

# CTOUR Report 96

Club der Tourismusjournalisten Berlin/Brandenburg - CTOUR  
report@ctour.de, www.ctour.de, Ausgabe vom 5. Oktober 2010

Zum 20. Geburtstag der traditionelle Touristische Branchentreff

## EINLADUNG zur „Zauberhaften CTOUR-Nacht“

Am Sonnabend, 4. Dezember 2010, feiern wir ab 18 Uhr im kompletten Tagungs- und Kongressbereich des ABACUS Tierpark-Hotels Berlin.

Alle Mitglieder sind herzlich eingeladen, gemeinsam mit unseren touristischen Partnern, guten Freunden und Kollegen aus der in- und ausländischen Tourismusbranche den 20. Geburtstag unserer Reisejournalisten-Vereinigung stimmungsvoll zu begehen. An diesem Abend der News, Spezialitäten und Überraschungen erscheint auch unser Jubiläums-Almanach CTOUR 20. (Abgesprochene Beiträge und Fotos bitte im Oktober an die Redaktion Monika Luhn/Joachim Blady: report@ctour.de schicken).



ABACUS: Franz-Mett-Straße 3 – 9, 10319 Berlin (U-Bahnhof Tierpark). U 5 wie der Nachtbus N 50 verkehren durchgängig. Außerdem gibt's direkt vor dem Hotel genügend kostenfreie PKW-Parkplätze.



Unser Stammhaus, das 4-Sterne ABACUS Tierpark-Hotel, bietet für die Nacht vom 4./5. Dezember Übernachtung mit Frühstück zu Sonderkonditionen an. Unter dem Vermerk „CTOUR 20“ können Einzelzimmer zum Sonderpreis von 60 Euro unter Telefon: 030/5162333 bzw. per E-Mail: reservation@abacus-hotel.de gebucht werden.

Wichtig: bitte bestätigt eure Teilnahme bis Ende Oktober bei unserer Geschäftsstelle (kontakt@ctour.de bzw. per Telefon/Fax: 030/5359678).

Wir freuen uns auf einen gemeinsamen unterhaltsamen, spannenden Abend mit etwa 200 namhaften Touristikern der wichtigsten deutschen Reiseveranstalter, von Fremdenverkehrsämtern, regionalen und Landes-Tourismus-Organisationen, Messe Berlin, BBI, Deutscher Bahn, Fluggesellschaften, Reedereien, Verlagen, Medien, Hotels, Omnibusverbänden, Vertretern der touristischen Verbände und der Politik.

*Der Vorstand*

## Kontakte zur Tourismuswirtschaft

Im Vorfeld unseres Touristischen Branchentreffs anlässlich 20 Jahre CTOUR am 4. Dezember im ABACUS Tierpark-Hotel ist Vorstandssprecher Hans-Peter Gaul mit dem Vorsitzenden des Bundestags-Tourismusausschusses, Klaus Brähmig, und mit dem Beauftragten der Bundesregierung für Tourismus, Staatssekretär Ernst Burgbacher, zu Gesprächen zusammengekommen. Auch beim 14. Tourismuspfeil des Bundesverbandes der Deutschen Tourismuswirtschaft (BTW) am 4./5. Oktober im Berliner ADLON ist CTOUR vertreten.

## Attraktion im Ötztal

Mitte Dezember wird die neue, spektakuläre Gaislachkogelbahn (Bergstation auf 3040 m) im Ötztal ihren Betrieb aufnehmen. Ende September präsentierten die Geschäftsführer Jakob Falkner (Öztaler Gletscherbahnen) und Mag. Oliver Schwarz (Ötztal-Tourismus) mit weiteren Experten die rekordverdächtige Seilbahn in der Berliner O 2-World. Auch einige CTOURisten konnten hier schon mal in einer Original-Gondel „probessitzen“. Wir freuen uns auf ein Wiedersehen zum CTOUR-Branchentreff am 4. Dezember.

## 10. Bowling - Turnier

Das „Bowling-Jubiläum 10“ geht am 27. November ab 14. 30 Uhr im Sport- und Erholungszentrum (SEZ) in 10249 Berlin-Friedrichshain, Landsberger Allee 77, über die Bühne. Dazu sind alle Club-Mitglieder sowie deren Angehörige eingeladen. Den Siegern winken erneut Wanderpokal und Gästepokal, Urkunden und wertvolle Sachpreise. Potentielle Sponsoren werden gebeten, sich mit entsprechenden Spenden (möglich sind Bücher, Bildbände, Kalender, Eintrittskarten, Gutscheine, Flüssiges, Kurzreisen oder Anderes) am Turnier zu beteiligen. Dazu sollte mit R. Hempel (Tel. 030/4250330, Mail: jhbh@onlinhome.de) Kontakt aufgenommen werden.

Medienabend 5. Oktober

### BB-Tourismus

An Bord der „Spree-Diamant“ geht's im Podiumsgespräch mit BTM-Chef Burkhard Kieker, TMB-Chef Dieter Hütte, dwif-Consulting-Geschäftsführer Prof. Dr. Mathias Feige und dem Geschäftsführer der Riedel-Reederei, Lutz Freise, um das Thema „Die Tourismusregion Berlin/Brandenburg boomt – wie geht's weiter?“

18 Uhr Anlegestelle Riedel-Reederei Märkisches Ufer (Nähe Märkisches Museum)

Stammtisch 21. Oktober

### ALDIANA-Sommer

Der Vorsitzende der ALDIANA-Geschäftsführung, Peter Wennel, und unser Ehrenmitglied Gunther Träger (Contact & Creation Frankfurt/Main) stellen das ALDIANA-Sommerprogramm 2011 mit vielen interessanten Neuigkeiten vor. Der Clubanbieter im Premium-Segment lädt unter dem Motto „Urlaub unter Freunden“ ein.

19 Uhr ABACUS Tierpark-Hotel

Special 16. November

### Erlebnis Ochsenkopf

Die touristische Region Erlebnis Ochsenkopf stellt sich u.a. mit einem Abendessen unter dem Motto „Essbares Fichtelgebirge“ vor. Neben dem Geschäftsführer der Marketing- und Tourismus GmbH Ochsenkopf, Andreas Munder, und dem Geschäftsführer der Hütten-Brauerei, Wolfgang Nickl, werden auch Bürgermeister mehrerer Gemeinden sowie das Hotel Schönblick vertreten sein. 19 Uhr Bayerische Landesvertretung, Behrenstraße

Special 19. Januar 2011

### Go Asia

Norbert Pfefferlein, Direktor touristic concept (marketing & events international) stellt gemeinsam mit seinen Partnern von der Plattform „Go Asia“ neue interessante touristische Projekte und Programme in der Boomregion Asien vor.

19 Uhr „Viethaus“, Leipziger Straße 55/56 (Nähe Spittelmarkt)

**WILLKOMMEN IM CLUB:** Zwei neue Mitglieder wurden am 7. Juni auf unserem Stammtisch im ABACUS aufgenommen. Wir baten sie, sich kurz vorzustellen.

**Ronald Keusch:** Meine journalistische Ausbildung begann nach dem Abi mit einem Volontariat in der Tageszeitung „Märkische Volksstimme“ Potsdam.



Von 1970 bis 1974 studierte ich an der Uni Leipzig. Danach bis 1977 ein Forschungsstudium an der Sektion Journalistik an, Promotion zu wirtschaftsjournalistischen Fragen. Mein weiteres Berufsleben: Redakteur in der Studentenzeitung „FORUM“, später stellvertretender Chefredakteur; Leiter der Pressestelle im Zentralen Forschungsinstitut des Verkehrswesens in Berlin; Chefredakteur der Monatszeitschrift der Akademie der Wissenschaften Berlin „spectrum“. Seit 1991 freischaffender Journalist an Tages- und Monatszeitungen, von 1999 bis 2003 verantwortlicher Redakteur der Kundenzeitschrift „DISOS-Spektrum“ einer IBM-Tochterfirma in Berlin. Seit einigen Jahren beschäftige ich mich in meinen Veröffentlichungen verstärkt mit Tourismus und Reisewirtschaft, regelmäßig in den TOP-Magazinen Berlin, Hamburg und Brandenburg. Reiseberichte von mir erscheinen auch auf Online-Plattformen.

**Helmut Harff:** Vor 55 Jahren in Berlin geboren, war ich in meinem ersten Leben vor allem als Theaterplastiker und Keramiker tätig. Nach dem Zusammen-



schluss Deutschlands gründete ich 1991 die Lokalzeitungen „Köpenick Konkret“ und „Schöneiche Konkret“, in dem auch das Schöneicher Amtsblatt erschien. Nach einer Weiterbildung zum Online-Redakteur wechselte ich zu einem großen Börseninformationsdienst und baute dort den Bereich Neuemissionen auf. Noch heute schreibe ich über europäische und asiatische Börsen. Seit über drei Jahren gilt meine Liebe dem Lifestyle-Magazin <http://www.genussmaenner.de>, das ich als Inhaber und Chefredakteur leite. Ab Mai 2010 gehöre ich außerdem zur Redaktion des von mir mit initiierten Online-Magazins <http://www.geniesserinnen.de>.

### **DTP-Satz & Service**

Manuela Kriehn

Pappelallee 64 • 10437 Berlin  
Mobil: 0178 - 743 18 25  
e-mail: manuela.kriehn@gmx.de

## **Reederei zieht an die Spree**

CTOURisten waren dabei, als die renommierte Berliner Fahrgastschiff-Reederei Riedel bei einer Pressefahrt am 13. September ihren künftigen neuen Hafen und Firmensitz an der Spree in der Nähe des früheren Gebäudekomplexes des DDR-Rundfunks an der Nalepastraße vorstellte. „Ab Herbst 2011 werden die derzeit 14 Fahrgastschiffe des fast 40jährigen Familienunternehmens hier vor Anker gehen“, erklärte Lutz Freise, geschäftsführender Gesellschafter des Unternehmens. Am Festival of Lights in Berlin vom 13. – 24. Oktober wird die Reederei mit einigen Schiffen teilnehmen ([www.reederei-riedel.de](http://www.reederei-riedel.de)).

## **Reisen im WELTEXPRESS**

Das zehnsprachige Internet-Portal WELTEXPRESS ([www.weltexpress.info](http://www.weltexpress.info)) unter Leitung von CTOUR-Mitglied Stefan Pribnow hat im Sommer mit Reise TV eine neue Plattform geschaffen. Neben Exklusiv-Beiträgen zu den aktuellen Programmpräsentationen von TUI, Thomas Cook & Neckermann-Reisen sowie

1-2 FLY stehen nunmehr auch Filme aus Tropical Islands, dem Lausitzer Wolfrevier und aus der Fontanestadt Neuruppin im Netz. Im September hat WELTEXPRESS neue Räume (ehem SAT.1) am Gendarmenmarkt bezogen (Empfang: Taubenstraße 25, Tel. 030 / 200 06 04 71).

## **MDR testet Reiseservice**

Nachdem Reisetemen in den vergangenen Jahren immer seltener in den Fernseh-Vollprogrammen auftauchen, kommt das MDR Fernsehen der Reiselust seiner Zuschauer nun wieder entgegen. Am 20. September gab es im Mittagsmagazin „MDR um zwölf“ eine kleine Premiere. CTOUR-Mitglied Michael Wenkel präsentierte zum ersten Mal den „Reiseservice“.

Im Mittelpunkt stehen keine Hochglanzreportagen aus fernen Ländern, sondern praktische Tipps. Wo finde ich das günstigste Zielgebiet für meine Urlaubswünsche? Welche Frühbucherrabatte sollte ich abfragen? Was für „Zugaben“ bieten die Reiseveranstalter im Winterurlaub. Gleich eine Woche später konnten die älteren Zuschauer wertvolle Tipps zum

Thema „Überwintern im Süden“ erhalten. Zunächst ist die neue Servicereise bei „MDR um zwölf“ nach den Katalogpräsentationen im Sommer und Winter vorgesehen.

## **Weltweite Kontakte**

CTOUR-Mitglied Joachim Fischer, Herausgeber und Chefredakteur des online magazines Tourism-Insider, ist weltweit in Sachen Tourismus auf Achse: Fachmessen in Peking und Bangkok, Vorlesungen als Gastprofessor an Universitäten in China. Als Delegierter der United Nations World Tourism Organization und als Medienpartner für verschiedenste Veranstaltungen war und ist er weiterhin in Thailand und Usbekistan unterwegs. In Taschkent ist ein privates Abendessen mit dem Premier Minister vorgesehen, bei dem es um den Ausbau des Tourismus in Usbekistan und für die gesamte Seidenstraße geht.

## **MERIAN: „grüner reisen“**

Auf einer Pressekonferenz in Berlin stellte der Münchner Reiseverlag TRAVEL HOUSE MEDIA GmbH kürzlich seine überarbeitete Reiseführerreihe MERIAN live mit dem neuen Kapitel „grüner reisen!“ vor.

Neben den klassischen Informationen wie Sehenswürdigkeiten, Museen und Serviceteil gibt's nun auch interessante Tipps und Adressen für einen umweltbewussten Urlaub. Empfohlen werden z. B. zertifizierte Bio-Hotels und Restaurants, Geschäfte mit ökologischen Waren und „grüne“ Festivals. Bisher wurden 75 Bände überarbeitet. WWF-Pressesprecherin Martina Kohl: „25 Prozent der Befragten haben in einer WWF-Reiseanalyse angegeben, dass sie bei ihrer Urlaubsbuchung auf bestimmte Umweltstandards achten wollen.“ Mit TRAVEL HOUSE MEDIA-Pressesprecherin Heike Müller gab's einen ersten Kontakt für einen CTOUR-Abend zu dieser Problematik im kommenden Jahr.

## **Sanfter Tourismus**

Wo 150 Jahre lang Braunkohle gefördert wurde, entsteht heute die größte künstliche Seenlandschaft Europas. Flora und Fauna im idyllischsten Fließgewässer Norddeutschlands, der Peene, sind außergewöhnlich: Ein Gebiet, das mit einem Award für sanften Tourismus ausgezeichnet wurde. CTOURisten erkundeten beide Landschaften und schreiben darüber im Report Nr. 97.

# „Alles aber günstig“ prägt den Kurs

alltours: Ein erfolgreicher Reiseveranstalter will seine Stellung weiter ausbauen

alltours-Gründer und Alleingesellschafter Willi Verhuvén selbst hatte sich angekündigt, den CTOUR-Mitgliedern sein Unternehmen zu präsentieren.

Doch dann kam alles anders. Ursache: Die Asche-Wolke über Europa. Der Chef war in dieser Krisensituation unabhkömmlich. Stefan Suska, Leiter Unternehmenskommunikation von alltours-Flugreisen, schwang sich kurzerhand ins Auto und düste im „Tiefflug“ von Duisburg nach Berlin, um den Reisejournalisten von CTOUR Rede und Antwort zu stehen.

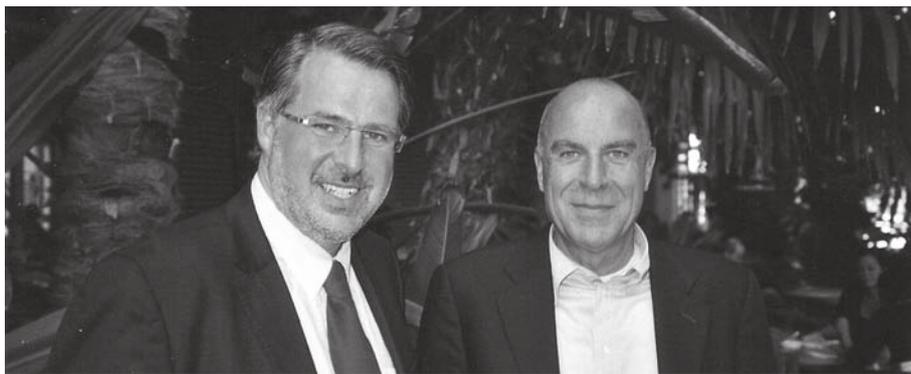
Das aktuelle Geschehen beherrschte zunächst auch das Gespräch an diesem Abend, ließ die gewohnte Vorstellung der aktuellen Unternehmensziele und -zahlen in den Hintergrund treten. Im Raum stand die Frage: Wie bewältigt alltours die Krise und welche Auswirkungen hat sie für die Urlauber und den Reiseveranstalter?

Stefan Suska gab freimütig Einblick in das Krisenmanagement des Unternehmens. Für die meisten Zuhörer war das nicht nur spannend, sondern auch neu. „Die Krise ist ein produktiver Zustand, man muss ihr nur den Beigeschmack der Katastrophe nehmen“ so die These des Kommunikationschefs.

Alle drei Stunden tagte der Krisenstab in jenen Tagen. Schwerpunktaufgabe war, alle verfügbaren Flugkapazitäten zu ordern, um die festsitzenden Urlauber aus dem Ausland so schnell wie möglich zurückzuholen. Für die erste Nacht eines unfreiwilligen Aufenthalts übernahm alltours die zusätzlichen Kosten.

Wer von Deutschland in der Krisenzeit abreisen wollte, konnte kurzfristig seine Reise kostenfrei umbuchen. Der Ärger der Kunden sollte durch diese Entscheidungen möglichst klein gehalten werden. Dafür spricht auch der Fakt, dass es alltours in enger Zusammenarbeit mit dem DRV gelang, die Hälfte seiner Urlauber innerhalb von vier Tagen seit Krisenbeginn aus dem Ausland zurückzuholen.

Dann kam Stefan Suska zur aktuellen Geschäftsentwicklung des größten konzernunabhängigen Reiseveranstalters in Deutschland. Trotz Wirtschafts- und Finanzkrise will alltours im laufenden Geschäftsjahr 2009/2010 seine erfolgreiche wirtschaftliche Entwicklung weiter ausbauen. Das Ziel ist, fünf Prozent mehr Kunden zu gewinnen. Ein ehrgeiziges Ziel, denn die Buchungszahlen für die Winter- und Sommersaison blieben anfangs deutlich unter dem Vorjahresniveau. Ab November/ Dezember aber gab es eine spürbare Trendwende für beide Buchungsperioden. So wurde in den ersten Monaten 2010 bei Umsatz und Gästezahlen der Rückstand in ein Plus verwandelt. Unterstützt hat diese posi-



Alltours-Chef mit Pressesprecher: Willi Verhuvén (rechts) und Stefan Suska.

Foto: CTOUR Gaul

tive Entwicklung das konsequente Festhalten an der Unternehmensphilosophie, Urlaub bezahlbar auch für Geringverdiener und Familien zu machen.

Mit aggressiver Preispolitik will alltours seine Preisführerschaft in Deutschland festigen und so den Slogan: „Alles aber günstig“ untermauern. Wie dieser hohe Anspruch gegenüber den Mitbewerbern am Markt für die gesamte Angebotspalette in die Tat umgesetzt wird, bleibt das Geheimnis des Unternehmens.

So senkte der Reiseveranstalter die Preise im

belegen den hohen Stellenwert der Qualität bei alltours. Das Deutsche Institut für Servicequalität wählte unter 27 Veranstaltern das Unternehmen als „Bestes Reiseportal 2009“, „Bester Service 2009“ und „Beste Konditionen“ aus.

2010 wurde das „Orient Beach“ von HolidayCheck zum besten Familienhotel gewählt. Sehr wichtig für das weitere Wachstum sind auch die drei ausländischen Quellmärkte von alltours: Niederlande, Österreich und Schweiz. Im letzten Geschäftsjahr stieg ihr Umsatzplus zweistellig.

Sehr positiv ist auch die Entwicklung des dynamischen Reiseanbieters by-bye, einer 100prozentigen Tochter von alltours. Er vermarktet zum einen die Produkte des Unternehmens und bietet als Bausteinveranstalter

auch eigene touristische Produkte an. Auch von dieser Flanke erhofft sich alltours weiteren Zuwachs.

Besonders nachgefragt ist bei den Kunden neben dem umfangreichen All-inclusive-Angebot das 4-bis 5-Sterne Segment und die neue Premiummarke DeLuxe Hotels. Für das erfolgreiche Wirken des Unternehmens spricht auch die interne Firmenpolitik zur Motivation der 1.800 Mitarbeiter. Kein Angestellter verdient im Jahr unter 25.000 Euro. Bei Bonuszahlungen erhält jeder die gleiche Summe vom Pfortner bis zum Direktor.

Es war glaubwürdig und überzeugend, was Stefan Suska an diesem Abend den CTOUR-Mitgliedern über den Stand des Unternehmens und die weitere Geschäftspolitik vermittelte. Im Gedächtnis blieb der Eindruck: Ein seit vielen Jahren erfolgreicher Reiseveranstalter ist auch für die Zukunft gut aufgestellt und verfügt über ein starkes finanzielles Polster, seine Stellung am Markt zu festigen und weiter auszubauen.

Der Slogan „Alles aber günstig“ dürfte auch in den nächsten Jahren alltours nicht zu nehmen sein.

Manfred Vieweg

**CTOUR**  
**STAMMTISCH**



am 20. April im ABACUS

Oktober 2009 um durchschnittlich 7,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr und im Dezember noch einmal um sieben Prozent für 700 Hotels.

EXXTRA-Frühbucherrabatte bis zu 39 Prozent und attraktive Kinderfestpreise locken besonders Familien mit Kindern, Urlaub mit alltours zu machen.

Die günstigen Konditionen gehen nicht zu Lasten der Qualitätsansprüche. Da gibt es keinerlei Abstriche, betonte Stefan Suska. Hotels, die den vorgegebenen Qualitätsmaßstäben nicht genügen, werden aus dem Angebot genommen. Zahlreiche Auszeichnungen



Bestes Familienhotel: „Orient Beach“ auf Mallorca.

# Freude und Genuss und Lust auf Leben

Tobias Jüngert, Leiter Unternehmenskommunikation der REWE Touristik, über die Konzern-Strategie:

REWE – wer oder was ist das? Der Supermarkt an der Ecke? Auch – aber zu REWE gehört weit mehr. Da ist Penny, da sind die toom Baumärkte, da ist Billa in Österreich und Osteuropa, trans Gourmet in Frankreich, um einige zu nennen.

Zum Geschäftsfeld Touristik gehören Reisevertrieb, etwa mit Atlas Reisen; FC Travel Solutions, Pauschal-touristik u.a. mit ITS und Baustein-Touristik, u.a. mit DERTOUR, MEIER'S Weltreisen in Deutschland, Österreich und Osteuropa.

Die Marktstellung der REWE Group insgesamt belegt der Umsatz. Er lag 2008 bei 49,8 Milliarden Euro, damit auf Platz 13 der Liste der größten deutschen Konzerne. Zum Vergleich: Aldi Platz 12, BMW Platz 11.

Die REWE Group ist – man vermutet es nicht – keine Aktiengesellschaft, sondern eine Genossenschaft. Jüngert: „50 bis 60 Mittelständlern gehört das Unternehmen, meist Eigentümer von Lebensmittelmärkten.“ Etwa 5 bis 10 Prozent des Umsatzes kommen aus der Touristiksparte. Davon wieder 95 bis 97 Prozent des Umsatzes über die Reisebüros.

REWE unterteilt seine Touristiksparte in zwei Geschäftsmodelle: die Pauschal-touristik (REWE Touristik) und die Bausteintouristik (DER Gruppe).

Die Gesamtgästeprozesszahl betrug 2008 5,76 Millionen. REWE setzt auf Qualität. Die Strategie scheint aufzugehen: Gesamtmarktentwicklung 2009 minus vier Prozent. Umsatzwachstum von REWE Touristik Group plus 6 Prozent. Marktstellung: Platz 2 vor Thomas Cook und nach TUI.

Das Unternehmen versucht erfolgreich, auf Sonderwünsche der Kunden einzugehen. Ein elektronisches System mixt gewissermaßen die Angebote zusammen. Jüngert: „Das sagt sich so leicht, ist aber technisch ungeheuer aufwendig. Eine Art Revolution, was IT betrifft.“ Die Sache entwickle sich gut, denn einerseits sei die Stabilität durch den Katalog gefragt, andererseits könne man so auf individuelle Wünsche viel genauer eingehen.

Die Befürchtungen, Wirtschafts- und Finanzkrise ließen das Familiengeschäft einbrechen, bewahrheiteten sich nicht. Die düsteren Prognosen waren falsch. ITS verzeichnet bei Familienreisen ein Plus von 5 Prozent.

Der Konzern hat die Marke ITS, die in diesem Jahr ihr 40-jähriges Bestehen feiert, als Familienveranstalter neu positioniert. Man versucht, die sogenannten „Selbstorganisierer“ zu Veranstaltungsgästen zu machen – das geht, ist Tobias Jüngert überzeugt. Quelle dafür seien die Reisebüros, nicht die Internet-Buchungsplattformen. Es seien letztlich die



REWE-Pressechef und Gastgeber: Tobias Jüngert (Mitte), mit Vorstandsmitgliedern Dr. Gabriela Berndt und Hans-Peter Gaul. Foto: CTOUR Kirst (FOTAC)

Erfahrungen der Reisebüros, die die Selbstorganisierer von den Vorteilen des Komplettangebotes überzeugen. Im Übrigen sei das individuelle Gespräch im Reisebüro durch das Internet nicht zu ersetzen.

was verändert? 2008/2009 war ein „extrem starkes Frühbucherjahr“. Da ging die Post ab, da herrschte Euphorie am Markt.

Deutschland habe übrigens die höchste Reisebürodichte der Welt. Nirgendwo auf der Erde gäbe es so viele Reisebüros wie in Deutschland. Ihre Zahl sinkt, aber die Umsätze steigen. Das Vertriebsmodell Reisebüro steht.

Der Vulkanausbruch auf Island mit Aschewolke und Schließung großer Teile des europäischen Luftraumes stellte die Branche vor eine nie da gewesene Situation. Zum Vergleich: Bei der Tsunami-Katastrophe in Südostasien hatte die gesamte Branche 5700 Gäste zurückzuholen. Die Aschewolke bescherte allein REWE Touristik 15 000 Gestrandete. Die 15.000 Urlauber seien innerhalb von zwei Tagen mit allen verfügbaren Mitteln wie Bussen und Fähren nach Hause geholt worden. Eine kostspielige, aber brillante logistische Leistung.

Die Branche verlangt von der europäischen Politik ein Ende des nationalen Kompetenz-Wirrwars, verbindliche, einheitliche europäische Regelungen und mehr Transparenz.

Wie immer abschließend - ein bisschen Spaß muss sein:

Aktion Deutschland sucht die ITS-Familie: Fotoshooting, Casting, alle Familientypen sind willkommen: Zwei Wochen Gratisurlaub auf Mallorca!

(Siehe Seite 13)

Sigmar Krause

CTOUR  
STAMMTISCH

ITS  
am 18. Mai im ABACUS



REWE definiert seine Marken neu: ITS – Lebensfreude, Jahn Reisen – Genuss, TJAEREBORG – Lust auf Leben.

Die Frage aller Fragen der Reiseveranstalter: Hat sich am Buchungsverhalten wirklich et-



Pool, Palmen, Strand: REWE auf Ibiza.

# Quelle der Kraft aus dem Zillertal

Österreichische Urlaubsregion präsentiert ihre Schmankerln

**Zünftig sah er aus und Interessantes hatte er mit ins ABACUS gebracht: Gernot Paesold, Geschäftsführer der Zillertal Tourismus GmbH, präsentierte seine österreichische Heimatregion erfrischend burschikos und angenehm unverkrampft. Am Ende seines Vortrags war sich das Fachpublikum einig: im Zillertal gibt es nicht nur im Winter jede Menge zu entdecken.**

Das Tal liegt inmitten der Tiroler Alpen und bietet seinen österreichischen und internationalen Gästen (von denen über 50 Prozent aus Deutschland kommen) seit Jahren einen gelungenen Mix aus Tradition, sportlichen Aktivitäten und unberührter Natur. „30 Prozent des Zillertals sind als Naturschutzgebiet ausgewiesen“ erzählt Gernot Paesold mit kernigem Dialekt. Er trägt ein Trachtenensemble, dessen Hose dank des doch noch eingetroffenen Sommers nicht krachledern, sondern aus Hanf ist. Der Wärme wegen ist die Sommerversion luftdurchlässig, sieht aber genau so authentisch und traditionsbewusst aus wie die aus Leder. Denn die Traditionen seiner Region sind dem sympathischen Naturburschen wichtig: „Zusammen mit der langen Zillertaler Tradition, die sich in einem vielfältigen Musik- und Veranstaltungsangebot präsentiert, bieten wir mit dem Hochgebirgs-Naturpark Zillertaler Alpen und unseren Naturprodukten optimale Bedingungen für Erholungssuchende.“ sagt er strahlend und man glaubt ihm sofort.

„Kraftquelle Zillertaler Bergsommer“ nennt sich das Credo der Region, das ein gemeinsames regeneratives Bergerlebnis für die ganze Familie bieten soll. Sünden gibt's bekanntlich nicht auf der Alm, dafür jede Menge Wege, sich naturnah zu erholen.

Wanderwege aller Schwierigkeitsgrade führen durch die abwechslungsreiche Zillertaler Berglandschaft. Über 1000 km sind sie lang, 30 Erlebniswege und Naturpfade sowie sieben ausgebaute Klettersteige ermöglichen dabei Naturerlebnisse der besonderen Art. Aber auch Radbegeisterte kommen bei über 800 km an Biker-Routen voll auf ihre Kosten. Um schnell und bequem in das Herz der Alpen zu gelangen und das wundervolle Panorama genießen zu können, bieten insgesamt 10 Bergbahnen ihre Dienste an - acht davon transportieren auch Fahrräder. Auch abseits der Wander- und Biker-Routen bietet der Sommer im Zillertal reichlich Abwechslung. Neben High-



*Kurze Hosen aus Hanf: Die Zillertaler Gernot Paesold und Nina Mehrle mit CTOUR-Mitglied Mario Zeidler.*

*Foto: CTOUR Ernst*

lights wie dem Natur Eis Palast, dem Arena Coaster und dem Kinderklettersteig am Spieljoch lädt seit diesem Jahr die neue Adlerbühne Ahorn auf 2000 m Seehöhe Familien ein, Steppenadler, Rotschwanzbussarde, Uhus und Harris Hawks sind bei der informativen Greifvogelvorführung aus nächster Nähe zu bewundern.

Der „Zillertaler Bergsommer“ bietet zahlreiche Veranstaltungen, die den Besuchern sowohl die Tradition als auch die Lebenslust der Zillertaler vermitteln wollen. Bestes Beispiel dafür ist das Gauderfest, Österreichs größtes Frühlings- und Trachtenfest am ersten Mai-Wochenende.

Stolz ist Paesold aber auch auf die hohe Mobilität, die das Zillertal seinen Gästen mit der Activcard zu günstigen Tarifen bietet. Neben dem freien Eintritt in alle 6 Freischwimmbäder, zur Sternwarte und zum Planetarium Königsleiten und die freie Benutzung der meisten öffentlichen Verkehrsmittel gibt es noch Ermäßigung bei zahlreichen weiteren Vorteilspartnern. Auch täglich eine Berg- und Talfahrt mit den insgesamt 10 Bergbahnen ist darin enthalten. Kinder bis sechs fahren gratis, Heranwachsende bis fünfzehn kommen zum Kindertarif mit. Kinder der Jahrgänge 1995 bis 2003 zahlen den Kindertarif.

„Das Ziel im Zillertal ist ganz klar eine weitere qualitative Verbesserung in puncto Naturverträglichkeit“, sagt Gernot Paesold. Die Produkte sollen so natürlich wie möglich belassen werden - darauf lege man bei ihm zu Hause besonders viel Wert. So haben 100 Prozent des Wassers aus dem Zillertal Trinkwasserqualität - ein wohl eindeutiger Beweis für eine unberührte Landschaft. Das besonders weiche Wasser entspringt aus mehr als 1500 von Regen- und Schmelzwasser gespeisten Quellen. Daraus wird nicht nur exzellentes Bier gebraut, sondern es sorgt auch für einen besonderen Reichtum und eine Güte der vielfältigen Fischarten. Auch die auf den Almwiesen wachsenden Kräuter wie Ehrenpreis, Quendel, Frauenmantel und Scharfgarbe nehmen einen hohen Stellenwert in der Produktion von Naturprodukten ein. Neben bestem Fleisch, sorgen diese für eine sehr geschmackvolle Milch, aus der Käse und Sennbutter gemacht wird.

Von der Almhütte am Berg bis zum Gourmet-Restaurant im Tal werden naturbelassene regionale Produkte zu typischen Spezialitäten und feinsten Delikatessen verarbeitet. Ob Heumilchkäse, traditionell gebackenes Brot, würziger Speck, das Zillertaler Bier oder echter Edelbrand - sie alle sind ein Markenzeichen für die Region.

Ein absolutes Winter-Highlight sind die Zillertaler Hütten. Die einzigartige Kombination aus dem Bergerlebnis in Verbindung mit modernem Lifestyle führte schon zu zahlreichen Auszeichnungen. Nur im Zillertal kann man so das einzigartige Panorama glitzernder weißer Gipfel der 55 Dreitausender mit dem Service feinsten Kulinarik genießen. Die Highlights im Skigebiet Hochzillertal-Hochfügen sind dabei die 2009 neu eröffnete Wedelhütte - das höchst gelegene Fünf-Sterne-Hotel der Alpen und die Kristallhütte. Das außergewöhnliche Erlebnis in einem Schneeeiglu am Berg zu übernachten, bietet die White Lounge im Skigebiet Ahorn in Mayrhofen. Alljährlich werden dort Iglus gebaut, in denen von einer Sauna bis hin zu einer Schneebar und den exklusiven Iglu-Suiten alles für einen schönen Aufenthalt geboten wird.

In diesem Winter stehen Skifahrern und Snowboardern 662 Pistenkilometer zur Verfügung, davon 81,4 km an schwarzen (schweren), 414,8 km an roten (mittleren) und 165,8 km an blauen (leichten) Pisten. Für noch mehr Abwechslung sorgen neue Abfahrten im Skigebiet Spieljoch und im Skigebiet Hochzillertal-Hochfügen. „Bitte fahren Sie vorsichtig, ansonsten: Hals und Beinbruch.“

*Thomas Gensheimer*

*Infos: Zillertal Tourismus GmbH,  
Nina Mehrle,  
☎ 0043 - (0)52 88 / 87 187  
www.zillertal.at*

**CTOUR  
STAMMTISCH**  
am 7. Juni im ABACUS



Vor diesem Pracht-Panorama im Rahmen bleiben wollen die Journalisten, denen Dresden Marketing mit einer Pressereise neue Eindrücke vermittelte. Links der dort für Presse und Öffentlichkeitsarbeit zuständige Christoph Münch, der die Gruppe bestens betreute. Fotos: CTOUR Weghenkel

**Dresden fügt seiner Pracht ein weiteres Juwel hinzu: Das Albertinum - Kunst von der Romantik bis zur Gegenwart**

## Einstimmiges Urteil: Einfach zauberhaft

Am Ausgangspunkt auf dem Wege zu neuem Glanze stand eine Katastrophe – das Jahrhunderthochwasser entlang der Elbe 2002, das auch die Depots im Untergeschoss des historischen Baus in Mitleidenschaft zog. Doch nur wenige Monate später machten über 40 Künstler die Krise zur Chance und versteigerten auf einer Benefizauktion einige ihrer Werke. Der Erlös betrug 3,4 Millionen Euro.

Er bildete den Grundstock der Mittel für die Komplett-Sanierung des Albertinums, die insgesamt 51 Millionen Euro kostete. Das ist sicher ein stolzer Betrag, zumal in Zeiten sehr knapper Kassen.

Herausgekommen ist dabei etwas ganz Großartiges, etwas weit in die Zukunft Gedachtes, ein weltweit einzigartiges Museums-Gebäude, mit flutsicheren Depots dank eines spektakulären Konzepts des Berliner Büros Staab Ar-

chitekten. Ohne die wertvolle historische Bausubstanz zu zerstören oder zu verstellen, überspannt eine 72 Meter lange und 2700 Tonnen schwere Stahlkonstruktion, für den Besucher nahezu unsichtbar den Innenhof. In der neuen lichtdurchlässigen Überdachung befinden sich lichtdurchflutete Räume mit idealen Arbeitsbedingungen für die Restauratoren und eben auch flutsichere Depots, eine Art „Arche für die Kunst“. Unter dem Dach ein liches, vielseitig nutzbares, zentrales Foyer. Mit der Umgestaltung des Gebäudes vervielfacht sich auch die Ausstellungsfläche für die Kunst des 19. und 20. Jahrhunderts und für Werke unserer Tage.

Mit der Wiedereröffnung des Albertinums am 20. Juni kehrte auch die Dresdener Skulpturensammlung in ihr angestammtes Haus zurück. Bis zum Zweiten Weltkrieg war das Al-

bertinum ein reines Skulpturenmuseum von Weltbedeutung. Mit ihren neuen Konzepten, versuchen die Museumsverantwortlichen, den Besuchern soviel wie möglich zu zeigen. Drei beeindruckende Schau-Depots bieten gewissermaßen einen Blick hinter die Kulissen. Schließlich kehrten auch die Werke der Galerie Neue Meister ins neue Albertinum zurück. Im zweiten Obergeschoss sind rund 300 Meister-Werke von der Romantik bis zur Gegenwart zu sehen, von Caspar David Friedrich bis Gerhard Richter und den Malern der jüngsten Generation. Die Ausstellung trägt auch den sächsischen Wurzeln international bekannter Künstler wie Georg Baselitz, A.R. Penck oder Gerhard Richter Rechnung. Alle drei begannen ihre Karriere in Dresden. Mit der Sonder-

*Fortsetzung Seite 8*



## Dresden bleibt in Bewegung

**Frau Dr. Bunge, aus Hamburg kommend wurden Sie am 1. Juli 2009 Chefin für Tourismus und Stadtmarketing in Dresden. Welche erste Bilanz können Sie ziehen?**

Dresden ist eine wunderschöne Stadt mit großer Geschichte und Kultur sowie sehr gastfreundlichen, offenen Bewohnern. Ich fühle mich hier überaus wohl und empfinde die neue Aufgabe spannend und vielfältig. Touristisch gesehen hat sich Dresden nach schwierigen Zeiten 2007 und 2008 im letzten Jahr wieder erholt und sogar Zuwächse in Höhe von zwei Prozent gegenüber dem Vorjahr auf 3,3 Millionen Übernachtungen erreicht. Hierzu haben sicherlich auch die vielen Busreisenden beigetragen. In diesem Jahr konnten wir bis April sogar ein Plus von 5 Prozent erzielen. Wir sind zuversichtlich, dass gerade durch die vielen neuen Kunstangebote, aber auch die attraktiven Feste und Festivals noch mehr Gäste kommen.

**Dresden als gestandenes Städtereiseziel – welche Rolle spielt dabei die Bus- und Gruppentouristik?**

Rund 20 Prozent der Dresden-Besucher rei-

sen mit dem Bus an, d. h. überdurchschnittlich viele Gäste nutzen dieses bequeme, umweltfreundliche Verkehrsmittel. Der Bustourismus ist für uns ein wichtiger Wirtschaftsfaktor.

Daher sind wir auch mit eigenem Dresden-Stand und zwölf Partnerinstitutionen auf dem RDA vertreten. Dresden wird in Zukunft seine Position im Bustourismus weiter ausbauen, der sich ja immer stärker in Richtung qua-



*Drei Fragen an Dr. Bettina Bunge (Dresden Marketing) über die aktuellen Höhepunkte des beliebten Städtereiseziels Dresden.*

litativ hochwertigen Service und komplexe Kulturangebote bewegt. Daher unterstützen wir die Institutionen in Dresden dabei, verstärkt mit Partnern der Busbranche zu kooperieren.

**Welche touristischen Schwerpunkte setzt die Stadt mit Blick auf 2011?**

Im kommenden Jahr wollen wir Dresden als weltoffene Stadt der Bewegung und Begegnung kommunizieren. Im Juni 2011 sind wir Gastgeber des Evangelischen Kirchentages und Austragungsort der Fußball-WM der Frauen. Die Zwingerfestspiele Dresden werden das kulturelle Highlight im Sommer mit Starregisseur Dieter Wedel. Für Geselligkeit und Lebensfreude steht der Wein mit dem 850-jährigen Jubiläum des Weinbaus in Sachsen. Ein weiterer Grund zum Jubeln: 175 Jahre Sächsische Dampfschiffahrt. Und 125 Jahre Automobil spiegeln sich nicht nur in unserem Verkehrsmuseum wider. Der Komponist Franz Liszt, der mehrfach in Dresden war, wird zu seinem 200. Geburtstag durch zahlreiche Musikevents gewürdigt. Ende des Jahres verleiht der berühmte Striezelmarkt als ältester Weihnachtsmarkt Deutschlands Dresden wieder anziehenden Winterglanz.

*Manfred Weghenkel*

# Leipzig wird zur Wasserstadt

Neue Attraktion in BELANTIS / Völkerschlacht-Jubiläum / Ab 2011: Leipziger Notenspur

Auf Einladung der Leipzig Tourismus und Marketing GmbH konnten im tropischen Sommer Reisejournalisten aus verschiedenen deutschen Regionen viele interessante Neuigkeiten an Pleiße und Elster kennenlernen. LTM-Pressesprecher Andreas Schmidt hatte mit seinem Team ein Programm der Superlative organisiert. Wer die traditionsreiche Messe-, Universitäts- und Musikstadt Leipzig schon längere Zeit nicht mehr besucht hat, wird staunen. Die sächsische Halbmillionen-Metropole entwickelt sich zu einer Wasserstadt mit vielen Attraktionen. Es macht Spaß, Leipzig vom Wasser aus kennenzulernen.

Nach einer zünftigen Begrüßung durch Käpt'n Bernhard Töpfer am Bootshaus am Klingerweg geht's mit dem Motorboot auf Tour. Bereits 1850 hatte der Industriepionier Karl Heine in Plagwitz Wasserstraßen anlegen lassen. Heute sind immer mehr Touristen und Freizeitsportler mit Motorbooten, Kanus, Ruderbooten oder Kajaks auf den weitverzweigten Kanälen zu interessanten Entdeckungstouren unterwegs. Beeindruckend die sanierte Industriekultur in Plagwitz, viel Leben in den Wassersportvereinen am Ufer, lebhaftes Treiben auch in den originellen Restaurants direkt am Wasser. Da tauchen plötzlich original venezianische Gondeln samt Gondolieri auf – Italien mitten in Leipzig. Wir biegen in den 2,6 km langen Karl-Heine-Kanal ein, der von etlichen imposanten Brücken überspannt wird. Darunter auch das einstige Riverboat-Domizil des MDR-Fernsehens. Nicht weit entfernt ist das Künstler- und Szeneviertel an der Spinnreistraße. Und so ist denn auch die Heimstätte der modernen Malerei der Leipziger Schule mit Neo Rauch als hervorragenden Vertreter der kulturelle Höhepunkt dieser Tour durch die Wasserstadt Leipzig.

Seit Jahren bereits belebt der Touristische Gewässerverbund die über 150jährige wassertouristische Tradition Leipzigs. Was 1835 mit vier öffentlichen Flussbadeplätzen an der Pleiße und der Weißen Elster begonnen hatte, das findet heute seine Fortsetzung in den neu entstehenden Seen im einstigen Braunkohlegebiet, dem Leipziger Neuseenland. Experte hier ist Karl-Detlef Mai. Er zeigte uns, wie aus Bergbaufolgelandschaften eine neue, attraktive Freizeitregion entsteht. Acht Seen bieten schon jetzt vielfältige Erholungsmöglichkeiten für jung und alt. Den Anfang machte 2000 der Cospudener See, wo man u. a. am Nordstrand baden kann.

Im Hafen Zöbiger lädt zudem ein Wassersportzentrum nicht nur zu sportlichen Aktivitäten ein. Wir besuchen den 2007 eröffneten Kanupark am Markleeberger See, die modernste künstlich angelegte Wildwasserstrecke Europas. Der Kanupark bietet aber auch interessante Angebote für Freizeitsportler. So



Historisch eskortiert von den Völkerschlacht-Nachstellern Gert Pfeifer (l.) und Michel Kothe: Andreas Schmidt, Pressesprecher der LTM.

kann man hier u. a. Wildwasser-Rafting im Schlauchboot erleben. Dank moderner Bootsförderbänder sind bis zu zehn Wildwassertouren im Schlauchboot möglich. Neopren-Kleidung und Sicherheitsausrüstung werden für das 2,5 stündige Paket „Wildwasser-Rafting“ gestellt. Gefragt sind auch die Wildwasser-Kajak-Schule u. a. mit einem „Kenterrollen-Kurs“ sowie Hydrospeed-Touren. Die Wettkampfstrecke ist 270 Meter lang und weist einen Höhenunterschied zwischen Start- und Zielbecken von 5,20 Meter auf. Mittels Pumpen kann das Wasservolumen pro Sekunde zwischen vier und 19 Kubikmeter variieren. Zum Baden laden im ehemaligen Tagebau das Strandbad Markleeberg-Ost, der Wachauer



Super-Achterbahn „Huracan“ im Freizeitpark BELANTIS. Fotos: CTOUR/Gaul

Strand und die idyllische Auenhainer Bucht ein. Die kann man übrigens mit dem Solarshuttle „solaria 1“ bequem von der Seepromenade Markleeberg-Ost erreichen. Wer's sportlich mag, der kann den Markleeberger See auch auf einem 9,2 km langen Rundweg per Pedes, Rad oder mit Inlineskates umrunden. Zu einem deutschlandweit einzigartigen Erlebnis zu Land und zu Wasser lädt erstmals in diesem Jahr das Krystallpalast-Variete Leipzig am Störnthaler See ein. Mit einem original amerikanischen Amphibienfahrzeug geht's zwei Stunden durch die ehemalige Tagelandschaft Espenhain, Picknick inklusive.

Eine neue Attraktion bietet auch der größte Freizeitpark der neuen Länder BELANTIS mitten im Neuseenland. Die 32 Meter hohe Achterbahn „Huracan“ zählt mit einer Neigung von 95 Grad zu den steilsten Achterbahnen der Welt. Nicht nur zum beschaulichen Flanieren lädt dagegen Schloss Güldengossa, das Barockjuwel im Leipziger Neuseenland, ein. Das nach historisch-detailgetreuer Restaurierung 2008 wiedereröffnete Schloss mit dem fast 60 000 Quadratmeter großen Schlospark lädt ebenso wie das Cafe im Palmehaus in der einstigen Orangerie zu vielfältigen Veranstaltungen, Feiern und Hochzeiten. Die von Karl-Detlef Mai seit 1998 organisierten Phönix-Touren „Vom Bergbau zur Seenplatte“ starten bis November an jedem Samstag ab 9 Uhr in der Goethestraße am, Leipziger Hbf. ([www.rundum-leipzig.de](http://www.rundum-leipzig.de)).

Bürgermeister Heiko Rosenthal und Beigeordneter für Umwelt, Ordnung, Sport der Stadt Leipzig, hatte sich schon während unseres Besuchs auf den 20. August gefreut. Da wurde der sogenannte Kurs 1 eröffnet, der erstmals eine Schiffsverbindung vom neuen Stadthafen zum Cospudener See ermöglicht.

Fortsetzung Seite 8

## Einfach zauberhaft

Fortsetzung von Seite 6

ausstellung „Das versprochene Land“ soll an die Flutkatastrophe von 2002 erinnert werden. Neuinszenierungen und neue Ausstellungskonzepte für Kunstwerke von Weltrang unter harmonisch zusammengefügter alter und neuer Architektur – das zeigen schon die ersten drei Monate seit der Eröffnung - ziehen Besucher und Kunstliebhaber aus Nah und Fern an. Nach fast 300 Jahren war 2010 erstmals wieder Meißner Porzellan in dem Schloss zu sehen, das August der Starke einst ausschließlich der Präsentation der königlichen Porzellanschätze aus China, Japan und Meißen gewidmet hatte: im Japanischen Palais. Vor prächtiger Kulisse aus Lack und Seide wurden erstmals große Teile der reichen Depotbestände der Dresdner Porzellansammlung gezeigt. Zusammen mit vielen Leihgaben aus Museen und Sammlungen aus aller Welt, präsentierten sie ein umfassendes Bild der Porzellankunst zwischen Barock und Biedermeier.

In einem ausgedienten Gasometer am Rande der Stadt zaubert der iranstämmige Berliner Künstler Yadegar Asisi einen sonnigen Tag im Dresden des Jahres 1756 auf eine gewaltige Projektionsfläche im Maßstab 1:1 mit Rundumblick von 360 Grad für den Besucher.

Es ist das barocke Dresden am Vorabend des siebenjährigen Krieges. Sonnenauf- und Untergänge, Dresden bei Nacht. Auf einer 12 Meter hohen Plattform öffnet sich dem Besucher ein Blick über Dächer und Plätze der Residenzstadt. Einfach zauberhaft.

Ist das Schloss Wackerbarth das Weingut der Berliner? Geschäftsführerin Sonja Schilg kann sich das gut vorstellen. Denn hier im sächsischen Elbland zwischen Pirna, Dresden und Diesbar-Seußlitz versteht man etwas von Qualitäts-Weinen. Seit 850 Jahren. Einer, der davon besonders viel weiß und beredt Auskunft gibt, ist Konrad Scheerbaum, Chefverkoster, seit 40 Jahren mit den Reben verwachsen. Ihm geht es auch um die Erhaltung einer einzigartigen Kulturlandschaft, der Querterrassierung, die hier vor 400 Jahren angelegt wurde. Eine exzellente Rieslinglage.

Und da wäre noch ein hübsches Detail aus der Geschichte zwischen Preußen und Sachsen: August der Starke gründete persönlich die „Societe des antisobres“, die „Gesellschaft zur Bekämpfung der Nüchternheit“. Eines der ersten Mitglieder war Preußenkönig Friedrich Wilhelm I. Das war 1728. Bekämpfung der Nüchternheit? Das müsste doch auch heute zu machen sein!

Sigmar Krause



Am Bundesverwaltungsgericht in Leipzig-Zentrum fließt wieder Wasser.

## Leipzig wird zur Wasserstadt

Fortsetzung von Seite 7

Zum Einsatz kommen hier die speziell für die Gewässer der Region entwickelten „Leipzig-Boote“. Sie haben geringen Tiefgang und einen emissionsarmen Antrieb. Neben dem Familienboot für vier bis sechs Personen wird es auch Boote für bis zu 18 Personen geben. Der Leipziger Stadthafen wird künftig das Herzstück des Touristischen Gewässerverbundes sein. Bis zum Jahr 2012 soll der 620 m lange Verbindungskanal zwischen dem Karl-Heine-Kanal und dem Lindenauer Hafen hergestellt sein. Dann könnte der Traum einer Anbindung der Wasserstadt Leipzig an die Weltmeere Wirklichkeit werden. Dazu muss allerdings u. a. der Elster-Saale-Kanal über einen Durchstich (75 m) mit dem Lindenauer Hafen verbunden werden. Die Vision „von der Elster an die Alster“ könnte dann Realität werden. Beim 10. Wasserfest im August konnten die Leipziger und ihre Gäste schon einmal davon träumen.

Interessant die neugegründete Designerfabrik in einer ehemaligen Likörfabrik im Stadtteil Plagwitz. Hier hat Leipzig ein Flächendenk-

mal spannender Industriearchitektur erhalten, das seinesgleichen sucht. Zum Abendessen erwartete uns das Museums-Cafe & Bistro „Michaelis“ im neuen, modernen Gebäude des Museums der bildenden Kunst. Beeindruckend auch das 360 Grad Panorama AMAZONIEN von Yadegar Asisis im Panometer Leipzig. Mehr als 400 000 in- und ausländische Gäste haben seit März 2009 das gigantische Rundbild des tropischen Regenwaldes gesehen. Von Oktober 2011 bis Herbst 2012 wird Asisi in einer Rotunde im Ehrenhof des Pergamonmuseums in Berlin sein neues monumentales 360 Grad-Panorama zur Ausstellung „PERGAMON – Panorama der antiken Metropole“ zeigen.

Schon jetzt wirft das Jahr 2013 seine Schatten voraus. Dann werden in Leipzig nicht nur 200 Jahre Völkerschlacht, sondern auch 100 Jahre Völkerschlacht-Denkmal kräftig gefeiert. Im „Napoleon-Gasthof“, einem historischen Gemäuer, in dem einst der Heerführer seine Schlachtpläne entwickelte, berichteten uns Michel Kothe und Gert Pfeifer vom Verband Jahrfeier der Völkerschlacht 1813 bei Leipzig über die geplanten Aktivitäten. Auch das 1913 als Luxushotel eröffnete Seaside Park Hotel Leipzig bereitet sich schon jetzt auf sein 100jähriges Jubiläum 2013 vor. Das 1995 im Art-Deco-Stil wiedereröffnete 4-Sterne-Hotel gegenüber dem Leipziger Hbf ist u.a. wegen seines im Stil eines Luxus-Speisewagens aus dem Mittleren Westen gestalteten Spezialitätenrestaurants STEAKTRAIN schon jetzt ein besonderer Anziehungspunkt in der Messestadt. Für 2011 bereitet Leipzig eine weitere touristische Attraktion vor. Dann wird die fünf km lange „Leipziger Notenspur“ hör- und erlebbar sein.

Hans-Peter Gaul

[www.ltm-leipzig.de](http://www.ltm-leipzig.de)  
[www.leipzigerneuseeland.com](http://www.leipzigerneuseeland.com)  
[www.wasserfest-leipzig.de](http://www.wasserfest-leipzig.de)



Mit Fernglas näher: Dresdens Panorama

# Bleiben die „Islands“ dauerhaft Besuchermagnet ?

**Bilanz einer CTOUR-Visite in der Tropenwelt:  
Magie der Sinne und Bäume, Becken, Blockhütten**

Einige der CTOURisten, darunter der Autor, hatten schon mehrmals ihren Fuß in die rund 60 km südlich von Berlin, nahe bei Krausnick an der A 13 gelegene imposante Werfthalle gesetzt. Das Aerium (Baukosten 78 Mio. Euro) ist, wegen seines ursprünglichen Verwendungszweckes, der Unterbringung großer Luftschiffe, die größte freitragende Halle der Welt: 360 m lang, 210 m breit, 107 m hoch. Mir noch gut in Erinnerung ist, was Initiator Dr. Carl-Heinrich von Gablenz Mitte der 90ziger Jahre den Journalisten über den geplanten Bau des Cargolifter CL 160 zu berichten wusste: Es sollte das weltweit größte, gut zum Transport von Schwerlasten geeignete Luftschiff werden.

Seit der Insolvenz im Jahre 2002 gilt diese Version einer Vision landläufig als eines

vicemitarbeiter hätte halten können, war, wie es hieß, „der Mann mit dem vielen Geld“.

Flankiert von einem hochattraktiven brasilianischen Ensemble gab er freundlich Auskunft auch über Palmen, Bäume und Büsche. Die allerdings später stark unter dem Mangel an Tageslicht litten und ausgetauscht werden mussten. Erst als in der Südseite des Hallendaches, über dem Badebereich, eine UV-durchlässige Spezialfolie und damit ein 20.000 Quadratmeter großes „Fenster“ eingesetzt worden war, erhielten die Begriffe Regenwald und Tropendorf ihren eigentlichen Inhalt. In den Folgejahren kursierten dann wieder diverse Gerüchte: die Auslastung sei zu gering, die Verkehrsanbindung ungünstig, Übernachtungsmöglichkeiten fehlten, das Preiskonzept müsse überarbeitet werden.



*Märchenhafte Freizeit: Europas größte Indoor-Tropenwelt.*

*Fotos: CTOUR Kirst (FOTAC)*

der großen in den märkischen Sand gesetzten Pleitenprojekte des Landes Brandenburg. Die Gerüchteküche kochte: nicht nur die rund 70 000 Aktionäre, 500 (nun ehemalige) Mitarbeiter und ungezählte Lieferanten durften trefflich und ambivalent über Managementfehler, Regierungsversagen, Sippenhaft und Innovationsmängel streiten.

Im September 2005 gab es einen Cargolifter-Neustart. Allerdings nicht in der Halle aller Hallen in Briesen-Brand. Die hatte im Juli 2003 der malaysische Konzern Tanjong für ca. 17,5 Mio. Euro erworben. Darunter – laut Wikipedia – 10 Mio. vom Land Brandenburg. Wenngleich bei Besuch Nr. 2 vor ein paar Jahren mitgeteilt wurde, dass es sich bei Tropical Islands um ein ausschließlich privat finanziertes touristisches Großvorhaben handeln würde. Ein unscheinbarer Mann in Jeans und Sommerhemd, den man eher für einen der Ser-

Fakt ist, dass seit Ende 2006 das Projekt etappenweise für 23 Mio. Euro erweitert wurde. Auf eine Kinderregion folgten Wellness- und Saunabereich, Minigolf, Sprudelbecken, Erlebnisduschen, Tempelanlagen und ein Blockhüttenkomplex. Dazu Pools, Bars, Restaurant und Geschäfte in bunter Vielfalt. In direkter Nachbarschaft entstanden 2008 Campingplatz und Hüttendorf. Geöffnet an allen Tagen im Jahr.

Davon konnte sich ein CTOUR-Team am 30. Juni überzeugen, als Kommunikationschef Patrick Kastner in einer improvisierten Pressekonferenz Auskunft zum aktuellen Stand der Dinge in Europas größter Indoor-Tropenwelt mit seinen knapp über 500 Beschäftigten gab. Daran schloss sich Amila mit ihrer Show „Magie der Sinne“ an. Die, eskortiert von einem halben Dutzend weiterer Schönheiten, mit verführerischen Tänzen und ma-



*Hereinspaziert! Die Magierin Amila lädt täglich zu ihrer Show ein.*

gischem Zauberspiegel ein 3-Gänge-Menü in den Rang eines Kulturevents erhob.

Man hatte kaum Zeit, über den nicht unerheblichen (Preis)-Unterschied zwischen diesem und dem vorherigen Besuch nachzudenken. Musste in der Anfangsphase der Tropical-Gast nur einmal für alles bezahlen, so folgen jetzt auf den Basis-Eintrittspreis (25,-Euro p. P.) ein ganzes Sortiment weiterer Bereichs-Eintrittspreise, die sämtlich auf Chiparmband mit Kreditfunktion gespeichert werden. Am Ende kommt meist eine höchst beachtliche Summe zusammen: Eine vierköpfige Familie beispielsweise kann für einen Tagesbesuch problemlos mit rund 200 Euro rechnen. Kastner: laut Marktforschung akzeptiere die Mehrzahl der Kunden den Preis.

Ob das auf Dauer so sein wird, ist abzuwarten. Im August informierte dpa, dass Tropical im ersten Quartal 2010 mit 781 760 Euro erstmals seit der Eröffnung einen Gewinn nach Steuern erwirtschaftet habe, so der Mutterkonzern Tanjong. „Der Freizeitpark hatte seine Verluste im vergangenen Geschäftsjahr um ein Drittel auf 4,9 Mio. Euro verringert.“ Eine Steigerung der Einnahmen solle der Bau großer Feriendörfer mit etwa 2000 Häusern bringen. Östlich der Halle stehen bereits die ersten Bungalows eines deutsch-dänischen Investors. Zudem seien drei Hotels geplant. Bleibt nur zu hoffen, dass die (neue) Version dieser (neuen) Visionen auch in Erfüllung geht.

*Rudolf Hempel*

*Infos:*

*Tropical Islands Management GmbH  
Tropical-Islands-Allee 1, 15910 Krausnick  
☎ 035477 – 60 45 15  
☎ 035477 – 60 80 80  
info@tropical-islands.de  
www.tropical-islands.de*

# Führerscheinfrei durch Berliner Gewässer

## Floß & los auf dem Müggelsee: Schwimmende Gartenlauben

Im Seebad Friedrichshagen informierten die Tourismusverbände Berlin-Treptow-Köpenick (Köpenick), Dahme-Seen (Königs Wusterhausen) und Seenland Oder-Spree (Bad Saarow) die CTOUR-Leute, dass ihr aktuelles Projekt „Märkische Umfahrt“ für den Europapreis EDEN AWARD 2010 nominiert wurde. In den 25 bundesweit eingereichten Wettbewerbsprojekten mit dem Schwerpunkt: AQUATIC TOURISM sollten die Qualität, Schönheit und Vielfalt des Wassertourismus in den jeweiligen Regionen nachhaltig herausgestellt werden. Fünf Bewerber kamen in die engere Auswahl, darunter die „Märkische Rundfahrt“ mit einer 200 km langen Kanu-Rundfahrt auf Dahme und Spree.

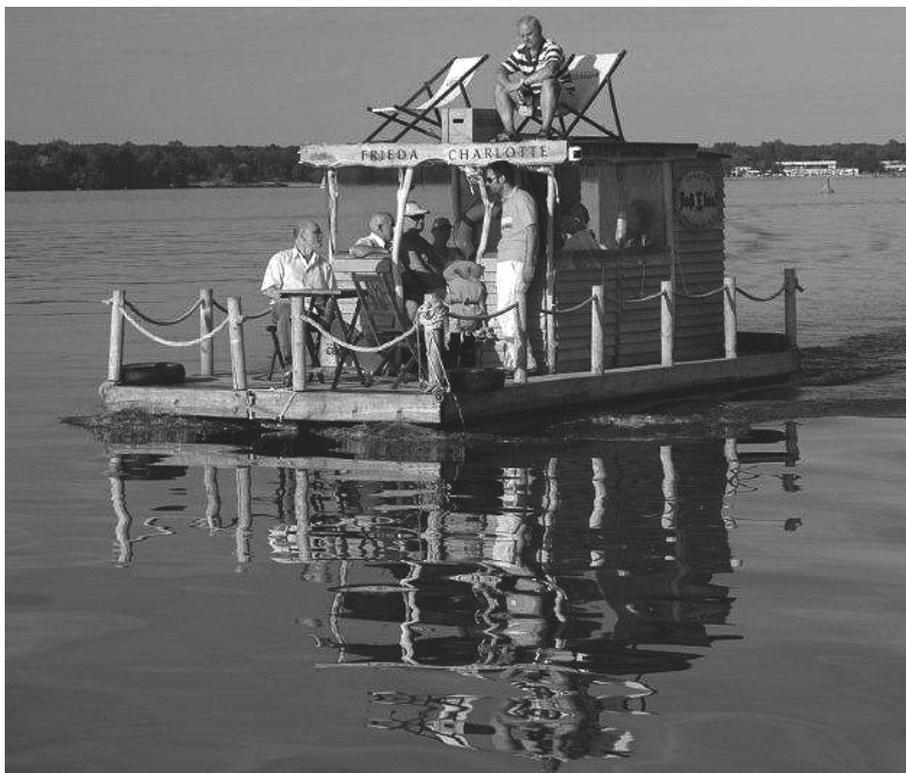
EDEN steht für European Destinations of Excellence und ist ein Projekt zur Förderung von Modellen eines nachhaltigen Tourismus in der gesamten Europäischen Union. Das Projekt basiert auf nationalen Wettbewerben, die alljährlich stattfinden und eine Auswahl von „herausragenden Tourismuszielen“ für jedes teilnehmende Land treffen. Der EDEN-

Wettbewerb rankt sich um ein jährlich wechselndes Thema, das als Leitmotiv dient und von der Europäischen Kommission gemeinsam mit den zuständigen nationalen Tourismusbehörden ausgewählt wird. (www.eden-deutschland.de) In die 11 Tage-Kanutour des gemeinsamen Projektes „Märkische Seenland“ zwischen der Metropole Berlin und dem UNESCO-Biosphärenreservat Spreewald ist die Umfahrt um die Köpenicker-Altstadt (über Müggelsee – Müggelspree – Dahme) noch nicht einbezogen. Sie wird jedoch noch eingearbeitet. Erfreulich ist, dass die drei Reiserregionen im Südosten

von Berlin-Brandenburg durch dieses gemeinsame EDEN-Wasserwander-Projekt enger zusammenarbeiten. Hoffen wir, dass dies auch beim Natur- & Kulturtourismus in den Folgejahren verstärkt praktiziert wird. Als ein Beispiel des Wasser-Wandertourismus stellte das Seebad Friedrichshagen sein aktuelles „Floß & los!“-Projekt vor, um führerscheinfrei durch die Berliner Gewässer zu schippern. Im winterlichen Eigenbau haben Mitarbeiter des Seebades zwei Flöße „gebastelt“, die nun neben Treibbooten, Paddel- und Ruderbooten im Seebad ausgeliehen werden können. Jeweils acht CTOUR-Risten hatten

am 8. Juli Gelegenheit, diese eigenwilligen Wasservehikel auf dem abendlichen Müggelsee zu erproben.

Erstaunlich, wie die technischen Mindestanforderungen auf den schwimmenden Gartenlauben erfüllt wurden, um eine wasserpolizeiliche Zulassung zu erhalten. Mit 40 Litern Treibstoff wird ein 5 PS Viertakt-Außenbord-



Auf dem Müggelsee: Schwimmende Gartenlaube.

desaison am Müggelsee (01.07.1899). In der Seestraße 46 (heute: Müggelseedamm 216) war schon zur Saison 1898 das Wilhelmsbad „vollständig gut renoviert und komfortabel“ eröffnet worden, getrennt als Frauen- und Männerbad. Ein langer Holzsteg führte in den Müggelsee, um die getrennten Bade- und Umkleidekabinen aufzunehmen. Der Eintrittspreis betrug 15 Pfennig (die Saisonkarte 5 Mark). Es war für die damalige Zeit ein relativ hoher Preis, da ein halbes Kilo gehacktes Rind- oder Schweinefleisch 65 Pfennig kostete.

Damals gehörte noch keine Strandfläche zum Wilhelmsbad. Es wurde 1913 als „Gemeindebad Friedrichshagen“ von der Ortsgemeinde Friedrichshagen übernommen und seit 1921 durch den neugegründeten „Schwimmverein Müggelsee 1921“ gepachtet und betreut. Alljährlich organisierte der Schwimmverein das Langstreckenschwimmen „Quer durch den Müggelsee“ vom Strandbad Rahnsdorf zum Seebad Friedrichshagen. (Weitere Angaben dazu in: E. Hobusch: Ausflugsverkehr „Am

grünen Strand der Spree“ Köpenicker Hefte 5/1986 sowie Sonderausgabe Lehrkabinett Teufelssee, 1988. 82 S.- ISSB: 0318-4406)

Von der Leitung des Seebades Friedrichshagen informierte Tobias Apelt, (Geschäftsführer der Betreiber-GmbH-AKLW, über die Entwicklung des Seebades und die angeschlossenen Projekte „gestrandet in Berlin!“, (der neue Sommergarten & Strandbar am Müggelsee sowie an der Jannowitzbrücke) und den Bootsausleih „Floß & los!“ im Seebad. Die leckeren Grillgerichte überzeugten alle, dass die Mit-

Foto: CTOUR Ponier

arbeiter des Seebades gute Erfahrungen im Gaststättenbetrieb verfügen. Insgesamt war dies ein informativer Abend am Müggelsee.

Erich Hobusch

Kontakt:

Märkische Umfahrt:

www.seenland-os.de

www.berlin-tourismus-online.de

www.dahme-seen.de

Seebad Friedrichshagen: AKLW GmbH,

Müggelseedamm 216

12587 Berlin-Friedrichshagen.

☎ 030 – 645 57 56

# Im Bademantelgang zur Sauna auf dem Wasser

Auf Fontanes Spuren unterwegs im Ruppiner Land

„Ob du reisen solltest in die Mark?.....Wag es getrost und du wirst es nicht bereuen. Du wirst Entdeckungen machen“. Das stellte Theodor Fontane dem ersten Band seiner 1861 erschienenen „Wanderungen durch die Mark Brandenburg“ voran. Eine Aussage, die auch heute - 150 Jahre später - noch ganz aktuell ist. Davon konnten sich zehn CTOURisten bei einer Tagestour nach Neuruppin, der Geburtsstadt des Romanciers, überzeugen. Gleich unweit des Ortseingangs begrüßt uns Fontane: überlebensgroß, lässig sitzend und in Bronze gegossen hat der Bildhauer Max Wiese ihm bereits 1904 ein Denkmal gesetzt. Seit 1998, dem Hundertsten Todestag Fontanes, schmückt sich Neuruppin mit dem Zusatz Fontanestadt. Und zu Ehren des berühmten Sohnes der Stadt trägt auch das 2003 eröffnete 4-Sterne-Resort Brandenburg mit seinem Seehotel und der Therme des Dichters Namen. Idyllisch am Ufer des Ruppiner Sees gelegen, bietet das Hotel jeden Komfort für einen kurzen oder längeren Aufenthalt. Aus 139 Zimmern und eleganten Suiten mit privaten Balkonen genießt der Gast einen bezaubernden Blick über den See oder auf die historische Altstadt Neuruppins.

Ein Highlight ist die Fontanetherme, die durch den sogenannten „Bademantelgang“ mit dem Hotel verbunden ist. Der 6000 Quadratmeter große Fitness- und Wellnessbereich wurde 2007 mit der Wellness-Aphrodite ausgezeichnet. Mit acht Themensaunen, einer Eisgrotte, mehreren Thermalbecken, die aus eigener Thermalquelle gespeist werden, und einem Schwimmbad bleibt hier kein Wunsch offen. Jedoch das Schönste ist die schwimmende Sauna, die größte Deutschlands, mit 70 Qua-

dratmeter Saunafläche, einem 400 Quadratmeter großen Sonnendeck. Und als riesiges Kaltwasserbecken dient der Ruppiner See.

Für das kulinarische Angebot in den drei Restaurants des Hotels sorgt Küchenchef Dirk Bismark, der nach Jahren in der Hamburger und Sylter Sternegastronomie wieder in seine Heimatstadt Neuruppin zurückgekehrt ist. Wunderschön sitzt es sich auf der großen Terrasse am See, auf der auch Fontane in Form eines sprudelnden Brunnens präsent ist. Bei strahlendem Sonnenschein wurden wir dort mit einem Menü aus „Fontanes Zeiten“ verwöhnt. Nach einer köstlichen „preußisch protestantischen Belugalinsuppe mit Ruppiner Flusskrebsschwänzen“ war der mit frischen Steinpilzen und Blauen Schweden (Kartoffeln) servierte Schweinebauch nach Aussagen unseres Mitglieds Michael Müller der beste, den er je gegessen hat. Und auch das Dessert „Arme Ritter mit Stachelbeereis“ weckte bei vielen von uns Erinnerung an Kindertage.

So gestärkt begleitete uns Stadtführerin Erika Kunow durch die Altstadt. Von der neugestalteten Uferpromenade geht der Blick auf die mittelalterliche Klosterkirche mit ihren schlanken Türmen und auf die 700 Jahre alte Wichmannlinde. Bereits zu DDR-Zeiten war die „preußischste aller preußischen Städte“ zum Flächendenkmal erklärt worden. Nach der Wende und besonders anlässlich des 100. Todestages von Fontane sei viel gemacht worden, erklärt die Stadtführerin. Und so sehen wir bei unserem Bummel viele gut erhaltene und liebevoll gepflegte Bauwerke. Auch in der Karl-Marx-Straße mit der Löwenapotheke, dem Geburtshaus Fontanes, in dem er sieben Jahre seiner Kindheit verbrachte.



An Bord des Hoteleigenen Loung Boot Fontane starteten wir zu einer Entdeckungsreise über den vierzehn Kilometer langen Ruppiner See. Bei Kaffee und Kuchen wurden wir von Herrn Rieger, dem Chef der Edition Rieger, auf das Beste unterhalten mit interessanten Stories über Geschichte, Ereignisse und Persönlichkeiten des Ruppiner Landes. Wieder an Land erwartet uns ein Kutschwagen mit zwei kräftigen Rössern. Im gemütlichen Zuckeltrab geht es bis zum Gut Hesterberg, das mit seinen drei Gebäuden in klassisch angehauchtem Stil eher einem ländlichen Herrenhaus als einem Produktionsbetrieb ähnelt. Vor zwölf Jahren ist Familie Hesterberg aus Hagen in Westfalen nach Ruppiner gekommen, um hier Fleisch- und Wurstwaren nach alten Rezepturen und in bester Qualität herzustellen. Auf 300 Hektar Weideland leben fünfhundert Galloways, Schafe, Schweine, Gänse und Hühner. „Von der Weide bis zum Teller, von der Aufzucht bis zum Verkauf alles aus einer Hand, das ist unsere Garantie für Qualität und Frische“, betont Frau Hesterberg, die Chefin des Familienunternehmens. Zum Angebot des Gutes gehören neben Hoffladen und Restaurant auch Kutschfahrten durch das Ruppiner Land.

*Text und Fotos: Christel Seiffert*

*Kontakt:*

*Resort Mark Brandenburg*

*info@resort-mark-brandenburg.de*

*Gut Hesterberg*

*info@GutHesterberg.de*



*Fontane zu Lande und zu Wasser: Als 4-Sterne-Resort am Seeufer, als hoteleigenes Boot mit Herrn Riedel als Alleinunterhalter, und in der „preußischen“ Altstadt (oben).*



Die Pauschalreise lebt und ist lebendiger denn je – sagt der Eine. Der Andere hebt die Veranstalter-Reise auf den Thron / Preisrechner zum individuellen Check des Wunschurlaubs / Urlaub unter Freunden am „Ort, an dem die Glücklichen leben“ / Lebensfreude als Urlaubsziel / Die neue Spitze des Luxuspreis-Sektors

Das die Sonne auf Deutschlands zweitgrößter Insel mit 1906 Stunden im Jahr so lange wie nirgendwo sonst im langjährigen Bundesdurchschnitt scheint, das konnten die über 80 Reisejournalisten im tropischen Juli selbst spüren. Ob auf der mit 8,5 km längsten Strandpromenade Europas in den drei Kaiserbädern Ahlbeck, Heringsdorf und Bansin, auf den fünf Seebrücken (darunter die in Heringsdorf mit über 500 m längste des Kontinents) oder am 42 km langen Sandstrand bzw. am Achterwasser – überall brannte die Sonne unbarmherzig vom Himmel. Da bot das 4-Sterne Kaiser SPA Hotel der Familie Gühler in Bansin den perfekten Rahmen für die aktuelle Programmvorstellung der Winterkataloge von Thomas Cook und Neckermann-Reisen. Hoteldirektorin und CTOUR-Mitglied Margot David hatte mit vielen dienstbaren Geistern dafür gesorgt, dass ihre deutschlandweit angereisten Reisejournalistenkollegen sich zwischen Pressekonferenz, Workshops und diversen Ausflügen u. a. auch bei Wellness & Co wohl fühlten.

War schon der Auftakt der Winterkatalog-Präsentation mit Dampferfahrt zur Heringsdorfer Seebrücke zur „Bridge of Fashion Show“ und der anschließenden Strandparty etwas Besonderes, so startete die Programmvorstellung mit einer Überraschungs-Nachricht. Die Thomas Cook Group plc gab bekannt, dass sie 100 Prozent der Öger Tours GmbH von deren Gründer und Gesellschafter Vural Öger übernehmen wird. Der mit einer nostalgischen AN 2 nach Heringsdorf eingeflogene und per Trabi ins Maritim-Hotel Heringsdorf zur Pressekonferenz beförderte Vorstandschef Dr. Peter Fankhauser verkündete denn auch: „Wir wollen wieder wachsen, aber nicht um jeden Preis. An der Profitabilität werden wir auch weiter arbeiten und gleichzeitig unsere Marktposition ausbauen“.

So gibt's im kommenden Winter das umfangreichste Flugangebot der letzten Jahre. Angesichts von 14000 deutschen Gästen der verschiedenen Veranstaltermarken, die während der Aschewolke-Krise in aller Welt festsaßen, stellte er fest: Die Pauschalreise lebt und ist lebendiger denn je! In Krisenzeiten haben die Menschen einmal mehr den Wert der vom Veranstalter organisierten Reise erkannt. Eine Kundenumfrage hat ergeben, dass mehr als 90 Prozent der gestrandeten Gäste nach wie vor großes oder sehr großes Vertrauen in die Leistungen der Thomas Cook-Marken haben, 95 Prozent fühlen sich bei ei-



## Deutsche Reiseveranstalter präsentierten ihre Winterkataloge / CTOUR notierte die Angebote

# Sonnige Aussichten nicht nur auf der Sonneninsel Usedom

ner Buchung sicher aufgehoben. „Wir freuen uns besonders“, so Dr. Fankhauser, „dass der TÜV Süd zum ersten Mal auch das Krisenmanagement der Thomas Cook AG mit seinem Siegel ausgezeichnet hat“. Thomas Cook Reisen wird künftig noch breitere Kundenkreise ansprechen, ohne dabei die Marke Neckermann-Reisen zu tangieren. Daher wurde das Produktportfolio u. a. mit mehr Zielen, Regionen, Hotels und Rundreisen vor allem auf der Fernstrecke erweitert. So gibt es einen eigenen Katalog „Indien a-la-carte“, wurde das Luxusprodukt „Exklusiv-Genießen-Selektion“ ebenfalls ausgebaut. Zur eigenen exklusiven Hotelmarke SENTIDO gehören inzwischen 24 Häuser. Dank günstiger Einkaufskonditionen auf der Nah- und Mittelstrecke verringern sich die Preise um zwei Prozent.



Währungsverschiebungen zwischen Euro und Dollar sowie wieder gestiegene Öl- und Kerosinpreise lassen die Preise auf der Fernstrecke um ein Prozent steigen. Nach starken Einbrüchen hat sich der Griechenland-Tourismus vor allem dank Preisnachlässe bis zu 30 Prozent wieder erholt.

Auf insgesamt 2136 Seiten offeriert Thomas Cook Reisen im kommenden Winter Urlaubsangebote in 83 Ländern. Die neue CONDOR-Verbindung nach Panama bietet z. B. neue, attraktive Möglichkeiten für den weiteren Ausbau des Rundreise- und Kurzturen-Programms auf dem stark im Trend liegenden Kontinent. Fortgesetzt wird die erfolgreiche Zusammenarbeit mit führenden Spezialisten wie AAT-Kip (Australien/Neuseeland), mit dem Kultur-Veranstalter ACS-Reisen und mit Tour Vital (Rundreisen der sorglosen Art mit ärztlicher Begleitung). Neckermann-Reisen bietet erstmals den Preisrechner zum individuellen Check des Wunschurlaubs an. Allen Hotels aus den neuen Winterkatalogen ist eine Webadresse zugeordnet. Nach Eingabe der gewünschten Reisedaten berechnet die neue Service-Funktion den individuellen Reispreis und zeigt zugleich freie Kapazitäten

an. Fortgesetzt wird die bewährte Sorglos-Urlaubsgarantie, die eine kostenlose Stornierung bei Arbeitslosigkeit und Kurzarbeit ermöglicht.

Außergewöhnliche Reiseideen und Tipps von Neckermann-Reisen gibt's seit Februar 2010 im Social Web auf Facebook und über Twitter. Bis zu 30 Prozent sparen können Neckermann-Gäste bei Frühbucher-Vergütungen in drei Staffeln. In der fortgeführten „Sparflug“-Aktion stehen für 48 Flugstrecken u. a. nach Ägypten und auf die Kanaren insgesamt 30 000 Low-Price-Flugplätze zur Wahl. Neu im Programm sind die Kapverdischen Inseln sowie das Trendziel Tel Aviv. Slowenien und die Slowakei sind neue Ziele im Katalog „Berge & Schnee“. Auf Kuba werden zwei Radtouren zur Inselerkundung sowie Sprachkurse in Havanna angeboten. Neu sind auch vier- und fünftägige Kreuzfahrten mit der „Carnival Imagination“ von Miami nach Mexiko bzw. zu den Bahamas. Deutlich erweitert wird das Programm für Best Ager. Gästen ab 55 Jahren gewährt Neckermann-Reisen zudem Preisvorteile von bis zu 20 Prozent. Mit Lanzarote und Zypern sind nun insgesamt zehn Clubs Vital im Angebot. Kräftig sparen kann man auch mit den erstmals im Winter angebotenen Family-Knüllern für Erwachsene und Kindern. Beim Mecklenburg-Vorpommern-Abend im ehemaligen Kraftwerk des Historischen Technischen Museums Peenemünde war neben Ministerpräsident Erwin Sellering auch Staatssekretär Reinhard Meyer, Präsident des Deutschen Tourismusverbandes (DTV) zu Gast. Durch das Programm an einem wahrhaft historischen Ort führte der Geschäftsführer des Tourismusverbandes Mecklenburg-Vorpommern Bernd Fischer. Nach vier ereignisreichen und informativen Tagen auf der Sonneninsel Usedom gebührt dem Frauen-Power-Team um Mathias Brandes, Leiter Unternehmenskommunikation der Thomas Cook AG Deutschland, der besondere Dank der Teilnehmer.

Hans-Peter Gaul

Kontakte:

Thomas Cook Reisen Pressestelle

☎ 06171/653281,

thomascok-reisen.presse@thomascokag.com

Neckermann Reisen Pressestelle

☎ 06171-65 32 81,

neckermann.presse@neckermann-reisen.de

Jubel: Zehn Jahre Fleeensee! Verzeihung, „Land Fleeensee“. So viel Zeit muss sein. Wie einen Adelstitel trägt die größte Ferien- und Freizeitanlage Deutschlands ihren Markennamen durch die Tourismuswelt. – Mittelpunkt des Ferienresorts ist das Dorf Göhren-Lebbin in der Mecklenburger Seenplatte. Vier Hotels vom Feinsten, fünf Golfplätze, ein Day-SPA mit 6000 Quadratmetern, 2000 Gästebetten, eine Urlaubslandschaft auf 500 Hektar. Lauter Superlative, idyllisch ins Grüne platziert.

Diese Erfolgsgeschichte wäre nicht denkbar gewesen ohne die Urlaubsmacher von der TUI. Der Reiseriese aus Hannover stellt mit seinen drei Hotels, dem einzigen Robinsonclub in Deutschland, dem familienfreundlichen Dorfhofel Fleeensee und dem Iberotel Fleeensee den stärksten Vertriebspartner des Resorts. Karl J. Pojer, Bereichsvorstand TUI Hotel & Resorts, erinnerte sich noch gut an jenen Märztag, da er zum ersten Mal nach Göhren-Lebbin kam, um sich schlau zu machen, ob und in welcher Form sich die TUI engagieren könnte. „Es war ein trüber, nebliger Nachmittag, in der Luft hing der Geruch der Schweinemastanlage. Ehrlich gesagt, ich habe mich schwer getan, mir vorzustellen, wie das hier einmal aussehen könnte. Im Juni dann, nachdem ich ein zweites Mal ins Neuland gefahren war, sah die Welt schon anders aus. Die Rapsfelder blühten, die Vögel sangen und um mich herum war eine paradiesische Natur. Da fiel die Entscheidung leicht.“

Im Land Fleeensee also fand im Juni die Präsentation der Winterkataloge der TUI statt. Wie immer wurde den Journalisten ein Menü aus aktuellen Zahlen, neuen Destinationen, fernen Ländern, Frühbucherrabatten, fallenden & steigenden Preisen gereicht. Da es dem Verfasser dieser Zeilen widerstrebt, vier Monate nach der Pressekonferenz die damals aktuellen Zahlen als heutige Neuigkeit zu verkaufen, berichtet er über interessante Trends, die es bei der TUI gibt. So erklärte Dr. Böttcher, Vorsitzender der Geschäftsführung der TUI Deutschland GmbH, ein halbes Jahr nach der Aschewolke des isländischen Vulkans Eyjafjallajökull z. B. die gute alte Pauschalreise für tot. Und hob die Veranstalterreise auf den Thron!

Für mehr als jeden dritten Deutschen, so führte er aus, hat die Veranstalterreise in der Asche, „die im April tagelang den europäischen Flugverkehr lahm legte“, an Statur und Attraktivität gewonnen. Sie orientiere sich an den individuellen Erwartungen unterschiedlicher Zielgruppen und sei immer weniger ein austauschbares Massenprodukt. Passgenau erfülle sie „die Wünsche der Bundesbürger“. Ihre Stärken seien verlässliche Reisedurch-

führung, Preissicherheit, feste Ansprechpartner und persönliche Betreuung. „Mit der Pauschalreise von vor zwanzig Jahren ist die Veranstalterreise in großen Teilen nicht mehr vergleichbar“, sagte Dr. Böttcher. Das bestätigte auch das Ergebnis einer repräsentativen Umfrage von TNS Emnid unter 1005 Deutschen. Danach wünschen sich 81 Prozent der Bundesbürger eine Betreuung am Urlaubsort. Eine verlässliche Reisedurchführung ist für 80 Prozent wichtig. 74 Prozent erwarten vom Veranstalter schnelle und umfassende Information und 61 Prozent legen Wert auf einen festen Ansprechpartner während der Reise. Knapp jeder zweite Deutsche hat bereits eine individuell zusammengestellte Veranstalterreise unternommen. Dr. Volker Böttcher: „Das wollen wir in Zukunft noch stärker nutzen. Die Veranstalterreise von heute ist sehr flexibel hinsichtlich der Reiselänge und der Kombinationsmöglichkeiten mit anderen Angeboten.“

Immer auf der Suche nach neuen Geschäftsfeldern entdeckt die TUI nun die Trauernden. „Eine Reise ins Leben“, so heißt das neueste Produkt. Es richtet sich an all jene, die einen geliebten Menschen verloren haben. In Kooperation mit der Privaten Trauerakademie Fritz Roth sind diese Reisen als „Gehhilfe“ in ein neues Leben gedacht. „Wir können keine psychologische Behandlung

auf den Reisen bieten“, sagte Carsten Cossmann, Leiter der Abteilung Gruppen- und Sonderreisen der TUI. Das

traurige Ereignis muss bis zu einem gewissen Grad bereits verarbeitet sein. Erst dann könne das Gruppenerlebnis fern der Heimat dazu beitragen, in den Alltag zurückzufinden. „Einerseits geht es darum, durch Gespräche und gemeinsame Ausflüge Trauer zu verarbeiten, andererseits die Schönheit des Lebens wiederzuentdecken und Lebensfreude zurückzubringen“, so Cossmann. Die Reisegruppen zwischen mindestens 12 bis maximal 18 Personen werden von zwei an der Trauerakademie ausgebildeten Mitarbeitern begleitet. Sechs verschiedene Ziele - Madeira, Teneriffa, Mallorca, die Algarve, Kreta sowie die Mecklenburger Seenplatte - werden angesteuert. Gewohnt wird in handverlesenen Hotels. Ob das sensible Konzept den Wirklichkeitstest besteht, wird sich zeigen. Wichtig ist der Versuch angesichts einer immer älter werdenden Gesellschaft allemal.

Bernd Siegmund

Info: Unternehmenskommunikation

☎ 0511 - 567 21 00

www.tui-deutschland.de



Urlaub unter Freunden mit ALDIANA ist mehr denn je gefragt. Peter Wennel, Handlungsbevollmächtigter der Grupo Santana Cazorla, informierte in Frankfurt/Main über das Winterprogramm des Clubanbieters im Premium-Segment. Insgesamt sieben Strandclubs mit All Inclusive und zwei österreichische Bergclubs mit Halbpension erwarten im Winter ihre Gäste. Erstmals gibt's in den Clubs Kinderfestpreise bis 17 Jahre. Bei Buchung bis zum 31. Oktober können ALDIANA-Urlauber 50 Euro p. P. sparen. Zusammen mit renommierten Partnern hat ALDIANA für seine Gäste auch in diesem Winter wieder zahlreiche Top-Events vorbereitet. So steht z. B. bei der „Tennis-Akademie“ Wimbledon-Sieger Michael Stich vom 18. - 20. März 2011 im ägyptischen ALDIANA Makadi Bay den Urlaubern persönlich mit Rat und Tat zur Seite. Mountainbiking mit Olympiasiegerin Sabine Spitz kann man vom 23. - 26. November im ALDIANA Zypern erleben. Vom 30. März - 3. April 2011 können die Gäste auf der Sonneninsel gemeinsam mit Radprofi Kai Hundertmarck auf Tour gehen. Zur „Super-Girardelli-Woche“ mit einem der erfolgreichsten Ski-Stars aller Zeiten lädt der ALDIANA Hochkönig vom 22. - 27. Januar. Inmitten des größten zusammenhängenden Loipennetzes Österreichs ist der vor einem Jahr neu eröffnete ALDIANA Salzkammergut Bad Mitterndorf (samt Grimming-Therme) besonders gefragt. Hier weiht Skiflug-Weltmeister Hubert Neuper persönlich Anfänger und Fortgeschrittene in die richtige Technik ein. Vom 7. - 9. März 2011 lockt zudem das „Abenteuer Hundeschlitten“. Sehr gute Skikenntnisse sind Voraussetzung für eine Teilnahme am Event „Heli Ski und Touren exklusiv“ vom 16. - 21. Januar 2011. Helikopter bringen die Skisportler in luftige Höhen. Von dort erfolgt dann die Abfahrt. Einer der Favoriten für den „Urlaub unter Freunden“ ist der direkt am Strand der östlichsten Mittelmeersinsel gelegene ALDIANA Zypern. Der 1973 im Senegal gegründete Clubanbieter im Premium-Segment empfängt jetzt seine Gäste in Ägypten, Spanien, Tunesien, in der Türkei, auf Zypern und in Österreich. Die ALDIANA GmbH ist als deutscher Veranstalter und Hotelbetreiber eine Tochtergesellschaft der spanischen Grupo Santana Cazorla (75,1 Prozent) und der Thomas Cook AG. Übrigens: ALDIANA bedeutet in der Landessprache des Senegal „Der Ort, an dem die Glücklichen leben“. Hans-Peter Gaul

Kontakt: Gunther Träger

Contact & Creation GmbH,

☎ 069 - 96 36 68 89

g.traeger@cc-pr.com

Sören Hartmann ist seit dem 1. März diesen Jahres Sprecher der Geschäftsführung der REWE Touristik. In seinen Ausführungen bei der Präsentation der Winterprogramme im Juli in Köln ging er auf die neue Drei-Säulen-Strategie ein, mit der sein Unternehmen auf den bewegten Reisemarkt reagiert:

„Die erste Säule ist das klassische Veranstalter-Modell. Hier sind wir Vermarktungspartner. Die Qualität und die enge Zusammenarbeit mit den Hoteliers stehen im Mittelpunkt. Die Reisebüros bleiben hier der wichtigste Vertriebsweg. Die zweite Säule ist der Handel. Hier gestalten wir ein Produkt nach den Vorgaben des Handels. Über die REWE haben wir wie kein anderer Touristikonzern Zutritt zu einem sehr großen internationalen Filialnetz. Dies ist besonders in Osteuropa von unschätzbarem Vorteil.

Die dritte Säule ist die Vermarktungsplattform. Hier binden wir ein breites Portfolio von Leistungsträgern technisch an und vermarkten deren Angebot. In diese Säule werden auch unsere X-Veranstalter eingehen, die bereits



heute Flüge und Hotels kombinieren. Bei der dritten Säule sind wir nicht mehr klassischer Veranstalter, sondern überlassen das Pricing den Partnern. Der Kunde konfektioniert das Produkt selbst.

Wichtig ist: Wir werden die drei Säulen sauber voneinander trennen. Dazu werden wir auch die Unternehmensstruktur ändern. Wir haben hierfür das Projekt 'Auf Kurs' gestartet.“

Die REWE Touristik ist auf dem richtigen Kurs. Im Touristikjahr 2009/10 stieg die Zahl der Gäste per 1. Juli 2010 um 6 Prozent. Der Gesamtmarkt liegt laut unserer Marktforschung aktuell leicht unter Vorjahr. Damit hat sich die REWE Touristik erneut von der Marktentwicklung abgekoppelt. Durch sinkende Kerosinkosten und gute Vertragsab-

schlüsse mit den Hotelpartnern konnten wir die Preise in diesem Sommer deutlich senken. Das haben die Kunden offenkundig sehr gut angenommen.

ITS, JAHN REISEN und TJAEREBORG halten die Preise im Winter 2010/11 quasi stabil. Insgesamt werden sie um ein Prozent erhöht. Mit Unterschieden. Deutschland-Urlaub bleibt preisstabil, ebenso die Türkei-Reisen. Für Spanien erhöhen sich die Preise leicht um 1 bis 2 Prozent. Auch für Ägypten gibt es eine leichte Erhöhung um 2 Prozent. Deutlich billiger werden die Vereinigten Arabischen Emirate mit minus 10 Prozent, Städtereisen mit minus 3 Prozent, die Slowakei und Tschechien mit einer Preissenkung um jeweils 10 Prozent.

Qualität wird 2011 zur Triebfeder der REWE Touristik. Vor einem Jahr wurde ITS mit einer klaren Sprache, einem unverwechselbaren Design und der Lebensfreude im Mittelpunkt neu positioniert. Die Hotels wurden genau für die Kernzielgruppe Familien ausgewählt. ITS bietet Lebensfreude – diese Botschaft kommt bei den

Reisebüros und den Verbrauchern an. REWE Geschäftsführer Ralph Schiller stellte in Köln JAHN REISEN in neuer Ausrichtung vor. Im Mittelpunkt steht Genuss. Und ein klares Leistungsversprechen. Erstens ist der Relaunch von JAHN REISEN ein wichtiger Schritt in der Qualitätsoffensive des Unternehmens. Das klare Ziel: Qualität bedeutet, mit jeder Marke im jeweiligen Segment das Beste zu bieten.

*Detlef Hunger*

**Kontakt:**

REWE Touristik GmbH

Daniela Sauerwald, Konzernkommunikation  
Humboldtstraße 140, 51149 Köln

☎ +49 2203 42-0

www.rewe-touristik.com

Bei der Präsentation der acht neuen Kataloge für die Wintersaison 2010/2011 am 22. Juni in Berlin überraschte Kirsten Feld-Türkis, Executive Director der Luxusreisemarke airtours, die anwesenden Journalisten mit einem neuem Corporate Design, einem verändertem Logo und neuem Claim. Im Fokus des neuen airtours Markenauftritts steht kein geringerer Anspruch, als sich



als „die neue Spitze des Luxusreise-Sektors“ zu positionieren. Zu viele Anbieter tummeln sich inzwischen auf dem Luxusmarkt, weshalb eine „klare Abgrenzung zur Luxusreise aus dem Supermarkt hin zu verlässlicher, trendkompetenter Vorauswahl der besten Adressen und Erlebnisse erforderlich sei“, so Feld-Türkis. Damit rückt airtours die Klientel in den Mittelpunkt, die absoluten Luxus ver-

langt. Immerhin umfasst der globale Luxusreisemarkt inzwischen ein Gesamtvolumen von mehr als drei Milliarden Euro und wächst wieder überdurchschnittlich um fünf bis sieben Prozent.

Unter den 1400 Hotels im Portfolio befinden sich 200 neue Häuser, die gleiche Anzahl wurde gegenüber dem Vorjahr aussortiert. „Hotels, in denen unsere Kunden beliebige Gäste sind, haben keinen Platz im Portfolio“, erläuterte Kirsten Feld-Türkis das Auswahlverfahren. In 80 Prozent aller Häuser aus dem Programm Afrika/Orient/Indischer Ozean wurden exklusive Privilegien für airtours-Kunden verhandelt. Zu den Clous im Angebot gehören Häuser – wie das neue Armani Hotel Dubai.

*Michael Juhran*



Deutschlands größter konzernunabhängiger Reiseveranstalter hat den Medien an seinem Firmensitz in Duisburg die drei aktuellen Winterkataloge vorgestellt. alltours-Chef Willi Verhuvén kündigte Preissenkungen um durchschnittlich 4,5 Prozent an. „Die bei unseren sonnenhungrigen Winterurlaubern besonders beliebten Destinationen Ägypten und Türkei werden sogar um 7 bzw. um 5 Prozent günstiger“, so Verhuvén. Ziele auf der Fernstrecke werden allerdings wegen des veränderten Kurses von Dollar und Euro um durchschnittlich 3 Prozent teurer. Mit dem XXL-Frühbucherrabatt für Kurzentschlossene und Sparfüchse kann man in deutlich mehr Hotels als im Vorjahr sparen – bei Kombination mehrerer Sparvorteile sogar bis zu 42 Prozent. Die Kinderfestpreise, eine Erfindung von alltours, beginnen bereits ab 106 Euro und werden für den Nachwuchs bis 14 Jahren auch Singles mit Kind gewährt.

Die Zahl der Hotels in den Kategorien 4 und 5 Sterne ist weiter erhöht worden. Erstmals werden im Winter neun Premium Deluxe-Häuser u. a. an der Türkischen Riviera angeboten. Die neuen Winterkataloge enthalten erstmals eine Gästezufriedenheits-Bewertung für sämtliche Hotels. Für alle Reisen aus dem alltours-Winterprogramm erhalten Urlauber mit den Unterlagen ein Rail & Fly-Ticket, das auch im öffentlichen Personennahverkehr verschiedener Verkehrsverbünde genutzt werden kann. Das Ticket ist für Anreisen in ganz Deutschland und zusätzlich zu den grenznahen Abflugsorten Salzburg und Basel gültig. Neu im Angebot sind Reisen nach Sri Lanka und ins ägyptische Marsa Alam.

„Die Markteinführung der Malediven im vergangenen Winter hat unsere Erwartungen weit übertroffen“, so Ronny de Clercq, Direktor Touristik. In Zusammenarbeit mit Sri Lanka Airlines wird erstmals eine Kombinationsreise Sri Lanka/Malediven angeboten. Von 31 Flughäfen können alltours-Gäste wöchentlich mit 1810 Flügen zu ihren Urlaubszielen starten. Weiter ausgebaut werden soll der dynamische Reiseanbieter byebye, eine 100prozentige Tochter von alltours. Bis zum Saisonende wird hier der 30 000. Gast erwartet. Deutschlands viertgrößter Reiseveranstalter erwirtschaftet 80 Prozent seines Umsatzes über Reisebüros. Die 1800 Mitarbeiter erzielten 2008/09 mit 1,52 Millionen Gästen einen Umsatz von 1,22 Milliarden Euro. (siehe auch S. 3: Alles aber günstig)

*Hans-Peter Gaul*

**Kontakt: Unternehmenskommunikation**

Stefan Suska

☎ 0203 – 363 62 00

stefan.suska@alltours.de

# Was? Wann? Wo? Touristisches aus der heimatischen Reiseregion

**Auskunft über Neues in BERLIN gibt Christian Tänzler, Pressesprecher der Berlin Tourismus Marketing GmbH**



## **Kunstschau im Art Forum**

Von den 175 Berliner Museen und 400 Sammlungen zeigen jetzt viele neue Ausstellungen. Bei der größten Berliner Kunstmesse Art Forum trifft sich die Kunstwelt. Zu sehen gibt es Kunst von Malerei, Zeichnungen und Fotografie über Skulpturen und Installationen bis hin zu Performances und Videokunst. Rund 40.000 Sammler, Künstler, Kuratoren und Kunstliebhaber aus der ganzen Welt besuchen alljährlich das Art Forum Berlin. In diesem Jahr findet das Art Forum vom 6. bis 10. Oktober zum 15. Mal statt. Wer noch kein Kunstkenner ist, kann es dort leicht werden: Täglich gibt es für alle Interessierten Führungen über die Messe.

## **Monat der Fotografie**

Der „Europäische Monat der Fotografie“ an der Spree dauert sechs Wochen – vom 15. Oktober bis 30. November. Die vierte Edition des Fotografie-Monats steht unter dem Thema „Moderne Zeiten, neue Bilder“. Gezeigt wird das Verhältnis der Fotografie zur Modernisierung. Bei c/o Berlin ist dazu eine Ausstellung des deutschen Modelfotografen Peter Lindbergh zu sehen, im Martin-Gropius-Bau eine Schau über den ungarischen Maler, Designer und Fotografen Laszlo Moholy-Nagy. [www.mdf-berlin.de](http://www.mdf-berlin.de)

## **300 Jahre Wissenschaft**

Der Fernseher, das Kondom und der Computer haben eines gemeinsam – sie wurden in Berlin erfunden. Berlin als Stadt der Erfinder und der Wissenschaften stellt die Ausstellung „Weltwissen“ im Martin-Gropius-Bau vor. Bis zum 9. Januar 2011 widmet sie sich der 300-jährigen Berliner Wissenschaftsgeschichte, bedeutenden Gelehrten und Nobelpreisträgern der Stadt sowie wegweisenden Erfindungen aus Berlin.

## **Gesichter der Renaissance**

Berlin und New York organisieren unter der Schirmherrschaft des Auswärtigen Amtes eine spektakuläre Ausstellung zur Portrait-Kunst der italienischen Renaissance. Die großen Museen entsenden Meisterwerke von Lippi, Botticelli, Ghirlandaio und Leonardo da Vinci in das Bode-Museum. Unter dem Titel „Gesichter der Renaissance“ veranstalten die Gemäldegalerie der Staatlichen Museen zu Berlin und das Metropolitan Museum of Art New York 2011/12 eine große Publikumsausstellung zur Entwicklung des italienischen Portraits im 15. Jahrhundert.

## **650 Busstellplätze**

Die Berlin Tourismus Marketing GmbH (BTM) informiert mit ihrem neuen Internet-Auftritt über alles, was die Reiseindustrie interessiert: von neuen Events und Berlin-Highlights über aktuelle Fotos bis hin zu den umfangreichen Service-Angeboten der BTM und ihrer Partner. Auf der Webseite ist die neue Ausgabe des „BusStop Berlin“ zum Download erhältlich. Die Stadt bietet eine hervorragende Infrastruktur mit zahlreichen Busspuren und mehr als 650 Busstellplätze.



*Kontakt: BTM, Christian Tänzler  
Am Karlsbad 11, 10785 Berlin,  
☎ 26 47 48 – 912 / -912 📠 – 983  
[christian.taenzler@btm.de](mailto:christian.taenzler@btm.de)  
[www.berlin-tourist-information.de](http://www.berlin-tourist-information.de)*

**Urlaubsziele in BRANDENBURG nennt Ulrike Bergmann, Pressesprecherin der Tourismus Marketing GmbH**



## **Adebar und Bibertour**

Adebar in Sicht, Weiten durchwandern, Pilze bestimmen: Im nächsten Jahr startet die TMB Tourismus-Marketing Brandenburg GmbH erstmalig eine umfassende Naturtourismus-Kampagne. Das Land der Weite und der Seen steht für Natur – von den Odertal-Auen im Nationalpark Unteres Odertal bis zur „Mondlandschaft“ in der Bergbaufolgerregion des Naturparks Niederlausitzer Landrücken. Zu Fuß, Rad, Pferd oder auf dem Wasser können Gäste Fluss- und Heide Landschaften, Wälder und Biosphärenreservate erkunden. Das Besucherzentrum Rühstädt bietet die Storchenführung „Weltenbummler Adebar“ an, im Spreewald geht es im Kahn auf „Bibertour“ und in der Uckermark heißt es beim Triathlon mit Rad, Kanu und zu Fuß „NATUR PUR“.

## **Kultur am Tagebau**

Der Bergbautourismusverein Welzow in Südbrandenburg eröffnet am 10. Oktober sein neues Domizil im ehemaligen Bahnhof der Stadt. Im künftigen „Zentrum für Tourismus und Kultur am aktiven Tagebau“ finden die Besucher viele Informationen über die Angebote des Vereins. Außerdem beginnen hier die Touren an und in den benachbarten Braunkohlentagebau. Noch bis Ende Oktober laufen die regulären Exkursionen mit einem geländegängigen Mannschaftstransportwagen, mit Quads, Fahrrädern oder zu Fuß.

## **Hugenotten in Schwedt**

Mit der Inbetriebnahme einer Freilichtbühne direkt an der Alten Oder ist der Aufbau eines Europäischen Hugenottenparks in Schwedt ein großes Stück vorangekommen. Die Anlage, die von den benachbarten Uckermärkischen Bühnen bespielt wird, kostete rund 600 000 Euro. Sie schließt sich an den aus alten Linden bestehenden historischen Laubengang an und bietet einen schönen Blick in den Nationalpark Unteres Odertal. Mit dem 4,3 Hektar großen Hugenottenpark erinnert Schwedt an die vom Großen Kurfürsten 1685 ergangene Order, rund 2.000 Glaubensflüchtlinge aus Frankreich, die wesentlich das Leben in der Region beeinflussten.

## **Verführung zur Kunst**

Auf der Burg Beeskow wird in einer Sonderausstellung Kunst aus der DDR gezeigt. Bis zum 6. Februar sind 60 Plakate zu sehen, mit denen einst für Kunstausstellungen geworben wurde. Die Arbeiten für die Schau unter dem Titel „Verführung zur Kunst“ stammen aus allen vier Jahrzehnten von 1949 bis 1989.

## **Winterliche Marke Brandenburg**

Ab 1. November können Besucher die Winterschönheit Brandenburgs kennenlernen und dabei kräftig sparen. 59 Euro kostet die Übernachtung für zwei Personen im Doppelzimmer inklusive Frühstück. Unter [www.winterliches-brandenburg.de](http://www.winterliches-brandenburg.de) werden Urlaubssparer außerdem bei ausgewählten Ferienwohnungen und -häusern sowie 2-Sterne Hotels zu einem Sonderpreis von 59 Euro pro Doppelzimmer inklusive Halbpension fündig. Die Preise gelten vom 1. November bis 23. Dezember 2010 sowie vom 3. Januar bis 1. April 2011.



*Kontakt: TMB, Ulrike Bergmann  
Am Neuen Markt 1, 14467 Potsdam  
☎ 0331 – 2 98 73-50, 📠 -73  
[bergmann@reiseland-brandenburg.de](mailto:bergmann@reiseland-brandenburg.de)  
[www.reiseland-brandenburg.de](http://www.reiseland-brandenburg.de)*

**Krise in Griechenland – was bedeutet das für den Tourismus? Deutschland-Direktor Dr. Ilias Galanos schilderte die Lage im Lande und die Pläne seiner Griechischen Zentrale für Fremdenverkehr.**

In Griechenland wurden das Ministerium für Tourismus und das Kulturministerium zusammengelegt und nennt sich nun Ministerium für Kultur und Tourismus. In einer seiner Verlautbarungen heißt es:

„Der deutsche Markt ist besonders wichtig für den griechischen Tourismus. Wir werden mit der Tourismus-Politik eine neue Ära beginnen lassen, in der Griechenland nicht nur die bevorzugte Urlaubsdestination der deutschen Besucher bleibt, sondern noch bessere Dienstleistungen zu günstigen Konditionen anbietet.“

## Herzliches „Kalimera“ für alle Gäste

„Du in Griechenland“ heißt eine frisch gestartete Werbekampagne

Beruhigende Worte gleich zu Beginn des Stammtisches: Ilias Galanos wies darauf hin, dass Griechenland zu jeder Jahreszeit ein vergleichsweise sicheres Urlaubsland mit niedriger Kriminalitätsrate ist. Die Nothilfen der Euroländer und des Internationalen Währungsfonds (IWF) verschaffen den Griechen vermutlich nur eine Verschnaufpause. „Griechenland muss im Rahmen eines nationalen Aufbauplanes vor allem diejenigen Wirtschaftszweige stärken, in denen es jetzt und auch in Zukunft wettbewerbsfähig ist.“ Das seien vor allem Landwirtschaft und Tourismus.

Stolz präsentierte Dr. Galanos die frisch gestaltete Werbekampagne „YOU IN GREECE“ (DU IN GRIECHENLAND) mit Aussagen von Gästen aus der ganzen Welt. Im Hintergrund Aufnahmen der Akropolis, vom neu eröffneten Akropolis-Museum, vom internationalen Athener Flughafen, von der Stadt. Die neue Kampagne kann man auch auf der Website [www.visitgreece.gr](http://www.visitgreece.gr) ansehen und runterladen. Der Slogan „Kalimera“ bedeutet nicht nur „Guten Morgen“, er besitzt auch eine emotionale und positive Kraft in Hinwendung zum Gegenüber. Und das wollen die von der Krise angeschlagenen Griechen mit ihrer Gastfreundschaft ausdrücken, denn „für uns Griechen sind Touristen nicht

schlechthin Touristen, sondern vielmehr Gäste – und oft sogar „Wiederholungsgäste“ be-



„Kalimera“ aus Griechenland: Dr. Ilias Galanos. Foto: CTOUR Kirst

tonte Dr. Galanos. Sein Land, sagte er, bietet mehr als nur Meer und Sonne, es kann eine ganzjährige Destination werden: Von Nord bis Süd, von West bis Ost vielerlei schöne und abwechslungsreiche Landschaften, einige der herrlichsten Strände der Welt, malerische Dörfer, lebendige Kultur und Traditionen sowie ein einmaliges, historisches, archäologisches und mythologisches Erbe. „Die Griechen wissen, dass der Tourismus der wichtigste Anker

für den Weg aus der Krise ist.“ Daher ist jeder Gast wichtig: „Die ersten Maßnahmen in der Preisgestaltung seitens der griechischen Hoteliers zeigen bereits Wirkung, obwohl die Hotelbetriebe bereits die Mehrwertsteuer-Erhöhung in Kauf genommen haben. Das ist nur einer der Schritte, die im Rahmen einer notwendigen Preisanpassung unternommen werden, damit wir wettbewerbsfähiger werden“, sagte Dr. Ilias Galanos.

Der CTOUR-Stammtisch, an dem auch der Europaabgeordnete Dr. Jorgos Chatzizimarkakis den Journalisten

stand, fand in griechischen Medien ein reges Echo, unter anderem in der Berichterstattung der Deutschen Welle und in Tageszeitungen.

Andreas Stefanis, CTOUR-Mitglied

Kontakt:

Stefanis Marketing Consulting

☎ 03 32 01 / 508 30 bzw. 508 31

[andreas@stefanis-consulting.eu](mailto:andreas@stefanis-consulting.eu)

Leinen los hieß es am 20. August für die „TUI Sonata“. Auf diesen Namen taufte Reisebüroinhaberin Gabriele Schlagböhrer in Köln das neue Flusskreuzfahrtschiff der TUI, Deutschlands führendem Reiseveranstalter. Kaum war der Champagner auf dem Bug getrocknet, startete das Vier-Sterne-Plus-Schiff u. a. mit einigen CTOURisten auf seine erste Reise über den Rhein – „tauf(f)risch“ sozusagen.

Mit an Bord war neben dem Vorstand der Premicon AG, Klaus Hildebrand, auch TUI Deutschland CEO Dr. Volker Böttcher. Sein Ziel: Mit der TUI im Bereich Flusskreuzfahrten bei hoher Qualität massiv zu wachsen und dieser Urlaubsform zugleich das altbackene Image zu nehmen: „Eine Flussreise ist nicht nur Sissi-Romantik im Walzertakt“, so Böttcher. „Flusskreuzfahrten mit der TUI sind abwechslungsreich, komfortabel und spannend. Kurz: ein Flussgenuss.“ Im Bereich Flussreisen wächst TUI deutlich über Markt

### FlussGenuss 2011: „TUI Sonata“ in Köln getauft



Die TUI-Sonata auf dem Rhein.

und verzeichnet aktuell ein Umsatzplus von zwölf Prozent im Vergleich zum sehr guten Vorjahr. Da Flusskreuzfahrten seit Jahren klar im Trend liegen, reagiert TUI auf dieses Potenzial mit einer Aufstockung der eigenen Flotte um das Sechsfache – die „TUI Sonata“ mar-

kert dabei erst den Anfang. „Bis April 2011 werden vier weitere TUI-gebrandete Schiffe im Viereinhalb- bis Sechs-Sterne-Segment folgen, darunter zwei baugleiche Schwestern der TUI Sonata und das Luxussschiff Premicon Queen“, verkündete Böttcher. Insgesamt verfügt die TUI dann über sechs schwimmende Hotels mit 526 Kabinen, die Platz für 1052 Passagiere bieten. Ab der nächsten Sommersaison sind sie auf Rhein, Main, Donau und Mosel unterwegs.

Das auf der Volkswerft Stralsund gebaute Vier-Sterne-Plus-Flussschiff „TUI Sonata“ ist 135 m lang, 11,40m breit, hat vier Decks mit 94 Kabinen für 188 Passagiere. In der Sommersaison 2011 bietet TUI im neuen Katalog „FlussGenuss“ 16 Reisen auf sechs Schiffen auf Rhein, Main, Mosel und Donau an.

[www.tui.com](http://www.tui.com)

Text und Foto: Hans-Peter Gaul

## Ein Tipp für Sparsame

**Hotel (4) youth: Jetzt zweimal in Berlin**

Nicht jeder Berliner hat das 2-Sterne-Hotel (4) youth im belebten Szenebezirk Prenzlauer Berg bisher entdeckt. Es befindet sich mitten im geschäftigen Treiben der Schönhauser Allee, zwischen Cafés und Restaurants, nur ein paar Meter östlich vom U- und S-Bahnhof Schönhauser Allee entfernt. Auch die Straßenbahn zwischen Pankow und City führt direkt am Haus vorbei. Die Nummer 103 ist ein typisches Berliner Wohnhaus. Kein repräsentatives Portal deutet auf das dahinter liegende Hotel, das sich über drei stille, grüne Innenhöfe erstreckt. Nur ein Schild mit dem grün-roten Logo am Toreingang lenkt den Suchenden in die richtige Richtung.

Vor acht Jahren wurde das Haus vom Humanistischen Verband Deutschland eröffnet. Ursprünglich war es als Herberge für Schüler- und Studentengruppen vorgesehen. Inzwischen haben längst auch reifere Jahrgänge aus dem In- und Ausland das preisgünstige Citydomizil entdeckt. Erst kürzlich hat eine Wandergruppe aus Wuppertal mit vielen älteren Teilnehmern dort Quartier bezogen. Oft

kommen auch Ehepaare mit Kindern hierher, die das Angebot, zwei Kinder unter 16 Jahren kostenlos mitzunehmen, gerne nutzen.

Die Aufzählung der Gäste lässt sich beliebig fortsetzen. Engländer die ihren Junggesellenabschied feiern, skandinavische Architekturstudenten, Europatouristen von jenseits des Atlantiks und immer wieder Schulklassen mit ihren Lehrern aus allen Teilen Deutschlands.

Wer einmal hier war, kommt in der Regel gern wieder. 50 zweckmäßig möblierte Zimmer gibt es, alle mit Bad, WC und TV ausgerüstet. Davon acht Einzelzimmer, 13 Doppelzimmer (acht barrierefrei), 19 Dreibett- und 8 Vierbettzimmer sowie ein Appartement auf der Dachterrasse, das wegen der zehn insgesamt zur Verfügung stehenden Betten in vier Räumen häufig von Schulklassen genutzt wird.

Die Preise, die je nach Saison leicht variieren, (etwa 30 Euro pro Nacht und Person) sind

für den kleinen Geldbeutel, das Frühstück (im Zimmerpreis enthalten) für den großen Hunger. Wer so viel bietet, ist gut ausgelastet. Und hat auch nicht immer freie Zimmer. Am 1. August 2010 wurde ein zweites „Hotel (4) youth“ für Berlinbesucher aus aller Welt eröffnet. Es versteckt sich nicht mehr im Hinterhof, sondern steht als markanter sechsstöckiger Bau auf historischem Platz. Genau dort, wo noch vor gut zwei Jahrzehnten die Berliner Mau-

er unsere Stadt in zwei Teile zerrissen hat. Im Bezirk Mitte, in der Bernauer Straße.

Das neue Domizil hat ebenfalls zwei Sterne, verfügt über 96 Zimmer und ist damit doppelt so groß wie das Haus in der Schönhauser Allee. Es ist nicht nur für Schulklassen und junge Historiker eine lohnende Adresse.

*Eleonore Findling*



*Infos:*

*Hotel (4) youth, Am Mauerpark  
10435 Berlin*

*Bernauer Str. 45-46*

*Schönhauser Allee 103, 10439 Berlin*

*www.hotel4youth.de*

## Wohlfühlen als Standard

**Ein weiteres NH-Hotel: express am Potsdamer Platz**

Wo Wohlfühlen zum Standard gehört – mit diesem Slogan werben NH-Hotels in Spanien, Italien und Deutschland (31 Standorte), in Wien, Amsterdam, London, Brüssel, Zürich und in Berlin. Allein in Berlin gibt es elf NH-Hotels (Mitte, Alexanderplatz, Treptow, Lichtenberg, Friedrichstraße, Frankfurter Al-

lee, Bundesallee, Heinrich-Heine-Platz, Kurfürstendamm, Stralauer Allee, Potsdamer Platz). Aber nur eines davon ist zusätzlich mit express gekennzeichnet. In dieses im Dezember 2009 eröffnete 3-Sterne-Hotel hatte Udo Rößling die Mitglieder seines Hotel-Stammtisches geführt. Was aber bedeutet NH und wofür steht express? Empfangschefin Stephanie Ziegert: Express steht für „schnell, „eilig“, auch für „gut“, das H für Hotel und das N sei der erste Buchstabe von Navarra. Das Autononomiegebiet Navarra liegt im Norden Spaniens. die Hauptstadt ist Pamplona, durch Hemingways Buch „Fiesta“



*Gibt gern Auskunft: Empfangschefin Stephanie Ziegert. Foto: CTOUR Ernst*

weltberühmt geworden. Frau Ziegert führte uns durch das neue-Hotel express am Potsdamer Platz, zeigte uns den gemütlichen offenen Frühstücksraum, in dem sich jeweils 50 Gäste in der Zeit von 6 bis 10 Uhr an einem vitaminreichen Buffet bedienen können, die Hotelbar in der Lobby, die von 7 bis 1 Uhr geöffnet ist und ausgewählte Weine, Cocktails und Snacks (z. B. Flammkuchen, Pizzas) anbietet, und präsentierte uns eines der 89 Zimmer, das einschließlich Frühstück jeweils 99 Euro kostet – für ein 3-Sterne-Hotel nicht gerade preiswert. Allerdings wurden die identisch ausgestatteten Zimmer (einige Bäder behindertengerecht) mit Fug

und Recht mit dem „European Design Award 2009“ in der Kategorie „Bestes Design für Standardzimmer“ ausgezeichnet. Die Böden sind aus edlem Eichenholz, die Möbel teils weiß, teils aus Naturholz, die Gardinen silbergrau, die Tapeten grün gemustert, grün

sind auch die Tagesdecken und – die Äpfel. Aber keinerlei Sitzgelegenheiten, es sei denn auf den Betten? Schließlich kam ein pffiffiges 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 Schreibtisch-Sessel dar. Wahrlich ein verblüffendes Design.

Mitteilenswert noch, dass der Internetzugang in der Lobby kostenlos ist (mit eigenem Laptop auch auf den Zimmern), dass Tiere erlaubt sind, dass die Betten mit hypoallergenen Matratzen ausgestattet sind. (Im Internet werden für die Zimmer insgesamt jeweils etwa fünfzig vorhandene Gegenstände aufgelistet, bis hin zu Bügeleisen, Föhn und Kugelschreiber.)

Das NH express am Potsdamer Platz ist wegen seiner zentralen und seiner Nähe zum Regierungsbezirk und dem Veranstaltungsort Tempodrom ideal sowohl für Touristen als auch für Business-Reisende.

*Gisela Reller*

*Kontakt:*

*NH Berlin Potsdamer Platz*

*Stresemannstraße 47, 10963 Berlin*

*☎ 030 -225 07 10*

*☎ 030 -225 07 19 00*

*nhberlinpotsdamerplatz@nh-hotels.com*

# Der Libanon und die Weltkultur

**Einstige „Schweiz des Nahen Ostens“ soll wieder Reiseziel werden**

**Nach dem 11. September 2001 war das Interesse an Reisen von Europa in islamische Länder spürbar gesunken. Betroffen auch der Libanon mit seinen UNESCO-Weltkulturerbestätten. Der Bürgerkrieg (1975-1990), Invasionen von Syrien und Israel sowie Anschlagserien hatten verheerenden Folgen, auch für den Tourismus. Nun aber boomen Wirtschaft und Finanzwesen erneut. Das „gefühlte Sicherheitsrisiko“, verringere sich, so Tourismus-Experten. Veranstalter wie Studiosus und Biblische Reisen bieten Visiten an. Germania fliegt von Berlin und Düsseldorf aus Nonstop nach Beirut.**

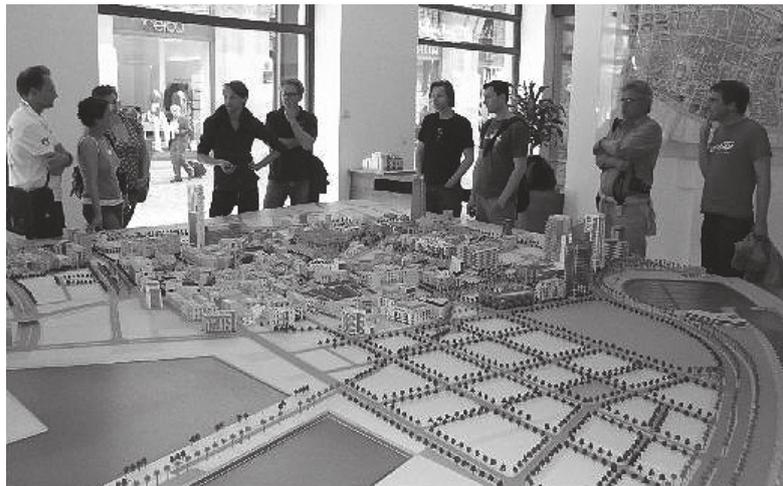
Unsere Reise beginnt dort mit einer „Expedition“ in Vergangenheit und Zukunft: Solidere. Lars Seiler, Berliner Architekt mit guten Ortskenntnissen: „Die Aktiengesellschaft Solidere wurde 1994 als Antwort auf den Bürgerkrieg mit dem Ziel gegründet, das Beirut Zentrum wieder aufzubauen.“ Sie gelte als Prestigeprojekt des im Februar 2005 ermordeten Premiers Rafic al-Hariri, der zu Lebzeiten auch ein umstrittener Multimilliardär, Baulöwe und Familienclanef war.

Der AG-Status bringe es mit sich, so Seiler, dass Solidere Planer und gewinnorientiertes Immobilienunternehmen in einem sei. Auf knapp zwei Millionen Quadratmetern entstehen Hotels, Büroräume, Straßen, Wohngebiete. Es werde also Wirtschaftswachstum gefördert, aber auch die Exklusivität teurer Geschäfte mit hohen Mieten. Die wohlhabende Oberschicht trifft auf ebensolche Touristen - die Reichen und Schönen unter sich.

Die Solidere-Visite macht deutlich: Charakter, Geist und Zukunftschancen dieses Landes sind seit biblischen Zeiten als Schmelztiegel vieler Zivilisationen bis in die Gegenwart von einer mit Eroberung, Unterwerfung und Herrschaftswandel verbundenen Geschichte abhängig. Sechs Gouvernements, vier Landschaftszonen, 17 von maronitischen Christen sowie sunnitischen und schiitischen Muslimen dominierte Religionsgemeinschaften geben der parlamentarischen Demokratie mit ihrem pluralistischen Parteiensystem seine staatliche, klimatische und religiöse Struktur. Gastfreundschaft der guten Sitten ist islamisches Gebot. „Für uns eine Ehre“, erklärt mir Nizam Bou Antoun, General Manager der Radisson-Herberge. Wenn auch der Sommer als beste Reisezeit gelte, so seien Touristen doch rund ums Jahr willkommen. „Denn jeder Gast kommt von Gott...“ Allah habe Anregendes, aber auch Unfass-

bares zu bieten. Zum Beispiel im Nationalmuseum mit seinen Schätzen aus allen Epochen libanesischer Geschichte. „Wir dürfen das Goethe-Institut, vier Universitäten, zahlreiche Kunstgalerien, das Fußballstadion, Theater, Diskos, Golfanlagen, dann die Skigebiete und Weingüter, vor allem aber Corniche nicht vergessen“, ergänzt Rosa Bou Chaaya Khoury, die damit ihrem Job nachkommt.

Corniche ist die zwei Kilometer lange Uferpromenade. Hier tickt bis spät in die Nacht die Uhr einer orientalischen Großstadt. Junge Männer angeln oder tauchen vom zerklüfteten Strand mutig in die schäumenden Wellen. Auf



*Solidere: Ein Projekt für die Zukunft.*

einer Bank eine Großfamilie - Mutter verhüllt, Tochter im Minirock, Männer geben den Ton an. An der Reling sitzen in bunten Kleidern schöne Frauen. Sie rauchen die Shisha (Wasserpfeife) und winken freundlich dem Fotografen.

Über der Szene weht an diesem Sommertag eine leichte Brise von West. Die Sonne glüht und taucht das metallic glänzende Meer in Rot, bevor der Horizont sie schluckt. Orientalische Tradition auf dem Boulevard der Begegnung mit europäischer Kultur.

In Byblos, eine gute Autostunden nördlich der Hauptstadt, treffen wir im „Pepe's Fishing Club“ auf eine Prominentengalerie: Charles de Gaulle, Anita Ekberg, Brigitte

Bardot, Marlon Brando... Zuvor hatten wir uns die geschichtsträchtige Perle der libanesischen Küste aus der Nähe angesehen: Eine der ältesten Städte dieser Erde und seit 1984 UNESCO-Welterbe. Fast alles, was in der Geschichte der orientalischen Region Rang und Namen hat, gab sich hier die Klinke in die Hand: Phönizier, Ägypter, Assyrer, Babylonier, Perser, Römer, Seldschuken. Auch Mameluken, christliche Kreuzfahrer und Osmanen. Ausgrabungen förderten Heiligtümer, Grabmäler, Wohnhäuser, Mauern und Tempel zu tage, deren älteste Unikate mit der Jungsteinzeit verbunden sind.

Auf unserer Fahrt Richtung Osten - von Beirut über Anjar nach Baalbeck - nimmt die Anzahl nagelneuer deutscher Nobelkarossen ab, der chaotische Verkehr zu: fehlende Fahrbahnmarkierungen, weder Ampeln noch Parkzonen. Dafür Schlaglöcher, Werbung für Palmoliv, Russischen Vodka, Juwelen, orientalische Schönheit. Wir sehen die Händler, den Autofriedhof, einen Leichenwagen Marke Mercedes. In einiger Entfernung ein Nomadencamp, das unser Begleiter mit „Zeit-arbeiter“ kommentiert.

Baalbeck gilt als Vorzeige-UNESCO-Objekt. Von den Phöniziern war hier der Tempel des Gottes Baal erbaut worden. Dann erweiterten Römer die Anlage. Ihr Ausmaß gigantisch,

geprägt von hohem Kunstverständnis. Der Besucher geht hier durch die Jahrhunderte. Und damit durch eine der wichtigsten Stätte antiker Geschichte, deren wechselvolles Schicksal mit den Namen wie Julius Cäsar und Kleopatra und später auch Kaiser Wilhelm II. verbunden ist. Durch dessen Vermittlung begannen, nicht nur hier, 1901 wissenschaftlich fundierte Grabungen.

Am Stadtrand von Baalbeck machen wir Bekanntschaft mit Abdul Nabi al-Afi. Der 52-Jährige unterhält einen kleinen vom Zahn

der Zeit angelegten Museums-Kiosk. Er begrüßt uns nicht als Händler, sondern als Menschenfreund. Stolz übergibt er Kopien eines „TheDailyStar“-Artikels, in dem ein Reporter über den Zusammenhang von Weltkultur und Stadtrand-Kiosk schreibt. Zum Abschied schenkt Nabi al-Afi jedem von uns Kaffee ein. Kostenlos. „Jeder Gast kommt von Gott...“

*Text und Foto: Rudolf Hempel*

*Kontakte:*

*Botschaft des Libanon*

*Berliner Straße 127, 13187 Berlin*

*☎ 030/4749860*

*☎ 030/47487858*

*E-Mail: lubant-online.de*

*Lars Seiler: www.lebanonmymind.com*

# Alltag der schönsten Tage des Jahres

## Reiselust

Wasser und Urlaub gehören für die meisten Touristen zusammen. 79 Prozent von ihnen bevorzugen die Kalt-Wasser-Regionen wie die Ost- und Nordsee, 67 Prozent das warme Wasser z. B. des Mittelmeeres.

In Deutschland ist die Ostsee als Ferienziel am begehrtesten, dann kommt Bayern. Im Ausland sind in diesem Jahr Regionen in Spanien, Österreich, Italien, Frankreich, Türkei, aber auch in Großbritannien, Polen, Kroatien und Skandinavien favorisiert.

„Ferienreisen können Psychotherapie für den Alltagsfrust sein. Sie sind – vor allem in Krisenzeiten – ein Ausgleich: Reiselust wider Alltagsfrust!“, erklärt der Leiter des Leipziger LEIF-Institutes, der Soziologe Dr. Harald Schmidt. „Auf dieses wichtige Konsumgut verzichten auch aus diesem Grund die meisten Deutschen nur im Ausnahmefall.“

2010 werden mehr als zwei Drittel der Ostdeutschen eine Ferienreise unternehmen. Viele sind bereit, in diesem Jahr mehr Geld dafür auszugeben. Der durchschnittliche Betrag, den Touristen für ihren Urlaub aufwenden wollen, beträgt 1.053 €. Das sind 126 € mehr als im vergangenen Jahr.

## Genuss

Genießen im Urlaub wollen 31 Prozent der Touristen, 21 Prozent suchen Ruhe. Gastronomische Erlebnisse bzw. gutes Essen erwarten 20 Prozent. Für 16 Prozent der Touristen bedeutet Genuss im Urlaub das Abschalten vom Alltag. „Mal etwas anderes tun, mehr oder weniger befreit sein von den Alltagsorgen.“ 11 Prozent genießen Naturerlebnisse, weitere 11 Prozent das Zusammensein mit einem Partner, 10 Prozent genießen Wasser und Strand, 8 Prozent lassen sich gern verwöhnen. Zum Urlaubsgenuss gehört weiterhin: angenehmes, mildes Wetter, das Kennenlernen anderer Länder, Sehenswürdigkeiten, Kultur, Wandern und Sport.

## Ärger

Am meisten ärgern sich die Deutschen über das Ferienhotel. 25 Prozent geben diesen Grund an - Ältere mehr als Jüngere, Frauen mehr als Männer. 20 Prozent ärgern sich über das Wetter - zu kalt oder zu heiß, zu trocken oder zu nass. An dritter Position der Ärgernisse stehen mit 15 Prozent andere (mitgereiste) Touristen, „...die saufen, lärmern oder sich anderweitig daneben benehmen“. Dann sind es die überhöhten Preise im Urlaub (11 Prozent), der Lärm im Urlaubsort (10 Prozent), Stress und Hektik - von wem auch im-

**Wohin zieht es Urlauber? Was genießen sie besonders? Was bereitet Ärger? Antworten geben die Ergebnisse von aktuellen LEIF-Umfragen.**



Das Leipziger Institut für empirische Forschung (LEIF) arbeitet seit 1990 als privates, unabhängiges Forschungsinstitut auf den Gebieten Tourismus, Freizeit, Medien, Konsum, Wertorientierungen. LEIF führt jährlich repräsentative Bevölkerungsbefragungen durch.

Infos:

☎ (0341) 8 77 29 09

☎ (0341) 8 77 29 77

[dr.schmidt@gruppeleif.de](mailto:dr.schmidt@gruppeleif.de)

[www.gruppeleif.de](http://www.gruppeleif.de)



mer verursacht (7 Prozent) und der mitgereiste Partner (5 Prozent).

## Schäden

Die Schadensmeldungen an Versicherungen während der Urlaubsreise (Erkrankung oder Unfall, Verlust oder Beschädigung von Reisegepäck bzw. Fahrzeug) werden weniger. 2 Prozent der Urlauber meldeten 2009 mindestens einen Schaden an Versicherungen (vor zehn Jahren 3,9 Prozent). Die Versiche-

rungsarten werden während der Urlaubsreise unterschiedlich stark beansprucht. Den ersten Platz belegt die Auslandsreise-Krankenversicherung mit einem Anteil von 38 Prozent an den gemeldeten Schäden. Mit Abstand folgen die Anzeigen bei Gepäckverlust (29 Prozent), die Reiserücktrittsversicherung (15 Prozent), Autoschäden (12 Prozent) und Unfall (6 Prozent).

## Reklamationen

Die Zahl der Reklamationen über Mängel während der Urlaubsreise bleibt auf niedrigem Niveau. 2009 reklamierten 3 Prozent der Urlauber Mängel. Davon richteten sich etwa 90 Prozent gegen das Hotel bzw. andere Beherbergungen.

Gründe für den niedrigen Stand der Reklamationen in den zurückliegenden Jahren sind vor allem eine sorgfältigere Reiseentscheidung, die stärker entwickelte Reiseerfahrung, aber auch das bessere Qualitätsmanagement in der Tourismusbranche.

## Zufriedenheit

92 Prozent der ostdeutschen Ferientouristen sind mit der Qualität ihres Urlaubs zufrieden. Ostdeutsche über 65 Jahre sind zufriedener, Teenager bis 19 Jahre etwas unzufriedener. Zum schönen Urlaub gehören für die meisten Touristen vor allem ein gutes Hotel, eine niveauvolle Gastronomie, gesundes Klima, eine schöne Landschaft, vielfältige touristische, kulturelle und sportliche Angebote sowie nette Mitreisende. Kritisch sehen Urlauber jedoch die Preisentwicklung. Die „schönsten Tage des Jahres“ sind zu teuer geworden.

## Autofahrten

Im Urlaub bleibt das Auto wie bisher das wichtigste Reiseverkehrsmittel vor dem Flieger. 48 Prozent aller Touristen sind mit dem Pkw im vergangenen Jahr zum Urlaubsort gereist, mehr als in den Vorjahren. Der Trend wird 2010 ähnlich sein.

**KOPIER  
ZENTRUM**  
am Alex • GmbH  
Reprografie & Druck

Alexanderstraße 3, 10178 Berlin  
Tel.: 030 - 24 72 97 40 • Fax: 030 - 24 38 41 01

# Von Gourmetspitzen und 99 Nudelsaucen

**Kochbuchautorin: „Ich weiß einfach, wie meine Bücher schmecken“**

Manchmal verzichte ich bewusst darauf, zu sagen, was ich beruflich ausübe. Sobald ich erzähle, dass ich seit 22 Jahren als Kochbuchautorin, und zwar als hauptberufliche Auftragsautorin, arbeite, werde ich in Rezeptgesprächen oder über misslungene Gerichte und deren Fehlerfindung, in Tipps für gute Restaurants und Empfehlungen für gute Lebensmittelqualitäten verwickelt. Das kann Stunden dauern und – nur manchmal – möchte ich eben mal über etwas anderes reden.

Doch ich habe das Glück, dass meine fundierte gastronomische Ausbildung in der Spitzengastronomie, die in die Autorentätigkeit mündete – auch meinem Hauptinteresse als Hobby gilt. Die Arbeit geht fließend in die Freizeit über, d.h., dass ich ständig und immer dem Genuss auf der Spur bin. Geschichten über den Kochbuchmarkt sind Erfolgsgeschichten. Die Branche – die Verleger – jammern zwar immer, ich erinnere mich seit 1989 (mein erster Besuch auf der Buchmesse) und das nun schon seit 20 Jahren, dass es kein Jahr gab, in dem die Branche nicht „kulinärisch stöhnte“. Gerechterweise muss man einfügen, dass sich zeitweise zu viele Verlage dem Segment „Kochbuch“ gewidmet haben und dass eine starke Bereinigung am Markt zwangsläufig erfolgen musste. Namhafte Verlage wie Falken, BLV, Weltbild, Meister, Mosaik verschwanden, weitere Verlage kappten oder stutzten kurzerhand ihre „Genussabtei-

---

**„Nach einer guten Mahlzeit kann man allen verzeihen, selbst seinen eigenen Verwandten.“ Oscar Wilde**

---

lungen“ und machten „einen auf Gesundheitsratgeber“ – eben, was demoskopisch dem Verbraucher unterstellt wurde. Moden wurden und werden bis zum Exzess ausgeschlachtet, entweder sind auf den Schlag 20 druckfrische Titel zum Thema Schokolade im Umlauf – oder dann eben wieder gar keines oder eins in die Jahre gekommenes.

Ein Verlag ist ein Wirtschaftsunternehmen. Es geht darum, Geld zu verdienen. Für die Verleger heißt dies u.a., sich an die seit Jahren über sämtliche Bildschirme kochenden Akteure, die sich einen Promi-Status erworben haben, ranzuhängen und zeitgleich mit ihnen Kochbücher zu veröffentlichen.

Ich denke, dass es mittlerweile kaum noch einen Prominenten gibt, der nicht ein Koch-

buch geschrieben oder schreiben hat lassen (hier komme ich oft ins Spiel als Ghostwriterin). Hinzu kommen die wirklichen Kochprofis wie Lafer, Witzigmann & Co. auf Sterne-Niveau, deren Bücher für Laien zum Blättern wunderschön und für Hobbyköche eine Offenbarung sind.

Kochbuchautorin als Hauptberuf? Ja, das gibt es, denn Bücher zu schreiben braucht Zeit. In meinem Fachgebiet „Essen & Trinken“ habe

## CTOUR-Mitglieder stellen sich vor:



Rose Marie Donhauser, Autorin für Kulinärisches, Reisejournalistin, Restauranttesterin, Culinary Correspondent und Jurymitglied bei den Berliner Meisterköchen

ich mir seit 1988 einen festen Platz im Bereich der Kulinärik als freie Autorin erschieben. Verlage brauchen Auftragsautoren, um fundierte, fachlich einwandfreie Manuskripte zu erhalten und um auch Jahre voraus planen zu können.

Alles, was in Richtung Produktaufklärung, Ernährungswissenschaft, Recherche rund um Kultur und Historie von Ernährung, Land & Menschen in Bezug auf die gewachsene Küche, Erstellen von Wissenswerten spezieller Lebensmittel und kreativer Rezeptentwicklung geht, wird an Fachautoren in Auftrag gegeben. Mein Ruf besteht darin, dass ich als gelernte Köchin und weit gereiste Gourmetjournalistin Kreativität, Innovation und neue Ideen mit fachlicher Kompetenz sehr gut verknüpfe. Bekomme ich einen Auftrag, wie z.B. vom Verlag Jacobi & Stuart, ein Küchenlexikon über „Küchen der Welt von A bis Z“ zu schreiben, freue ich mich natürlich, meine (lebenslangen) Recherchen in über 300 Seiten zu fassen (erschieden Oktober 2009).

Genauso kann es ergehen, dass ich mal selbst ein Thema vorschlage, mich einige Monate nach Bali „abseile“, um Land, Menschen und Küche zu erforschen. „Balinesisch kochen“, erschienen 2008 im „Verlag Die Werkstatt“,

wurde sogar als Kochbuch des Monats vom Focus ausgezeichnet. Als freie Autorin habe ich natürlich meine Schreibstunden, die aber nicht unbedingt von 8 bis 17 Uhr stattfinden, sondern je nach Recherche, mich auch abends oder am Wochenende an den Schreibtisch kleistern. Interviews und Probeessen mit Köchen, Schulungen im Sensorikbereich von Essen & Wein, Pressereisen vor Ort, um zu sehen, wie z.B. Parmesan, Aceto balsamico und Serrano Schinken hergestellt werden. Reisen nach Norwegen und Schottland, um die Aquafarmen und die Austernbänke zu besichtigen. Es ist absolut wichtig, über das, was ich schreibe, auch hundertprozentig Bescheid zu wissen, um fachliche Qualität authentisch zu beschreiben.

Das Entwickeln von Rezepten ist eine wunderbare Sache. Besonders in den letzten Jahren bekommen wir alle internationalen Zutaten. Der Geschmack ist international, es gibt nichts, was es nicht gibt, aber wiederum doch besinnen sich die Länder selbstbewusst auf ihre eigenen Küchen. Ruft nun ein Verlag an und fragt nach, ob ich Interesse z.B. am Thema „99 Saucen für Nudeln“ habe, kann ich, je nach Zeit und Neugier zum Thema, ab- oder zusagen. (2008 erschienen im Weltbild Verlag) Der Verlag gibt mir z.B. Eckdaten vor, d.h. gewünschte Größe, Seitenzahl, ob jedes Rezept bebildert wird, welcher Fotograf und vor allem, den Zeitpunkt der Abgabe. Da ich Profi bin, weiß ich ziemlich schnell, was gewünscht ist und fertige ein Konzept an. Die zuständige Lektorin berät sich mit mir, wir inspirieren uns gegenseitig.

Dann geht alles ziemlich flott: Ich weiß anhand der Seitenzahl, wie viele Rezepte ich benötige, die Einteilung der Kapitel z.B. in Fleisch, Fisch, Gemüse gibt ein Raster vor, des weiteren filtere ich runter: Beim Thema Fleisch habe ich Platz für 20 Rezepte, also alle Sorten Fleisch von Schwein bis Strauß, mit den unterschiedlichsten Gar- und Zeitmöglichkeiten, jedes Rezept muss andere Zutaten vorweisen. Keine Doppelungen von Gemüsesorten, kreativ individuell würzen und für jeden Geschmack was bieten. Sobald ich die Rezepte „entworfen“ habe, schicke ich sie an meine Testerinnen.

Bekomme ich von meinen „Kochdamen“ das o.k. mit Bemerkungen zurück, korrigiere ich notfalls und gebe meine Rezepte im Verlag ab. Dort werden sie dann lektoriert und nochmals nachgekocht zum Fotografieren. Aber natürlich teste ich auch zwischendurch mit viel Nachkochen meine eigenen Testerinnen.... Ich weiß einfach, wie meine Bücher schmecken.

*Rose Marie Donhauser  
www.donhauser-essklasse.de*