

CTOUR ALMANACH

Zwischen Traum und Wirtschaft

Gespräch über eine
Branche, die von der
Urlaubsfreude lebt

Die Grünen kommen

Wiederkehr der
Überlandbusse

Holzpferde aus Nusnäs

Schwedische
Impressionen

Ihr kurzer Draht

zum Branchenverband der Touristik

Wenn's um Fragen zum Tourismus geht, nehmen Sie Kontakt zur Pressestelle des Deutschen Reiseverbandes (DRV) auf!

Wir geben Ihnen gerne Auskunft über

- die Vorteile der organisierten Urlaubsreise
- die Vorteile der professionell vermittelten Geschäftsreise
- den professionellen Reisevertrieb
- das branchenweite Krisen- und Sicherheitsmanagement, das der DRV für die Tourismusunternehmen koordiniert
- Trends im Reisemarkt
- Fakten und Zahlen zum deutschen Reisemarkt und zum Wirtschaftsfaktor Tourismus

Ihre persönlichen Ansprechpartner in der DRV-Pressestelle:
Deutscher Reiseverband (DRV), Schicklerstraße 5–7, 10179 Berlin
www.driv.de, www.facebook.de/DRVde



Torsten Schäfer
Leiter Kommunikation
Telefon: +49 30 28406-20
E-Mail: schaefer@drv.de



Sibylle Zeuch
Pressesprecherin
Telefon: +49 30 28406-15
E-Mail: zeuch@drv.de

Der Deutsche Reiseverband (DRV) ist die führende Interessenvertretung aller Unternehmen der heimischen Reisebranche. Bei uns sind Reiseveranstalter und Reisebüros aller Größen sowie Leistungsträger (Dienstleister, Airlines, Bahn, Versicherungen, IT-Unternehmen) und ausländische Fremdenverkehrsämter vertreten.



INHALT

Reiseberichte und Reportagen	
Deutschland: Der Buchenwald von Stubnitz	10
Aserbaidshan: In Baku tanzen Baukräne Ballett	20
Kolumbien: Auf Urwaldpfaden in den Urlaub	26
Kanada: Auf Jack Londons eisiger Spur	36
Oman: 1001 Kilometer zu 1001 Nacht	42
Frachtertour: Mit Santa Rosa über den Ozean	44
Schweden: Die Holzpferde von Nusnäs	50
China: Im Banne des Jangtze-Dammes	54
Expertengespräch	
DRV-Präsident: Reisebranche in die Pflicht genommen	8
Tourismus-Trend 2013	
Hochsee-Kreuzfahrt	16
Fernbus-Reisen	24
Eisenbahn-Reisen	40
Tourismus-Unternehmen	
TUI: Fernreisen wachsen zweistellig	13
ITB: 10.000 Aussteller	15
REWE Touristik: Familienurlaub bleibt Dauerbrenner	23
alltours: Dacta neu im Programm	39
Thomas Cook: Neckermann-Tradition wird weiter gepflegt	47
C&C: Best-Ager versprechen Wachstum	53
Betrachtung	
Wer schreibt da noch?	18
Touristenattraktion	
Kleine Sehenswürdigkeiten	49
Berlin City West	56
Berlin City Ost	57
In eigener Sache	
Jahresrückblick 2012	4
CTOUR-Dokumentation	6
Bildergalerie	14
Mitglieder-Verzeichnis	28
CTOUR unterwegs	30
CTOUR-Ehrenmitglieder	32
CTOUR-Stammhotel	33
Buchautoren im Club	34
CTOUR-Hotelstammtisch	48
Glosse	
Ber, Berlin, Berlina	58

EDITORIAL



Hans-Peter Gaul
CTOUR-Vorstandssprecher

Bilanz und Ausblick: Das sind wir

Liebe Leser, wir freuen uns, Ihnen pünktlich zur Internationalen Tourismusbörse den CTOUR-Almanach 2013 präsentieren zu können. Er spiegelt unser vielfältiges Clubleben wider mit jährlich bis zu 20 Veranstaltungen nebst Infotouren zu touristischen Zielen in Nah und Fern. CTOUR, die Reisejournalisten-Vereinigung Berlin/Brandenburg, deren Mitglieder aus allen Bereichen des Journalismus kommen, verfolgt seit 23 Jahren mit großer Aufmerksamkeit die Entwicklung des Tourismus und lädt sich dazu prominente, gut informierte Touristiker zum Gespräch. So wie die internationale Reisebranche ständig in Bewegung ist, macht auch CTOUR immer wieder neue Angebote. Die gerade in Kooperation mit der Berliner Freizeit- und Tourismusagentur Grafenstein gestartete Premiere des CTOUR-Medientreffs „Speed Dating Tourismus Berlin“ mit 11 Destinationen ist dafür ein gutes Beispiel. Wir rechnen es uns zur Ehre an, dass namhafte Repräsentanten großer Veranstalter wie TUI Deutschland, Thomas Cook, REWE-Touristik, alltours oder Aldiana regelmäßig zu Gast sind und zu aktuellen Trends in der Tourismuswirtschaft Rede und Antwort stehen. Einige von ihnen sind Ehrenmitglieder des Clubs und unterstützen uns seit vielen Jahren mit Rat und Tat. Welches Ansehen sich CTOUR und seine 90 Mitglieder in der Tourismusbranche über die Jahre journalistisch erarbeitet haben, belegen auch ihre weltweiten Reiseaktivitäten (siehe Seiten 30/31). CTOUR-Mitglieder haben allein 2012 rund um den Globus 51 Länder bereist und darüber in Wort, Bild und Ton berichtet. Einige ausgewählte Arbeiten legen in der vorliegenden Publikation davon Zeugnis ab.

Liebe Leser, wir wünschen Ihnen bei der Lektüre des CTOUR-Almanachs 2013 Vergnügen und Erkenntnisgewinn und versprechen, Sie auch weiterhin auf dem Laufenden zu halten; mit einem periodisch erscheinenden Newsletter sowie online unter www.ctour.de.

Herzlichst
Ihr

Von Monat zu Monat

Stammtisch, Special und Medientreff - Hingehen oder nicht, das ist jedes Mal die Frage. Und die Qual der Wahl. Eine Lobhudelei auf CTOUR

Ein Club, dessen Mitglieder ihre vornehmste Aufgabe darin sehen, auf Kosten anderer durch die Welt zu reisen, ein solcher Club verführt schnell zum Beitritt. Doch Vorsicht! Auf Kosten anderer heißt ja nicht unentgeltlich. Bezahlt werden muss so eine Reise in jedem Fall. Nur die Währung ist eine andere als üblich. Gelöhnt wird in schönen Bildern, in Artikeln über Land und Leute, in Fernsehreportagen und Rundfunkinterviews. Damit ist schon eine Menge gesagt über CTOUR, den Club der Tourismusjournalisten Berlin/Brandenburg. Von Anfang an war es Ziel der Gründungsväter, die touristische Entwicklung in den neuen Bundesländern, in Deutschland, Europa und der Welt zu verfolgen, darüber zu berichten, Kontakte mit großen wie kleinen Unternehmen der Tourismusbranche zu pflegen, Analysen, Nachrichten und Hintergründe zu vermitteln und – last but not least - den Mitgliedern ein interessantes Clubleben zu bieten. Wie aus weitgereisten, gut informierten Kreisen der Reisebranche zu erfahren war, ist das weitgehend gelungen. CTOUR ist heute ein über Berlin/Brandenburg hinaus renommier-

ter Journalistenclub, der eine gute Rolle im Presseleben der Hauptstadt spielt. Rund 90 Journalisten (mal mehr, mal weniger) gehören ihm an. Rundfunk- und Fernsehleute, Zeitungsredakteure, Fotografen, Buchautoren, Online-Journalisten und Öffentlichkeitsarbeiter. Darunter sind Festangestellte, feste Freie und Freischaffende, die feste arbeiten. Schon längst sind die kleinlichen Verwaltungsgrenzen von Berlin und Brandenburg niedergerissen, wir haben Mitglieder aus Erfurt, Unna, Stralsund, Dresden, Leipzig, Bonn.

Gespräche am Kamin

Einmal im Monat lädt der Club zu Veranstaltungen ein. Dabei kann es sich um ein Special handeln, zu dem auch schon mal (je nach Thema) Nichtmitgliedern geladen werden. Oder um ein Kamingespräch, wo in vertraulicher Runde aus dem „Nähkästchen“ geplaudert wird. Ganz intim. In kleinem, feinen Rahmen. Das letzte fand mit Willi Verhuvén statt, dem originellen Alltours-Chef. Dagegen ist der Medientreff ein journalistisches Großereignis. Es steht der gesamten Branche offen. Egal, ob die Medienleute und/oder Reiseveranstalter aus Berlin oder Brandenburg sind, aus Bay-

ern anreisen, aus Magdeburg oder Dresden. Drei Veranstaltungen dieser Art fanden bislang statt. Alle waren ein großer Erfolg. Der erste CTOUR-Medientreff musste sogar wegen Überfüllung geschlossen werden. Er fand am Pariser Platz statt, 5. Etage, Turmsalon, Sitz der Regierungsvertretung von Québec in Berlin. Zwischen Reichstag und Brandenburger Tor. Auf Augenhöhe mit der Quadriga wurde über Kebec geredet. So jedenfalls nannten die Algonkin-Indianer die Stelle, an der sich der St. Lorenz-Strom auf nur einen Kilometer verengt, und der Franzose Jacques Cartier im Jahre 1534 auf der Suche nach Gold mit seinem Boot ankerte. Die Franzosen übernahmen das Wort, machten Québec daraus, und genau um diese Provinz drehte sich alles an diesem französisch-kanadisch-deutschen Abend. Mit den eben skizzierten extraordinären Rahmenbedingungen hat der journalistische CTOUR-Alltag weniger zu tun. Er findet als Stammtisch statt, ist nur den Mitgliedern offen und steht im Abacus-Hotel. Doch im Gegensatz zum hinlänglich bekannten Kneipenmöbel werden an ihm keine Parolen produziert, sondern

Informationen verteilt, neue Kontakte vermittelt, alte gefestigt, der Gedankenaustausch gepflegt. Allein im Jahre 2012 fanden 16 CTOUR-Veranstaltungen statt. Statistisch gesehen 1,3 Veranstaltungen pro Monat. Nicht enthalten in der aufgemachten Rechnung sind die „kleinen CTOUR-Reisen“ in den Filmpark Babelsberg, nach Cottbus und den Spreewald, ins UNESCO-Weltnaturerbe Grumzin (Schorfheide) sowie zu einem interessanten Burnout-Workshop nach Reinbek bei Hamburg.

Vielfältige Angebote

Erst, wenn man diese Aktivitäten hinzurechnet, wird das ganze Ausmaß des Angebots (es ist auf der folgenden Seite dokumentiert) deutlich. Dann sind es fast zwei Veranstaltungen pro Monat. Dieser Satz verdient ein Ausrufezeichen. An zwei Abenden des Monats also müssen Mitglieder von CTOUR eine Entscheidung treffen: hingehen oder nicht hingehen? Da keine Anwesenheitslisten geführt werden, wird an dieser Stelle die Erfolgsgeschichte etwas ungenau. Aber bis auf einen Ausrutscher nach unten und zwei nach oben bringen es die CTOUR-Veranstaltungen in der Regel auf zirka vierzig journalistische Zuhörer, interessierte Fragesteller



und Mitstreiter in der Kunst, die eigene Neugier zu befriedigen. Sich zu bilden, Monat für Monat vom Berliner Abacus-Hotel aus ganz bequem zu erfahren, was es in der kleinen deutschen und der großen internationalen Welt so alles gibt. Spätestens an dieser Stelle ein Wort zu Hans-Peter Gaul, der Seele unseres Clubs. Der Mann hastet täglich von einer Pressekonferenz zur anderen, wirbt Mitglieder, kümmert sich um Sponsoren, entwickelt neue Ideen, organisiert die meisten CTOUR-Veranstaltungen, schreibt Beiträge, fotografiert, ruft an, kennt Gott und die Reisewelt und setzt als Vorstandssprecher all seine Kräfte ein, um CTOUR, den Club der Tourismusjournalisten Berlin/Brandenburg, inhaltlich so interessant wie möglich zu machen. Denn genau darum geht es seit über zwanzig Jahren. Um nicht mehr und nicht weniger. ■

BERND SIEGMUND



Touristiker aus Nah und Fern zu **Gast im Club**

Auf dem Programm unserer Reisejournalisten-Vereinigung standen auch 2012 wieder interessante Veranstaltungen und Touren ins Brandenburgische Umland

Stammtisch

Neue Erlebniswelten und Rundreisen der sorglosen Art mit Mathias Brandes, Kommunikationschef von Thomas Cook/Neckermann-Reisen
am 26. Januar
im ABACUS Tierpark Hotel

Medientreff

TUI Cruises zur aktuellen Situation in der Kreuzfahrtszene mit Richard J. Vogel, CEO TUI Cruises
am 2. Februar
in der World of TUI Berlin

Special

Damit der Traumurlaub nicht zum gesundheitlichen Risiko wird u. a. mit dem wissenschaftlichen Leiter des Centrums für Reisemedizin (CRM) Düsseldorf, Dr. Tomas Jelinek
am 21. Februar
in der Bundespressekonferenz (in Kooperation mit CRM)

Kamingespräch

Mit Alltours-Chef Willi Verhuven und Kommunikationschef Stefan Suska
am 24. Februar
im Kaminzimmer des Marinehauses Berlin

Special

Hainan Airlines mit Stefan Lutz Deerberg und LH-Catering stellen
am 28. März
Neues auf dem Flughafen Berlin-Tegel vor.

Stammtisch

Oberlausitz-Tourismus mit Geschäftsführer Prof. Dr. Holm Große und die 6. Landesgartenschau Löbau im Blickpunkt
am 3. April
im ABACUS Tierpark Hotel Berlin

Medientreff

Quebec-Präsentation mit Martina Klöckner-Scherfeld, Geschäftsführerin Destination Quebec und Serge Vailancourt, Leiter der Regierungsvertretung Quebec in Deutschland
am 19. April
am Pariser Platz

Special

112. Deutscher Wandertag im Fläming mit Traugott Heinemann-Grüder, Geschäftsführer Tourismusverband Fläming und mit Ute Dicks, Geschäftsführerin Deutscher Wanderverband
am 26. April
am Potsdamer Platz

Stammtisch

Krisenkommunikation bei TUI mit Mario Köpers, Kommunikationschef TUI Deutschland und Beate Arnold, Leiterin World of TUI
am 22. Mai
in der World of TUI Berlin

Special

Neubau des Berliner Stadtschlusses/Humboldtforum mit Wilhelm von Boddien, Geschäftsführer Förderverein Berliner Schloß e.V.
am 26. September
in der Humboldt-Box

Special

Ferienimmobilien in Krisenzeiten mit dem Schweizer Roman Stern, Direktor des Luxus-Resorts Martinhal in Portugal
am 10. Oktober
im ABACUS Tierpark Hotel Berlin

Special

Hausbootfahrt rund um die Müggelberge mit dem Yachtcharter Löber Berlin
am 16. Oktober



Deutscher Wandertag: on tour im Fläming.



Quebec: ante portas am Pariser Platz.



China Tours: Präsentation im ABACUS Hotel.



Yachtcharter Löber: Bootstour rund um die Müggelberge



TUI-Cruises: Vortrag im TUI-Flaggschiffstore.



alltours-Chef Verhuven: Kaminabend im Marinehaus.



Oberlausitz-Tourismus: Stammtisch im ABACUS Hotel.



Harz-Tourismus: Hexen-Besuch in Berlin.

Medientreff

Harz meets Berlin mit Carola Schmidt, Geschäftsführerin Harzer Tourismusverband, Dr. Christian Juraneck, Geschäftsführer Schloss Wernigerode, Carsten Cossmann, TUI-Direktor Autoreisen und Ursula Laumann, Pressesprecherin Union Sozialer Einrichtungen (USE)
am 22. Oktober
in der Freiheit 15 Berlin-Köpenick

Stammtisch

Tourismus in China. Gesprächsrunde mit China Tours-Direktor Liu Guosheng
am 12. November
im ABACUS Tierpark Hotel Berlin

Special

Die Internet-Plattform Holidaycheck mit B2B-Chef Georg Ziegler und Pressesprecher Claudius Moarefi
am 20. November
im ABACUS Tierpark Hotel Berlin

Stammtisch

REWE-Pauschaltouristik Köln mit Pressesprecherin Anne Schmidt und dem Direktor Erdgebundene Reisen Udo Schröder
am 4. Dezember
im ABACUS Tierpark Hotel Berlin. ■

Reisebranche in die Pflicht genommen

DRV-Präsident Jürgen Büchy zur Konjunktur der Reisebranche, den Herausforderungen des Internets sowie zur Aufgabe nachhaltigen Wirtschaftens im Tourismus



? Herr Büchy, auf dem Kongress des Deutschen Reiseverbandes Mitte November in Montenegro konnten Sie von einem überdurchschnittlichen Umsatzwachstum der deutschen Tourismusbranche berichten. Wie ist das angesichts von Euro- und Staatsschuldenkrise zu erklären? Unsere Branche lebt von der Urlaubsfreude der Deutschen. Und die verfügten auch 2012, dank sehr guter wirtschaftlicher Rahmenbedingungen, über ein gut entwickeltes verfügbares Einkommen, das sie auch für Urlaubsreisen ausgegeben haben. Die Wirtschaftskrise der Griechen, Italiener und Spanier hatte auf den Tourismus der Deutschen keine Auswirkungen.

? Wird sich der Trend auch 2013 ungebremst fortsetzen? Wir sind zu Beginn des Jahres mit unseren Prognosen für 2013 etwas

vorsichtiger gewesen, zumal sich die Auguren über das mögliche Wirtschaftswachstum in diesem Jahr noch uneinig sind. Dennoch erwarte ich ein Umsatzplus, allerdings nicht in der Größenordnung des Vorjahres.

? Wovon hängt letztlich alles ab? Vom Vertrauen des Verbrauchers, Geld, das er für den Urlaub eingeplant hat, angesichts anderer wichtiger Ausgaben guten Gewissens auch ausgeben zu können. Das hat mehr mit seinen Erwartungen zu tun als mit realer Belastung.

? Sie konnten von einem überdurchschnittlichen Umsatzwachstum berichten. Gleichzeitig hatten Sie aber auch Grund zur Klage über unzureichende Aufmerksamkeit der Politik für die Belange des Tourismus. Was sind die Ursachen? Die Wirtschaftskraft unserer Branche kommt nicht so geballt daher wie zum Beispiel die der deutschen Automobilindustrie mit tausenden von Arbeitsplätzen und nur wenigen, aber sehr großen Anbietern. Nicht desto trotz ist die volkswirtschaftliche Bedeutung der deutschen Tourismuswirtschaft nach Anzahl der Arbeitskräfte und ihrem Beitrag zum Bruttoinlandsprodukt größer als die der Automobilindustrie.

? Konkret? Eine Studie im Auftrag des Bundeswirtschaftsministeriums hat jüngst belegt, dass mit 2,9 Millionen Beschäftigten rund sieben Prozent aller Erwerbstätigen im Tourismus arbeiten. Das heißt: Wir bringen deutlich mehr Menschen in Lohn und Brot als viele andere Branchen.

? Herr Büchy, haben Sie die Hoffnung, dass diese Tatsachen

künftig stärker als bisher in politische Überlegungen Eingang finden werden? Wenn ich ohne Hoffnung wäre, könnte ich das stete Trommeln auf dem Altar der Politik sein lassen. Doch die Zahlen machen bei Ministerien und Behörden auch gelegentlich Eindruck.

? Dennoch wirft Ihnen die Politik von Zeit zu Zeit immer wieder Knüppel zwischen die Beine. Beispiel Luftverkehrssteuer, die heimische Carrier im globalen Wettbewerb Nachteile verschafft. Gibt es in dieser Angelegenheit Bewegung? Im Moment ist nicht erkennbar, dass sich irgend jemand ein Herz fasst und das Thema angeht, denn der Finanzminister, der mit der Luftverkehrssteuer eine Milliarde Euro zusätzlich einnimmt, gibt diese zusätzliche Einnahme nicht so schnell wieder her.

? Täuscht der Eindruck, dass andere Branchen im Bund eine stärkere Lobby als der Tourismus haben? Wäre Mallorca das 17. Bundesland, hätten wir gewiss eine stärkere Urlaubslobby.

? Zu Ihrer vorwiegend mittelständisch geprägten Klientel zählt auch die Reisebürobranche. Muss sie sich angesichts des Internet-Vormarsches und einem sich wandelnden Buchungsverhalten der Kundschaft existenzielle Sorgen machen? Darüber reden wir, seit das Internet den Verbraucher erreicht hat, und es speziell bei Flugbuchungen und bei der Bahn zu Verlagerungen aus dem klassischen Reisevertrieb ins Internet gekommen ist. Dennoch verkaufen von den rund 10.000 Reisebüros noch immer fast 3.000 Büros Flüge und Bahntickets – die Anzahl ist nur geringfügig zurückgegangen.

? Wie ist die Lage der Branche übers Ganze betrachtet? Im letzten Jahrzehnt sind rund ein Drittel aller stationären Reisebüros ausgeschieden. Aber rund 10.000 haben sich behauptet und machen heute mehr Umsatz als vormals alle zusammen. Das heißt, der Umsatz des einzelnen Büros ist trotz Internet im letzten Jahrzehnt gestiegen.

? Obwohl Deutschland im Vergleich mit anderen großen europäischen Märkten über eine sehr hohe Reisebüroichte verfügt? Die Tatsache, dass wir mehr und teilweise sogar doppelt so viele stationäre Reisebüros als beispielsweise England oder Frankreich haben, lässt den Schluss zu, dass es der Mehrzahl wirtschaftlich so schlecht nicht geht, anderenfalls gäbe es sie nicht mehr.

? Woraus beziehen stationäre Reisebüros ihre Vertriebsstärke im Vergleich mit Online-Reisebüros? Aus der Beratungsleistung, die schließlich dem Kunden einen geldwerten Vorteil verschafft, weil dem potenziellen Kunden eine im Internet gebuchte Reise letztendlich nicht billiger kommt als im stationären Reisebüro. In Deutschland gilt laut Handelsgesetzbuch: Eine identische Reise muss in allen Vertriebskanälen den gleichen Preis haben. Natürlich fallen ja auch bei Internet-Unternehmen Kosten an, besonders natürlich für Technik, Marketing und auch für Personal.

? Herr Büchy, welchen Herausforderungen sind die Veranstalter, durch den Vormarsch des Internets in der Reisebranche ausgesetzt? Rein technisch betrachtet ist der Paketveranstalter schon heute durch das Internet leichter zu ersetzen als das stationäre Reisebüro.

? Warum? Weil der Kunde inzwischen alle Einzelleistungen, die bislang ein Veranstalter für ihn zusammen gepackt hat, weltweit einzeln beziehen kann. Nicht nur von Internet-Plattformen, sondern zunehmend auch von sich selbst vermarktender Destinationen.

? Was macht denn dann den Vorteil des Reiseveranstalters aus? Im Gegensatz zur selbstorganisierten Reise bietet die klassische Pauschalreise oder Baustein-Reise eines Veranstalters dem Urlauber mehr Service – beispielsweise durch den Reiseleiter vor Ort – und in Krisensituationen mehr Sicherheit – etwa für den Fall, dass er am Urlaubsort von einem Tsunami oder einer Aschewolke heimgesucht wird.

? Neben den Großveranstaltern existieren auch Spezialisten. Ist das ein Wettbewerbsnachteil? Nein, warum, sie machen die Vielfalt im Reisemarkt aus. Mein Klassiker ist das Bayerische Pilgerbüro. Ein kleiner Reiseveranstalter, der in der Nische erfolgreich das macht, was die großen Marktführer niemals anbieten werden.

? Letztes Thema: Nachhaltiger Tourismus. Das Anliegen war auf der vorjährigen Jahrestagung Ihres Verbandes ein Schwerpunktthema der Konferenz. Was treibt Sie an, dieses Thema auf die Tagesordnung zu setzen? Die Überzeugung, dass wir uns in allen Branchen der Pflicht, nachhaltiger als bisher zu wirtschaften, stellen müssen. Auch in der Tourismusbranche, die ein Produkt oder eine Dienstleistung anbietet, die mit Verlaub, der Mensch zum Überleben nicht zwingend benötigt.

? Löst dieses Ansinnen im Tagesgeschäft der Veranstalter schon allenthalben Begeisterung aus?

Auf der Chefebene bekommen sie Zuspruch. Doch wo kalkuliert wird, ob ein Hotel unter Vertrag genommen wird oder nicht, spielt der Gedanke der Nachhaltigkeit bisher noch keine Hauptrolle.

? Was muss geschehen, damit sich das Bewusstsein in die richtige Richtung entwickelt? Meine These ist, dass es vor dem Hintergrund eines wachsenden Verbraucherbewusstseins in Deutschland auch im Reisegeschäft künftig möglich sein muss, dass der Kunde sich für oder gegen ein Hotel in puncto Nachhaltigkeit entscheiden kann. Das setzt voraus, dass im Katalog nachhaltig produzierte Produkte deutlich sichtbar gemacht werden. Nur dann kann sich eine Kaufentscheidung darauf beziehen.

? Gibt es bereits entsprechende Zertifikate bzw Gütesiegel? Ja, aber zu viele. Dadurch ist keine Transparenz gewährleistet, das gut gemeinte Anliegen verpufft.

? Immerhin hat Deutschlands Reisebranche in Montenegro ein Zeichen für soziale Unternehmensverantwortung und Nachhaltigkeit gesetzt, indem der Globale Ethikkodex für den Tourismus der Welttourismusorganisation UNWTO unterschrieben wurde. Was beinhaltet dieser Kodex? Zehn Grundsätze, die Tourismus-Anbietern Handlungsempfehlungen geben für verständnis- und respektvolles Verhalten gegenüber den Mitarbeitern, den Menschen in den Gastländern sowie gegenüber Natur- und Kulturerbe. Den „UNWTO Global of Ethics“, habe ich stellvertretend für die gesamte Branche unterschrieben. ■

Vielen Dank für das Gespräch.
KLAUS GEORGE

Geadelt: Der Buchenwald von Stubnitz

Eine Wanderung durch den Rotbuchenwald im Nationalpark Jasmund auf Rügen, dem 2011 das Prädikat „Weltnaturerbe“ von der UNESCO verliehen wurde

Ein scharfer Westwind hat die Wolken der Nacht vom Himmel gefegt, nun liegt Rügen, Deutschlands schönstes Sehstück, wie gemalt in der Frühlingssonne und inspiriert Menschen aus Weiß-Gott-Woher, zwischen rapsgelben, meerblauen und frühlinggrünen Farbkleckszen spazieren zu gehen. Immer der Nase nach. Schritt für Schritt. Einen Fuß vor den anderen, dann den anderen vor den einen. Wandern ist die einfachste Sache der Welt. Glaubte man jedenfalls bis vor kurzem. Aber das ist ein Irrtum. Der deutsche Spaziergang ist eine Wissenschaft für sich. Sein Hauptzweck besteht weder darin, sich schnöde an der Natur zu erbauen, noch im profanen Verdauen von Eisbein & Co. Diesbezügliche Ergebnisse sind bestenfalls ein körperlicher Neben-

Karsten Klaene, Ranger im Nationalpark.



effekt. Beim deutschen Spaziergang geht es um geistige Schwerarbeit, um den reinen Erkenntnisgewinn. Meint zumindest die Promenadologie, die Spaziergangswissenschaft, die an der Uni Kassel gelehrt wird. Und die muss es schließlich wissen.

Im Wald unterwegs

Folgt man ihr, und das sollte man tun, geht es dem ernsthaften Spaziergänger darum, durch konzentriertes und bewusstes Wahrnehmen „die uns umgebende Umwelt wieder in die Köpfe zurückzuholen, aus dem bloßen Sehen ein Erkennen zu machen“! So Martin Schmidt, ein anerkannter Promenadologe.

Aha! Begeben wir uns also auf den Pfad der Erkenntnis. Unsere Geschichte beginnt in Hagen, einem kleinen Dörfchen am Rande der Jasmunder Wildnis. Dort erwartet uns Karsten Klaene. Schlapphut, Schnauzer, sonore Stimme, für einen jungen Mann ist der Waldläufer relativ

alt, dreiundfünfzig. Aus wachen Augen blickt er in die Welt. Man merkt ihm an, dass er viel weiß und sein Wissen gerne abgibt. Karsten Klaene ist ein guter Geschichtenerzähler. Das musste er erst lernen. In seinem ersten Leben als Schlosser auf der Stralsunder Werft war diese Fähigkeit nicht gefragt. Und auch als Holzfäller brauchte er sie nicht. Dann ließ er sich umschulen. Aus dem Schlosser wurde ein geprüfter Natur- und Landschaftspfleger. Seit dem Jahre 1996 wacht Karsten Klaene nun als Ranger im kleinsten Nationalpark Deutschlands über Rucksacktouristen, Buchenwälder und Hünengräber. Natur erleben und erhalten gehören für ihn zusammen. Zu seinen vornehmsten Aufgaben zählt, die Menschen das Wandern zu lehren. „Viele haben verlernt, zu staunen“, sagt er, „sich an einer Blume zu erfreuen, am Gesang der Vögel, an einem Baum.“

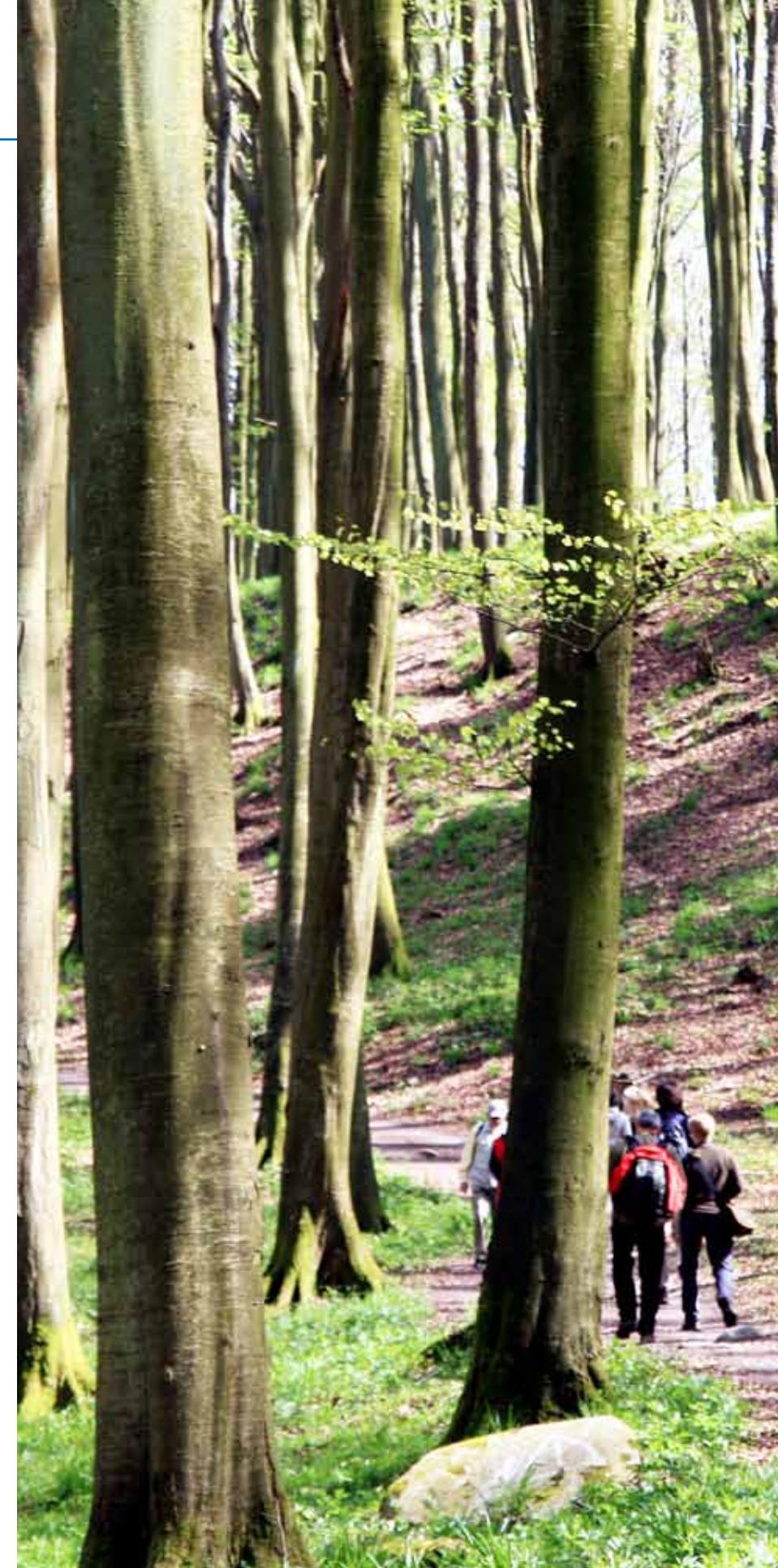
Sein Revier, durch das wir wandern, reicht vom Spülsaum der baltischen See über die weißen Kreidefelsen bis zum Rotbuchenwald hoch oben auf dem Plateau der Stubnitz. Kleine Bäche schlängeln sich durch wildromantische Täler, aus geheimnisvollen

Der herrliche Buchenwald lockt Spaziergänger von überall her.

Mooren tönt das Quaken der Frösche, die Landschaft in dem nur 3000 Hektar großen Park ist von einer seltsamen anrührenden Schönheit. Ende April treiben die Bäume aus, das frische Grün ist zart und licht. Seitdem die forstliche Nutzung aufgegeben wurde, gehen die Bäume hier nur noch an Altersschwäche ein. Und da es den Menschen per Gesetz verboten ist, die toten Riesen wegzuräumen, nehmen sich Käfer, Pilze, Schnecken, Würmer, Flechten, Moose und diverse Mikroorganismen ihrer an. „Bald schon wächst aus dem Totholz neues Leben“, sagt Karsten Klaene. Rotbuchen dominieren die hügelige Waldlandschaft der Stubnitz. Vor gut achthundert Jahren waren zwei Drittel Deutschlands mit diesen charaktervollen Bäumen bedeckt. Heute gibt es nur noch 7 Prozent. Darunter die der Stubnitz. Norddeutschlands größter zusammenhängender Buchenwald zählt weltweit zu den ältesten und wertvollsten Resten naturnaher Buchenwälder. 2011 wurde er deshalb von der UNESCO geädelt. „Seither gehört er als Naturerbe der ganzen Welt“, sagt Karsten Klaene. Man merkt ihm an, dass er richtig stolz ist auf „seinen“ Wald. Unvermittelt, als sei es diesem zu eng geworden, öffnet sich die Landschaft und gibt den Blick aufs Meer frei. Die Küste ist atemberaubend schön. Unter der steil aufragenden Wand brandet die weiße Gischt. Caspar David Friedrich (1774-1840), der Maler der Melancholie, war der Insel regelrecht verfallen. Besonders die Ostküste der schluchtenreichen Halbinsel Jasmund hatte es ihm angetan. Hier entstanden die Skizzen zu dem weltberühmten ▶



„Kreidefelsen auf Rügen“ in Fantasie und Wirklichkeit.





Schöner geht's nicht: die Steilküste von Rügen.

Gemälde „Kreidefelsen auf Rügen“ (Öl, 1818). Es wurde zur gerahmten Heilsbotschaft, verzauberte das deutsche Gemüt. In Scharen setzen seither Rügen-Süchtige zur schönen Insel über, und suchen den Friedrich-Blick. Ist es der Königsstuhl? Sind es die Wissower Klinken? Endlich! Mit der Victoria-Sicht scheint des Malers Perspektive gefunden. Irgendwo hier jedenfalls muss Friedrich gestanden und die Szenerie zu Papier gebracht haben. In seinem Atelier geschah dann die Verklärung, an der heimischen Staffelei wurde der „Rügen-Mythos“ in Öl geboren. - Wie aber sieht die Wirklichkeit aus?

Schutz für Touristen

Von der heilen, 70 Millionen Jahre alten Kreidewelt fällt immer häufiger ein Stück Land ins Meer. Für Ranger Klaene ist das ein ganz normaler Vorgang. „Seit Jahrtausenden bewegt sich die Küste“, sagt er, „Das Steilufer ist das größte aktive Kreidekliff der

Welt. Durch die starken Regenfälle der letzten Jahre hat es sich mit Wasser regelrecht vollgesogen. Und leider erschwert die schwierige geologische Struktur einen vernünftigen Abfluss. Auch Rügen leidet unter dem Klimawandel. Daneben gibt es eine ganz banale Wahrheit. Sie lautet: Steilküsten sind deshalb steil, weil von ihnen immer wieder etwas abbricht. Das ist nun mal so!“
Trotzdem gibt es nach jedem Abbruch die Forderung, gefährdete Strandabschnitte ganz zu sperren. Bisher fanden solche Gedanken kein Gehör. Nun, nach dem tragischen Unglücksfall im Dezember 2011, bei dem ein kleines Mädchen zu Tode kam, mehren sich die Stimmen derer, die dafür plädieren, die Steilküste und den Uferstreifen für den Urlauber zu sperren. Das wäre das Todesurteil für den Rügen-Tourismus. Aber Todesurteile gibt es in Deutschland nicht mehr. Auch keine für Landschaften. Ein ganzes Bündel von Maßnahmen soll Abhilfe schaffen. Angedacht ist

ein automatisches Überwachungssystem an instabilen Küstenbereichen. Gefährdete Wege, die zu nahe an Rand lagen, wurden ein wenig ins Land verlegt. Außerdem appellieren neue Warnschilder und Informationstafeln an den Verstand der Besucher. Der Nationalpark, den jährlich 2 Millionen Menschen besuchen, verändert sein Sicherheitskonzept. Er setzt auf Vernunft. „Was im Mai vorigen Jahres geschah, darf sich nicht wiederholen“, sagt Ranger Klaene. Da versank ein Tourist unterhalb des Kliffs hüfttief im Kreideschlamm, weil er in einem frischen Abbruch nach Fossilien suchte. Er musste aufwendig mit einem Hubschrauber geborgen werden. Wer so leichtsinnig mit seinem Leben spielt, handelt höchst unvernünftig. Wir fordern von unseren Besuchern Kopfarbeit!“
Womit wir auf wundersame Art und Weise wieder bei der Promenadologie gelandet wären. ■

BERND SIEGMUND

FOTOS: BERND SIEGMUND

Fernreisen wachsen zweistellig

CTOUR-Ehrenmitglied Mario Köpers, Kommunikationschef TUI Deutschland, setzt künftig verstärkt auf soziale Netzwerke und lud zur Programmpräsentation in Dubai erstmalig auch Blogger ein.

Wie sind 2012 die Geschäfte für Ihr Unternehmen gelaufen? Ausgezeichnet! Der Umsatz stieg um 259 Millionen Euro (+6,2%) auf rund 4,5 Mrd. Euro. Ein neuer Umsatzrekord.

Welche Erkenntnisse haben Sie aus dem Buchungsverhalten Ihrer Kunden für die Programmgestaltung in diesem Jahr gewonnen?

Während wir bei exklusiven Hotels vermehrt ins Risiko gehen, planen wir unsere fixen Flugkapazitäten immer vorsichtiger, um in einem von Überkapazitäten geprägten Flugmarkt günstige Flugpreise mitnehmen zu können.

Welchen Anteil hat das Internetgeschäft am Gesamtumsatz Ihres Unternehmens?

Der Anteil liegt derzeit nur bei 16 Prozent. Damit laufen wir der aktuellen Entwicklung noch hinterher. Unser Fokus liegt daher vor allem auf dem Ausbau dieses Vertriebskanals.

Welche neuen Produkte sind für 2013 im Angebot? Zur Sommersaison 2013

starten wir mit sieben TUI-Reisewelten - Classic, Premium, Beach, Scene, Nature, Vital und Lifestyle - eine neue Ära der Veranstalterreise. Sie bieten Kunden im Angebotsdschungel mehr Orientierung und umfassen über 900 handverlesene Hotels und Rundreisen, die alleamt spezifische Kriterien erfüllen müssen.

Welche Alleinstellungsmerkmale stellen Sie in Ihrer Marketingstrategie besonders heraus?

Die TUI Deutschland GmbH definiert sich immer mehr über die Exklusivität und Individualität ihrer Produkte. Damit verfolgt unser Unternehmen das Ziel, sich dem ruinösen Preiskampf im Markt der austauschbaren und überschnittenen Hotelprodukte zu entziehen.

In welchen Produktgruppen versprechen Sie sich mittelfristig Wachstum?

Neben exklusiven Hotelkonzepten setzen wir vor allem auf Fernreisen.

Schließlich werden die Menschen immer älter und reiseerfahrener. Die Best Ager von heute und morgen kennen ihre Heimat und das Mittelmeer und wenden sich zunehmend exotischeren Gefilden zu. Zweistellige Wachstumsraten bei Fernreisen sprechen dafür.

Wie wird sich das Reiseverhalten der Deutschen im nächsten Jahrzehnt verändern?

Immer weniger Menschen werden zu Massenprodukten greifen. Zielgruppenorientierten Reiseprodukten gehört daher die Zukunft. Die durchschnittliche Reisedauer wird weiter zurückgehen, dafür werden die Menschen häufiger verreisen.

Werden Reisejournalisten auch in Zukunft darauf Einfluss haben?

Aber ja. Eine gut gemachte Reisegeschichte ist deutlich wirkungsvoller als jede Anzeige. Insofern wären wir schlecht beraten, wenn wir künftig nicht mehr wie bisher Arbeit und Geld in unsere Presseaktivitäten



Mario Köpers

sowie die Beziehungspflege zu Journalisten investierten.

Welche Bedeutung messen Sie sozialen Netzwerken bei und wie reagieren Sie darauf?

Immer mehr Menschen nutzen das Internet und kommunizieren über soziale Netzwerke. Als touristischer Marktführer darf man vor dieser Entwicklung nicht die Augen verschließen. Auf unserer letzten Programmpräsentation in Dubai waren neben den klassischen Medien erstmalig auch Reiseblogger mit von der Partie.

Was ist Ihre Lieblingsdestination und wohin werden Sie in diesem Jahr privat verreisen?

Eine Lieblingsdestination haben wir nicht. Im Sommer werde ich mit meiner Familie unseren griechischen Freunden nach Plantaria folgen - ein Badeort am griechischen Festland, gegenüber von Korfu.



Mario Köpers mit seinen Töchtern Marie und Sarah auf Weihnachtsurlaub in Thailand.

Foto: Kirst



Das „persönlich schönste Bild“ wird verlangt... Es befindet sich in meinem Familienalbum, Rubrik Tochter. Doch einmal abgesehen davon ist das schönste Bild immer jenes, das sich mit bestimmten Ereignissen, Erlebnissen, also mit einer Geschichte direkt verbindet. Die Balance zwischen Objektivität und subjektiver Wahrnehmung wird dabei stark vom Sujet, vom persönlichen Verhältnis zur Sache beeinflusst. Und natürlich von der Kreativität des Fotografen. Gelingt es ihm, das Komische, das Dramatische, das Charakteristische einer Situation klar und emotional zu erfassen, so wird sein Bild eine Geschichte erzählen.

10 000 Aussteller aus 186 Ländern

Pressesprecher Michael T. Hofer über den Wirtschaftsfaktor Messe, den Neubau CityCube und die Leitmesse ITB Berlin

Spezialisierung auf fünf internationale Leitmes- sen: Internationale Grüne Woche, Fruit Logistica, ITB Berlin, IFA und Inno Trans. Von Gewicht sind aber auch bedeutende Fach- messen wie die Wasser Berlin International sowie die ILA.

spanischen Sprachgebiet. Die Mehrzahl von ihnen kommt auch zur ITB, weil nur in Berlin die Welt mit allen Reiseformen präsent ist.

? Herr Hofer, wie ist das Jahr 2012 für die Messe Berlin wirtschaftlich gelaufen?
Wir haben bei einem Umsatz von 247 Millionen Euro unser Planziel um 17 Millionen Euro überboten. Damit gehören wir zu den zehn umsatzstärksten Messen der Welt.

? Apropos ITB, gibt es für die weltgrößte Tourismusmesse mit 10.000 Ausstellern aus 186 Ländern nennenswerten Wettbewerb?
Ja, der World Travel Market in London sowie die FITUR in Madrid. Deren Aussteller kommen jedoch überwiegend aus dem englischen und

? Für ihre asiatische Kundschaft veranstaltet die Messe Berlin seit 2007 in Singapur, quasi vor der Haustür, die ITB Asia. Macht das Sinn?
Ja, allerdings ist unser Engagement in Südostasien keinesfalls eine Kannibalisierung der ITB Berlin, sondern eine sinnvolle Ergänzung unseres Geschäfts. Mit der ITB Asia werden für unsere Aussteller auch neue Absatzmärkte profitabel erschlossen.

? Was macht ihre globale Stärke aus?
Die langfristig vollzogene



Michael T. Hofer

? Welchen Stellenwert hat die Messe für den Wirtschaftsstandort Berlin?
Unsere Veranstaltungen generieren für das Steu- eraufkommen des Landes Berlin jährlich eine Um- wegrendite in Höhe von ca. zwei Milliarden Euro.

? Ist damit das Potential der Messe ausgereizt?
Keineswegs. Wir erhoffen uns weiteres Wachstum u.a. von dem im Bau befindlichen CityCube Berlin sowie dem ExpoCenter Airport.

? Wann geht das 76 Millionen -Euro - Investment CityCube in Betrieb?
Im März 2014. Dann wer- den in der neuen Multi- funktionshalle Kongress- veranstaltungen mit einer Kapazität von bis zu 10.000 Teilnehmern möglich sein.



Die zweigeschossige Multifunktionshalle auf dem Gelände des ExpoCenterCity unterm Funkturm öffnet im März 2014 ihre Pforten

Ahoi! Urlaub in schwimmenden Hotels

Kreuzfahrten sind im Trend. Sechs neue Luxusliner werden in diesem Jahr in Europa getauft. Reedereien buhlen mit lukrativen Angeboten um Passagiere



Eine Seefahrt, die ist lustig... heißt es in einem Gassenhauer. Das sagten sich 2011 auch beinahe 1,4 Millionen Deutsche und sorgten damit für einen Umsatz von 2,4 Milliarden Euro. Trotz Costa Concordia-Unglück 2012 und Wirtschaftskrisen weltweit boomen Kreuzfahrten. Beim Kreuzfahrt-Kongress im November in Hamburg konnte der Vorsitzende des DRV-Ausschusses Schiff, Richard J. Vogel, erneut eine positive Bilanz ziehen. Mit 12,4 Prozent Anteil am Gesamtumsatz im Veranstaltermarkt sind Kreuzfahrten heute ein starker Wachstumsmotor des deutschen Tourismus. Deutschland ist der drittgrößte Hochsee-Kreuzfahrtmarkt weltweit nach den USA und Großbritannien. Und das, obwohl erst 1,5 Prozent aller

Deutschen eine Kreuzfahrt unternommen haben. Hier schlummert noch ein riesiges Potenzial. Die Branche hat das erkannt und baut weltweit die Flotte der schwimmenden Hotels aus. So werden allein in diesem Jahr sechs neue Luxusliner in Europa getauft. Dem nunmehr 10. „Kußmund“-Schiff (AIDAstella) folgen die MSC Preziosa und die „Norwegian Breakaway“ (NCL), die im April von der Papenburger Meyer-Werft mit einer spektakulären Fahrt über die Ems zur Nordsee ausgeliefert wird. Zum Hamburger Hafengeburtstag erlebt dann die „Europa 2“ am 10. Mai ihre Premiere. Zusammen mit den neuen Luxuslinern „Royal Princess“ und „Le Soleal“ kommen so rund 14.000 Betten in den schwimmenden

Hotels neu auf den Markt. Beflügelt von der durch die Medien vermittelten Traumschiff-Romantik und sinkende Preise am Markt haben Kreuzfahrtfans heute die Qual der Wahl. Diverse Last Minute-Aktionen befeuern die Situation noch.

„Familiäre“ Schiffe

Entscheidend sind dabei das Schiff, die Route, das Gastronomie- und Entertainment-Konzept. Vom Großsegler (die „Star Flyer“ kommt auch 2013 wieder in Nord- und Ostsee) bis zum Megaliner reicht die Palette. Neben dem derzeit größten Kreuzfahrtschiff der Welt, der „Allure of the Sea“, müssen sich auch die derzeitigen Flaggschiffe der Reedereien MSC („Divina“) und COSTA Crociere („Fascinosa“) mit jeweils über 4000 Passagieren und modernem Design nicht verstecken. Getreu dem Erfolgsmotto „Höchst persönlich“ geht es da beim traditionsreichen Veranstalter Transocean auf der gründlich modernisierten MS Astor mit gut 500 Passagieren fast schon familiär zu. Rund 250 Crew-Mitglieder sorgen hier für einen sehr angenehmen Service, für Qualitäts-Entertainment und leckere Küche, wie ich mich selbst bei einer informativen Westeuropa-Rund-

Die Astor machte einst als Traumschiff Furore



MSC Divina: Poollandschaft im Mittelmeer.



AIDAdiva: Clussschiffe haben Kreuzfahrt verändert.



Mein Schiff: TUI Cruises expandiert.

fahrt 2012 mit Journalistenkollegen überzeugen konnte. Bei den großen „Pöten“ geht der Trend fast ungebremst zu mehr Außen- und Balkonkabinen sowie ausgedehnten SPA-Bereichen. Rennwagen-Simulatoren sind dort ebenso an Bord wie riesige Kletterwände, Wasserrutschen, 3D Kinos und wetterunabhängige Pools. „Familiäre“ Schiffe warten dagegen mit besonderem Service im klassischen Ambiente auf. Neben dem Preis sind natürlich die jeweiligen Routen für die Entscheidung zu einer Hochsee-Kreuzfahrt wichtig. In jedem Fall aber heißt es: nur einmal auspacken, das Hotel schwimmt mit! Wer z. B. das für Einsteiger besonders interessante Mittelmeer bereits kennt, wird sich vielleicht für Touren in den Vereinigten Arabischen Emiraten, im Roten Meer (zur Zeit besonders preisgünstig), durch berühmte Kanäle (Nord-Ostsee-Kanal, Korinath, Suez), für's Inselhopping im Atlantik oder für Fernreisen entscheiden. Besonders im Trend liegen neben Weltreisen vor allem Kreuzfahrten in den Norden Europas (die „Weißen Nächte“ lassen grüßen). Sie werden von mehreren Veranstaltern von deutschen Häfen angeboten, was die Anreise bequem und preisgünstig macht. Deutschlands wichtigster Kreuzfahrthafen

Rostock-Warnemünde wird mit den 2013 erwarteten 197 Anläufen von 40 Schiffen einen neuen Rekord verbuchen. Erstmals werden hier auch die legendären „Queen Elizabeth“ und „Queen Victoria“ anlegen.

Captain's Dinner und Shows

Die Gastronomie gewinnt als Erlebnis- und Genussfaktor zunehmend an Bedeutung. Während die AIDA-Clussschiffe neben kostenpflichtigen Spezialrestaurants auf kreative Büffets ohne Sitzplatzbindung setzen (bei einigen AIDA-Schiffen sind sogar Brauhäuser an Bord), gibt es z. B. auf dem ZDF-Traumschiff MS Deutschland, auf MS Astor und anderen Schiffen immer noch das legendäre Captain's Dinner und (wie auf den Schiffen von MSC und COSTA) abends fest reservierte Tischplätze in den Restaurants. Gut bewährt hat sich das Premium-All-Inklusive-Konzept von TUI Cruises. CEO Richard J. Vogel, einst Mitbegründer der AIDA-Clussschiffe, hat damit auf richtige Pferd gesetzt. Nach dem Erfolg von „Mein Schiff 1 und 2“ wird es 2014/15 zwei weitere TUI Cruises-Schiffe geben. Bewährter Standard in Sachen Unterhaltung sind auf allen Schiffen die abendlichen Shows in den teilweise mehrstöckigen Thea-

tersälen. Doch unabhängig davon, wo man als Passagier anheuert, man sollte sich vor der Reise ein Getränkepaket buchen. Es unterscheidet sich zwar von Reederei zu Reederei in Preis und Angebot, ist aber aus Kostengründen fast immer zu empfehlen. Ein letzter Rat: Künftige Kreuzfahrtpassagiere tun gut dran, sich nicht durch niedrige Einstiegs- und Aktionspreisen (mit oft hohen Nebenkosten an Bord) blenden zu lassen. So sind in der Regel größere Schiffe meist preisgünstiger, können aber beispielsweise nicht in jedem Hafen anlegen. Zeitaufwändiges und wetterabhängiges „tendern“ mit Beibooten ist dann notwendig. Auch macht es sicher einen Unterschied, ob man auf den Megaschiffen an Landausflügen mit ganzen Busflotten teilnimmt oder eher kleinere Schiffe bevorzugt bzw. auf eigene Faust Land und Leute erkundet. Ahoi – und stets eine Handbreit Wasser unterm Kiel. ■

HANS-PETER GAUL

Wer schreibt da noch?

Sie sind viel unterwegs, recherchieren, fotografieren, schreiben. Sie arbeiten mit Auftrag oder frei. Sie nennen sich Reisejournalisten – eine Betrachtung

Reisen ist eine beliebte Aktivität (nicht nur) der Deutschen. Leser, Hörer, Zuschauer und Internetnutzer können gar nicht genug Beiträge über Reiseziele vorgesetzt bekommen. Analysen auf der Basis von repräsentativen Bevölkerungsbefragungen des Leipziger LEIF-Instituts ergeben: Für das Thema Reisen interessieren sich von den Deutschen 43 Prozent sehr, weitere 45 mehr oder weniger. Das Interesse liegt zwar niedriger als bei den Regional- und Weltnachrichten, Politik

Die Erde hält gutwillig still, wenn die Reisenden über sie dahin klettern, und es ist ihr gleichgültig, wie man sie anschaut. Schilderungen sind nur für den Schilderer charakteristisch.
KURT TUCHOLSKY

und Ratgeber, aber ebenso hoch wie beim Sport und bei der Kultur, sogar höher als bei Wirtschaft, Technik oder das Leben von Prominenten.* Hört, hört! Für Reisetemen interessieren sich nicht nur Reiselustige, sondern ebenso diejenigen, die aus verschiedensten Gründen nicht reisen wollen oder können.

Es besteht also einerseits starkes Interesse bei Gebührenzahlern, Käufern und Abonnenten, andererseits eine Vernachlässigung und Reduzierung der Vielfalt des Themas seitens der Redaktionen. Dazu kommt: Entweder verschwinden Medien von der Bühne oder sie reduzieren den Reiseanteil. So hat z. B. die Leipziger Volkszeitung ihre in früheren Jahren anspruchsvolle

Reisebeilage von vier bis sechs auf zwei Seiten inhaltlich farblos von der Stange reduziert. Beiträge zu Reisezielen der Nähe wurden gestrichen. Zunehmend „wärmen“ Agenturen oft für mehrere Redaktionen gleichzeitig Reisebeiträge auf.

Honorar-Dumping

Der arme Reisejournalist: durch die Konzentration der redaktionellen Arbeit wird der Kuchen für ihn kleiner. Es gibt viele Reisejournalisten, aber immer weniger Aufgaben. Das fördert Honorar-Dumping und andere arbeitsrechtliche Verstöße. Bereits vor zehn Jahren konstatierte der Reisejournalist Jürgen Drensek: „Das Ergebnis erschreckt: knappe 1 800 Euro beträgt das durchschnittliche Monats-Einkommen bei freiberuflichen yxPrint-Journalisten.“** Diese Situation hat sich bis heute verschärft. Wer schreibt da noch? Die einen reisen individuell, versuchen es zunächst auf eigene Kosten oder mittels Sponsoren aus anderen Branchen. Die an-

deren werden von einem Tourismus-Unternehmen, -Verband oder -Büro eingeladen. Da gibt es den Vorwurf der Befangenheit. Doch der gilt für jedes Ressort. Wieder andere Journalisten bekommen von der Redaktion die Reise bezahlt. Auch hier kann es Befangenheit im Interesse des Verlages geben. Nach dem Motto „eine schlechte ist eine gute Nachricht“ können vermeintliche Rechercheure schon mal sehr danebengreifen. Da gab es im Januar 2013 den Fall der ARD-Sendung „Markencheck“ über die TUI, den größten Reiseveranstalter Europas. Die Macher dieses Machwerks konnten und/oder wollten einfach nicht richtig vergleichen. Zum Tatbestand: Es wurden unterschiedliche Hotels verglichen. Das ARD-Team schloss vom Einzelfall bei Reisebüros und Hotels auf den gesamten Konzern. Studenten erfassten zwar mit ihrer Internetportal-Analyse mehrere tausend positive Nennungen. Diese wurden aber bei einer Gesamtbewertung nicht berücksichtigt. Wohlge-merkt: das Aufdecken von kritischen



Bunte Häuser, imposante Berge und ein klarer See – Hallstatt im Salzkammergut



Dresden, vor der Frauenkirche: Reisejournalisten auf der Jagd nach dem besten Foto

Aspekten ist Aufgabe des Journalisten. Aber das Verallgemeinern vom Einzelfall auf das Gesamte ist falsch und unzulässig. Eifrig haben die Jungs und Mädels so richtig Murks auf Kosten der Gebührenzahler geliefert. Geld zurück! wäre eine berechtigte Forderung, um beim Thema zu bleiben.

Kaum Abnehmer

Eigentlich schreibt ein Reisejournalist über den „Zuckerguss“ der Gesellschaft – über die so gern betitelten, schönsten Tage des Jahres. Die Erde ist ja auch schön! Da deutet sich allerdings ein weiteres Problem an. Die Tage einer vom Auftraggeber organisierten Pressereise sind zumeist vollgestopft mit Attraktionen, Terminen, Kontakten, Sehenswertem und weniger Sehenswertem. Sie sind oft so voll, dass für die eigentliche journalistische Tätigkeit – die Recherche, keine oder wenig Zeit bleibt. Das Material im

Notizblock, auf den Speicherplatten von Kamera, Fotoapparat, Recorder oder Laptop reicht für mehrere Zeitungsmagazine oder Sendungen. Aber ein winziger Bruchteil wird nur für den Auftraggeber gebraucht. Armer Reisejournalist – was tun? Er oder sie greift zum Telefon, sendet E-Mails mit Angeboten an andere Redaktionen: „Hatten wir gerade.“ oder „Werden wir demnächst von einem anderen brin-

Überhaupt pflege ich nicht selten Reisen mehr nachher, als solange sie währen, zu genießen. Auch die angenehmsten haben doch immer viel leere Stunden, Langeweile, Müßiggang. Ist das überstanden, so ist's vergessen, und nur das Interessante erhält sich im Andenken.

WILHELM VON HUMBOLDT

gen“. Das Karussell dreht sich... bis sich ein Opferbereiter, zum Beispiel ein Internetportal, findet. „Doch bitte kostenlos!“

Wir sind wieder beim Thema: Der Reisejournalist müsste von der Liebe – vielleicht mit einer Karibik-Schönen und der reinen Luft – vielleicht auf der MS Fram in der Antarktis – leben, wenn er sich nicht andere Einkommensquellen beschafft. So endet dann die schöne Reise mit dem schönen Beitrag, aber mit einem schlechten Gewissen. Und Stress.

Das ist vielleicht das Seltsame am Beruf des Reisejournalisten. Oder doch nicht? ■

DR. HARALD SCHMIDT

Quelle: *Medienstudie des Leipziger Instituts für empirische Forschung LEIF: Befragt wurden 1 200 Deutsche zu 10 wichtigen Themen in Medien. **Jürgen Drensek, Traumberuf: Reisejournalist?, in: Fachjournalist Nr. 5, Oktober 2000).

In Baku tanzen Baukräne Ballett

Mit 86.600 Quadratkilometern ist Aserbaidshan etwas größer als Österreich. Dank der Ölquellen im Kaspischen Meer kommt Geld ins Land



Traditionelle Hausschlachtung direkt am Straßenrand.

Sahib, unser Fahrer, ist ein gemütlicher Endfünfziger. Der Verkehr in Baku, Hauptstadt Aserbaidshans, kann ihn nicht aus der Ruhe bringen. Auch wenn sich indische Tatas, neueste Lexus-Geländewagen oder drei Jahrzehnte alte „Wolgas“ und „Ladas“ mehr oder weniger einträchtig im Schnecken-tempo Stoßstange an Stoßstange durch die Zwei-Millionen-Metropole schieben – Sahib bleibt jederzeit cool. Wird es doch mal ganz eng, greift er zu seiner persönlichen Geheimwaffe: Per ständig mitgeführtem Megafon dirigiert er aus seinem Hyundai-Van heraus die umliegenden Fahrer. Wundersam öffnet sich dann für Sahib eine Fahrgasse. Nationale Geschäftstätigkeit und internationales Know-how haben 23 Jahre nach der Wende und ein knappes Jahr nach dem Eurovision Song Contest in Baku zu erstaunli-

Mit Öl kann man heizen, Maschinen betreiben und Fahrzeuge bewegen - oder darin baden. Im Kurort Naftalan heilt man mit Öl viele Beschwerden.



chem Wohlstand geführt. Langsam aber stetig wächst auch der Konsum der Einwohner im Land. Die hohe Pkw-Dichte ist nur ein äußeres Zeichen dafür. Glitzerfassaden, Bürobauten und neue Hotelkomplexe dominieren Bakus Skyline seit fünf Jahren – und beeindrucken den Besucher. In der – natürlich ebenfalls neu erbauten – Eurovision-Song-Contest-Hall geben sich weltweit bekannte Künstler im Wochenrhythmus die Klinke in die Hand. Die vorwiegend junge Bevölkerung (Durchschnittsalter 28,6 Jahre) trägt neuesten Chic auf der Promenade spazieren. Ohne Handy läuft hier keiner herum. Supermärkte sind nicht nur zahlreich vorhanden, sondern auch voll.

Vorbild Norwegen

Jeder, der zum Fortschritt beiträgt, ist hoch willkommen in Aserbaidshan. Regularien gibt es vergleichsweise wenige, das Steuersystem ist denkbar einfach. Die Strategie der Regierung ist wirtschaftlich erfolgreich. Das Bruttoinlandsprodukt wird in diesem Jahr 72,18 Milliarden US-Dollar betragen – eine Verzwölfachung gegenüber 2002 (damals 6,24 Mrd. US-Dollar). Die Arbeitslosenquote liegt bei sechs Prozent. Die Versorgung



Ölförderung auf einem Feld nahe Baku - kleine Pumpen dominieren.

mit langlebigen Konsumgütern wie Fernsehapparaten, Waschmaschinen, Kühlschränken und Mobiltelefonen nähert sich in Baku westeuropäischen Standards. Der Fortschritt kommt in den Haushalten spürbar an. Für Zufriedenheit sorgen auch die dank besserer Gesundheitsvorsorge nach der Wende gestiegene Lebenserwartung (Frauen 74,68, Männer 68, 38 Jah-



Glitzer, Glas, Glamour: Die Skyline von Baku, der Hauptstadt Aserbaidshans.



Aserbaidshan ist ein „junges“ Land: Scharen von Kindern trifft der Besucher fast überall.

re), eine steigende Geburtenrate sowie eine vergleichsweise geringe Kriminalität. So lange das alles so ist, wird das Politikmodell Aserbaidshans – zumindest national – kaum hinterfragt. Denn noch dominiert das Ein-Parteien-System. Die Partei „Neues Aserbaidshan“ (YAP) regiert, und Ilham Aliyev ist unangefochtener Staatschef. Am Ende hat nur er das Sagen. Wobei

Aliyev im Volk auch Zustimmung erfährt. Nach der Wende erhielten viele Bewohner ihre Plattenbauwohnung geschenkt. Inzwischen gelingt es der Regierung mehr und mehr, die kräftig sprudelnden Staatseinnahmen aus Öl- und Gasverkäufen möglichst effizient für die Entwicklung des Landes einzusetzen: Schulen werden gebaut, neue Gesundheitszentren entste-

hen, die Infrastruktur wird vielerorts erneuert. „Wenn wir alles richtig machen, kann jeder Aserbaidshaner in 50 Jahren Millionär sein“, erklärt unsere Dolmetscherin Julia ernsthaft. Während wir Besucher noch schmunzeln, klärt sie uns auf: „Wir haben nur neun Millionen Einwohner. Schauen Sie, wie Norwegen seine Bevölkerung am Rohstoffreichtum partizipieren“



ließ. Das sollte uns in Aserbaidshan auch gelingen.“ In der Tat: Die Rohstoffvorkommen sind gewaltig: Allein die gesicherten Erdölvorräte betragen zwei Milliarden Tonnen. Diese Menge reicht, um Deutschland als viertgrößte Volkswirtschaft der Welt für 20 Jahre mit Öl zu versorgen. Die bewiesenen Gasreserven betragen 2,6 Billionen Kubikmeter. Damit könnte man Deutschland sogar 30 Jahre lang versorgen.

Wachsender Wohlstand

Schon heute beträgt der Durchschnittslohn 400 Dollar. Das ist eine der höchsten Wohlstandsquoten in den ehemaligen Sowjetrepubliken. Lebten 2003 noch 44,7 Prozent der Bevölkerung Aserbaidshans in Armut, sind es heute nur noch 7,6 Prozent. Einer der blühendsten Wirtschaftszweige mit etwa acht Prozent Anteil am Bruttoinlandsprodukt ist das Baugewerbe. In Baku tanzen die Baukräne Ballett, so eng sind sie gestellt. Jährlich wird im Schnitt eine Million Quadratmeter neuer Wohnfläche gebaut, ein Vielfaches an Geschäftsflächen. Eines von vielen Megaprojekten ist die „White City“, ein neuer Stadtteil auf 221 Hektar östlich der Innenstadt Bakus. Prestigeträchtig sind moderne Einkaufszentren an der Promenade des Kaspischen Meers. Landesweit

entstehen Schulen und Kitas. Anzeichen, dass man vieles richtig macht, zeigen sich auch bei Fahrten über Land. Nachdem die Infrastruktur Bakus inzwischen westlichen Städten in nichts mehr nachsteht (das Preisniveau ebenso!), wird jetzt der Nachholbedarf in den ländlichen Regionen aufgeholt. Auch hier wird geklotzt statt gekleckert: Autobahnbau über Hunderte von Kilometern, Strom- und Wasserversorgung in kaukasischen Dörfern, aufgemotzte Infrastruktur in den Gebäuden der Kreis- und Rayonstädte. Und touristische Infrastruktur entsteht. Das ist auch dringend nötig. Die Gesamtlänge aller Straßen beträgt knapp 60.000 Kilometer. In den vergangenen acht Jahren wurden 6240 km neu gebaut. Noch aber ist die Unfallhäufigkeit wegen ungenügenden Straßenausbaus hoch. Und vor allem auf dem Land fehlen den Bewohnern Entwicklungschancen. Aserbaidshan möchte sie allen Einwohnern gewähren, unabhängig ob sie in Baku oder in den Provinzstädten Guba oder Goygol wohnen. Für den angestrebten Touristenboom aus Westeuropa



Spottpreise für Sprit: Diesel kostet umgerechnet 45 Cent, Benzin 55 Cent. Ein Euro entspricht rund 1 Manat (Währung Aserbaidshans)

Uferpromenade von Baku - mediterraner Flair am Kaspischen Meer

bleibt noch einiges zu tun: zunächst den Visazwang abschaffen, dann mehr Mittelklasse- statt 5-Sterne-Hotels bauen. Der bis jetzt fehlende leistungsfähige Flughafen ist in Bau. Interessant ist Aserbaidshan für Touristen schon heute: Die Felszeichnungen von Gobustan gehören zum Weltkulturerbe, im Kurort Naftalan werden jede Menge Krankheiten mit weißem Öl erfolgreich

behandelt, im früher deutschen Helenendorf wird wieder an erfolgreiche Weinanbautraditionen angeknüpft. Und die Bergdörfer im Nordkaukasus mit eigener Sprache und Kultur lassen den Besucher einfach nur staunen. Überall im Land empfängt einen herzliche Gastfreundschaft. Deutsche sind in Aserbaidshan nicht erst seit Berti Vogts Übernahme der Fußball-Nationalmannschaft willkommen. Auf der Kreuzung hat sich wieder ein „Blechknäuel“ gebildet. Sahib greift zum Megafon. Noch hören die anderen Autofahrer auf ihn. Eine Gasse wird frei. ■

FRED HAFNER

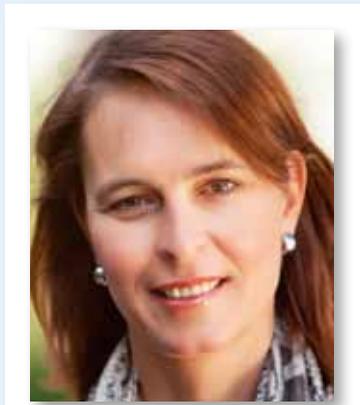
FOTOS: FRED HAFNER

Familienurlaub bleibt Dauerbrenner

REWE Touristik-Pressesprecherin Anne Schmidt hat für sich als Reiseziel die schöne deutsche Heimat entdeckt und glaubt an die Zukunft des klassischen Familienurlaubs mit Strand und Meer

Aber durch die Vielfalt der Angebote im Netz ist es auch schwerer geworden, den Überblick zu behalten. Hier ist die geschulte Beratung durch Reisebüros gefragt.

Mit unseren Marken stellen wir uns auf die speziellen Bedürfnisse unserer unterschiedlichen Zielgruppen ein: ITS steht für Familienurlaub, Jahn Reisen für genussorientierte Urlauber und Tjaereborg für Smartshopper.



Anne Schmidt

Wie sind 2012 die Geschäfte für Ihr Unternehmen gelaufen? Die Veranstalter ITS, Jahn Reisen und Tjaereborg erzielten im Geschäftsjahr 2011/12 ein Umsatzplus von 4 Prozent. Die Nachfrage in einigen Zielgebieten war von äußeren Einflüssen geprägt. So profitierten 2010/11 Bulgarien und die Türkei von den Protesten in Nordafrika. Ein Jahr später wanderten die Gästeströme in Teilen zurück, Tunesien verzeichnete ein Plus von 40 Prozent.

Welche Erkenntnisse haben Sie aus dem Buchungsverhalten Ihrer Kunden für die Programmgestaltung in diesem Jahr gewonnen? Wir bieten mit unseren Katalogen bessere Orientierung und tragen gleichzeitig dem Wunsch nach größtmöglicher Individualität Rechnung. So finden Familien im neuen ITS-Katalog 34 Reiseziele mit über 100 Angeboten.

Welchen Anteil hat das Internetgeschäft am Gesamtumsatz Ihres Unternehmens? Die Transparenz hat sich durch das Internet erhöht.

Welche neuen Produkte sind für 2013 im Angebot? Jahn Reisen wendet sich mit der neuen Produktlinie „Familienwelten“ an besonders anspruchsvolle Reisende mit Kindern. Sie umfasst 22 familienfreundliche Hotels, in denen die Gäste eine kindgerechte Ausstattung, umfassende Betreuung sowie spezielle Unterhaltungsangebote für die ganze Familie erwarten. Neu bei ITS ist eine kostenlose App gespickt mit Karten, touristischen Sehenswürdigkeiten sowie Restaurant- und Einkaufstipps.

Welche Alleinstellungsmerkmale stellen Sie in Ihrer Marketingstrategie besonders heraus?



Anne Schmidt in der Antarktis.

In welchen Produktgruppen versprechen Sie sich mittelfristig Wachstum? Mit maßgeschneiderten Angeboten für besonders preisbewusste Familien sowie mit Angeboten für Best Ager.

Wie wird sich das Reiseverhalten der Deutschen im nächsten Jahrzehnt verändern? Der klassische Familienurlaub mit Strand und Meer bleibt Dauerbrenner. Daneben wird der Trend zu Kurzurlauben „um die Ecke“ wachsen.

Werden Reisejournalisten auch in Zukunft darauf Einfluss haben?

Reisejournalisten sind eine wichtige Inspirationsquelle für Urlauber. Ihre Berichte erfreuen sich einer hohen Glaubwürdigkeit.

Welche Bedeutung messen Sie sozialen Netzen bei und wie reagieren Sie darauf? Soziale Netzwerke haben die Verbreitung von Nachrichten, Meinungen und Mitteilungen erheblich schneller gemacht. Mit unserer Facebook-Gruppe „Come Closer“ bieten wir Reisebüromitarbeitern eine Möglichkeit, miteinander zu diskutieren.

Was ist Ihre Lieblingsdestination und wohin werden Sie in diesem Jahr privat verreisen? Ich habe erst in den letzten Jahren entdeckt, welche wunderbaren Reiseziele es in Deutschland gibt. Besonders reizt mich das Elbsandsteingebirge, aber auch das Allgäu.

Freie Fahrt für Fernbusse

Die Busbranche strebt einen Imagewechsel an, möchte cool und sexy werden. Neues Gesetz kurbelt Konkurrenz auf dem Fernbusmarkt an: Die Grünen kommen



Historischer Omnibus als Wandschmuck im Berliner U-Bahnhof Klosterstraße.

Dem Bus fehlt ein sexy Image. Kein Kritiker der Branche, sondern immerhin der oberste Bustouristiker Deutschlands, Richard Eberhardt, formulierte das unlängst so. Der Präsident des Internationalen Bustourismus-Verbandes (RDA) wurde zum 31. Tag der Bustouristik Anfang Januar 2013 in Dortmund noch konkreter: „Trotz hervorragender Umwelt- und Sicherheitsbilanzen, spannender Eventfahrten, hochwertiger Studien- und Kulturreisen halten sich die Vorurteile gegen den Bus. Es ist Zeit zu handeln. Busreisen sind besser als ihr Ruf.“ Dementsprechend stand das Fachtreffen unter dem Motto „Relaunch für Image und Marke: zum gemeinsamen Erfolg.“ Die am 1. Januar 2013 nach langem Anlauf endlich in Kraft gesetzte Liberalisierung des deutschen Fernbusmarktes trägt auf jeden Fall dazu bei, die Busbranche stärker in den Fokus der öffentlichen Wahrnehmung zu rücken und ihr neue wirtschaftliche Chancen zu geben. Cool und sexy werden –

heißt ja nichts anderes als frischen, zeitgemäßen Drive zu bekommen. Vom Pferde-Omnibus des Franzosen Plaise Pascal anno 1662 über den ersten motorgetriebenen Bus für acht Passagiere des Schwaben Karl Benz (1895) und die Busse von Heinrich Büssing, mit denen 1904 eine erste „Kraftomnibuslinie“ zwischen Braunschweig und Wendelburg eingerichtet wurde, bis zu den heutigen High-Tech-Luxuslinern von Neoplan, Mercedes-Benz, Scania, Setra oder Volvo – rund 350 Jahre währt die Geschichte des Beförderungsmittels Omnibus. Das Wort kommt übrigens aus dem Lateinischen und bedeutet so viel wie „für alle“. Und tatsächlich ist der komfortable, flexible und umweltfreundliche Bus schon lange ein bewährter Mobilitätsträger.

Bahn verliert Monopol

Anfang 2013 hat also nun eine neue Ära für die weitgehend mittelständisch geprägte Busbranche begonnen,

die neben Bahn, Pkw und Luftfahrt ein wichtiger Verkehrszweig, aber auch ein bedeutender Wirtschaftsfaktor ist. In Deutschland gibt es immerhin 4 400 private Busunternehmen mit 144.000 Beschäftigten. Der Umsatz beläuft sich auf 6,6 Milliarden Euro, wovon 1,4 Milliarden auf den Reiseverkehr entfallen. Grünes Licht für Fernbuslinien – warum erst jetzt? Bisher räumte das 1931 erlassene „Personenbeförderungsgesetz“ der Bahn zu ihrem „Schutz“ quasi ein Monopol im nationalen Fernverkehr ein. Zu den wenigen erlaubten Ausnahmen gehörten während der deutschen Teilung die Busverbindungen zwischen Westberlin und dem Bundesgebiet, die auch nach der Grenzöffnung 1989 Bestand hatten. Bekannter Anbieter ist hier die 1970 gegründete Verbundmarke „BerlinLinienBus“. Als sich gesetzgeberisch abzeichnete, dass der Fernbus nun freie Fahrt auf allen Strecken bekommen würde, stand die Busbranche natürlich sofort



Schnittiger Travego-Linienbus am Titisee im Schwarzwald.



Berlin: die Bushauptstadt Deutschlands.

Modell eines Büssing-Busses aus den 1930er Jahren im Dresdner Verkehrsmuseum.



in den Startlöchern. Am schnellsten waren die jungen Berliner Unternehmer Torben Greve und Panya Putsatit, die in kurzer Zeit einen eigenen Busbetrieb gründeten – MeinFernbus – und bereits Ende April 2012 mit modernen, leuchtend grünen Fahrzeugen einen Linienverkehr zwischen Freiburg und München einrichteten. Schnell kamen weitere Strecken hinzu, z. B. Berlin – Würzburg – Karlsruhe – Freiburg. Im Februar 2013 wurde das Netz um die neunte Linie Berlin – Leipzig – Frankfurt am Main erweitert. Die Preise sind günstig. So kostet die einfache Fahrt Berlin – Freiburg ab 28 Euro und Berlin – Leipzig ab 8 Euro.

Reisende profitieren

Der nun eintretende Wettbewerb zwischen den Verkehrsträgern kommt auf jeden Fall den Reisenden zugute, denn Fernbuslinien sind eine sinnvolle Alternative zur Bahn und zum eigenen Auto. Außerdem können

Bundesfernstraßen entlastet und die Öko-Bilanzen verbessert werden. Denn gut ausgelastete Busse schlagen bei CO₂-Emissionen und Energieverbrauch den Pkw und das Flugzeug sowieso, aber auch die Bahn. Dem Vorreiter MeinFernbus mit Sitz in Berlin-Friedrichshain folgten inzwischen weitere Anbieter. Auch ausländische Verkehrsunternehmen, wie der britische National Express oder die französische Veolia, streben auf den deutschen Markt. Der Bundesverband Deutscher Omnibusunternehmer (bdo) rechnet damit, dass sich 50 bis

100 Betriebe auf dem neuen Fernbusmarkt tummeln werden, vorwiegend Mittelständler. Doch auch Großplayer schmieden Pläne. So möchte die Deutsche Post ihre alte Tradition der Postbusse wiederbeleben und gemeinsam mit dem ADAC ab 2014 ein bundesweites Fernbusnetz knüpfen. Spannende Frage: Werden etwa vielleicht die Großen den neuen Markt dominieren? Fernbuslinien - ein sexy Ding, bei dem niemand cool bleibt. ■

MANFRED WEGHENKEL

Auf Urwaldpfaden in den Urlaub

Der Tayrona-Nationalpark gehört zu den beliebtesten Parks in Kolumbien: 150 Quadratkilometer Natur mit Regen- und Nebelwäldern, Buschland, Palmenhainen und weißen Sandstränden

Lianen baumeln über dem Weg, die Sonne dringt kaum durchs dichte Grün. Immer wieder flattern Morpho-Schmetterlinge durch die Luft, ihre handtellergroßen Flügel schillern wie metallischblau lackiert. Ein schmaler Pfad führt über dicke Wurzeln von Ceiba-Bäumen und glattschliffene Felsen. An manchen Stellen haben Blattschneiderameisen den Weg blitzblank gefegt. Die Tierwelt ist nicht zu überhören: Ein permanentes Sirren wie von einer Kreissäge liegt in der Luft, eine aufgeschreckte Affenherde flieht krachend durch die Wipfel. Nur das Rattern eines Rollkoffers will nicht so recht in diesen Soundtrack passen. Eine nicht abreißende Karawane kämpft sich durch den Urwald an Kolumbiens Karibikküste: junge Paare, Touristen, Großfamilien. Liebevoll helfen die Enkel ihren Großeltern durchs Dickicht. Jedes Jahr zur Ferienzeiten an Weihnachten und Ostern erwacht der Tayrona Nationalpark zum Leben. Wo sich sonst nur wenige Touristen an endlosen Stränden verlieren, tummeln sich dann Gäste aus dem ganzen Land. Bepackt mit großen Koffern, Plastiktüten, Rucksäcken, Wasserkännern und Kühlflaschen ziehen sie ins Herz des Parks, der sich über die Ausläufer der Sierra Nevada de Santa Marta erstreckt,

des höchsten Küstengebirges der Welt. Tayrona gehört zu den beliebtesten Nationalparks Kolumbiens: 150 Quadratkilometer intakte Natur mit Regen- und Nebelwäldern, Buschland und Palmenhainen. Seit 1969 steht hier nicht nur eine vielfältige Tierwelt vom Jaguar bis zu rund 70 Fledermausarten unter Schutz, sondern auch das Meeresleben mit Korallenriffen und Mangrovenwäldern sowie archaische Relikte der Ureinwohner. Eine Wanderstunde vom Parkeingang entfernt öffnet sich der Wald zur Playa de Arrecife. Ein weiter, weißer Sandstrand am türkisfarbenen Meer, an dem gewaltige Felsbrocken wie drapiert in der Landschaft liegen. Unter Kokospalmen stehen die Zelte der Besucher, dazwischen baumeln Hängematten im Wind.

Fischfang und Tourismus

Arrecife ist die „Promenade“ des Parks; hier zeigt jeder, was er hat – vor allem Körper: enge Shirts, bunte Tattoos, gebräunte Haut. Sogar manche Narbe aus der Zeit der Drogenkonflikte wird stolz vorgeführt. Die gewalttätige Epoche machte auch vor Tayrona nicht Halt: Die Berge befanden sich in der Hand der Guerilla. Heute ist der Park wieder sicher und die Anwohner leben von Fischfang und Tourismus. Zum Beispiel an der Playa La Piscinita, einer kleinen, sichelförmigen Bucht westlich von Arrecife. In provisorischen Restaurants wird zwischen Felsen und Urwaldbäumen gebrutzelt. Die laue Meeresbrise trägt den Duft verbrannten Holzes und gegrillten Fisches über den Strand. Ceviche ist zu haben und frisch gepresster Saft, eine willkommene Stärkung für den Urwaldpfad zur Cabo San Juan de la



Fischer im Nationalpark Tayrona.



Spaziergänger am Sandstrand.

Guía. Dieses Kap mit seinen Bilderbuchstränden ist der beliebteste Platz zum Baden. Von einem Aussichtsturm auf einem Felssporn sind manchmal sogar Delfine zu sehen. Vor dem kleinen Laden der Bucht trifft man oft weiß gekleidete Ureinwohner vom Volk der Kogi – Nachfahren der Tairona-Indianer, die bis ins



Mit dem Esel über eine Flussmündung.



Junge Männer suchen den Strand nach Holz ab.

16. Jahrhundert in der Region lebten. Die Fundamente historischer Tairona-Häuser sind hoch im Nebelwald zu besichtigen. Abends pilgern die Parkbesucher zu den wenigen einfachen Restaurants – nicht in Ausgehkleidung, sondern im Schlafanzug: geblümt, mit Pünktchen oder Streifen. Hin und wieder streckt

ein Esel seinen Kopf über einen Tisch, um einen Happen zu erbetteln. In der Ferne flackern Taschenlampen, der Wind trägt Gitarrenklänge heran. Spätestens um zehn ist die Pyjamaparty vorbei, dann gehört die Nacht den Fröschen und Grillen für ihr Konzert. ■

OLIVER GERHARD

Der Tayrona Nationalpark ist im Rahmen von Gruppenreisen buchbar bei [Viventura](http://www.viventura.de) www.viventura.de



Club der
Tourismusjournalisten
Berlin/Brandenburg
(CTOUR)

Geschäftsstelle
c/o Christel Seiffert,
Goethestraße 64,
12459 Berlin

Telefon 030-535 96 78
E-Mail kontakt@ctour.de
Internet www.CTOUR.de

Vorstand

Hans-Peter Gaul
(Sprecher)

Christel Seiffert
(Schatzmeisterin)

Bernd Siegmund
(stellv. Sprecher)

Margrit Manz
(Schriftführerin)

Regina Friedrich
Dr. Harald Schmidt

Klaus George

**Alternativer
Hotelstammtisch**
Udo Rößling

Aufnahmekommission
amt. Hans-Gert Schubert

Mitglieder

Arlt, Bärbel
freie Journalistin, Berlin

Berndt, Dr. Gabriela
AURA Communications,
Berlin

Bethmann, Frank ZDF
Heute-Journal, Mainz

Blady, Joachim
freier Journalist, Berlin

Blumenthal, Richard
„route - Studio“, Bernau

Bombosch, Claudia
freie Journalistin, Berlin

David, Margot
Easy-Hotelier, Berlin

Dikert, Matthias
Chefred. Reise Gala.de,
Berlin

Ernst, Claus Heinrich
freier Journalist, Berlin

Findling, Eleonore
freie Journalistin, Berlin

Fischer, Joachim
freier Journalist, Berlin

Franke, Lars Autor,
freier Journalist, Berlin

Friedrich, Regina
freie Journalistin, Berlin

Friedrich, Karl-Heinz
freier Journalist, Berlin

Fritsche, Stefan
„adeba.de“ Familien-
portal; Gf Klosterbrauerei
Neuzelle

Gaul, Hans-Peter
Reisejournalist
Text & Fotos, Berlin

Gerhard, Oliver
Reisejournalist
Text & Fotos, Berlin

George, Klaus
freier Journalist, Berlin

Gerlach, Manfred
mg Pressebüro, Bonn

Gössinger, Nadin
freie Journalistin, Berlin

Günther, Dagmar
CvD „vorwärts“, Berlin

Gütte, Petra
Herausgeberin „Berliner
Lokalnachrichten“,
Berlin

Hafner, Fred
Chefred. DB Welt/DB
World,, Berlin

Harff, Helmut
Chefred. Genussmaenner.
de, Berlin

Hasse, Volker
freier Journalist, Berlin

Hempel, Rudolf
Journalisten-Büro,
Berlin

Hemprich, Manfred
Super-Illy, Berlin

Herrmann, Konrad
Regisseur/Produzent,
HERRMANNFILM Berlin

Hobusch, Erich
Sachbuchautor, Berlin

Hunger, Detlef
Reiseredaktion The Radio
Group & Radio B2, Berlin

Jammer, Dietmar
Presse- und Korrespon-
denzbüro PREKOR, Berlin

Juhan, Michael
Journalist & PR-Berater/
DAPR,
Königs-Wusterhausen

Jungk, Consuela
Radio Center Berlin GmbH,
top10berlin.de, Berlin,

Käber, Marco
ARD-Videotext, Berlin

Kahle, Michael
freier Journalist, Berlin

Kanter, Hartmut
freier Journalist, Berlin

Kaiser, Dr. R. Michael
Korrespondent News Corp.
- Britpress Europe, Berlin

Keusch, Dr. Ronald
Redaktionsbüro Berlin

Kirst, Wolf-Georg
FOTAC PresseBild und
Mediaservice, Berlin

Knoller, Rasso
Reisejournalist Text & Fo-
tos, Sachbuchautor, Berlin

Kracht, Dr. Peter
Journalist/Buchautor,
Unna

Kraemer, Karl-Heinz
Alpha Press Bildagentur
und Multimedia Studio,
Birkenwerder

Krause, Dr. Michael
freier Journalist, Eber-
hardt-TRAVEL, Dresden

Krause, Sigmar
freier Journalist, Berlin

Loeprick, Sabine
rbb - Antenne
Brandenburg, HR,
Deutschlandfunk, Berlin

Löhr, Rainer
freier Journalist,
radiomultikulti, Berlin

Luhn, Monika
freie Journalistin, Berlin

Manz, Margrit
freie Journalistin, Berlin

Marquardt, Peter
freier Journalist, Berlin

Michel, Dr. Walter
Reisejournalist, Buch- und
Drehbuchautor, Berlin

Merten, Christoph
Redaktionsbüro Scenario,
Berlin

Müller, Michael
freier Journalist, Kremen

Nowak, Dr. Christian
Media Team Berlin, Berlin

Poschmann, Eva
freie Journalistin, Berlin

Piepenburg, Winfried
Internet-TV-Kanal
www.reiseclip.tv, Berlin

Reller, Gisela
freie Journalistin/
Buchautorin, Berlin

Richter, Thomas
Value Systems/Event-
Tourismus, Berlin

Roeber, Lydia
blue planet tv production
GmbH, Berlin

Ruhnau, Heinz
Journalist, Ruhnau-Presse,
Dresden

Rößling, Udo
freier Fachjournalist
für Gastronomie und
Hotelwesen, Berlin

Schieferdecker, Dr. Uwe
Journalist/Reiseführerau-
tor, Berlin

Schindler, Karlheinz
freier Journalist/Fotograf
dpa, Berlin

**Graf von Schlieffen,
Helmuth**
Chefred. Neue Medien,
Berlin

Dr. Schmidt, Harald
Journalist, Marktforscher
(LEIF), Leipzig



Medientreff 20 Jahre CTOUR.

FOTOS: WOLF-GEORG KIRST, FOTAC

Kahle, Michael
freier Journalist, Berlin

Kanter, Hartmut
freier Journalist, Berlin

Kaiser, Dr. R. Michael
Korrespondent News Corp.
- Britpress Europe, Berlin

Keusch, Dr. Ronald
Redaktionsbüro Berlin

Kirst, Wolf-Georg
FOTAC PresseBild und
Mediaservice, Berlin

Knoller, Rasso
Reisejournalist Text & Fo-
tos, Sachbuchautor, Berlin

Kracht, Dr. Peter
Journalist/Buchautor,
Unna

Kraemer, Karl-Heinz
Alpha Press Bildagentur
und Multimedia Studio,
Birkenwerder

Krause, Dr. Michael
freier Journalist, Eber-
hardt-TRAVEL, Dresden

Krause, Sigmar
freier Journalist, Berlin

Loeprick, Sabine
rbb - Antenne
Brandenburg, HR,
Deutschlandfunk, Berlin

Löhr, Rainer
freier Journalist,
radiomultikulti, Berlin

Luhn, Monika
freie Journalistin, Berlin

Manz, Margrit
freie Journalistin, Berlin

Marquardt, Peter
freier Journalist, Berlin

Michel, Dr. Walter
Reisejournalist, Buch- und
Drehbuchautor, Berlin

Merten, Christoph
Redaktionsbüro Scenario,
Berlin

Müller, Michael
freier Journalist, Kremen

Nowak, Dr. Christian
Media Team Berlin, Berlin

Poschmann, Eva
freie Journalistin, Berlin

Piepenburg, Winfried
Internet-TV-Kanal
www.reiseclip.tv, Berlin

Reller, Gisela
freie Journalistin/
Buchautorin, Berlin

Richter, Thomas
Value Systems/Event-
Tourismus, Berlin

Roeber, Lydia
blue planet tv production
GmbH, Berlin

Ruhnau, Heinz
Journalist, Ruhnau-Presse,
Dresden

Rößling, Udo
freier Fachjournalist
für Gastronomie und
Hotelwesen, Berlin

Schieferdecker, Dr. Uwe
Journalist/Reiseführerau-
tor, Berlin

Schindler, Karlheinz
freier Journalist/Fotograf
dpa, Berlin

**Graf von Schlieffen,
Helmuth**
Chefred. Neue Medien,
Berlin

Dr. Schmidt, Harald
Journalist, Marktforscher
(LEIF), Leipzig



Wahlversammlung.



Stammtisch.



Bowlingturnier des Clubs.

Schmidt, Marianne
freie Journalistin, Berlin

Dr. Schmidt-Walther, Peer
Journalist/Buchautor,
Stralsund

Schubert, Hans-Gert
freier Journalist,
Buchautor, Berlin

Schwarz, Beatrix
4TV Mediaproduktion,
Berlin und Kambodscha

Seiffert, Christel
freie Journalistin, Berlin

Siegmund, Bernd
freier Journalist/
Buchautor, Berlin

Stefanis, Andreas
Stefanis Marketing
Consulting Deutschland/
Griechenland, Potsdam

Sucher, Kerstin
Redaktion f. Reisen und
Touristik, Berlin,

Dr. Rüdiger von Torklus
freier Journalist, Berlin

Trutschler, Stephan
M&T Medienkontor,
Presse- u. Kommunikati-
onsberatung,
Dresden

Vieweg, Manfred
freier Autor, Berlin

Weghenkel, Manfred
Reisejournalist Text &
Fotos/Medienbüro
Reise & Verkehr, Berlin

Weiss, Wolfgang
freier Journalist, Berlin

Wenkel, Michael
MDR Fernsehen, Erfurt

Wolfram, Günther
freier Journalist/
Reiseführerautor, Berlin

Wüpper, Thomas
Redaktionsbüro Berlin

Wuttke, Sabine
freie Rundfunk-
journalistin, Berlin

Zeidler, Mario
Reisejournalist/Chefred.

„IhrJournal“, Berlin

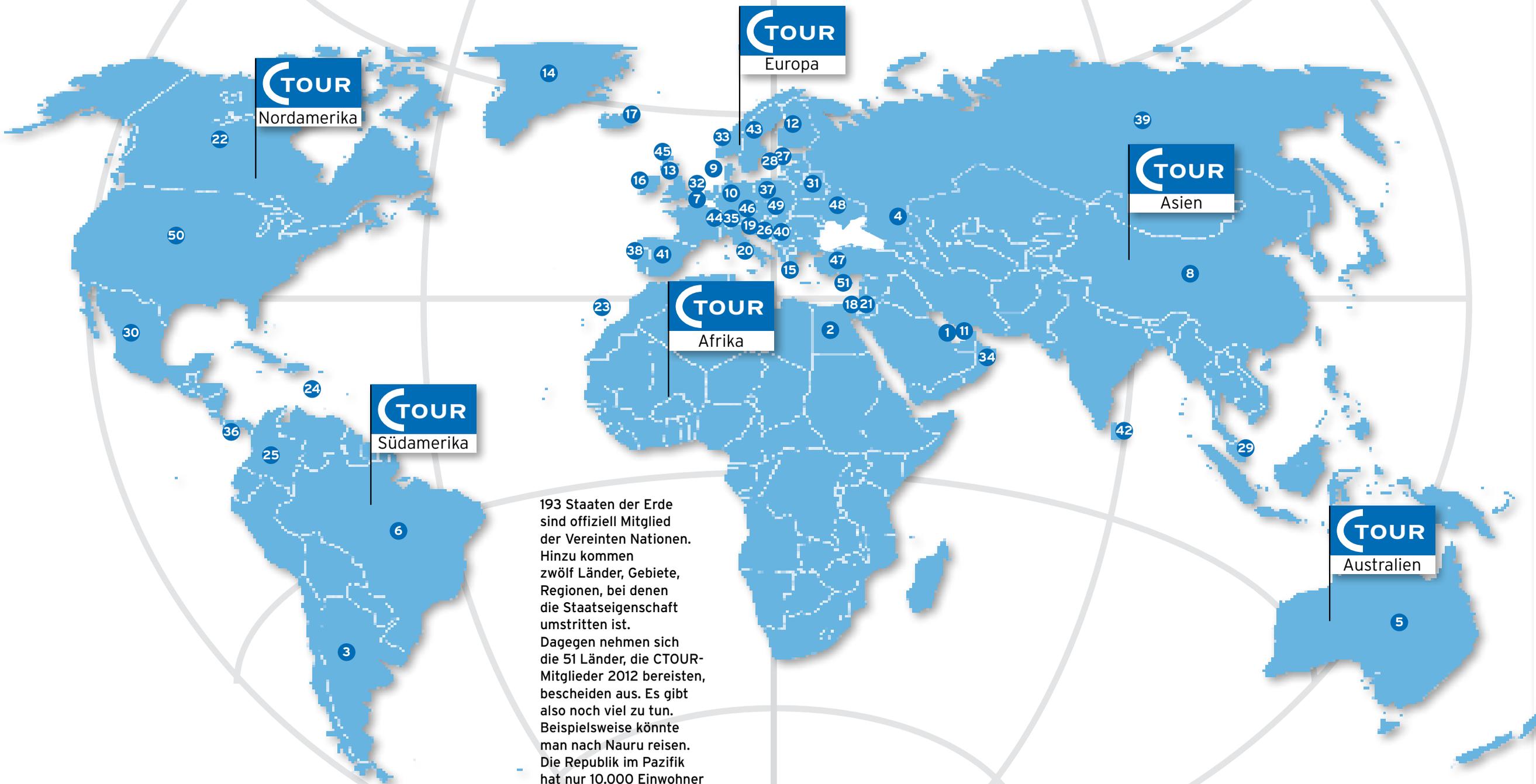
Zickendraht, Veronica
Autorin, Berlin



Pressereise Usedom.

Wer an einer
Mitgliedschaft interes-
siert ist, sollte sich
die Satzung auf
www.ctour.de
ansehen und seine
Bewerbung beim
Vorstand einreichen
(kontakt@ctour.de).
Nach Prüfung der
Unterlagen (u.a. aktuelle
Reisebeiträge) schlägt
dann die vom Vorstand
unabhängige Aufnahme-
kommission zwei Mal
im Jahr der Mitglieder-
versammlung die
neuen Kandidaten
nach Abstimmung zur
Aufnahme vor.

Einmal um die ganze Welt



- 1 Abu Dhabi
- 2 Ägypten
- 3 Argentinien
- 4 Aserbaidshan
- 5 Australien
- 6 Brasilien
- 7 Belgien
- 8 China
- 9 Dänemark
- 10 Deutschland
- 11 Dubai
- 12 Finnland
- 13 Großbritannien
- 14 Grönland
- 15 Griechenland
- 16 Irland
- 17 Island
- 18 Israel
- 19 Istrien
- 20 Italien
- 21 Jordanien
- 22 Kanada
- 23 Kanaren
- 24 Kleine Antillen
- 25 Kolumbien
- 26 Kroatien
- 27 Lettland
- 28 Litauen
- 29 Malaysia
- 30 Mexiko
- 31 Moldawien
- 32 Niederlande
- 33 Norwegen
- 34 Oman
- 35 Österreich
- 36 Panama
- 37 Polen
- 38 Portugal
- 39 Rußland
- 40 Serbien
- 41 Spanien
- 42 Sri Lanka
- 43 Schweden
- 44 Schweiz
- 45 Schottland
- 46 Tschechien
- 47 Türkei
- 48 Ukraine
- 49 Ungarn
- 50 USA
- 51 Zypern

193 Staaten der Erde sind offiziell Mitglied der Vereinten Nationen. Hinzu kommen zwölf Länder, Gebiete, Regionen, bei denen die Staatseigenschaft umstritten ist.

Dagegen nehmen sich die 51 Länder, die CTOUR-Mitglieder 2012 bereisten, bescheiden aus. Es gibt also noch viel zu tun. Beispielsweise könnte man nach Nauru reisen. Die Republik im Pazifik hat nur 10.000 Einwohner und ist der drittkleinste Staat der Welt.

Unsere Ehrenmitglieder

Acht in 23 Jahren – CTOUR hat mit Bedacht geehrt. Jedes Ehrenmitglied ist auf ganz besondere Weise mit unserer Reisejournalisten-Vereinigung verbunden. Die Touristikexperten haben CTOUR seit der Gründung 1990 begleitet, waren oft auch Ratgeber und Unterstützer zugleich. So hat sich eine Partnerschaft entwickelt, die von beiden Seiten geschätzt und gepflegt wird. Unsere Ehrenmitglieder bereichern mit diversen Veranstaltungen unser Clubleben, sorgen für aktuelle Informationen aus erster Hand und ermöglichen interessante Kontakte. Längst sind auch Freundschaften entstanden, hat sich der kontinuierliche Erfahrungsaustausch bewährt. Gerade haben wir mit **Mathias Brandes**, Kommunikationschef von Thomas Cook/Neckermann-Reisen, in unserem Stammhaus ABACUS Tierpark Hotel das Jubiläum 50 Jahre Neckermann-Reisen gebührend gefeiert. Über ihn sind wir mit dem zweitgrößten deutschen Reiseveranstalter in Oberursel gut „verdrahtet“. **Anette Forré** kennen und schätzen wir seit der Club-Gründung als Neckermann-Reisen-Expertin in der Frankfurter Agentur C & C Contact & Creation und später dann als Leiterin Unternehmenskommunikation der REWE Touristik Köln. 2010 gründete sie ihr eigenes PR-Büro „Spirit of Sun“ und eröffnete ein Geschäft für Mode-Accessoires in Aachen.



Mathias Brandes



Anette Forré



Karen Friedel



Frank M. Havemann



Mario Köpers



Hans-Ulrich Kossel



Gunther Träger



Robin Zimmermann

Karen Friedel begleitet uns praktisch seit der Clubgründung im heutigen ABACUS Tierpark Hotel, in dem sie seit 12 Jahren Direktorin und Geschäftsführerin ist. Sie bietet mit ihrem bewährten Team CTOUR und seinen touristischen Partnern beste Möglichkeiten für spannende Präsentationen, exzellente Branchentreffs und andere Events. Nicht nur viel Ostseeluft schnuppern, konnten wir mit **Frank Michael Havemann**, der sich nach über 20 Jahren bei Hapag-Lloyd und fast 19 Jahren bei Scandlines in diversen Managementfunktionen seit 2012 auf die Bereiche relationship management und global networking konzentriert. In bester Erinnerung sind der gemeinsame Scandlines-Trip ins lettische Ventspils und viele Fährüberfahrten nach Dänemark und Schweden.

Mario Köpers hat uns noch als Pressesprecher von Alltours kennen- und schätzen gelernt. Seitdem er Direktor Unternehmenskommunikation der TUI Deutschland in Hannover ist, gibt es einen verstärkten Austausch mit unserer Reisejournalisten-Vereinigung. Bei diversen Clubveranstaltungen, auf Reisen und Katalog-Präsentationen sind bereits viele neue, interessante Ideen entstanden und Freundschaften gewachsen. **Hans-Ulrich Kossel** ist unser erstes Ehrenmitglied. Als damaliger Sprecher der Fährreederei TT Line und OLAU-Line ermöglichte er u. a. unseren ersten schwimmenden CTOUR-Stammtisch auf der Ostsee. 13 Jahre lang war er Pressesprecher der Deilmann-Reederei. Bis 2012 war er mit seiner Agentur Kossel-Kommunikation erfolgreich unterwegs. **Gunther Träger**, Inhaber einer der erfolgreichsten deut-

schen Touristik-Agenturen C & C Frankfurt, gehört schon seit zwei Jahrzehnten zu unseren Ehrenmitgliedern. Als langjährigen Sprecher von Neckermann-Reisen, als begeisterten Piloten, als Aldiana-Sprecher und auch als Honorarkonsul der Republik Zypern konnten wir ihn oft in Aktion erleben und von seinen Erfahrungen partizipieren. **Robin Zimmermann**, gelernter Journalist und Kommunikationsmanager rundet den Reigen unserer Ehrenmitglieder ab. Als stellvertretender Leiter der Konzern-Kommunikation, Leiter der Pressestelle und Online Relations der TUI AG verantwortet er u. a. die Konzern-Website, Social-Media-Aktivitäten und das Personalmarketing des Reiseriesen in Hannover. Da gibt es stets genügend Gesprächsstoff. ■

HANS-PETER GAUL

Vis à vis von Bär und Murmeltier

CTOUR-Stammhotel vor seinem 20. Geburtstag



Wer die Berliner Rufnummer 030-5 16 20 wählt, landet beim Hotel ABACUS und manchmal auch in der Warteschleife. Mit anheimelnder Stimme wird der Anrufer entworfen und zugleich informiert: Hier schlafen Sie wie ein Murmeltier, Ihren Bärenhunger stillen Sie beim Frühstück, Sie stehen nie in der Schlange, die Kellner sind wachsam wie Adler und schnell wie die Wiesel... Mit dem kleinen, dezenten Hinweis auf Murmeltier und Wiesel werden Sie zugleich neugierig gemacht auf die ganze Vielfalt aus Brehms Tierleben, das sich nur wenige Meter entfernt in Europas größtem Landschaftstierpark erleben lässt: Hier treffen Sie auf der anderen Seite der Straße auf muntere Paviane, geschmückte Bucharahirsche, tolpatschige Elefantensbabys und zottelige Gnus, auch auf manch grauen Esel. Das Hotel schmückt sich zurecht mit dem Namen ABACUS TIERPARK HOTEL

Treffs mit der Reisewelt

Die Geschichte des Clubs der Reisejournalisten Berlin/Brandenburg ist eng mit der Geschichte des Vier-Sterne-Hotels verbunden. Hier fand die Gründung von CTOUR im November 1990 statt, hier ist unser Stammhaus, hier finden die regelmäßigen Treffs mit Reiseveranstaltern, Fremdenverkehrsämtern, Ländervertretungen statt. Viele, die im Tourismus um die Gunst der Gäste und Kunden wetteifern, haben hier ihre Visitenkarten abgegeben. Im ABACUS bündeln sich

die weitgefächerten Interessen der Tourismusbranche zu einem Ziel: Die Journalisten mögen ihre Leser, Hörer und Seher mit bereits bekannten, neuen, weiteren und noch attraktiveren Destinationen bekanntmachen. Zu den Stammtischen oder Specials unseres Clubs treffen wir uns in einem der Tagungsräume in der 1. Etage, im „Ostsee“ oder im „Berlin“, einem Konferenzraum, der in den vergangenen Jahren dazu gebaut wurde, um Hintergründe, Zusammenhänge über den touristischen Alltag hinaus zu erfahren. Die Informationen mit kompetenten Gesprächspartnern werden anschließend meist im Wintergarten fortgesetzt. Alle fünf Jahre ruft CTOUR ins ABACUS zu den Branchentreffs. Es sind Höhepunkte für die Mitglieder von CTOUR, die unterschiedlichen Reiseveranstalter, die Mitarbeiter des Hotels, die Sponsoren und die vielen Gäste, die anreisen und Gast auf Zeit im Hotel sind. Dann sind die Reiseriesen TUI und Neckermann, alltours und REWE-Touristik wie selten vereint. „Mit CTOUR sind wir eine enge Partnerschaft eingegangen“, sagt Karen Friedel, die Direktorin des Hauses, „zum gegenseitigen Vorteil und Nutzen. Wir haben gute Erfahrungen gemacht. Auch Freundschaften sind dabei entstanden“. Bei der Namensweihe des Hotels vor 20 Jahren hat man eine Anleihe bei den alten Griechen und Römern genommen, die ihre „Rechenmaschine“ Abakus nannten. Mit dem Hin- und Herschieben der Kugeln auf der Schiene eines Holzbretts begründeten sie ihre Rechenkünste. Das Gerät zum

addieren, subtrahieren und multiplizieren ist aus der Mode gekommen. Rechnen allerdings muss man heute mehr denn je. Auch in der Franz-Mett-Straße. Die erzielten Ergebnisse bewegen sich im Plusbereich. 72 Prozent im Durchschnitt betrug die Bettenauslastung im vergangenen Jahr, im Monat August konnte man 91 Prozent verbuchen.

Haus mit gutem Ruf

Im ABACUS wird die Rechnung mit dem Wirt gemacht. Unter den Vier-Sterne-Häusern der Hauptstadt hat das Hotel seit Jahren seinen guten Ruf behalten. Es bietet beste Möglichkeiten für Tagungen und Seminare, die 12 Räume sind mit der modernsten Technik ausgestattet – Anschlüsse zu allen Datendiensten. Die geräumigen und hellen 278 Zimmer verteilen sich über 10 Etagen. Von manchen hat man einen Blick hinüber zum Tierpark. Auch deshalb buchen viele Berlinbesucher gern das Haus etwas abseits vom Zentrum. Nach wie vor beeindruckt die Showküche inmitten des Restaurants, wo man den Köchen in die Töpfe gucken kann. Die Einträge bei den Hotelbewertern holidaycheck.de oder tripadvisor.de bestätigen das gute Urteil, so heißt es da „Klassehotel für Städtetour“, „tolles Hotel mit hohem Wohlfühlfaktor“, „ein Bravo für ausreichend und kostenlose Parkplätze.“ Im Frühsommer begeht das ABACUS Tierpark Hotel sein 20jähriges Jubiläum. Herzlichen Glückwunsch dem ganzen Team! ■

GÜNTHER WOLFRAM

In der hauseigenen Bücherkiste gekramt

CTOUR-Mitglieder auf dem Büchermarkt. Was sie anbieten, ist bunt und vielseitig: Reiseführer, Reportage-Bände, ungewöhnliche Geschichten und Ratgeber fürs Leben

Zugegeben, die „Schriftstellerei“ spielt im Leben von CTOUR eine eher untergeordnete Rolle. Zwar wird mit Wohlwollen registriert, was die Buchautoren, laut Mitgliederliste sind es immerhin fünfzehn, so treiben. Das ändert aber nichts an der Tatsache, dass die Kunst des Fabulierens (laut Fremdwörterbuch versteht man darunter „Fabeln erdichten; Geschichten erfinden, ersinnen; lebhaft erzählen, phantasievoll plaudern“) in einem Journalistenclub immer nur ein Nebenschauplatz bleiben wird. Nichts desto trotz tragen die Buchautoren zur Popularität von CTOUR bei. Nur ihre sprichwörtliche Bescheidenheit hindert sie daran, diese Tatsache durch vielfältigste Rezensionen zu beweisen.

Lese- und Sehvergnügen

Interessant, was da so alles zwischen zwei Buchdeckel passt. Zum Beispiel „666 und sex mal Liebe“ und „Diesseits und Jenseits des Polarkreises“. Wer Genaueres über diese beiden Bücher erfahren möchte, möge sich bitte an die Autorin Gisela Reller wenden. Gleich eine ganze Serie von Titeln hat Erich Hobusch der Wildddieberei und den Förstermorden gewidmet. Von ihm stammt auch „Das große Halali – eine Kulturgeschichte der Jagd“. Dr. Uwe Schieferdecker weiß alles über Dresden. Günther Wolfram dagegen kennt „Rußland“ und die „Krim“ wie seine Westentasche. Und

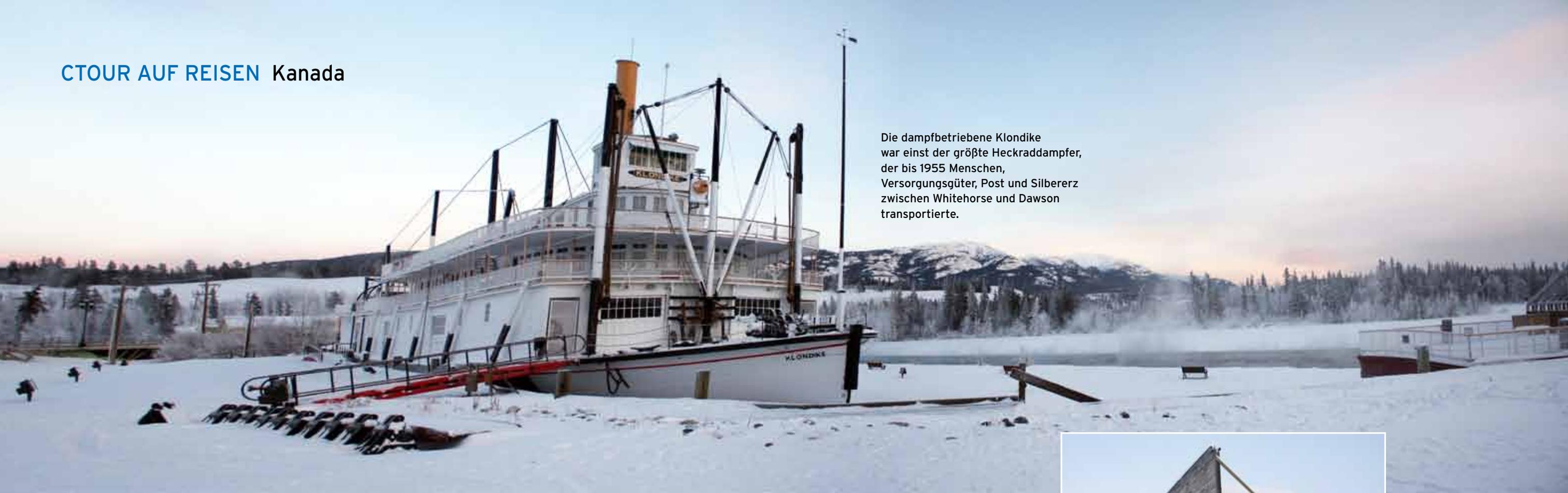
Dr. Peter Kracht, in Unna zu Haus, hat sich dem Sauerland verschrieben, aus seiner Feder stammen drei Kulturführer über die Region. Relativ selten trifft man Dr. Peer Schmidt-Walther in seinem Heimathafen Stralsund an. Der Autor befindet sich mit Regelmäßigkeit auf hoher See. Seine Eindrücke und Erfahrungen sind in zahlreiche Bücher geflossen - über Kreuzfahrten, Frachtschiff- und Eisreisen. Bernd Siegmund ist ein Autor, der gemeinsam mit „seinen“ Fotografen traditionelle Urlaubsregionen aus recht eigenwilligem Blickwinkel vorstellt. Die Bildbände über Rügen, Potsdam, Brandenburg, den Spreewald, die Altmark, über Berlin, Mecklenburg und Vorpommern sind ein Lese- und Sehvergnügen. Auch Klaus Störtebeker musste es sich gefallen lassen, dass Siegmund ihn gemeinsam mit Manfred Bofinger wissenschaftlich auseinandernahm. Lars Franke pflegt das uralte Metier „Geschichten-Erzählen“. Mit seinen Publikationen „Friedrichs Sanssouci und andere Schlossgeschichten“ sowie „Spukgeschichten aus Berlin und Brandenburg“ gibt er den Lesern zwei Reiseführer der besonderen Art in die Hand. Dr. Harald Schmidt überraschte im letzten Jahr mit einem spanischen Reiseunterhalter, in dem der Interessierte viel Unbekanntes über das beliebteste Urlaubsland der Deutschen findet. Hans-Gert Schubert beschreibt seine Reisen durch Lateinamerika, Europa

und Asien unter dem Titel „Von den Azteken bis zur Aquapolis“. In Kinderbüchern beschäftigt er sich mit dem Alltag Heranwachsender in Japan, Griechenland und Laos. Zwei Berliner Reiseführer verraten über die Stadt: „Berliner Köpfe – wer lebte wo“ und „Berliner Adressen – was war wo“. Der ganz sicher vielseitigste Schreiber im Club ist Rasso Knoller. Seine Palette reicht von Büchern über „Schweden“, die „Kapverden“, „Zeit für Berlin“, „Irland“, „Gomera“, „Paragliding“, „Heilen mit Grapefruitkern-Extrakt“ oder „Apfelessig, Kräuternessig & Co“ bis hin zu einem Buch über „Stalking. Wenn Liebe zum Wahn wird.“ An die 50 Bücher hat Rasso Knoller geschrieben. Einige gemeinsam mit Oliver



Gerhard, andere mit Christian Nowak. Veronica Zickendraht versucht mit ihren Büchern wie „So bin ich wirklich gut“ oder „Mach mich glücklich, reich mach ich mich selbst“ und „Neue Erfolgsstrategien an die Hand zu geben, damit sie es schaffen, beruflichen Erfolg in Balance zu einem erfüllten Privatleben zu bringen. Ein Unterfangen, das Respekt verdient. Natürlich wäre es ein Leichtes, ausführlicher über den einen oder anderen Autor zu berichten. Aber dazu reicht erstens der Platz nicht und zweitens wollen wir in der Würdigung niemand hervor- und keinen zurückstellen. Deshalb setzen wir hier einen Punkt. ■

MBL



Die dampfbetriebene Klondike war einst der größte Heckraddampfer, der bis 1955 Menschen, Versorgungsgüter, Post und Silbererz zwischen Whitehorse und Dawson transportierte.

Auf Jack Londons eisiger Spur im Yukon

Fast hunderttausend Glückritter zog es während des Goldrausches 1897/98 in das Yukon-Gebiet. Auch Jack London. Statt Gold fand er Geschichten

Die Quecksilbersäule fällt im Stundentakt. Erst bei minus 30 Grad scheint sich die Wetterlage am nächsten Morgen zu stabilisieren. Meine Reise beginnt in der Provinzhauptstadt Whitehorse. Ich stehe auf dem Eis des Schwatka-Sees und warte auf Gerd Mannsperger, den deutschen Buschpiloten, der seit 18 Jahren Touristen über die Wildnis des nördlichen Kanadas fliegt. Langsam saugt die aufgehende Sonne den Nebel aus dem Tal, das der Yukon-Fluss in die Landschaft geschnitten hat. Vom anderen Ende des Sees nahen Extremsportler, die mit einem Skilanglauf den ersten Wettbewerbs der Fulda-Challenge absolvieren. Endlich hat sich der Nebel aufgelöst

und Gerd kann seine mit Schneekufen ausgerüstete Cessna starten. Dem Verlauf des Yukon folgend taucht unter uns der stillgelegte Raddampfer Klondike auf. Dann dreht Gerd ab, es geht über eine zerklüftete Bergwelt, die sich scheinbar endlos bis zum Horizont erstreckt. Riesige Wälder, einsame Seen, reißende Flüsse - Wildnis soweit das Auge reicht. Ganze 31.000 Einwohner leben im Yukon-Territory, davon 23.000 in Whitehorse.

Unterwegs zum Klondike

Beim Landeanflug auf den Schwatka-See überqueren wir den Miles-Canyon, einen der gefährlichsten

Abschnitte des Yukon-Flusses, den die Goldsucher während des großen Goldrausches 1897/98 auf ihrem Weg zum Klondike mit selbst gebauten Booten bewältigen mussten. Jack London nutzte seine Kenntnisse aus der Seefahrt und gehörte zu den wenigen, die Boot und Ladung unbeschadet durch die von steilen Felsen umsäumte Flussenge steuerten. Mehrere Wochen war London mit seinen Begleitern auf dem Yukon unterwegs, bevor sie im Herbst 1897 bei zunehmender Eisdecke Steward Island erreichten und am 6. Oktober ihre Goldclaims am Henderson-Creek absteckten. Von Whitehorse mache ich einen kurzen Abstecher nach Carcross, früher

Caribou Crossing. Hier stand einst die größte Sägemühle des kanadischen Nordens, die viele Goldsucher mit Brettern für den Bootsbau versorgte. Im Jahr 1898 startete von hier und den umliegenden Seen eine Armada von 7000 selbstgebaute Booten in Richtung Dawson. Heute ist das Gebiet im Winter bei Motorschlittenfahrern äußerst beliebt. Weiter geht die Fahrt nach Dawson City. Zur Registrierung seines Claims musste Jack London im Oktober 1897 in die Stadt, die im Folgejahr mit über 30.000 Einwohnern zur größten Stadt Westkanadas anwachsen sollte. Der einbrechende harte Winter, aber sicher auch die verwegenen Charaktere und abenteuerlichen Geschichten, die abends in den Kneipen Dawsons die Runde machten, hielten den



Manche Gebäude in Dawson stehen noch heute so wie zu Jack Londons Zeiten.

künftigen Bestseller-Autoren für zwei Monate in der Goldgräbermetropole fest und sorgen für reichlich Stoff, aus dem London später seine Geschichten webte. Bei Temperaturen um minus 50 Grad schlief er hier in einem Zelt und erfuhr am eigenen Leib die Härte des Überlebenskampfes am Klondike, die er in seinen Erfolgsromanen „Wolfsblut“, „Ruf der Wildnis“ oder „Lockruf des Goldes“ verarbeitete. Im einstigen „Paris des Nordens“ ist noch heute die Zeit des Goldrausches wach. Gebäude im Wildwest-Stil, vor sich hin rostende Fördermaschinen

und die aus Brettern gezimmerten Bürgersteige versetzen den Besucher 100 Jahre zurück. In den Geschäften warten echte Nuggets in Riesengröße auf Käufer und in den Hotels kann man noch mit Goldstaub bezahlen. In der Front-Street stoße ich auf den kleinen „Nugget & Ivory Shop“ von Uta Reilly. Die aus dem Schwarzwald stammende Kauffrau betreibt seit 30 Jahren ihr Geschäft mit Goldnuggets und kennt einige der neuen Glückritter, die angesichts steigender Goldpreise erst vor einem Jahr mit dem Schürfen begonnen haben. Ein paar ▶



In dieser Blockhütte wohnte Jack London im Winter 1897/98.

Häuser weiter liegt das Mining Register. Dort treffe ich Sarah Tylor, die auf einer Karte zeigt, wo ich mir selbst ein Claim abstecken kann. „Das kostet lediglich 10 Dollar Gebühren“, lässt sie mich wissen. Sarah empfiehlt mir, mich erst einmal mit einem gestandenen Goldschürfer zu beraten.

Neuer Goldrausch?

Rick Reimer gleicht so gar nicht den Typen, die Jack London beschreibt. Er montiert gerade einen Motorblock, als ich in die Halle eintrete, die den Eindruck einer Maschinenwerkstatt vermittelt. „Wir nutzen den Winter, um unsere Technik zu warten“, begrüßt mich der vierschrötige Endvierziger. Bevor er und seine Partner sich des glitzernden Edelmetalls erfreuen können, müssen Bodenproben entnommen, Bäume gerodet, ein Weg zum Claim gebaut, die Wasserversorgung gesichert und Maschinen und Anlagen zum Abbaugelände transportiert werden. „Nahezu alles läuft in Eigenregie, was jedem Höchstleistung-

gen abverlangt – 12 bis 14 Stunden pro Tag und sieben Tage in der Woche“, beschreibt er den harten Alltag in der Saison von Anfang April bis 15. November. Nur zur Prüfung des Goldgehaltes einzelner Erdschichten greift er noch zur traditionellen Pfanne, mit der auch Touristen am Bonanza Creek Gold schürfen können. Relikten aus der Zeit des Goldrausches begegnet



Echte Goldnuggets verkauft Uta Reilly im Nugget & Ivory Shop von Dawson.

man im Stadtmuseum von Dawson. In einem kleinen Filmsaal werden auch die Glücksritter wieder lebendig, die sich wie Jack London mit je 1000 Kilogramm an Lebensmitteln und Ausrüstungen in bitterer Kälte über den steilen Chilkoot-Pass quälten, zu Fuß 50 Kilometer über die Berge bis zum Lindeman-See stampften, um dann weitere 700 Kilometer mit primitivsten Booten und Flößen bis nach Dawson zurück zu legen. In der 8. Avenue steht die Hütte, in der London einst hauste. Dawson ist einer der markantesten Orte, die Glück und Tragödien der nordamerikanischen Geschichte zugleich symbolisieren. Das Glück derjenigen, die ein mehr oder weniger großes Vermögen machten und die Tragödien der vielen Abenteurer, die an Skorbut und Typhus erkrankten, ihr Leben ließen oder erfolglos blieben. ■

MICHAEL JUHRAN

Datca neu im Programm

Stefan Suska, Kommunikationschef alltours, ist davon überzeugt, dass langfristig nur jene Veranstalter weiter wachsen werden, die sich von der großen Gruppe der Me-Too-Anbieter unterscheiden.

Die exklusiv nur von alltours angebotenen Anlagen werden am häufigsten und am schnellsten gebucht, deshalb gibt es 2013 noch mehr exklusive Angebote zu hohen Frühbucherrabatten.

Welche Alleinstellungsmerkmale stellen Sie in Ihrer Marketingstrategie besonders heraus? Wir sehen uns als einen der Preis-Leistungsführer in Deutschland. Zudem haben wir 35.000 Betten im Programm, die nur alltours anbietet. alltours besitzt und betreibt inzwischen 16 eigene Hotels, die allsun hotels.



Stefan Suska

Wie sind 2012 die Geschäfte für Ihr Unternehmen gelaufen? alltours hat Umsatz und Gästezahlen um jeweils mehr als 5% gegenüber dem Vorjahr gesteigert – auf die neuen Rekordwerte 1,4 Mrd. Euro und 1,75 Mio. Gäste.

Welchen Anteil hat das Internetgeschäft am Gesamtumsatz Ihres Unternehmens? Das Internet ist Teil unserer Multikanalstrategie, aber die Reisebüros sind nach wie vor der wichtigste Vertriebskanal.

In welchen Produktgruppen versprechen Sie sich mittelfristig Wachstum? Wir sind überzeugt, dass wir durch exklusiv angebotene Hotels, die differenziert auf unterschiedliche Zielgruppen ausgerichtet werden, Wachstum langfristig sichern können.

Produkten, wie beispielsweise alltours sie bietet, schätzen.

Welche Erkenntnisse haben Sie aus dem Buchungsverhalten Ihrer Kunden für die Programmgestaltung in diesem Jahr gewonnen?

Welche neuen Produkte sind für 2013 im Angebot? Wir bieten 2013 erstmals Wintersportreisen im Alpenraum und den Mittelgebirgen an. Im Sommer ist die Region Datca in der Türkei neu im Programm.

Wie wird sich das Reiseverhalten der Deutschen im nächsten Jahrzehnt verändern? Nur wenn ich eine Glaskugel hätte, könnte ich das genau beantworten. Marktuntersuchungen sagen, dass nur Veranstalter weiter wachsen werden, die sich von der großen Gruppe der Me-Too-Anbieter unterscheiden. Das ist unsere Strategie.

Welche Bedeutung messen Sie sozialen Netzen bei und wie reagieren Sie darauf? Über das Wetter, das Auto und den vergangenen Urlaub reden Menschen gern, auch in sozialen Netzwerken. Als Infoplattform halte ich sie daher für wichtig, als Vertriebskanal nicht – oder noch nicht.



Suska, weinselig, auf einem Erntedankfest im Sauerland

Werden Reisejournalisten auch in Zukunft darauf Einfluss haben? Das hoffe ich doch sehr, denn ich bin sicher, dass auch Reisejournalisten die Vorzüge von exklusiven und differenzierten

Was ist Ihre Lieblingsdestination und wohin werden Sie in diesem Jahr privat verreisen? Nachdem ich 2012 kaum weg war, gibt es 2013 einen Nachholbedarf. Der Polarkreis, eine Kreuzfahrt und zwei Wochen in meiner Lieblingsregion Umbrien stehen auf dem Programm.



Mit 200 km/h ist der TEE Rheingold der schnellste aktive historische Zug der Welt.



Regionalbahn auf dem Weg von Garmisch-Partenkirchen nach Reutte in Tirol.

Nostalgie-Erlebnis **Rheingold**

Mit der Bahn in den Urlaub und das Auto huckepack dabei. Der DB-eigene Reisespezialist Ameropa bilanziert steigende Nachfrage

Die Deutsche Reichsbahn startete 1928 mit dem „Rheingold-Express“ in den Wettbewerb mit der Orient-Express-Gesellschaft. Mit einem bis dahin nicht gekannten Maß an Komfort und Luxus fuhr er auf seiner Strecke zwischen Alpen und Nordsee an die Spitze des europäischen Schienenverkehrs.

Im Jahre 1962 gelang der Bundesbahn dann das Comeback des Schienenstars mit einem völlig neuen Konzept. Der „Rheingold“ setzte europaweit mit seinem großzügigen Raumangebot, seiner Laufruhe und seiner Klimatisierung neue Maßstäbe

für zeitgemäßen Reisekomfort. Der Rheingold war allerdings nicht der Beginn des Bahn-Tourismus. Als 1835 der erste Zug von Nürnberg nach Fürth dampfte, fuhren die meisten Reisenden „nur so zum Spaß“ in den offenen Wagen mit. Das waren die ersten Bahntouristen. Sie nutzten das neue Verkehrsmittel, obwohl Ärzte ernsthaft warnten: „Geschwindigkeiten über 20 km/h sind für den Menschen nicht erträglich. Sie führen zu Schwindigkeit und Fehlstand der Augen.“ Heute fahren die Züge bis zu 300 km/h. Niemand muss sich fürchten, beim Ausstieg nur noch zu schielen.

ICE fährt in sechs Länder

Der Bahn-Tourismus ist inzwischen eine feste Einnahmegröße für den DB-Konzern. Gerade im Fernverkehr hat die DB

ihre Angebote seit 2000 noch einmal beträchtlich erweitert. Es gibt mittlerweile aus Deutschland 220 Direktverbindungen in 80 ausländische Städte. Sie werden von 60.000 Reisenden täglich genutzt. ICE verkehren in sechs Länder. Direkte Ziele sind unter anderem die Städte Amsterdam, Brüssel, Paris, Basel, Bern, Zürich, Klagenfurt, Zagreb, Wien, Graz, Budapest, Bratislava, Prag, Krakau, Wroclaw, Warschau, Poznan, Stettin, Kopenhagen und Aarhus. Ähnlich wie beim Flugzeug spart der Reisende, wenn er früh bucht. Das so genannte Europa Special ist ab 39 Euro erhältlich. Im Regionalverkehr ging es in den vergangenen Jahren vor allem um neue Tarifangebote. Sie sollen die Naherholung mit der Bahn attraktiver im Wettbewerb mit dem Auto zu machen. Ob Schönes-Wochenende-Ticket oder Ländertickets – wer gemeinsam mit bis zu fünf Personen reist, ist

günstig unterwegs. Erweitert wird das DB-Angebot durch so genannte Kombitickets, mit denen bei Bahnreise auch Eintrittspreise, zum Beispiel für Museen oder Kurtherme, ermäßigt werden. Oder mit regionalen Sondertickets, z.B. dem in Berlin und Brandenburg sehr bekannten und von Touristen gern genutzten Ostseeticket.

Reisezeit ist Urlaubszeit

Für die große Urlaubsreise bietet die Bahn ihre Nacht- und Autoreisezüge an. Die Idee: Reisezeit ist Urlaubszeit. Wer über Nacht fährt und am Morgen am Urlaubsziel ankommt, das Auto gewissermaßen huckepack dabei, gewinnt einen Urlaubstag. Nacht- und Autoreisezüge verkehren über lange Distanzen von 600 bis 1700 km. Inzwischen gibt es 16 Terminals in Deutschland, Frankreich, Italien und Österreich. Die Bahn hat längst einen



Panoramafenster geben im TEE Rheingold den Blick auf die Landschaft frei.

konzerneigenen Reisespezialisten: Ameropa. Ein stabiles Jahr 2012, gute Buchungseingänge für die vergangene Sommersaison und eine starke Nachfrage nach Erlebnis-Kurzreisen – so charakterisiert die Konzerntochter ihre aktuelle Geschäftslage. Ameropa rechnet in diesem Jahr mit rund 500.000 Gästen. Oben auf der Rangliste stehen die Küstengebiete von Nord- und Ostsee, gefolgt von Bayern, Baden-Württemberg, Hessen und Sachsen. Und was macht der

Rheingold heute? Er kann für Freizeitfahrten gebucht werden. Ob 50, 150 oder bis zu 600 Personen – alle sitzen auf bequemen 1. Klasse-Plätzen. Und mit 200 km/h ist der TEE „Rheingold“ der schnellste aktive historische Zug der Welt. Auch wenn Bahntourismus längst im Alltag etabliert ist – eine Reise mit einem TEE „Rheingold“-Nostalgiezug ist immer noch ein unvergessliches Erlebnis. ■

FRED HAFNER

Tausendundein Kilometer zu Tausendundeiner Nacht

Die Weihrauchbäume der Region Dhofar liefern beste Qualität: klares, zart grünliches Harz. Per Schiff oder auf der Weihrauchstraße kommt es in die Tempel der Welt

Wie märchenhaft das klingt – „Salalah“. Tausendundein Kilometer liegen zwischen Omans Hauptstadt Muscat und „Tausendundeiner Nacht“, der Weihrauchregion Dhofar mit Salalah, dem zweiten Sitz des Sultans. Im Stadtteil ad Dahariz – eine ehemalige Fischer-siedlung - wurde in der Moschee gerade das Abendgebet beendet. Die Dämmerung wird schnell von der Dunkelheit eingeholt. Das nahe Brausen der Wellen des Arabischen Meeres entspannt die Spaziergänger.

Unerwartete Einladung

„Hallo Sir, haben Sie Lust auf einen Tee? Ich freue mich, wenn Sie mein Gast sind.“ In Gedanken versunken schreckt der Spaziergänger auf. „Bitte?“ „Ja, ich würde mich gern mit Ihnen unterhalten“, sagt ein leicht untersetzter Vierziger in ausgezeichnetem Englisch. Die überraschende Einladung hypnotisiert. Die deutschen Spaziergänger handeln anders als bei anderen Reisen: Sie folgen spontan der Einladung eines völlig fremden Menschen in einer unbekanntenen Umgebung. Doch der Mann im beige knöchellangen Gewand, der Dishdasha, mit dem gewickelten Tuch (Massar) auf dem Kopf, ist mit seinen freundlichen Augen vertrauenerweckend. Mit einer Handbewegung weist Omar, so sein Name, auf seine Villa fünf Meter entfernt. Ein moderner Bau, geschmückt mit zahlreichen Elementen der traditionellen Bau-

kunst der Regionen Dhofar und vom benachbarten Ost-Jemen. Da sind die Spitzbogen-Fenster, die geschnitzte schwere Holz-Haustür sowie der regionale braune, raue Mirbat- und der weiße, glatte Marmor-Stein der Fassade. Tradition neben Moderne. Das ist es, was die Omaner beim Bauen und Gestalten ihres Landes und der Gesellschaft mögen.

Stolz geleitet Omar die Gäste. Der Hausdiener wird angewiesen, Tee, Softdrinks, Datteln und Süßigkeiten zu bringen. Die Wände der „guten Stube“ sind durch gepolsterte Sitzgelegenheiten gerahmt. Davor stehen flache Tische. Das riesige Sofa wird durch ein paar Schränkchen mit familiären Fotos und Utensilien unterbrochen. Es gibt also viel Platz für große Familien und ihre Gäste. Neugierig

schiebt sich ein Zwölfjähriger durch die leicht geöffnete Tür, dann ein jüngerer, dann ein sechsjähriges Mädchen - drei der vier Kinder von Omar. Durch die halbgeöffnete Tür dringen die Stimmen von Ehefrau, Schwester und Mutter. Die Frauen bleiben – wie es sich im Oman gehört – unsichtbar. Der Hausherr erzählt von seiner harten Arbeit als Erdölarbeiter in der Wüste Ar Rub Al Khali, 240 km von Salalah entfernt nahe der Grenze zu Saudi Arabien. Zwei Wochen Arbeit bei mitunter 50 Grad Hitze, dann zwei Wochen freie Zeit. Die Villa ist ein Beleg für den guten Verdienst.

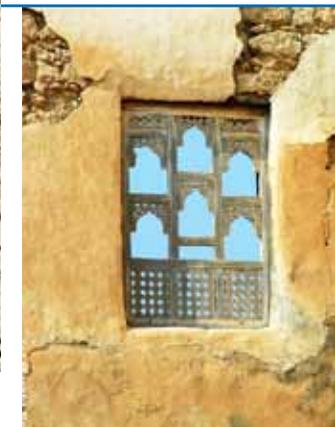
Weihrauch für die Welt

Omar lädt zu einer Spritztour durch Salalah ein. Der Jeep fährt auf der Prachtallee am Gestüt, dann an den Obst-, Kokospalmen- und Zuckerrohrplantagen des Sultans vorbei. „Im Gestüt werden für die ganze Pferdewelt Araber erster Güte gezüchtet.“,



Quelle in der Wüste Al Khali.

informiert Omar. Im Souq (Basar) von Salalah wird der beste Weihrauch der Welt verkauft. „Es gibt vier Qualitätssorten an Weihrauchharz. Das Beste ist das klare, zart grünliche. Diese Qualitätsbäume wachsen nur bei uns. In Somalia gibt es zwar auch Weihrauchbäume, aber die liefern nicht so gutes Harz. Die speziellen klimatischen Bedingungen in Dhofar – die Monsun-Regenfälle von Mitte August bis Ende September – bringen es.“ Das Klima lässt sich schwer durch den Menschen beeinflussen. Zum Glück - so hat Dhofar seit der Antike das Weihrauch-Monopol. Archäologische Funde belegen, dass die Araber vom Oman bereits vor tausend Jahren mit ihren Schiffen bis nach Indonesien und China gereist sind. Per



Alte Mauern



Weihrauchbaum

Schiff und auf der Weihrauchstraße wurde das weiße Gold von Oman zum Mittelmeer zu den Tempeln Europas gebracht. „Das Weihrauch-Museum informiert darüber sehr anschaulich.“ Omar zeigt auf ein modernes Gebäude mit Marmor-Fassade, gebaut neben den Ruinen von Al Baleed, der über 2000 Jahre alten und seinerzeit wichtigsten Hafenstadt auf der Arabischen Halbinsel am Indischen Ozean. „Hier wurden u.a. ein Schachspiel und chinesische Münzen aus dem 11. Jahrhundert gefunden. Der größte Teil der Mauern liegt jedoch noch unter der Erde. Hier können noch Generationen graben und Schätze finden.“ Der Jeep rollt in der Dunkelheit vorbei am fünfzig Meter breiten Sandstrand, der auch am Tage nicht gerade überfüllt ist. Kleine und mittelgroße Strandhotels sind hier kein Hindernis für Strandläufer. Ein Duft von Weihrauch gemischt mit Myrrhe und Sandelholz schwebt durch das zweistöckige kleine ‚Arabian Sea Villas‘. Dieser Duft erfrischt und vertreibt Insekten.

Hohe Preise und Qualität

So richtig begann der Tourismus im Sultanat Oman erst vor etwa zwanzig Jahren. Das Land gehört in punkto Preise und Qualität der touristischen Angebote zu den anspruchsvollen Destinationen. Traditionen bleiben so länger erhalten. Tatsächlich hat die Beherbergung – vom Fünfsterne-Hotel bis zur kleinen Berghütte –

ein hohes Niveau. Die Hotel- und Gastronomie-Preise liegen allerdings mitunter etwas höher als in Deutschland. Oman zeichnet sich durch Sicherheit und Gastfreundschaft aus. „Im Oman sind die Menschen so freundlich und friedlich. Da bin ich als Frau allein gereist,“ hatte Carmen von Take off Erlebnisreisen Hamburg, dem Organisator, den Touristen mit auf den Weg gegeben.

Jeder Tag ließ die Gäste vielfältige Kultur und Natur erleben. Da wären die aufregenden, unterschiedlich gefärbten Berglandschaften auf Musandam, im Hajar-, Akhdar-, oder Dhofar-Gebirge. Da sind an der Straße von Hormus die Fjorde von Musandam, durch die alte Dhauen mit Touristen von ganzen Delphin-Familien begleitet werden. Da gibt es die fruchtbaren Gebiete mit den alten orientalischen Festungen im Raum von Muscat bis zur Handelsstadt Nizwa. Im Westen zwischen Ost-Jemen, dem Arabischen Meer und Saudi Arabien liegt das seit der Antike legendäre Weihrauchland Dhofar. Die Wüste Rub al Khali soll die meisten Dünen der Welt haben. Wasser-Quellen ‚färben‘ grüne Flecken in den gelben Sand. Lagunen an der Küste sind ein Paradies für Flamingos, Kraniche und tausende andere Vögel. Wie im orientalischen Märchen: Oman ist ein Land der betörenden Düfte. Hier gibt es die teuersten Parfüme mit edelsten Essenzen für Frau und Mann. ■

HARALD SCHMIDT



Dünenläufer in der Wüste Al Khali.

CTOUR AUF REISEN An Bord eines Frachters

Immer öfter haben hochmoderne Frachtschiffe Passagiere an Bord. Der Kontakt zur Crew ist eng. Vier Wochen in einer Mini-Suite Kurs Südamerika

Freundlich die Identitätskontrolle am Gate des Hamburger Burchardkais: Zettel ausfüllen, Ausweischeck, Abgleich mit der Bordliste: fertig. Am Tor wartet schon ein Terminalbus, mit dem man durch die Containerberge gekarrt wird. Schließlich Stopp neben einer roten Wand mit aufgemalten weißen Riesenlettern Hamburg Süd. „Santa Rosa, wir sind da!“, sagt der Fahrer knapp und wünscht eine gute Reise. Neben der Gangway ein dunkelhäutiger Seemann im Hamburg-Süd-Overall: „Do you need any help?“, fragt er, nachdem sich der neue Passagier vorgestellt hat. Kaum – nach atemberaubenden 55 Steilstufen - an Deck, kommt ein junger Mann auf einen zu: „Jan Dlugosch, ich bin der Zweite Offizier“, strahlt er, „herzlich willkommen an Bord!“ Endstation Deck G, ganz oben und direkt unter der Brücke. „Owner day room“ steht neben der Tür, hinter der ich die nächsten vier Wochen zu Hause sein werde. „Das hier ist die einzige Kammer auf die-

sem Deck“, erklärt der Chief mate und öffnet, „eine echte Mini-Suite“. Weit schweift der Blick von meinem Deck aus 37 Meter Höhe über Hamburgs abendlich beleuchtete Schokoladen-seite mit Blankenese und Landungsbrücken. Eine Stunde nach Plan fängt der Diesel an zu grummeln und Santa Rosa drückt sich langsam von der Pier ab in den schwarzen Strom. Kurs Südamerika. Rund 14.000 Kilometer quer über den Atlantik mit Äquatorpassage. Das verspricht eine Traumreise zu werden, allerdings nicht auf einem Traum-, sondern auf einem hochmodernen Arbeitsschiff. Wenn Dr. Ulrich Schrader, bekennender Frachterreise-Fan, in Antwerpen zusteigt, gibt es nur ganze zwei Passagiere auf dem 300 Meter langen Schiff.

Badewanne Biskaya

Gegen vier Uhr dreißig blitzt es ins Schlafzimmer: Das Leuchtfeuer von Helgoland. Die Kulisse bilden hell erleuchtete Frachter vor Anker. Nordwest-

Wind orgelt um die Aufbauten, Regen peitscht das Schlafzimmerfenster. Der Wind hat auf 25 bis 30 Knoten, etwa sieben bis acht Windstärken, zugenommen, erste Gischtfahnen fliegen übers gewaltige Vorschiff. Doch die mächtige SANTA ROSA liegt wie ein Brett und schüttelt sich manchmal nur unwillig beim seitlichen Anprall der Wellen. Nach der Coffee time bittet der Dritte Offizier Nicolas Inan (31), ehemaliger Oberleutnant zur See der Deutschen Marine, ins Ships office zur Sicherheitseinweisung: „Das ist laut IMO innerhalb von 24 Stunden Pflicht für alle neu an Bord Gekommenen“. Inzwischen heizt sich die Sauna auf, die zum anschließenden Entspannungsschwitzen einlädt.

02.30 Uhr: Das neun Decks hohe Deckshaus beginnt, sich leicht zu wiegen – wir sind wieder auf See. Und zum Frühstück vor der englischen Kreideküste. Stunden später schiebt sich der 93.400-Tonner im Schrittempo in den Hafen von Le Havre, wird

von Schleppern im Zeitlupentempo gedreht und ist um 13.20 Uhr am Quai Atlantique fest. Früher als geplant. Das bedeutet mehr Landgang. „Bis morgen früh um sechs, dann laufen wir aus“, gibt uns Kapitän Thomas Berndt mit auf den Weg.

Überraschung des Tages: Der Pool ist gefüllt. Nach der 75 Grad-Sauna geht's zum Abkühlen in die 13 Grad „warme“ Biskaya. Ein Wellenbad der besonderen Art. Die zweite Überraschung - ein Anruf von Jan Dlugosch: „In einer Stunde sind Sie eingeladen zum Biercall. Wow!! Die Unterhaltung kommt schnell in Gang, im Mikrokosmos Schiff unter kommunikativen Seeleuten kein Problem.“

Äquator und Neptun

Sechs Tage nach Le Havre: Land in Sicht! Der „Heilige Anton“ schält sich aus dem Dunst: die westlichste der Kapverdischen Inseln Santo Antao auf 17 Grad Nord und 25 Grad West.

MS „Anna Maersk“: größter Containerfrachter der Welt.



Matrosen-Akrobaten beim Malern am Steven.

Kurz nach 04 Uhr, 4000 Seemeilen oder 14 Tage von Hamburg entfernt: Neptun kommt an Bord – allerdings nur auf dem Display des Navigations-Computers: 0 Grad, 00. Minuten, 003 Sekunden Süd, 31 Grad, 37 Minuten, 516 Sekunden West zeigt er an. Der Äquator, Breitengrad Null, wird passiert, die magische imaginäre Linie zwischen Nord- und Südatlantik. Das Ereignis soll gefeiert werden: am Samstagabend mit einem zünftigen Open-air-Grillabend unter dem legendären Sternbild vom Kreuz des Südens.

Land in Sicht am dritten Tag nach den Kapverden und noch mal Handy-Kontakt, aber wesentlich preiswerter: um 16 Uhr voraus im Dunst die kleine brasilianische Inselgruppe Fernando da Noronha, von weißen menschle-

ren Traumstränden gesäumt. Strahlend blauer Himmel und tintenblaue ruhige See im Südatlantik. Bis die See an Backbord zu explodieren scheint und sich ein Buckelwal aus dem Wasser katapultiert und mit der Fluke winkt. „Sieht aus“, meint der Zweite trocken, „als würde eine Mine explodieren“. Aus dem Regendunst schält sich Cap Frio, rund 160 Seemeilen nördlich von Rio. Erster Blickkontakt mit dem südamerikanischen Kontinent.

Lotsin an Bord

Enttäuschend der Ausblick am Morgen – statt Rios Zuckerhut nur pottendicker Nebel bei 19 Grad, Wasser 18. Ursache: Sich allmählich erwärmende Luft trifft auf einen kühlen Strom. ▶



Mit Santa Rosa über den Ozean



Eigner-Kabine auf dem Containerschiff Cortesia.



La Boca: Bewohner tanzen Tango vor einer Kneipe.

Nordsee im Herbst. Hier läuft es jahreszeitlich anders herum: So startet das Südhalbkugel-Frühjahr. Kap Frio – der Name steht für die gegenwärtige Temperatur. Um 08.30 Uhr schert ein Boot heran – an Bord klettert eine junge Frau Ende Zwanzig, unsere Lotsin mit flottem Pferdeschwanz. Zwei

Vollbeladene Frachter kreuzen überall auf den Meeren. Und immer öfter haben sie Passagiere an Bord. Etwa 10 000 sind es im Jahr. Tendenz steigend. Vom einwöchigen Kurztrip durch Ostsee, Nordsee und Mittelmeer bis zur fast viermonatigen Weltumrundung ist fast alles im Angebot. Die Kabinen sind geräumig. Die Kosten liegen bei 50 bis 120 Euro pro Tag und Nase. Auf der Santa Rosa z.B. kostet die Tour 120 Euro.

tos - wir haben Zeit bis 20 Uhr. Hinter einer Hochhauskulisse mit palmengesäumter Promenade nur noch blendend weißer feiner Strand, gespickt mit bunten Sonnenschirmen, und tiefblaue See. Man kann nicht anders, als sich bei 28 Grad im Schatten in die schäumende Südatlantik-Brandung zu stürzen und nur noch zu genießen. Hinter dem Gate des nächsten Hafens Paranaguá besteigt man am besten ein Taxi für zwölf Real „down town“ und lässt sich am Busbahnhof, Rodoviario, absetzen. Da ist man mitten drin und kann sich an einem Touristinfo-Kiosk auf dem Vorplatz mit Stadtplan und Infomaterial versorgen. So gerüstet, starte man den in der Karte markierten Rundgang durch die romantische Altstadt, das nationale Erbe Centro Historico, mit ihren bunten Kolonialzeit-Häusern und ausgefahrenen Kopfsteinpflaster-Straßen.

Am Nullpunkt Argentinens

An Steuerbord zeichnet sich am dritten Tag um Mitternacht die Küste von Uruguay mit der illuminierten Hauptstadt-Skyline von Montevideo ab. Nach elf Stunden Revierfahrt durch den Mündungstrichter des Rio de la Plata, macht Santa Rosa in Buenos Aires fest. Am nächsten Vormittag geht

es in die argentinische Hauptstadt der „guten Luft“. Wir haben einen ganzen Tag Zeit. Das nächstliegende Ziel: La Boca. Grellbunte Häuser und Hütten säumen die berühmte Straße El Caminito. Der einst im Viertel ansässige Maler Benito Quinquela Martín hat die Anwohner überredet, ihre Häuser, die – so wird erzählt – aus dem Holz und Blech abgewrackter Schiffe bestehen, mit farbenfrohem Schiffslack zu streichen. La Boca, das ist auch das Synonym für Tango, sozusagen seine Geburtsstätte. Getanzt, natürlich nur zur Show, wird er hier überall zu sanfter Musik aus der Konserve. Im legendären „La Estancia“, Calle Laval muss man unbedingt bife die lomo essen. Argentinisches Rindfleisch aus den Weiten des südlichen Pampa-Graslandes hat Weltruf. Der Höhepunkt des kulinarischen Abends: pro Nase ein 380-Gramm-Rinderfiletbrocken. Auf einem Platz in der Mitte der angestrahlte „Nullpunkt Argentinens“. Angeblich werden von diesem weißen Monolithen aus alle Entfernungen im Land gemessen. Bis an die heimatische Ostsee-Küste sind es von hier aus runde 14.000 Kilometer. ■

DR. PEER SCHMIDT-WALTHER

Neckermann-Tradition wird weiter gepflegt

CTOUR-Ehrenmitglied Mathias Brandes, Kommunikationschef Thomas Cook, glaubt nicht, dass sich das Reiseverhalten der Deutschen künftig wesentlich ändern wird, jedoch das Buchungsverhalten der Kundschaft umso mehr

Wie sind 2012 die Geschäfte für Ihr Unternehmen gelaufen?
Thomas Cook hat in Deutschland vom allgemeinen Wachstum im Markt profitiert und ein sehr gutes profitables Ergebnis erzielt.

Welche Erkenntnisse haben Sie aus dem Buchungsverhalten Ihrer Kunden für die Programmgestaltung in diesem Jahr gewonnen?
Die Kunden werden immer flexibler in ihren Urlaubswünschen. Wir passen uns diesen Wünschen an und liefern dafür das passende Produkt. Zu diesem Zweck haben wir fast sämtliche Fluggesellschaften im Programm und können tagesaktuell Reisen mit sekundengenauen Preisen in unseren Buchungssystemen darstellen.

Welchen Anteil hat das Internetgeschäft am Gesamtumsatz Ihres Unternehmens?
Wir verkaufen erst 20 Prozent unserer Reisen über das Internet. Dagegen hat es den Katalog als Informationsquelle Nummer Eins bereits abgelöst.

Welche neuen Produkte sind für 2013 im Angebot?
Wir haben das Angebot an exklusiven Hotels ausgebaut. Dazu gehört unsere neue Hotelmarke smartline, die sich mit preiswerten Häusern an Kunden richtet, die auf ihr Budget achten müssen, aber trotzdem auf Qualität Wert legen. Ebenfalls neu im Angebot sind Hotels der Marke Sunprime. Diese Adults-only-Hotels sind erst ab 16 Jahre buchbar und für kinderlose Paare reserviert.

Welche Alleinstellungsmerkmale stellen Sie in Ihrer Marketingstrategie besonders heraus?
Neckermann Reisen, unser größter Veranstalter und Spezialist für Pauschalreisen, feiert in diesem Jahr seinen 50. Geburtstag. Auf diese Tradition bauen wir auf und modernisieren gleichzeitig permanent unser Angebot für Familien und Senioren sowie für besonders sportliche Kunden.



Asien-Fan Brandes in Kambodscha unterwegs.

In welchen Produktgruppen versprechen Sie sich mittelfristig Wachstum?
Die exklusiv von unseren Veranstaltern angebotenen Hotels wie zum Beispiel die Marke SENTIDO sind der Kern unseres Angebots. Von diesen versprechen wir uns konstantes Wachstum. Und auch der Onlinevertrieb wird in Zukunft weiter wachsen. Generell zielt unsere Strategie darauf ab, am Marktwachstum teilzuhaben und dieses in Profitabilität umzusetzen.

Wie wird sich das Reiseverhalten der Deutschen im nächsten Jahrzehnt verändern?
Ich glaube nicht, dass es grundsätzliche Veränderungen im Reiseverhalten geben wird. Allerdings wird der demographische Wandel zu Anpassungen führen müssen.

Werden Reisejournalisten auch in Zukunft darauf Einfluss haben?
Ja, denn Berichte in den



Mathias Brandes

Medien können das Image eines Landes prägen und die Entscheidung für oder gegen ein Reiseziel beeinflussen.

Welche Bedeutung messen Sie sozialen Netzen bei und wie reagieren Sie darauf?
Der Einfluss der sozialen Netzwerke steigt in dem Maße wie die junge Zielgruppe von heute zum Urlauber von morgen wird. Deshalb müssen wir künftig unsere Kunden dort abholen, wo sie sich medial überwiegend bewegen, egal ob im Internet, an der Glotze oder im Reisebüro.

Was ist Ihre Lieblingsdestination und wohin werden Sie in diesem Jahr privat verreisen?
Eines meiner Lieblingsziele sind die Malediven. Dort kann ich herrlich entspannen und die Seele baumeln lassen.

Berliner Herbergen für Überraschungen gut

Fast jeden Monat ein neues Hotel. Manche mit ausgefallenen Ideen: Wie in Sekundenschnelle aus Schubladen Schreibtischsessel werden. Oder die Badewanne neben dem Bett



Der „Überraschungs“-Schreibtisch im Hotel NH Express Berlin.



Lobby und Empfang im Best Western Premium Hotel Moa in Moabit.

Adina Apartmenthotel am Hauptbahnhof: Ich bin mit Udo Rößling verabredet, der – Fachjournalist für Hotellerie und Gastronomie – 1993 für CTOUR einen Hotelstammtisch ins Leben gerufen hat. Vor zwanzig Jahren also, ein Jubiläum! Seitdem wird in (fast) jedem Monat ein neu- oder wiedereröffnetes Hotel von den Hotelstammtisch-Mitgliedern inspiziert. Wir sind dreißig an der Zahl, aber meist sind wir fünf bis zehn, weil die anderen just am Hotelstammtisch-Abend einen anderen journalistischen Termin wahrnehmen müssen. Wer bei allen Hotelstammtischen dabei war – ich denke, das war nur Udo Rößling selbst – hat 150 bis 200 Hotels kennengelernt. Unter den besichtigten Hotels waren einige 5-Sterne-Hotels (z. B. das Marriott am Inge-Beisheim-Platz, das Hotel de Rome am Bebelplatz, das Swissôtel und das Hôtel Concorde am Kurfürstendamm, das Grand Hyatt am Potsdamer Platz), ungezählte 4-Sterne-Hotels, viele 3-Sterne-Hotels und auch Hostels. Als ich Udo Rößling frage, ob ihm die Hotels einmal „ausgehen“ werden, lacht er: „Nein, es werden mehr neue Hotels in Berlin eröffnet, als es Monate im Jahr gibt.“ Die Berliner Beherbergungsbetriebe präsentierten ihren Besuchern Ende November vorigen Jahres 125 000 Betten, die im Jahresdurchschnitt zu etwa 54 Prozent ausgelastet waren.

Halb Europa im Angebot

Als ich vom „Adina Apartmenthotel am Hauptbahnhof“ nach Hause komme, ist meine Freundin Elsa bei uns zu Besuch. Sie bittet mich, Interessantes über die von mir schon besuchten Hotels zu erzählen. Ich sage, dass es

(fast) nichts gibt, was es in den rund 770 Hauptstadt-Hotels nicht gibt. Man könne in Berlin mit spanischem Flair nächtigen, man könne es katalanisch, baskisch, türkisch, australisch, italienisch, schwedisch haben, natürlich auch, was die Speisekarten anbelangt. Es gibt Hotelzimmer mit Küchenzeile und viel Geschirr, Pfannen, Töpfen und Mikrowelle, Zimmer mit Bügelbrett und Bügeleisen, Hotelapartments mit jeweils - unglaublich, aber wahr - einer Waschmaschine, Zimmer, in denen die Badewanne gleich neben dem Bett steht und... und...

Design Award für NH

Da sollte man meinen, dass Hotelstammtisch-Mitglieder nicht mehr zu verblüffen sind. Doch im NH-Hotel Express am Potsdamer Platz passierte uns genau dies. Die Empfangschefin Stephanie Ziegert führte durch das Hotel. In den identisch ausgestatteten Zimmern entdeckten wir keinerlei Sitzgelegenheiten, auch nicht vor dem Schreibtisch. Doch dann kam ein pfiffiges Hotelstammtisch-Mitglied auf die Idee, die beiden Schubladen des Schreibtisches herauszuziehen und, siehe da, unseren erstaunten Augen boten sich statt der erwarteten Schubladen zwei bequeme Schreibtischsessel dar. Frau Ziegert erläuterte uns, dass die Ausstattung der Räumlichkeiten mit dem „European Design Award 2009“ in der Kategorie „Bestes Design für Standardzimmer“ ausgezeichnet worden ist. Wer sich, wie meine Freundin, die sekundenschnelle Verwandlung von Schubladen in Sitzgelegenheiten nicht vorstellen kann, mache es wie Elsa und gucke im Internet in den Tourism-Insider und dort in Udo Rößlings Bildergalerie. (Über den Hotelstammtisch von Udo Rößling wird von uns Hotelstammtisch-Mitgliedern regelmäßig auf der CTOUR-Webseite www.ctour.de berichtet. ■

GISELA RELLER

Kleine Sehenswürdigkeiten

Zu Fuß von der Klosterkirche Neuzelle zum Reichstag. Der Modellpark Berlin-Brandenburg lädt ein. In der Wuhlheide ist zu bestaunen, was die Region an Sehenswürdigkeiten zu bieten hat

Wie jedes Jahr: Im April beginnt wieder die Saison im Modellpark Berlin-Brandenburg und zeigt Berlinern und Berlinbesuchern ganz neue, überraschende Perspektiven. Neben der Trabrennbahn Karlshorst in der Berliner Wuhlheide hat sich der Modellpark zu einem Kleinod in der Parklandschaft entwickelt. Liebevoll gestaltete Flächen prägen auf rund eineinhalb Hektar eine 3D-Miniaturlandkarte der beiden Länder Berlin und Brandenburg. Mittendrin jeweils die Hauptattraktionen: 70 Modelle von bekannten und weniger bekannten Sehenswürdigkeiten der Regionen, jedes einzelne in aufwändiger Handarbeit im Maßstab 1:25 aus zahllosen Einzelteilen originalgetreu und bis ins letzte Detail nachgebaut.



Brandenburger Tor und Reichstag.

Zu den Hauptattraktionen gehören der Reichstag und das Pergamonmuseum. Sie sind auch die größten der ausgestellten Modelle mit jeweils ca. 30 qm Grundfläche. Aber auch architektonische Schönheiten aller anderen Berliner Bezirke, die teilweise abseits der normalen Touristenrouten



Im Vordergrund das Schloss Köpenick.



Modellpark-Manager Frank Lewitz (l.) vor der Klosterkirche Neuzelle.

liegen, gibt es zu entdecken, darunter Schloss Friedrichsfelde, das Schloss Köpenick oder das Rathaus Spandau. Der Park kann natürlich auch für Events gemietet werden: Ob Kindergeburtstag oder Firmenfeier, auf der großen Wiese im vorderen Bereich des Parks lässt es sich inmitten der Natur in der Wuhlheide gut feiern. Jeden Sonntag werden Bastel- und Spielangebote für die Kleinsten angeboten. ■

URSULA LAUMANN

Modellpark Berlin-Brandenburg
Eichgestell 4
12459 Berlin
Telefon 030 - 36 44 60 19
Fax 030 - 36 44 02 08
Internet www.modellparkberlin.de
E-Mail modellparkberlin@u-s-e.org

Geöffnet 01.04. - 31.10.
täglich 9 - 19 Uhr
Eintritt Erwachsene 4 Euro
Kinder ab 6 Jahren 2 Euro

Die Holzpferde von Nusnäs

Für Touristen ist das schwedische Nationaltier der Elch. Die Einheimischen bevorzugen das Pferd - eines aus Holz, hergestellt in der Dalapferdefabrik in Nusnäs



In der Werkstatt von Lasse Olsson werden aus den Holzpferden prächtige Dalapferde

Bill Clinton hat einen, Elvis Presley hatte einen, Frank Sinatra und Yassir Arafat auch. Die Rede ist von einem Dalahäst, einem Pferd aus Dalarna. Nein, kein lebendiges Pferd. Es ist aus Holz, rot oder blau bemalt und reich verziert. Mehr noch: Dalapferde sind eines der schwedischen Nationalsymbole, und deswegen erhält Lasse Olsson auch des Öfteren Bestellungen der Regierung - die Holztiere sind das ideale Geschenk für Staatsgäste. Lasse Olsson gehört die „Dalapferdefabrik“ in Nusnäs in der Provinz Dalarna. Er ist der Sohn von Jannes Olsson, dem Erfinder der Holzpferde. 1928 hat dieser zusammen mit seinem Bruder Nils sein erstes Holzpferd geschnitzt. Gerade erst 15 und 13 Jahre alt waren die beiden damals, und doch schon die ersten professionellen schwedischen Holzpferdehersteller. „Anderes gab es damals auf dem Land auch nicht zu tun“, stellt Lasse Olsson trocken fest.

Freizeit-Schnitzer

Geschnitzt wurde in Schweden natürlich schon früher - die ältesten bekannten Holzpferde stammen aus dem 18. Jahrhundert. Auch diese Figuren entstanden in Dalarna. Damals wie heute überzogen riesige Wälder das Land. Und damals wie heute war Holz der wichtigste Rohstoff der Region. Oft aber lagen viele Kilometer zwischen den Einschlaggebieten und den Dörfern, in denen die Holzfäller wohnten. Die Männer blieben deswegen oft wochenlang im Wald,



hausten dort in winzigen Hütten. Abends nach getaner Arbeit gab es nicht viel Abwechslung. Wer mehr machen wollte als ins Herdfeuer zu starren, dem blieb nur die Schnitzerei. Pferde waren das beliebteste Motiv. Vielleicht, weil sie als Arbeitstiere die Holzfäller in den Wald begleiteten. Vielleicht aber auch, weil Pferdefiguren so herrlich einfach zu schnitzen sind. Wenn dann der Vater aus dem Wald nach Hause kam, reichte er den Kindern die groben Holzpferde als Geschenk. Irgendwann hatte vermutlich eine schwedische Mama Angst, ihr Kind könnte sich an dem groben Schnitzwerk verletzen, und bemalte ein solches Pferd - der Vorläufer des Dalapferdes war geboren. Auch heute ist die Herstellung eines Dalahästs noch Handwerk, allerdings wird ein Pferd nicht mehr nur von einer Person hergestellt, sondern es muss eine ganze Reihe von Arbeitsschritten durchlaufen, bevor es fertig ist.

Zuerst werden die Umrisse der Pferdefiguren auf Holzblöcke aufgestempelt, dann mit der Stichsäge ausgesägt. Erst wenn die Grobform festgelegt ist, kommt das Schnitzmesser zum Einsatz. Diese Feinarbeit erledigen „für uns ungefähr 50 Rentner in Heimarbeit“, sagt Olsson. Dalapferdschnitzer sind in der Region angesehene Leute, und in manchen Familien wird der Beruf von Generation zu Generation weitervererbt. Anders als sonst, übernehmen hier aber nicht die Jungen das Geschäft, sondern die Alten. Denn erst wer aus dem Berufsleben

Die Dalapferdefabrik in Nusnäs.

ausgeschieden ist, wird Pferdeschnitzer. Sobald die Holzpferde von ihrem Ausflug zu den Schnitzern zurück sind, bekommen sie ihre Farbe. Zuerst wird die Grundfarbe aufgetragen, dann werden die Details aufgemalt und schließlich sorgt ein Schutzlack dafür, dass die Farbe später nicht wieder abblättert. Es braucht schon seine Zeit, bis ein Dalapferd fertig ist und in den Verkaufsraum hinausgaloppieren kann. Wie aber kam es eigentlich, dass aus den Holzpferden von Jannes und Nils solche Verkaufsschlager, sie gar zu einem nationalen Symbol wurden? Lasse Olsson schüttelt den Kopf ob meiner Frage, lacht und fordert mich auf: „Die nächste Frage, bitte“. Nicht einmal der Herr der schwedischen Holzpferde kennt die Antwort. Die Dalapferde sind zwar durchaus schön anzusehen, aber genau genommen eben doch nicht mehr als rot oder blau angemalte Holzfiguren. 100.000 verkauft Olsson davon jedes Jahr, und die gleiche Menge bringen auch die Cousins aus dem Laden gegenüber unters schwedische Volk.

Rein rechnerisch müsste eigentlich in jedem schwedischen Wohnzimmer ein Dalapferd stehen. Um die



Pferdeschnitzer in Nusnäs.

Nachfrage anzukurbeln, hat der geschäftstüchtige Olsson deswegen sein Sortiment erweitert. Inzwischen gibt es nicht nur rote und blaue Pferde, sondern auch weiße und schwarze. Der neueste Verkaufsschlager aber sind hellblaue und rosa Pferdchen. Die sollen zu Taufen verschenkt werden - ein nahezu unerschöpflicher Markt. Schon lange gibt es die Pferde

in den unterschiedlichsten Größen: winzige kleine Ohranhänger wie auch mannshohe Zierfigur für den Vorgarten.

Pferd, Hahn und Schwein

Seit einiger Zeit stellt Olsson außerdem Hähne und Schweine her. Bis jeder Schwede neben seinem Pferd einen Hahn und ein Schwein im Regal stehen hat, vergehen sicher noch einige Jahre. Bis dahin hat Lasse Olsson ausgesorgt - und seine Cousins auch. Elche stellt Olssons Werkstatt nicht her. Und das, obwohl die bei den deutschen Touristen sehr gut ankämen. Die nämlich „wollen immer nur Elche“, sagt Olsson schmunzelnd. Wegen des großen Geweihs sind Elchfiguren aber nur sehr schwer zu schnitzen. „Wir haben das hier schon ausprobiert, aber die Geweihe sind immer wieder kaputt gegangen“, erzählt er von dem zunächst gescheiterten Versuch der Betriebsexpansion. Um seine deutschen Kunden zufrieden zu stellen, hat er dennoch neben Elch-T-Shirts, Elchschnapsgläsern, Elchvorhängen oder Elchschürzen auch ein paar Elchfiguren in sein Sortiment aufgenommen. Produziert wurde das Ganze, sagt der Alte, „irgendwo im Osten.“

RASSO KNOLLER



FOTOS: RASSO KNOLLER

Best-Ager versprechen Wachstum

CTOUR-Ehremittglied Gunther Träger, Geschäftsführer der PR-Agentur C&C, verantwortet seit Jahrzehnten die Pressearbeit namhafter Veranstalter wie Aldiana, in deren exklusiven Clubs er auch privat am liebsten Urlaub macht

reise deutlich abgelöst. Wer eine längere Reise (z.B. Rundreise) in fernen Ländern plant, präferiert jedoch klar eine Beratung im Reisebüro. So hat das Reisebüro ganz klar nach wie vor einen hohen Stellenwert im Buchungsprozess.

ein großes Wachstumspotenzial vorweisen.

Wie wird sich das Reiseverhalten der Deutschen im nächsten Jahrzehnt verändern?

Die meisten Deutschen werden auch in den nächsten Jahren viel verreisen. Zahlreiche Urlaubswillige werden ihr Reisebudget zudem erhöhen. Bei den Reisezielen werden sich einige Veränderungen ergeben: Der Trend geht dahin, dass viele Reisen mit gesundheitlicher Prävention verbunden werden, Wellness und Burnout-Prevention sind hoch im Kurs. Dank relativ preiswerter Angebote für Urlaub an der Mittelmeerküste löst z.B. die Türkei Italien als zweitbeliebtestes Auslandsurlaubsziel der Deutschen ab. Auch Kreuzfahrten werden immer beliebter. Weiterhin sind die globale Terrorgefahr und politische Instabilitäten in einigen Ländern für die Deutschen kein Grund, Fernreisen zu vermeiden.

Wie sind 2012 die Geschäfte für Ihr Unternehmen gelaufen?

Für C&C war es ein sehr gutes Jahr! Wir konnten neue, sehr sympathische Kunden gewinnen, für langjährige hochgeschätzte Unternehmen das Engagement ausbauen und für nahezu alle Klienten den Vertrag auch für 2013 verlängern.

Welche Alleinstellungsmerkmale stellen Sie in Ihrer Marketingstrategie besonders heraus?

C&C arbeitet ganzheitlich. Sowohl klassische PR-Maßnahmen als auch neuere Tools, wie Social Media, werden von uns bedient - damit sind wir immer am Puls der Zeit. Vor allem aber legen wir großen Wert auf Team-Arbeit, in die jeder seine Stärken einbringen kann - zum Wohle unserer Kunden.

Welchen Anteil hat das Internetgeschäft am Gesamtumsatz Ihres Unternehmens?

Das Internet hat die persönliche Beratung durch Bekannte/Freunde/Verwandte oder das Reisebüro als Informationsquelle bei der Planung einer Urlaubs-

In welchen Produktgruppen versprechen Sie sich mittelfristig Wachstum?

Es sind vor allem die Gruppen der Best-Ager und Gesundheitstouristen, die

Werden Reisejournalisten auch in Zukunft darauf Einfluss haben?

Das hoffe ich doch sehr. Durch die oftmals verwendete Bezeichnung der „Vierten Macht im Staat“ wird der Einfluss des Journalismus im Allgemeinen schon deutlich. Da nahezu jeder von den Medien beeinflusst wird, wird auch der Reisejournalist im Speziellen letztlich einen



Gunther Träger

Einfluss auf das Reiseverhalten der Gesellschaft haben.

Welche Bedeutung messen Sie sozialen Netzen bei und wie reagieren Sie darauf?

Soziale Netzwerke haben sicherlich einen Einfluss auf das Reiseverhalten der User. Durch soziale Interaktion erfolgt ein hoher Austausch an Informationen über die jeweiligen Reiseaktivitäten. Zur gleichen Zeit sind soziale Netzwerke nicht statisch: neue soziale Bindungen entstehen und bestehende soziale Bindungen können auch in einer Zeit, wo wenig Zeit vorhanden ist, bestehen bleiben; ein hoher Interessensaus-tausch findet statt.

Was ist Ihre Lieblingsdestination und wohin werden Sie in diesem Jahr privat verreisen?

In den Aldiana Zypern sowie Aldiana Kreta.



Hobby-Pilot Träger fliegt seine Cirrus SR20 gern selbst.

Im Banne des Jangtze-Dammes

Per Schiff unterwegs von Chongqing nach Shanghai. Urlaubsziel ist der Drei-Schluchten-Staudamm, für den Millionen Menschen umgesiedelt wurden

Eine spannende Annäherung an das Reiseziel Jangtze-Staudamm ist in Chongqing zu finden. Die bergauf gebaute Stadt ist bekannt als Ausgangspunkt für die Schiffe, die den Jangtze zu den drei Schluchten hinunter fahren. Über der Stadt thront auf der Spitze des Eling-Berges der gleich-



Fischer auf dem Jangtze.

namige Park. Hier oben sind zwei kleine Museen untergebracht, die etwas gemeinsam haben - den Staudamm. Das eine erinnert an den Aufenthalt von Chiang Kai-shek, der Chongqing von 1937 bis 1945 zur Hauptstadt kürte. Damals beauftragte er den US-Amerikaner John Lucian Savage, Chef-Konstrukteur des Hoover-Dammes auf der Grenze von Nevada und Arizona, eine Machbarkeitsstudie für einen Jangtze-Staudamm auszuarbeiten.

In dem zweiten Museum hat der chinesische Maler Liu Zuozhong, der seit mehr als 30 Jahren Bilder über

die berühmten Drei Schluchten des Jangtze fertigt, ein besonderes Werk ausgestellt. Er schuf seit Mitte der 90er Jahre in mehreren Etappen ein hundert Meter langes und zwei Meter hohes Wandbild, das alle Sehenswürdigkeiten und die elf Städte am Jangtze künstlerisch wie detailliert festhält. Der Künstler ist damit einer der bedeutenden Chronisten des Jangtze: Er malt sowohl die herrliche Landschaft des Flusses als auch all das, was zu beträchtlichen Teilen für den Staudamm geopfert und für immer im Stausee versunken ist. In seinem überdimensionalen Wandgemälde mit dem Titel "Tausend Meilen Drei Schluchten Bild" zeigt eine gestrichelte Linie, wie hoch das Wasser des entstandenen Stausees gestiegen ist. Außerdem führt er auf den Bildern darüber Buch, wie viele Bewohner der Städte am Ufer des Jangtze nach statistischen Angaben des Jahres 1992 umsiedeln mussten: aus Fengdu 54.582, aus Zhongxian 55.452, aus Wanshuan 159.333 ... In den meisten Städten wie in Wushan wurde oberhalb der versunkenen Häuserzeilen eine neue Stadt gebaut.

Hochwasser unter Kontrolle

Begleitet von der Musik einer Kapelle am Hafenkai von Chongqing nimmt ein Schiff der Gesellschaft Victoria Cruises Fahrt auf. Eigner ist der in China geborene und in Taiwan aufgewachsene James Pi mit Hauptsitz



Mao gab 1956 den Startschuss zum Bau des Jangtze-Staudammes.

in New York. Er betreibt acht neue Schiffe auf dem Jangtze. Auf dem Programm stehen Fahrten durch die Drei Schluchten bis nach Shanghai und ein ausführlicher Vortrag für die meist US-amerikanischen Touristen über den Drei-Schluchten-Staudamm. Die Information zum größten Wasserprojekt, das je auf der Welt gebaut wurde, übernimmt in bestem Englisch der chinesische Manager an Bord, Aaron Jiang. Schon im Jahr 1953 machte sich das junge kommunistische China ebenfalls Gedanken über den Bau eines Staudammes. Drei Jahre später durchschwimmt Mao bei Wushan den Jangtze, um den Startschuss für das Projekt zu geben. Erst unter Zhou Enlai gab es schließlich das come back des Staudammes. Im Jahr 2003 wurde der Damm fertig gestellt und gefüllt und im Jahr 2009 komplett in Betrieb genommen. Auf der Plusseite stehen die Kontrolle des Hochwassers mit der Sicherung von Menschenleben und die gewaltige Erzeugung von sauberer Energie. Der Drei-Schluchten-Damm hat wie die allermeisten Großprojekte auch eine Reihe negativer Auswirkungen. Manager Aaron Jiang ging in

erstaunlicher Offenheit sehr ausführlich darauf ein. Problematisch ist die Versandung der Flussabschnitte durch den Damm. Deshalb muss ein recht hoher Aufwand mit dem Ausbaggern des Flussuntergrunds betrieben werden. Um einen Staudamm mit einem Reservoir von 600 Kilometer Länge anzulegen, mussten insgesamt nach offiziellen Angaben 1,13 Millionen Menschen, die unter anderem in 13 größeren Städten lebten, in neue Häuser und Städte umgesiedelt werden. Mehr als die Hälfte aller Kosten, die der Staudamm verschlang, entfielen auf Folgen der Aussiedelung, vor allem auf Neubauten. Vor 15 Jahren erreichte die Flut am Jangtze 50.000 Kubikmeter pro Sekunde. Damals riss das Hochwasser 4150 Menschen in den Tod, 18 Millionen Chinesen mussten in Sicherheit gebracht werden. Im Jahr 2010 hat der Drei-Schluchten-Damm den größten Belastungstest seit seiner Fertigstellung im Jahr 2009 gemeistert. Nach schweren Unwettern schaffte die Flut 70.000 Kubikmeter Wasser pro Sekunde oberhalb des Damms am Jangtze. Der Staudamm hielt stand. Am Abend erreicht das Schiff

der Victoria Cruises nach dreitägiger Fahrt von Chongqing den Staudamm. Die riesigen Schleusenammern, in denen sogar Kreuzfahrtschiffe Platz finden, öffnen sich und das Flussschiff fährt hinein. Schließlich ist direkt hier vor Ort ein weiterer Vorteil des Staudammes unübersehbar. Aberhundert von Touristen aus China und aller Welt, die Tag für Tag den Jangtze befahren, bestaunen das Bauwerk. Für sie wurden sogar lange Rolltreppen auf die Ebene des 180 Meter hohen Damms eingerichtet.

Fahrt zum Gelben Berg

Während für die allermeisten Touristen hier die Schifffahrt auf dem Jangtze nach drei Tagen endet, geht für mich die Reise auf dem Fluss bis nach Shanghai zur Einmündung ins gelbe Meer weiter. Die Linie Victoria Cruises ist eine der ganz wenigen Gesellschaften, die in sieben Tagen von Chongqing bis nach Shanghai fahren. Auch deutsche Reiseveranstalter haben diese längere Tour nicht im Programm. Doch gerade der zweite Teil der Jangtze-Fahrt auf dem immer

breiter werdenden Strom lohnt sich. Die Passagiere erreichen das sehenswerte Wuhan am Zusammenfluss vom Jangtze mit dem Han-Fluss und können die Stadt Nanjing besuchen. Eine Überlandfahrt von 120 Kilometern zum berühmten Gelben Berg mit seinen bizarren Felsen und tiefen Schluchten führt durch fruchtbare Gebiete. Hier werden drei Mal im Jahr Reis- und Gemüse-Ernten eingebracht. In der Stadt Nanjing besuche ich das in einem riesigen Park auf einer Anhöhe angelegte Denkmal für Dr. Sun Yat Sen, dem ersten nur kurzzeitigen Präsidenten der Repu-



Anstellen zum Schleusen.

blik China vor 100 Jahren. Es ist ein Wallfahrtsort für zehntausende von Chinesen aus allen Landesteilen zu dem allseits beliebten Politiker. Plötzlich stupst mich ein breit lächelnder junger Chinese an, lächelt gewinnend und zeigt auf einen Fotoapparat. Aber nicht ich soll ihn mit seiner Freundin fotografieren, sondern ich soll mit ihm zusammen selbst das Fotomotiv sein. Er umfasst meine Schulter und eine junge Chinesin macht mehrere Fotos. Nun kann er zu Hause per Bild beweisen, dass er eine „Langnase“, wie im Norden Chinas die Ausländer genannt werden, getroffen hat. ■

RONALD KEUSCH

Neues Wahrzeichen der City West

Beim Namen Waldorf-Astoria haben viele sofort das legendäre Hotel an der New Yorker Park Avenue 301 vor Augen. Das könnte sich demnächst ändern, zumindest für die Berliner und ihre Gäste. Im „Zoofenster“ am Breitscheidplatz ragt mit 118 m Höhe ein neues Wahrzeichen der City West empor – das Waldorf Astoria Berlin, entworfen von dem deutschen Architekten Christoph Mäckler. Das neueste Flaggschiff der

Hilton-Kette hat den selbstverständlichen Anspruch, eine „erstklassige Adresse im Herzen der Hauptstadt“ zu sein, sagte Senior Sales Manager Benedikt Winkels, der Mitglieder des CTOUR-Vorstandes durch „sein“ Fünf-Sterne-Haus führte. Vieles im Inneren erinnert – modern interpretiert – an das Stammhaus in New York, etwa die verwendeten Materialien an Wänden und Böden, das Design der Möbel, die Art Déco-Elemente. Gut 900 Bilder und Skulpturen, die in Kooperation mit der Universität der Künste Berlin entstanden, schmücken Zimmer, Säle, Salons, Bars und Restaurants. Selbstverständlich gibt auch in Berlin das berühmteste aller Waldorf Markenzeichen die Zeit an – die Grandfathers Clock. Den Gästen stehen 134 Deluxe, 18 Grand Deluxe und 30 Deluxe Zimmer mit Panoramablick sowie 50 Suiten zur Verfügung. Auch das „Romanische Café“ gibt es wieder. Serviert werden Köstlichkeiten aus der hauseigenen Patisserie mit verschiedensten eigenen Kaffee- und Teesorten sowie leichte, regionale Gerichte. Zwischen historischen Bildern und Fotografien berühmter Gäste wird Live-Musik geboten. Künftig wird es im „Romanischen Café“ auch wieder Lesungen geben. Doch nicht nur der Geist, auch der Körper kommt im Waldorf-Astoria nicht zu kurz. Im einzigen Guerlain Spa Deutschlands kann man sich in acht Behandlungsräumen bei Körper-, Massage-, Gesichts- und Hydrotherapien luxuriös verwöhnen lassen. Solcherart fit gemacht kann der Tag in der Lang-Bar, der Name ist eine Verbeugung vor Fritz Lang, dem Pionier des deutschen Kinos, ausklingen. Simon Vincent, Europe Area President



Lobby: Treffpunkt für Gäste.



Die Lang-Bar erinnert an Fritz Lang.



Ein Blick ins Zimmer, eins ins Leben.

Hilton Worldwide, ist stolz auf die die neue Berliner Dependence: „Das Waldorf Astoria Berlin verkörpert den Glanz der Marke Waldorf Astoria und ist eine Bereicherung unseres Portfolios in Deutschland.“

REGINA FRIEDRICH

FOTOS: HANS-PETER GAUL



Die historische Mitte Berlins

Einige hundert Meter von den Linden entfernt liegt - „200 Schritt breit und 440 lang“ - der schönste Platz der City Ost. Manche meinen sogar, es wäre der schönste Europas. Seit Jahren leuchtet der Berliner Fotograf Karl-Heinz Kraemer dieses architektonische Kunststück ab. Die City Ost, die historische Mitte Berlins, ist sein ewig junges Thema. Wie viel Fotos hat er hier schon „geschossen“, wie viel Überraschungen erlebt. Mal hieß das Geviert Lindenmarkt, dann Stallmarkt, dann Friedrichstädtischer Platz, dann Platz der Akademie. Heute hört die barocke Schönheit auf „Gendarmenmarkt“. Und erinnert an jene Zeit, da sie von aromatisch duftenden Pferdeställen umringt war, die der „Soldatenkönig“ für sein Reiterregiment Gens d’armes hatte errichten lassen. Zwei Kirchen zieren den Platz, eine französische für die Glaubensflüchtlinge, errichtet nach den Plänen des Architekten Louis Cayart (1645–1702), und eine deutsche, die Martin



Schinkelfigur auf der Schlossbrücke.

Grünberg (1655–1706) entworfen hatte. Nach der Verlegung des Reiterregiments wurden die Ställe abgetragen und Friedrich II. ließ den Platz neu gestalten. Carl von Gontard (1731–1791), „Intendant der Königl. Baue“, erhielt den Auftrag, den beiden Kirchen repräsentative, architektonisch identische Kuppeltürme aufzusetzen, ihnen zeitlose Schönheit zu verleihen. Bald hießen sie in der Bevölkerung nur noch der Deutsche und der Französische Dom. Johann Boumann d. Ä. (1706–1776), der Weltbürger aus Holland, wurde sodann beauftragt,

zwischen die beiden Kirchen ein „Französisches Komödiantenhaus“ zu entwerfen. Leider misslang ihm der Bau. Schmucklos, schmalbrüstig und unglücklich wie sein Schöpfer stand es auf dem weiten Platz. 1800 wurde es abgerissen und Friedrich Wilhelm III. beauftragte Carl Gotthard Langhans (1732–1808) damit, das erste „Deutsche Nationaltheater“ zu bauen. Am 29. Juli 1817 brannte das Haus ab. Fünf Tage nach der Katastrophe teilte Wilhelm von Humboldt seiner Gattin in einem Brief die brandaktuelle Nachricht mit. Und er fügte hinzu: „Es wird den König selber verdrießen, doch ist es so übel nicht, und er selbst wird sich nachher darüber freuen. Denn es war ein schlechtes Kunstwerk, und wenn man Schinkel machen läßt, wird es jetzt schön werden.“ Man ließ Schinkel machen. Und er machte es schön. Vier Jahre nach dem Brand, am 26. Mai 1821, wurde das Schauspielhaus feierlich eingeweiht. Es prägt seither das Gesicht der City Ost. Nein, der ganzen Stadt. ■ B. S.

FOTOS: KARL-HEINZ KRAEMER

Ein Gespenst geht um in Berlin – das Kleingebäck. Seit Jahresende füllte es den Medien aller Coleur ein überraschendes Winterloch. Ein nicht unbekannter bärtiger Politiker hatte stoßseufzend über seine Prenzlauer-Berg-Grenzen hinaus aus aktuellem Anlass alle in jüngster Zeit zugewanderten Mitbürger mit schwäbischem Migrationshintergrund gebeten, sich doch um des lieben Hausfriedens willen bitteschön zu befleißigen, die von den Eingeborenen heißgeliebten Schrippen nicht länger als Weckle zu verunglimpfen. Berlin samt Sitten und Gebräuchen sei schließlich die Hauptstadt und keineswegs für ein „Schwabyon“ geeignet. Ohgottohgott! Das Echo war fürchterlich. Es hielt sich nicht lange mit so simplen Attacken wie Pflaumendatschi gegen Obstkuchen, Kehrblech versus Müllschippe, Lällabäbbel contra Blödmann auf, sondern steigerte sich dank tatkräftiger Presse- wie Politikerunterstützung bis zur legendären Schlacht von Königgrätz, bei der Württemberg und Baden den Preußen unterlagen. Es nähert sich der Tag, an dem Wissenschaftler das derzeit so gern benutzte Etikett „Multikulturalismus“ am goldenen Band mit Schrippen und Weckle verleihen werden. Was dem einen die Schrippe, ist dem anderen der Pfannkuchen. Jeder Bäcker erklärt ihn so: faustgroßes Siedegebäck aus süßem Hefeteig, in Fett ausgebacken und mit Mus gefüllt – Apfel, Kirsche, Pflaume. Glasiert oder bestreut mit Zucker. Das Übel liegt nicht etwa im Pfannkuchen, sondern in seinem Namen. Je weiter der Berliner nämlich nach dem Motto „Der Tourismus ist die Völkerwanderung der Neuzeit“ sein trautes Zuhause mit einer Urlaubsunterkunft „jwd“ wechselt, trifft ihn, schnuppert er mal neugierig in eine freundliche Konditorei, garantiert der Schlag: Wohl fehlt es nicht an appetitli-

BER¹
BERLIN²
BERLINA³

Ein Fußnotenschlüssel
für Ortsunkundige



Unser Autor, Urberliner, im Karikaturenblock von REINER SCHWALME

- 1 Kürzel für den Willy-Brandtschutz-Schöne-Feldflughafen, der 2017, 2023, 2041 oder auch gar nicht fertig werden soll. Prognosen sind, befanden Wissenschaftler, besonders schwierig, wenn sie die Zukunft betreffen.
- 2 Deutsche Hauptstadt, Heimat (mehr oder weniger) wohlschmeckender Schrippen und Pfannkuchen.
- 3 Ausgleichsvorschlag für den leidigen Wortkrieg zwischen Berlinern, Schwaben und weiteren deutschen Volksstämmen.

chen Pfannkuchen, sorgsam sortiert nach Pflaume und Kirsche und Zucker und Schokolade, doch verschwunden ist – ihr Name. Ein trockenes Schildchen weist das lockende Hefengebäck als „Berliner“ aus. Andere Länder, andere Namenverstümmelungen, um die aufzulisten der Autor ungeniert in Berliner Zeitungen klaute: Schweizer sagen Berliner. Belgier reden (französisch) von Boule de Berlin oder (niederländisch) von Berliners. In den Niederlanden gibt es auch Berlijnse Bollen, in Chile Berlimes, in Finnland den Berlinimunkki, in Portugal die Bolas de Berlin (Berliner Kugeln). Nanü? Wat is denn nu los? Ein Berliner zum Verschmatzen? Ein Berliner als Vesper-Beigabe? Ein Berliner als Karneval-Schmaus? Wenn das alles stimmen soll: Bin ich nun ein Berliner oder ein Pfannkuchen?

Man muss, um solch verzwickte Fragen beantworten zu können, ein Stück über den so oft zitierten Tellerrand blicken. Etwa auf die gern besuchte Urlaubsinsel Teneriffa, exakt auf den südwestlichen Badeort Los Christianos. An der Strandpromenade, Avenida Alfonso Batista 10, schmückt die kleine Bar Galeon ihre Schaufenster mit den uns vertrauten Pfannkuchen, benamst sie aber auf sonderbare Weise: BERLINA ist da zu lesen. Wer allerdings unter diesem Pseudonym etwas Festlich-Großartiges wie etwa die BERLINAle vermutet, wird mit dem Zusatz „with custard“ rasch belehrt: gemeint ist schlicht Pfannkuchen mit Eierkrem.

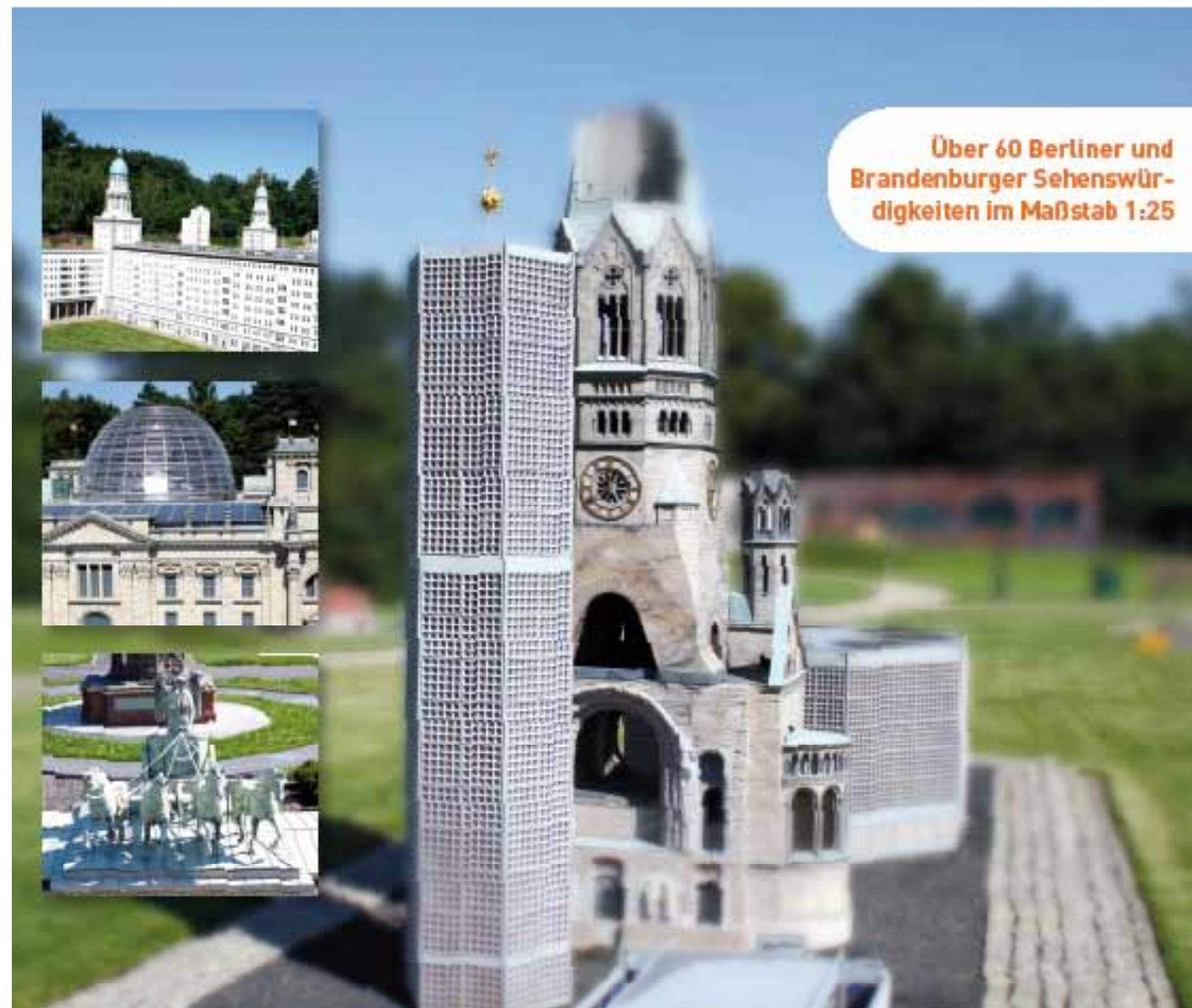
Merke: Ein lächelnder Kuchen-Verkäufer auf einer Trauminsel, weitab von Berlin, hat ein Zeichen gesetzt. Seid nett zum Berliner, verkündet seine Werbung, wickelt ihn in seine vertraute Muttersprache. Dann frisst er euch aus der Hand - selbst einen Berlina. ■

ACHIM BLADY



ModellPark

BERLIN - BRANDENBURG



Über 60 Berliner und
Brandenburger Sehenswürdigkeiten im Maßstab 1:25

Eröffnung Anfang 2014



 Berlin ExpoCenter Airport



 Berlin ExpoCenter City



messe-berlin.de

