an den Start geht: Die internationale Hotelgruppe Mövenpick Hotels & Resorts aus der Schweiz baut auf das langjährige Know-how der beiden Agenturgründerinnen, die zusammen über 30

Jahre Erfahrung im Bereich Tourismus-PR haben.. Zu den weiteren aktuellen Kunden zählen das Mövenpick Hotel Berlin am Potsdamer Platz, das IFM Institut für den Mittelstand aus Düsseldorf sowie der Radreiseveranstalter „Die Landpartie“ aus Oldenburg. primo PR konzentriert sich auf die Kernmärkte Tourismus, Hotellerie und Aviation: www.primo-pr.com

Hansmann PR, 2011 von Marcel Brunnthaler und Tobias Geisler zu 100 Prozent übernommen, wächst und verstärkt die Reise-Unit: Katja Krause (Steiermark, Gröden, Südtirols Süden, Castello di Semivicoli) und Kathleen Ziemann (Ischgl, Pitztal, Rasmushof) verstärken das jetzt achtköpfige Reise-Team um die langjährige Mitarbeiterin und Unit-Leiterin Justina Aksak. Die neuen „Hansmänner“ bringen ebenso Agenturerfahrung mit wie Katharina Höfling (Tiroler Zugspitz Arena, Kleinwalsertal, Warth-Schröcken, Maierl, Salzburger Hof Leogang, H'Otello) und Julia Moser (Steiermark, Stanglwirt, Innsbruck, Hochkönig), die 2011 zu der 1988 von Erika Hansmann gegründeten Agentur gestoßen sind. Insgesamt beschäftigt die Hansmann PR, Brunnthaler & Geisler GbR 17 Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen in den Units Reise, Sport, Mode und Leben.

Hasselkus PR – Social Media & Public Relations hat sich auf die moderne Kommunikation im Bereich Tourismus und Lifestyle spezialisiert. Zu den Kunden zählen unter anderem das Fremdenverkehrsamt für Kolumbien Proexport Colombia, der App-Anbieter Smartguide sowie das Mardan Palace in der Türkei. Seit Januar 2012 hat Hasselkus PR die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für die Budget-Hotelkette B&B Hotels sowie für die beiden Luxusyachten SeaDream Yacht Club in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Verstärkt wird die Agentur ebenfalls seit Januar durch Andrea Weber, die langjährige

www.liebl-presse.de

- Texte
- Hintergründe
- Bilder
- Storyideas

Alles auf einen Klick!

Erfahrung als Journalistin für Radio und Fernsehen mitbringt.

Julia Kolanghis erwartet ihr zweites Kind und wird sich ab April in die Elternzeit verabschieden. Die A_ROSA Flussschiff GmbH Pressestelle und ihren Kooperationsbereich übernimmt **Christine Cubasch**.

Jana Lüth ist zum Ende des vergangenen Jahres zur Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein gewechselt und leitet dort die Nachrichtenagentur. Sie freut sich nach fünf Jahren mit exotischen Begegnungsreisen bei Gebeco auf die Kommunikation für das Land zwischen den Meeren. Die neue Mailadresse lautet lueth@sht.de, im Internet: www.sh-nachrichtenagentur.de

MAROUND PARTNER betreut mit dem Grand Hotel Villa Castagnola seit kurzem die PR-Agenda eines echten Schweizer Hoteljuwels im deutschsprachigen Raum. Neu im Kundenportfolio der Münchner Agentur ist auch das Viersterne-Hotel Cyprianerhof im Südtiroler Dörfchen Tiers (Ansprechpartnerin: Alexandra Rokossa). Ein „Heimkehrer“ ist für MAROUNDPARTNER die Festspielstadt Salzburg. Schon vor einigen Jahren hatte die Agentur die PR-Arbeit für Salzburg in Deutschland

gestaltet, jetzt hat sie die Arbeit für den gesamten deutschsprachigen Raum übernommen. Ansprechpartnerin ist Vesna Tornjanski, die auch für das Grand Hotel Villa Castagnola zuständig ist.

noble kommunikation hat im Ranking der besten Touristik PR-Agenturen zum dritten Mal Platz Eins belegt. Für die Hitliste haben 108 Journalisten alle über 230 in der Reisebranche tätigen Agenturen bewertet. In allen vier Kategorien – Pressemailings, Beantwortung von Journalistenanfragen, Organisation von Pressekonferenzen und –reisen sowie Kreativität von Themen und Aktionen – liegt noble kommunikation an der Spitze. Auf Platz Zwei folgt Uschi Liebl PR, auf Platz Drei Wilde & Partner.

Daniela Piroth betreut mit ihrem Team von piroth.kommunikation seit Beginn des Jahres drei neue Kunden aus ihrer Heimat, der Mittelmosel-Region: die Wein- und Jugendstilstadt Traben-Trarbach, das Romantik-Jugendstilhotel Bellevue und das Hotel Moselschlößchen. Die Agentur aus München hatte den ersten unterirdischen Wein-Nachtsmarkt und die erste Unterwasser-Weinprobe weltweit im Bereich PR begleitet und wird nun das neue Tourismuskonzept „Traben-Trarbach 2017“ medial umsetzen. Mit den neuen Kunden kam

auch eine neue Mitarbeiterin zum Team: Teresa Schreiner war vorher in der Pressestelle der CSU-Landtagsfraktion und bei der deutsch-tschechischen Industrie- und Handelskammer in der Abteilung für Unternehmenskommunikation tätig.

STROMBERGER PR freut sich über eine neue Mitarbeiterin. Seit Februar unterstützt Carola Kolmann das Team. Zudem begrüßt die Agentur zahlreiche neue Kunden: DAS KRONTHALER in Tirol, die Neueröffnung D-Hotel Maris in der Türkei, die Solieve Hotels & Resorts in Norditalien und das Barceló Sancti Petri Resort & Spa in Andalusien. Im Dezember wird das neue WIESERGUT in Hinterglemm seine Pforten öffnen.

Holger Wetzel hat sein Agentur-Portfolio erweitert und bietet mit Aah! Agentur alberthamburg neben der klassischen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ab sofort auch die Organisation von Veranstaltungen an.

Wilde & Partner sicherte sich im Oktober mit der Öffentlichkeitsarbeit für die Region Zell am See-Kaprun eine der wichtigsten Ganzjahresregionen Österreichs. Seit Beginn des Jahres zählt auch Europas größter Betreiber von Privatjets, NetJets, zum Portfolio der Agentur. Im Bereich

piroth.kommunikation

PR Marketing Events

Besuchen Sie uns auf der ITB 2012 an unserem Stand Halle 5.3 / 112

Wir freuen uns auf einen informativen Austausch bei regionalen Spezialitäten unserer aktuellen Kunden:

Alpenregion Tegernsee Schliersee | Prien am Chiemsee | Ferienregion Tegernsee | Ferienregion Fichtelgebirge | Wein- und Jugendstilstadt Traben-Trarbach | Romantik-Jugendstilhotel Bellevue | Hotel Forsthofgut | Sporthotel Stock | BollAnt's im Park – Romantik Hotel & Vital Spa | Kloster Marienhöh – hideaway & spa | Hotel Moselschlösschen | Anse Chastanet Saint Lucia | Jade Mountain Saint Lucia | Villas Valriche Mauritius

Hotellerie begleiten die Münchner zwei Groß-Ereignisse. Bereits vor Weihnachten eröffneten die neuen Häuser Hilton Frankfurt Airport und Hilton Garden Inn Frankfurt Airport im The Square am Frankfurter Flughafen. Im Frühling steht die Einweihung des ersten Waldorf Astoria Berlin auf der Agenda. Seit kurzem ist die Agentur auch für die Personality-PR eines Münchner Traditionsnamens tätig. Familie Wickenhäuser feiert 2012 ihr 100-Jähriges. Neben dem Hotel Cristal und dem Hotel Dolomit verbindet man diesen Namen in der bayerischen Landeshauptstadt mit den gleichnamigen

Autohäusern. Zuwachs auch bei den Mitarbeitern: Seit kurzem verstärkt Veronika Kießwetter in der Position des Team Account Supports die Kollegen des Teams Aviation. Neue Wege geht w&p seit Ende Oktober mit der Netzwerkveranstaltung Travel Massive, die bereits in 16 Städten weltweit etabliert ist. In der bayerischen Landeshauptstadt ist die Agentur exklusiver Organisator für den Event, der mehrmals jährlich stattfinden soll und sich neben Journalisten, PR-Experten und Branchenvertretern auch an Blogger richtet und alle, die sich mit dem Thema Social Media beschäftigen.

Abschied von Rose Gien

Italien war für sie – in diesem Sinne darf man das Wort ruhig ernsthaft verstehen –, eine „heilige Angelegenheit“. Sie kannte das Land von Mailand bis Palermo. Sie liebte dieses Land und lockte, als sie noch für die Enit tätig war, mit ihren Artikeln viele Touristen nach Italien. Sie, das war Rose-Margarete Gien, die viele Jahre Mitglied der VDRJ war und in den letzten Jahren zum Freundeskreis gehörte.

Es verging keine ITB Berlin, an der sie nicht teilnahm. Sie wollte und musste dabei sein. Schon in den Jahren, als diese Messe noch in den Kinderschuhen steckte, war sie überzeugte Besucherin und man sah sie in Hektik von Pressekonferenz zu Pressekonferenz hetzen. Immer mit dem Gruß „wir sehen uns im nächsten Jahr auf der ITB“. Zur diesjährigen ITB wird sie nun nicht mehr anreisen können, denn Rose-Margarete Gien ist im Alter von 83 Jahren am 29. Januar 2012 friedlich eingeschlafen. Die letzten Monate musste sie in einem Frankfurter Hospiz verbringen.

„Reisen hat einen großen Teil meines Lebens ausgemacht“, schrieb sie ihren Freunden und Angehörigen als letzten Gruß, „nun ist es wieder an der Zeit eine Reise anzutreten, von der ich Euch leider nicht mehr berichten kann“. Wir wollen ihrer in Stille gedenken.

Peter Köppen

Trauer um Dr. Tas Toth

Seine Heimat war die weite Welt, so hat er es noch im Alter von 84 Jahren gesehen. Der gebürtige Ungar ist leidenschaftlich gerne gereist, solange er konnte. In der letzten Zeit konnte er nicht mehr: Am 17. Januar 2012 ist Dr. Tas Toth nach langer, schwerer und geduldig ertragener Krankheit in München gestorben.

Tas Toth ist am 16. Februar 1923 in Budapest geboren worden und in Ungarns Schicksalsjahr 1956 nach Deutschland emigriert. Über die Umstände seiner Flucht und eine spätere Rückkehr in die ehemalige Heimat hat er vor Jahren im Columbus berichtet. Seit 1977 war Dr. Tas Toth in der VDRJ, eines unserer ältesten Mitglieder. 30 Jahre hat er als Nachrichtenchef bei „Radio Freies Europa“ gearbeitet und sich nebenbei als Reisejournalist und Fotograf betätigt. Später, als Freelancer, widmete er sich seinen Spezialgebieten Ungarn, Schlosshotels und Kreuzfahrten. Auch künstlerisch ist der Journalist immer wieder in Erscheinung getreten – mit großen Fotoausstellungen, unter anderem „Das menschliche Antlitz Europas“. Ein aufrechter Mann, ein stiller, nobler Herr, um den seine Frau, mit der er 58 Jahre verheiratet war, und zwei Töchter trauern. Die VDRJ hat mit ihm einen wahren Gentleman verloren.

Hans-Eckart Rübesamen



Impressum

Verleger:

Vereinigung Deutscher Reisejournalisten (VDRJ), Berlin

Herausgeber:

Jürgen Dresek, 1. Vorsitzender und Sprecher, Düsseldorf
Str. 33a, 10707 Berlin, dresek@vdrj.org

Postanschrift:

VDRJ-Columbus-Magazin,
Postfach 151402, 10676 Berlin
Telefon 0700 0000 8375, (07, sechsmal null, vdrj)

Redaktion:

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

Mitarbeiter dieser Ausgabe:

Helge Bendl, Klaus Bötig, Ariane Breyer, Otto Deppe, Heidi Diehl, Klaus Dietsch, Jürgen Dresek, Juliane Fischer, Dagmar Gehm, Rolf Kienle, Peter Köppen, Christian Leetz, Fabian von Poser, Roberto la Pietra, Alexander Richter, Hans Eckart Rübesamen, Helge Sobik, Lilo Solcher, Markus Wolff, Horst Zimmermann, Fabian Zinnecker
Korrekturen: Dagmar Gehm

Fotonachweis: Alterfalter - Fotolia.com (S. 28), Klaus Bötig (S. 13, 14), Heidi Diehl (S. 36), Otto Durst - Fotolia.com (S. 22), Juliane Fischer (S. 20/21), graphicsdeluxe - Fotolia.com (S. 56/57), Thomas Grundner (S. 60), Sergej Horovitz (S. 60), Varina Patel - Fotolia.com (S. 58), Christopher Pillitz für Geo Spezial (S. 46/47, 48/49, 50/51), Alexander Richter (S.24/25), salajejan - Fotolia.com (S. 45), Tobias Schmitt (S. 53, 54), Lilo Solcher (S. 5, 30, 34, 38/39), Gunther Träger (S. 39), Tempura - istockphoto.com (S. 60), webphotographer - istockphoto.com (S. 27)

Titelbild: Klaus Bötig

Collagen und Montagen: Florian Solcher.

Layout und graphische Gestaltung:

Florian Solcher, www.alphalogic.org

Druck:

KS Druck & Medien
Semtstraße 6-10
85560 Ebersberg
info@ks-druck.com
www.ks-druck.com

