









Artikelempfehlungen

26.04.2026

Avenue ID: 329
Artikel: 8
Folgeseiten: 16

Lenkerhof

	01.03.2020	NZZ am Sonntag «Das Gastgeber-Gen kann man nicht kaufen»	01
	02.03.2020	jobs.nzz.ch / NZZ Jobs 33 Fragen an Jan Stiller, Direktor "Lenkerhof Gourmet Spa Resort"	04
	06.03.2020	Berner Oberländer Roboter reinigt im Lenkerhof	09
	31.03.2020	zuonline.ch / Zürcher Unterländer Online Wie Sie einen guten Reisebildband erkennen	10
	31.03.2020	zsz.ch / Zürichsee-Zeitung Online Wie Sie einen guten Reisebildband erkennen	13
	31.03.2020	tagesanzeiger.ch / Tages-Anzeiger Online Wie Sie einen guten Reisebildband erkennen	16
	31.03.2020	derbund.ch / Der Bund Online Wie Sie einen guten Reisebildband erkennen	19
	31.03.2020	bazonline.ch / Basler Zeitung Online Wie Sie einen guten Reisebildband erkennen	22



Jan Stiller ärgert negativ eingestellte Menschen, die das Glas immer halb leer statt halb voll sehen.

GERNOT BRENDLE

«Das Gastgeber-Gen kann man nicht kaufen»

33 Fragen an Jan Stiller, Direktor «Lenkerhof Gourmet Spa Resort»

Haben Sie Ihre Karriere von Anfang an genau vor sich gesehen?

Nein, das habe ich definitiv nicht.

Dass ich ins Gastgewerbe gehen möchte, war mir schon klar – meine Eltern haben mir das quasi in die Wiege gelegt. Dass ich zusammen mit meiner Partnerin bereits im Alter von 31 Jahren die Leitung eines sehr bekannten Fünfsternehauses übernehmen darf, war so nicht gedacht und hätte man auch nicht planen können.

Wie lauten Ihre Führungsgrundsätze?

Offen, direkt und viel Spass bei der Arbeit. Guten Mitarbeitern muss man Vertrauen schenken, sie fördern und fordern. Dabei ist auf die jeweilige Persönlichkeit zu achten.

Ist Unternehmensführung erlernbar?

Ich denke, dass man sich sehr vieles aneignen kann, einem das gewisse Etwas hingegen gegeben sein muss. Man ist wohl kaum von Anfang an gleich geschickt und routiniert, Entwicklung ist wichtig.

Wie spüren Sie die Wirtschaftslage?

Da verhält sich der «Lenkerhof» etwas anders als andere Hotels. Da 90% unserer Gäste in der Schweiz wohnhaft sind, können wir in der globalen Hochkonjunktur nicht gleich gut von internationalen Kunden profitieren wie andere Betriebe. Ist die Konjunktur dann weniger stark, leiden wir hingegen eher weniger. Dies dank 60% Stammgästen und Wiederholungsgästen.

Hat die globale Arbeitsteilung positive Effekte gebracht?

In der Hotellerie stellen wir den Grossteil unserer Leistungen selbst und vor Ort her. Outsourcing ist nur begrenzt möglich. Unser Qualitätsbedürfnis verlangt nach selbst hergestellten Produkten. Daher profitieren wir wenig von der globalen Arbeitsteilung.

Was geht Ihnen auf die Nerven?

Nörgler und negative Menschen – überall und immer muss etwas

gemeckert werden. Meist ist das Glas halb leer anstatt halb voll.

Worüber können Sie herzlich lachen?

Über eine gute Comedy-Show – ich finde, dass wir hier in der Schweiz mit einem wirklich tollen, vielfältigen Programm unterhalten werden.

Was sagen Ihre Mitarbeiter über Sie?

Ich hoffe, dass sie mich als fair und hilfsbereit empfinden. Ich weiss aber auch, dass sie meine sonntäglichen Hotelrundgänge mit Schmunzeln betrachten. Meist fällt mir das eine oder andere auf, und ich sende dann den jeweiligen Departementen Fotos von den kleineren Abweichungen zu.

Was fasziniert Sie an Ihrer Arbeit?

Die extrem unterschiedlichen Arbeiten: Einmal bin ich mit Gästen auf einer Hotelbesichtigung, anschliessend in einer internen Sitzung, bei der es um Innovation geht, und am selben Tag erstelle ich einen Schulungsplan für meine Mitarbeiter. Jeder Tag hält seine Überraschungen bereit, Routine kann sich nie einstellen.

Wie reagieren Sie auf Kritik?

Wenn sie gerechtfertigt ist, dann nehme ich sie dankend entgegen. Das Ziel ist, besser zu werden, und da kann auch einmal etwas schiefgehen. Wir wollen Exzellenz, nicht Perfektion.

Könnten Sie ohne Handy leben?

Privat eventuell, im Geschäft wird es schwierig. Die ganze Hotellerie musste in den letzten Jahren sehr agil werden, und da gehören schnelle Reaktionszeiten dazu. Zeitung lese ich in der Zwischenzeit fast nur noch online – eine Papierzeitung in der Hand zu halten, ist Luxus und zeigt, dass etwas mehr Zeit vorhanden ist.

Wohin würden Sie auswandern?

Ich hatte das Glück, ein halbes Jahr in Kanada zu weilen. Dort lernte ich die Gegend rund um Vancouver kennen, das hat mir sehr gut gefallen. Ich könnte mir ein Leben in Kanada auch

sehr gut vorstellen.

Hat Sie Ihr Bauchgefühl schon getäuscht?

Ich glaube, niemand kann sagen, dass ihn das Bauchgefühl immer vollumfänglich richtig beraten hat. Ich bin aber ganz zufrieden mit meiner Rate, ich kann fast immer darauf vertrauen.

Stellen Sie auch ehemalige Arbeitskollegen und Freunde ein?

Sehr gerne sogar, da weiss man, was man hat. In der Zwischenzeit haben wir mehrere Lernende im «Lenkerhof», die Kinder meiner Schulfreunde sind. Auch arbeiten einige meiner Schulkollegen bei uns im Haus.

Sind Frauenquoten notwendig?

Frauen Ja, Quoten für mich nicht. Unser Führungsteam ist zu 60% weiblich, und das ist gut so. Ich finde, es braucht die besten Mitarbeiter in den richtigen Positionen. Ob das jetzt ein Mann oder eine Frau ist, spielt für mich keine Rolle. Ich halte nicht viel von klassischer Rollenverteilung.

Welchen Stellenwert haben für Sie soziale Netzwerke?

Na ja, ich schaue schon ab und zu drauf, aber mehr beruflich. Privat halte ich mich mit Posts zurück – aber die Posts anderer zu lesen, kann manchmal sehr amüsant sein.

Wann können Sie wirklich abschalten?

Da gibt es verschiedene Möglichkeiten. Ich kann Stunden auf dem Cross-trainer verbringen und dabei Nachrichten anschauen. Aber auch auf unserer Laube genüsslich ein Glas Rotwein trinken und eine Pfeife rauchen.

Welches ist Ihr bevorzugtes Ferienland?

Im Frühling ist unser Haus wegen Umbauten und Renovationen für einige Wochen geschlossen. Da zieht es uns gerne an die Wärme. Momentan bin ich aber von den Relais-et-Châteaux-Häusern an der amerikanischen Ostküste begeistert: Ocean House auf Rhode Island und Castle Hill Inn –

wirklich eine Reise wert.

Welches ist Ihre Lieblingspeise? Könnten Sie sie auch selber kochen?

Als Hotelier hat man viele Leibspeisen, die eine oder andere kann ich selber kochen, ein Küchenpraktikum gehörte zur Ausbildung an der Hotelfachschule. Wenn es richtig gut sein soll, lasse ich lieber unseren Küchenchef an den Herd. Momentan bin ich Fan eines Desserts namens «Jahrmarkt»: ein Mix aus verschiedenen Komponenten, die man auf dem Märkt findet – das weckt Kindheitsgefühle.

Sind Vorbilder noch aktuell?

Ich bevorzuge Werte und vorbildhaftes Verhalten. Personenkult ist etwas aus der Mode.

Was raten Sie dem Berufsnachwuchs?

Gerade in unserer Branche steht einem die Welt offen. Unsere Arbeitskräfte sind weltweit begehrt und für Qualität bekannt. Also empfehle ich, eine Ausbildung im Gastgewerbe zu machen: eine Schule fürs Leben. *Wie wurden Sie durch Ihre Lehrpersonen eingeschätzt?*

Ich hoffe, dass man mich als engagierten und kompetenten Lernenden empfunden hat. Manchmal wohl etwas zu exakt und verbissen.

Hat Ihnen die Schule das wirklich Relevante vermittelt?

Auf jeden Fall, wir haben in der

Schweiz ein tolles System, es berücksichtigt die Bedürfnisse der Wirtschaft.

Haben Sie ein Lieblingslied?

Mich faszinieren die Songs von I Quattro, den vier Tenören. Ganz besonders gefällt mir «Torneró».

Sind sportliche Grossereignisse für Sie ein Magnet?

Eher weniger, in der Region besuche ich aber jedes Jahr das Chuenis-Rennen in Adelboden.

Kommen Sie manchmal zu spät?

In der Regel bin ich pünktlich. Bei internen Terminen im Hotel kann es aber schon vorkommen, dass ich auf dem Weg einen Hotelgast antreffe und dort hängen bleibe. Natürlich gebe ich dann meinem Kollegen kurz Bescheid. Privat bin ich fast immer pünktlich.

Glauben Sie an das Schicksal?

Ob das Schicksal ist oder nicht, weiss ich nicht. Ich hoffe auf ein ausgewogenes Verhältnis von Glück und Unglück für alle Menschen.

Sind Sie zuversichtlich für die Schweiz?

Ja klar, die Schweiz ist ein Erfolgskonzept. Wir müssen nur agil genug sein, um mit dem Umfeld mitzuhalten. Unsere Werte sind absolut relevant.

Welche Probleme sollte die Politik unverzüglich anpacken?

Gerade im Gastgewerbe ist der Stellenmarkt ausgetrocknet, und verschärfte Regelungen in der Ausländer-

politik hätten fatale Folgen.

Grundsätzlich sollten smarte Lösungen gefunden und keine Administrationsmonster geschaffen werden. Siehe Stellenmeldepflicht. Ebenfalls wünsche ich mir das Gelingen der Fair-Preis-Initiative oder allenfalls einen Gegenvorschlag des Bundesrates.

Eine Ihrer Lebensweisheiten?

Ich finde das Zitat «Wir können den Wind nicht ändern, aber die Segel anders setzen» von Aristoteles (angeblich) sehr treffend.

Wie könnte der Titel dieses Interviews lauten?

Das Gastgeber-Gen kann man nicht kaufen.

Interview: Walter Hagenbüchle

ZUR PERSON

Jan-Andreas Stiller (41) ist in der Lenk aufgewachsen und führt den «Lenkerhof» mit seiner Partnerin Heike Schmidt im zehnten Jahr. Zum «Lenkerhof» gehören das Bergrestaurant Bühlberg und seit 2016 auch zwei Apartmenthäuser mit 56 Wohnungen. Das Unternehmen beschäftigt 110 Mitarbeiter und ist einer der wichtigsten Leistungsträger in der Region. Nach einer kaufmännischen Ausbildung an der Rezeption hat Stiller die Hotelfachschule Thun besucht. Es folgten verschiedene Kaderpositionen und der Wechsel in den «Storchen» in Zürich als Vizedirektor. 2008 wurde er zum Zürcher Junghotelier des Jahres gewählt. Gleichzeitig absolvierte er das Nachdiplomstudium «Hotelmanagement». Mit der besten Abschlussarbeit gewann er den Schellenberg-Preis. 2018 wurde er von den Mitgliedern der Schweizer Delegation von Relais et Châteaux zum Delegierten gewählt; er vertritt die Betriebe im Board of Directors.



33 Fragen

01. März 2020

33 Fragen an Jan Stiller, Direktor "Lenkerhof Gourmet Spa Resort"

«Das Gastgeber-Gen kann man nicht kaufen»

33 Fragen an Jan Stiller, Direktor "Lenkerhof Gourmet Spa Resort".

Jan-Andreas Stiller (41) ist in der Lenk aufgewachsen und führt den «Lenkerhof» mit seiner Partnerin Heike Schmidt im zehnten Jahr. Zum «Lenkerhof» gehören das Bergrestaurant Bühlberg und seit 2016 auch zwei Apartmenthäuser mit 56 Wohnungen.

Haben Sie Ihre Karriere von Anfang an genau vor sich gesehen?

Nein, das habe ich definitiv nicht. Dass ich ins Gastgewerbe gehen möchte, war mir schon klar – meine Eltern haben mir das quasi in die Wiege gelegt. Dass ich zusammen mit meiner Partnerin bereits im Alter von 31 Jahren die Leitung eines sehr bekannten Fünfsternehauses übernehmen darf, war so nicht gedacht und hätte man auch nicht planen können.

Wie lauten Ihre Führungsgrundsätze?

Offen, direkt und viel Spass bei der Arbeit. Guten Mitarbeitern muss man Vertrauen schenken, sie fördern und fordern. Dabei ist auf die jeweilige Persönlichkeit zu achten.

Ist Unternehmensführung erlernbar?

Ich denke, dass man sich sehr vieles aneignen kann, einem das gewisse Etwas hingegen gegeben sein muss. Man ist wohl kaum von Anfang an gleich geschickt und routiniert, Entwicklung ist wichtig.



NZZ Jobs
8021 Zürich

Medienart: Internet
Medientyp: Tages- und Wochenpresse

jobs.nzz.ch/

Auftrag: 1078634
AEV (in Tsd. CHF): 0.7

Referenz: 76511502
Ausschnitt Seite: 2/5

Lenkerhof

Wie spüren Sie die Wirtschaftslage?

Da verhält sich der «Lenkerhof» etwas anders als andere Hotels. Da 90% unserer Gäste in der Schweiz wohnhaft sind, können wir in der globalen Hochkonjunktur nicht gleich gut von internationalen Kunden profitieren wie andere Betriebe. Ist die Konjunktur dann weniger stark, leiden wir hingegen eher weniger. Dies dank 60% Stammgästen und Wiederholungsgästen.

Hat die globale Arbeitsteilung positive Effekte gebracht?

In der Hotellerie stellen wir den Grossteil unserer Leistungen selbst und vor Ort her. Outsourcing ist nur begrenzt möglich. Unser Qualitätsbedürfnis verlangt nach selbst hergestellten Produkten. Daher profitieren wir wenig von der globalen Arbeitsteilung.

Was geht Ihnen auf die Nerven?

Nörgler und negative Menschen – überall und immer muss etwas gemeckert werden. Meist ist das Glas halb leer anstatt halb voll.

Worüber können Sie herzlich lachen?

Über eine gute Comedy-Show – ich finde, dass wir hier in der Schweiz mit einem wirklich tollen, vielfältigen Programm unterhalten werden.

Was sagen Ihre Mitarbeiter über Sie?

Ich hoffe, dass sie mich als fair und hilfsbereit empfinden. Ich weiss aber auch, dass sie meine sonntäglichen Hotelrundgänge mit Schmunzeln betrachten. Meist fällt mir das eine oder andere auf, und ich sende dann den jeweiligen Departementen Fotos von den kleineren Abweichungen zu.

Was fasziniert Sie an Ihrer Arbeit?

Die extrem unterschiedlichen Arbeiten: Einmal bin ich mit Gästen auf einer Hotelbesichtigung, anschliessend in einer internen Sitzung, bei der es um Innovation geht, und am selben Tag erstelle ich einen Schulungsplan für meine Mitarbeiter. Jeder Tag hält seine Überraschungen bereit, Routine kann sich nie einstellen.

Wie reagieren Sie auf Kritik?

Wenn sie gerechtfertigt ist, dann nehme ich sie dankend entgegen. Das Ziel ist, besser zu werden, und da kann auch einmal etwas schiefgehen. Wir wollen Exzellenz, nicht Perfektion.

Könnten Sie ohne Handy leben?

Privat eventuell, im Geschäft wird es schwierig. Die ganze Hotellerie musste in den letzten Jahren sehr agil werden, und da gehören schnelle Reaktionszeiten dazu. Zeitung lese ich in der Zwischenzeit fast nur noch online – eine Papierzeitung in der Hand zu halten, ist Luxus und zeigt, dass etwas mehr Zeit vorhanden ist.

Wohin würden Sie auswandern?

Ich hatte das Glück, ein halbes Jahr in Kanada zu weilen. Dort lernte ich die Gegend rund um Vancouver kennen,



NZZ Jobs
8021 Zürich

Medienart: Internet
Medientyp: Tages- und Wochenpresse

jobs.nzz.ch/

Auftrag: 1078634
AEV (in Tsd. CHF): 0.7

Referenz: 76511502
Ausschnitt Seite: 3/5

Lenkerhof

das hat mir sehr gut gefallen. Ich könnte mir ein Leben in Kanada auch sehr gut vorstellen.

Hat Sie Ihr Bauchgefühl schon getäuscht?

Ich glaube, niemand kann sagen, dass ihn das Bauchgefühl immer vollumfänglich richtig beraten hat. Ich bin aber ganz zufrieden mit meiner Rate, ich kann fast immer darauf vertrauen.

Stellen Sie auch ehemalige Arbeitskollegen und Freunde ein?

Sehr gerne sogar, da weiss man, was man hat. In der Zwischenzeit haben wir mehrere Lernende im «Lenkerhof», die Kinder meiner Schulfreunde sind. Auch arbeiten einige meiner Schulkollegen bei uns im Haus.

Sind Frauenquoten notwendig?

Frauen Ja, Quoten für mich nicht. Unser Führungsteam ist zu 60% weiblich, und das ist gut so. Ich finde, es braucht die besten Mitarbeiter in den richtigen Positionen. Ob das jetzt ein Mann oder eine Frau ist, spielt für mich keine Rolle. Ich halte nicht viel von klassischer Rollenverteilung.

Welchen Stellenwert haben für Sie soziale Netzwerke?

Na ja, ich schaue schon ab und zu drauf, aber mehr beruflich. Privat halte ich mich mit Posts zurück – aber die Posts anderer zu lesen, kann manchmal sehr amüsant sein.

Wann können Sie wirklich abschalten?

Da gibt es verschiedene Möglichkeiten. Ich kann Stunden auf dem Crosstrainer verbringen und dabei Nachrichten anschauen. Aber auch auf unserer Laube genüsslich ein Glas Rotwein trinken und eine Pfeife rauchen.

Welches ist Ihr bevorzugtes Ferienland?

Im Frühling ist unser Haus wegen Umbauten und Renovationen für einige Wochen geschlossen. Da zieht es uns gerne an die Wärme. Momentan bin ich aber von den Relais-et-Châteaux-Häusern an der amerikanischen Ostküste begeistert: Ocean House auf Rhode Island und Castle Hill Inn – wirklich eine Reise wert.

Welches ist Ihre Leibspeise? Könnten Sie sie auch selber kochen?

Als Hotelier hat man viele Leibspeisen, die eine oder andere kann ich selber kochen, ein Küchenpraktikum gehörte zur Ausbildung an der Hotelfachschule. Wenn es richtig gut sein soll, lasse ich lieber unseren Küchenchef an den Herd. Momentan bin ich Fan eines Desserts namens «Jahrmarkt»: ein Mix aus verschiedenen Komponenten, die man auf dem Märkt findet – das weckt Kindheitsgefühle.

Sind Vorbilder noch aktuell?

Ich bevorzuge Werte und vorbildhaftes Verhalten. Personenkult ist etwas aus der Mode.

Was raten Sie dem Berufsnachwuchs?

Gerade in unserer Branche steht einem die Welt offen. Unsere Arbeitskräfte sind weltweit begehrt und für Qualität bekannt. Also empfehle ich, eine Ausbildung im Gastgewerbe zu machen: eine Schule fürs Leben.



NZZ Jobs
8021 Zürich

Medienart: Internet
Medientyp: Tages- und Wochenpresse

jobs.nzz.ch/

Auftrag: 1078634
AEV (in Tsd. CHF): 0.7

Referenz: 76511502
Ausschnitt Seite: 4/5

Lenkerhof

Wie wurden Sie durch Ihre Lehrpersonen eingeschätzt?

Ich hoffe, dass man mich als engagierten und kompetenten Lernenden empfunden hat. Manchmal wohl etwas zu exakt und verbissen.

Hat Ihnen die Schule das wirklich Relevante vermittelt?

Auf jeden Fall, wir haben in der Schweiz ein tolles System, es berücksichtigt die Bedürfnisse der Wirtschaft.

Haben Sie ein Lieblingslied?

Mich faszinieren die Songs von I Quattro, den vier Tenören. Ganz besonders gefällt mir «Torneró».

Sind sportliche Grossereignisse für Sie ein Magnet?

Eher weniger, in der Region besuche ich aber jedes Jahr das Chuenis-Rennen in Adelboden.

Kommen Sie manchmal zu spät?

In der Regel bin ich pünktlich. Bei internen Terminen im Hotel kann es aber schon vorkommen, dass ich auf dem Weg einen Hotelgast antreffe und dort hängen bleibe. Natürlich gebe ich dann meinem Kollegen kurz Bescheid. Privat bin ich fast immer pünktlich.

Glauben Sie an das Schicksal?

Ob das Schicksal ist oder nicht, weiss ich nicht. Ich hoffe auf ein ausgewogenes Verhältnis von Glück und Unglück für alle Menschen.

Sind Sie zuversichtlich für die Schweiz?

Ja klar, die Schweiz ist ein Erfolgskonzept. Wir müssen nur agil genug sein, um mit dem Umfeld mitzuhalten. Unsere Werte sind absolut relevant.

Welche Probleme sollte die Politik unverzüglich anpacken?

Gerade im Gastgewerbe ist der Stellenmarkt ausgetrocknet, und verschärfte Regelungen in der Ausländerpolitik hätten fatale Folgen. Grundsätzlich sollten smarte Lösungen gefunden und keine Administrationsmonster geschaffen werden. Siehe Stellenmeldepflicht. Ebenfalls wünsche ich mir das Gelingen der Fair-Preis-Initiative oder allenfalls einen Gegenvorschlag des Bundesrates.

Eine Ihrer Lebensweisheiten?

Ich finde das Zitat «Wir können den Wind nicht ändern, aber die Segel anders setzen» von Aristoteles (angeblich) sehr treffend.

Wie könnte der Titel dieses Interviews lauten?

Das Gastgeber-Gen kann man nicht kaufen.

Zur Person:



NZZ Jobs
8021 Zürich

Medienart: Internet
Medientyp: Tages- und Wochenpresse

jobs.nzz.ch/

Auftrag: 1078634
AEV (in Tsd. CHF): 0.7

Referenz: 76511502
Ausschnitt Seite: 5/5

Lenkerhof

Jan-Andreas Stiller (41) ist in der Lenk aufgewachsen und führt den «Lenkerhof» mit seiner Partnerin Heike Schmidt im zehnten Jahr. Zum «Lenkerhof» gehören das Bergrestaurant Bühlberg und seit 2016 auch zwei Apartmenthäuser mit 56 Wohnungen. Das Unternehmen beschäftigt 110 Mitarbeiter und ist einer der wichtigsten Leistungsträger in der Region. Nach einer kaufmännischen Ausbildung an der Rezeption hat Stiller die Hotelfachschule Thun besucht. Es folgten verschiedene Kaderpositionen und der Wechsel in den «Storchen» in Zürich als Vizedirektor. 2008 wurde er zum Zürcher Junghotelier des Jahres gewählt. Gleichzeitig absolvierte er das Nachdiplomstudium «Hotelmanagement». Mit der besten Abschlussarbeit gewann er den Schellenberg-Preis. 2018 wurde er von den Mitgliedern der Schweizer Delegation von Relais et Châteaux zum Delegierten gewählt; er vertritt die Betriebe im Board of Directors.



Roboter reinigt im Lenkerhof

Lenk Sieben iRobot-Saugroboter des Typs Roomba 980 reinigen momentan nachts im Fünfsterhotel Lenkerhof Gourmet Spa Resorts auf vier Etagen Räume mit viel Freifläche. Das gibt die Medienstelle von iRobotics in Zürich bekannt. Jedes Gerät absolviert im über 300-jährigen Luxus Resort einen Parcours von rund 210 Quadratmetern: Der Saugroboter kann bis zu zehn Grundrisse speichern und so etwa das Obergeschoss vom Untergeschoss unterscheiden. Die intelligente Kartierung ermöglicht es dem Nutzer zudem, Räume in der Smart Map zu benennen und über die iRobot-Home-App gezielt einzelne Räume für die Reinigung einzuplanen. Die Philosophie von Hoteldirektor Jan Stiller lautet: Im Lenkerhof sollen wenig attraktive Arbeiten an Maschinen und zu Zeiten ausgelagert werden, zu denen es niemanden stört. Vielen Hotelgästen macht es offenbar Spass, die Roboter bei ihrem Einsatz zu beobachten. (pd/sp)



Wie Sie einen guten Reisebildband erkennen

Überraschend hartnäckig trotzten Reisebücher aus Papier der Bilderflut im Internet. Der Reisejournalist Stefan Fischer über die aktuellen Trends.

2020-03-31, Christoph Ammann

Stefan Fischer hat nie mitgezählt, doch er vermutet: «1000 sind es kaum, aber viele Hundert Reisebildbände habe ich schon angeschaut.»

Der 47-jährige Journalist aus München beschäftigt sich beruflich stark mit allem, was unter Reisebeschreibungen in Buchform läuft: etwa Reisebildbänden, Reiseliteratur und eher in Ausnahmefällen konventionellen Reiseführern, die man sich als Vorbereitung zu einem Städtetrip oder einer Rundreise kauft. Besonders Reisebildbände animieren zum Träumen, und in Corona-Zeiten lebt der Weltenbummler deutlich eher vom Traum als vom realen Erlebnis.

«Man schlägt einen Bildband auf», sagt Fischer, «und träumt sich zu Zielen, die man nie sehen wird, zu Destinationen, die weit oben auf der Wunschliste stehen – oder man erinnert sich schlicht an vergangene Reisen.» Fischer kümmert sich als Autor der «Süddeutschen Zeitung» seit 21 Jahren um Reisebücher; daneben arbeitet er als Dozent in der Ausbildung von Journalisten.

Stefan Fischer

Der Münchner Journalist schreibt seit 21 Jahren für die «Süddeutsche Zeitung» über Reisebücher.

Erkennt der Experte Trends? «Gute Bildbände von heute fokussieren auf einen bestimmten Zugriff zum Thema und handeln nicht einfach breit eine Destination ab», sagt der Bayer. Er selber staunt immer wieder, wie schnell Reisebände zu hippen Zielen auf den Markt kommen. Kuba oder Myanmar stiegen zuletzt stark in der Gunst der Reisenden, parallel dazu vermehrte sich das Angebot an Bildbänden.

Zuletzt erschienen viele Fotobücher zu Japan, als Vorboten der Olympischen Sommerspiele, die nun verschoben werden. Stefan Fischer fällt auf, dass die Macher von Reisebildbänden vermehrt den Menschen in den Mittelpunkt rücken und auf diese Weise die Geschichte einer Stadt, einer Region, eines Landes erzählen.

Qualität hat ihren Preis

Krasses Beispiel ist ein unscheinbares Bändchen, in dem ein Fotograf die Passagiere der Londoner Jubilee U-Bahn-Linie ablichtete, aber nur vom Hals an abwärts. «Man erkennt, ob es sich um Mann, Frau oder Kind handelt, und malt sich anhand der Kleidung, von Accessoires oder dem Gepäck alles Weitere aus.» Fischer findet den Ansatz spannend, vermisst aber eine Auflösung im Schlussteil des Büchleins über die Reisenden im Londoner Untergrund.

Im Idealfall beginnt ein Reisebildband laut dem Autor der «Süddeutschen» mit einem klugen Vorwort oder Essay: «Einem hinführenden Text, der die Leserschaft auf die Reise mitnimmt.» Und was jeder Journalist in der Ausbildung lernt, gilt auch für Reisebildbände: Kein Foto ohne Legende. «Sonst fühlt sich der Betrachter allein gelassen – er soll nicht wie im Falle des Jubilee-Büchleins rätseln müssen», sagt Fischer.

Trotz Instagram und einer Bilderflut der globalen Influencer-Gemeinde überlebt der gute alte Bildband hartnäckig. «Die Verlage würden nicht so viele Reisebücher produzieren, wenn sich das Geschäft nicht rechnen würde.» Einen Rat hat der Münchner Journalist noch: «Geben Sie beim Onlinekauf – oder irgendwann dann wieder in der Buchhandlung – lieber 50 als 30 Franken für einen Reisebildband aus. Qualität hat auch in diesem Genre ihren Preis.»



So rezensiert Stefan Fischer

«Das Eis brechen. Meine Reise in die Arktis» von Julien Blanc-Gras, Mare-Verlag, 2020: «Der Knotenpunkt des grönländischen Luftverkehrs, das Tor zu diesem Land, leistet sich nicht den Luxus einer Stadt, nicht einmal den einer Strasse, die ihn mit der nächsten Stadt verbindet.» Dieser frozelnde Ton zieht sich durch den ganzen Band. Wobei Blanc-Gras seine Spötteleien genau kalkuliert. Wenn Ernsthaftigkeit geboten ist, verjuxt der französische Reiseautor eine Situation oder ein Thema nicht, sondern benennt die Dinge deutlich. Gras jedenfalls masst sich nicht an, einer Kultur nachzutruern, welche die grönländische Gesellschaft zwangsläufig in einem vorindustriellen Stadium beliesse. In Grönland bricht gerade vieles auf, nicht nur das Eis. Blanc-Gras beobachtet das sehr aufmerksam. («Süddeutsche Zeitung» vom 27. Februar)

Die Lieblings-Reisebücher der Touristiker

Hansjörg Hinrichs, Geschäftsführer The Pacific Society, Appenzell:

«Formal ein kleines Büchlein, inhaltlich jedoch ein beachtenswertes Kultbuch: «Der Papalagi» von Erich Scheuermann (Verlag Oesch, 4. Auflage) ist brandaktuell, obwohl das Werk genau vor hundert Jahren erschien. Es erzählt die fiktive Geschichte des Südseehäuptlings Tuiavii aus Samoa. Zurück von einer Europareise berichtet er seinem Volk von seinen Wahrnehmungen. Von der exotischen Welt des weissen Mannes, von dessen Umgang mit dem grossen Gott Geld, mit der Zeit, der Arbeit, mit Musse und Stress, der Natur, von herrschenden Wertvorstellungen: warnend, ironisch und berührend. Eine Einladung zum Nachdenken in unserer heutigen, seltsamen Zeit.»

Ulrike Soukop, General Manager Austria/Switzerland Costa Kreuzfahrten, Wien:

«Ich liebe das Meer und bin leidenschaftliche Muschelsammlerin. Nicht umsonst arbeite ich seit 20 Jahren bei einer Kreuzfahrtgesellschaft. So bleibe ich dem Wasser jeden Tag zumindest gedanklich verbunden. Zu meinen Lieblingsreisebüchern gehört der Bildband «Die schönsten Inseln der Welt» von Kay Maeritz (Bruckmann-Verlag). Auf 320 Seiten werden 100 Traumziele rund um den Globus vorgestellt. Inselliebhaber sollten sie gesehen haben. Die wunderschönen Bilder sorgen für Ferienlust.»

Jan Stiller, Delegationsvorsitzender Relais & Châteaux Schweiz & Liechtenstein, Lenk i. S.:

«Die Leidenschaft für schöne Hotels ist sozusagen Berufskrankheit. Wenn ich mich nicht gerade von unserem eigenen Relais & Châteaux Guide inspirieren lasse, greife ich zum Bildband «Hideaways Hotels» (Klocke-Verlag). Hier werden ausgesuchte Hotels in atemberaubenden Destinationen vorgestellt, deren Belegschaft sich mit grosser Leidenschaft um die Gäste kümmert und exklusiven Service anbietet. Viele der 100 Häuser erscheinen zwar aktuell unerreichbar – aber die Zeit zum Reisen kommt bestimmt wieder, und dann weiss ich ganz genau, wo es hingehen soll!» (cam)

Ihr Name



Animiert zum Träumen: Foto aus dem Bildband «World» von Michael Poliza. Michael Poliza



Stefan Fischer PD



Wie Sie einen guten Reisebildband erkennen

Überraschend hartnäckig trotzten Reisebücher aus Papier der Bilderflut im Internet. Der Reisejournalist Stefan Fischer über die aktuellen Trends.

2020-03-31, Christoph Ammann

Stefan Fischer hat nie mitgezählt, doch er vermutet: «1000 sind es kaum, aber viele Hundert Reisebildbände habe ich schon angeschaut.»

Der 47-jährige Journalist aus München beschäftigt sich beruflich stark mit allem, was unter Reisebeschreibungen in Buchform läuft: etwa Reisebildbänden, Reiseliteratur und eher in Ausnahmefällen konventionellen Reiseführern, die man sich als Vorbereitung zu einem Städtetrip oder einer Rundreise kauft. Besonders Reisebildbände animieren zum Träumen, und in Corona-Zeiten lebt der Weltenbummler deutlich eher vom Traum als vom realen Erlebnis.

«Man schlägt einen Bildband auf», sagt Fischer, «und träumt sich zu Zielen, die man nie sehen wird, zu Destinationen, die weit oben auf der Wunschliste stehen – oder man erinnert sich schlicht an vergangene Reisen.» Fischer kümmert sich als Autor der «Süddeutschen Zeitung» seit 21 Jahren um Reisebücher; daneben arbeitet er als Dozent in der Ausbildung von Journalisten.

Stefan Fischer

Der Münchner Journalist schreibt seit 21 Jahren für die «Süddeutsche Zeitung» über Reisebücher.

Erkennt der Experte Trends? «Gute Bildbände von heute fokussieren auf einen bestimmten Zugriff zum Thema und handeln nicht einfach breit eine Destination ab», sagt der Bayer. Er selber staunt immer wieder, wie schnell Reisebände zu hippen Zielen auf den Markt kommen. Kuba oder Myanmar stiegen zuletzt stark in der Gunst der Reisenden, parallel dazu vermehrte sich das Angebot an Bildbänden.

Zuletzt erschienen viele Fotobücher zu Japan, als Vorboten der Olympischen Sommerspiele, die nun verschoben werden. Stefan Fischer fällt auf, dass die Macher von Reisebildbänden vermehrt den Menschen in den Mittelpunkt rücken und auf diese Weise die Geschichte einer Stadt, einer Region, eines Landes erzählen.

Qualität hat ihren Preis

Krasses Beispiel ist ein unscheinbares Bändchen, in dem ein Fotograf die Passagiere der Londoner Jubilee U-Bahn-Linie ablichtete, aber nur vom Hals an abwärts. «Man erkennt, ob es sich um Mann, Frau oder Kind handelt, und malt sich anhand der Kleidung, von Accessoires oder dem Gepäck alles Weitere aus.» Fischer findet den Ansatz spannend, vermisst aber eine Auflösung im Schlussteil des Büchleins über die Reisenden im Londoner Untergrund.

Im Idealfall beginnt ein Reisebildband laut dem Autor der «Süddeutschen» mit einem klugen Vorwort oder Essay: «Einem hinführenden Text, der die Leserschaft auf die Reise mitnimmt.» Und was jeder Journalist in der Ausbildung lernt, gilt auch für Reisebildbände: Kein Foto ohne Legende. «Sonst fühlt sich der Betrachter allein gelassen – er soll nicht wie im Falle des Jubilee-Büchleins rätseln müssen», sagt Fischer.

Trotz Instagram und einer Bilderflut der globalen Influencer-Gemeinde überlebt der gute alte Bildband hartnäckig. «Die Verlage würden nicht so viele Reisebücher produzieren, wenn sich das Geschäft nicht rechnen würde.» Einen Rat hat der Münchner Journalist noch: «Geben Sie beim Onlinekauf – oder irgendwann dann wieder in der Buchhandlung – lieber 50 als 30 Franken für einen Reisebildband aus. Qualität hat auch in diesem Genre ihren Preis.»

So rezensiert Stefan Fischer



«Das Eis brechen. Meine Reise in die Arktis» von Julien Blanc-Gras, Mare-Verlag, 2020: «Der Knotenpunkt des grönländischen Luftverkehrs, das Tor zu diesem Land, leistet sich nicht den Luxus einer Stadt, nicht einmal den einer Strasse, die ihn mit der nächsten Stadt verbindet.» Dieser frozelnde Ton zieht sich durch den ganzen Band. Wobei Blanc-Gras seine Spötleien genau kalkuliert. Wenn Ernsthaftigkeit geboten ist, verjuxt der französische Reiseautor eine Situation oder ein Thema nicht, sondern benennt die Dinge deutlich. Gras jedenfalls masst sich nicht an, einer Kultur nachzutruern, welche die grönländische Gesellschaft zwangsläufig in einem vorindustriellen Stadium beliesse. In Grönland bricht gerade vieles auf, nicht nur das Eis. Blanc-Gras beobachtet das sehr aufmerksam. («Süddeutsche Zeitung» vom 27. Februar)

Die Lieblings-Reisebücher der Touristiker

Hansjörg Hinrichs, Geschäftsführer The Pacific Society, Appenzell:

«Formal ein kleines Büchlein, inhaltlich jedoch ein beachtenswertes Kultbuch: «Der Papalagi» von Erich Scheuermann (Verlag Oesch, 4. Auflage) ist brandaktuell, obwohl das Werk genau vor hundert Jahren erschien. Es erzählt die fiktive Geschichte des Südseehäuptlings Tuiavii aus Samoa. Zurück von einer Europareise berichtet er seinem Volk von seinen Wahrnehmungen. Von der exotischen Welt des weissen Mannes, von dessen Umgang mit dem grossen Gott Geld, mit der Zeit, der Arbeit, mit Musse und Stress, der Natur, von herrschenden Wertvorstellungen: warnend, ironisch und berührend. Eine Einladung zum Nachdenken in unserer heutigen, seltsamen Zeit.»

Ulrike Soukop, General Manager Austria/Switzerland Costa Kreuzfahrten, Wien:

«Ich liebe das Meer und bin leidenschaftliche Muschelsammlerin. Nicht umsonst arbeite ich seit 20 Jahren bei einer Kreuzfahrtgesellschaft. So bleibe ich dem Wasser jeden Tag zumindest gedanklich verbunden. Zu meinen Lieblingsreisebüchern gehört der Bildband «Die schönsten Inseln der Welt» von Kay Maeritz (Bruckmann-Verlag). Auf 320 Seiten werden 100 Traumziele rund um den Globus vorgestellt. Inselliebhaber sollten sie gesehen haben. Die wunderschönen Bilder sorgen für Ferienlust.»

Jan Stiller, Delegationsvorsitzender Relais & Châteaux Schweiz & Liechtenstein, Lenk i. S.:

«Die Leidenschaft für schöne Hotels ist sozusagen Berufskrankheit. Wenn ich mich nicht gerade von unserem eigenen Relais & Châteaux Guide inspirieren lasse, greife ich zum Bildband «Hideaways Hotels» (Klocke-Verlag). Hier werden ausgesuchte Hotels in atemberaubenden Destinationen vorgestellt, deren Belegschaft sich mit grosser Leidenschaft um die Gäste kümmert und exklusiven Service anbietet. Viele der 100 Häuser erscheinen zwar aktuell unerreichbar – aber die Zeit zum Reisen kommt bestimmt wieder, und dann weiss ich ganz genau, wo es hingehen soll!» (cam)

Ihr Name



Animiert zum Träumen: Foto aus dem Bildband «World» von Michael Poliza. Michael Poliza



Stefan Fischer PD



Wie Sie einen guten Reisebildband erkennen

Überraschend hartnäckig trotzten Reisebücher aus Papier der Bilderflut im Internet. Der Reisejournalist Stefan Fischer über die aktuellen Trends.

2020-03-31, Christoph Ammann

Stefan Fischer hat nie mitgezählt, doch er vermutet: «1000 sind es kaum, aber viele Hundert Reisebildbände habe ich schon angeschaut.»

Der 47-jährige Journalist aus München beschäftigt sich beruflich stark mit allem, was unter Reisebeschreibungen in Buchform läuft: etwa Reisebildbänden, Reiseliteratur und eher in Ausnahmefällen konventionellen Reiseführern, die man sich als Vorbereitung zu einem Städtetrip oder einer Rundreise kauft. Besonders Reisebildbände animieren zum Träumen, und in Corona-Zeiten lebt der Weltenbummler deutlich eher vom Traum als vom realen Erlebnis.

«Man schlägt einen Bildband auf», sagt Fischer, «und träumt sich zu Zielen, die man nie sehen wird, zu Destinationen, die weit oben auf der Wunschliste stehen – oder man erinnert sich schlicht an vergangene Reisen.» Fischer kümmert sich als Autor der «Süddeutschen Zeitung» seit 21 Jahren um Reisebücher; daneben arbeitet er als Dozent in der Ausbildung von Journalisten.

Stefan Fischer

Der Münchner Journalist schreibt seit 21 Jahren für die «Süddeutsche Zeitung» über Reisebücher.

Erkennt der Experte Trends? «Gute Bildbände von heute fokussieren auf einen bestimmten Zugriff zum Thema und handeln nicht einfach breit eine Destination ab», sagt der Bayer. Er selber staunt immer wieder, wie schnell Reisebände zu hippen Zielen auf den Markt kommen. Kuba oder Myanmar stiegen zuletzt stark in der Gunst der Reisenden, parallel dazu vermehrte sich das Angebot an Bildbänden.

Zuletzt erschienen viele Fotobücher zu Japan, als Vorboten der Olympischen Sommerspiele, die nun verschoben werden. Stefan Fischer fällt auf, dass die Macher von Reisebildbänden vermehrt den Menschen in den Mittelpunkt rücken und auf diese Weise die Geschichte einer Stadt, einer Region, eines Landes erzählen.

Qualität hat ihren Preis

Krasses Beispiel ist ein unscheinbares Bändchen, in dem ein Fotograf die Passagiere der Londoner Jubilee U-Bahn-Linie ablichtete, aber nur vom Hals an abwärts. «Man erkennt, ob es sich um Mann, Frau oder Kind handelt, und malt sich anhand der Kleidung, von Accessoires oder dem Gepäck alles Weitere aus.» Fischer findet den Ansatz spannend, vermisst aber eine Auflösung im Schlussteil des Büchleins über die Reisenden im Londoner Untergrund.

Im Idealfall beginnt ein Reisebildband laut dem Autor der «Süddeutschen» mit einem klugen Vorwort oder Essay: «Einem hinführenden Text, der die Leserschaft auf die Reise mitnimmt.» Und was jeder Journalist in der Ausbildung lernt, gilt auch für Reisebildbände: Kein Foto ohne Legende. «Sonst fühlt sich der Betrachter allein gelassen – er soll nicht wie im Falle des Jubilee-Büchleins rätseln müssen», sagt Fischer.

Trotz Instagram und einer Bilderflut der globalen Influencer-Gemeinde überlebt der gute alte Bildband hartnäckig. «Die Verlage würden nicht so viele Reisebücher produzieren, wenn sich das Geschäft nicht rechnen würde.» Einen Rat hat der Münchner Journalist noch: «Geben Sie beim Onlinekauf – oder irgendwann dann wieder in der Buchhandlung – lieber 50 als 30 Franken für einen Reisebildband aus. Qualität hat auch in diesem Genre ihren Preis.»

So rezensiert Stefan Fischer



«Das Eis brechen. Meine Reise in die Arktis» von Julien Blanc-Gras, Mare-Verlag, 2020: «Der Knotenpunkt des grönländischen Luftverkehrs, das Tor zu diesem Land, leistet sich nicht den Luxus einer Stadt, nicht einmal den einer Strasse, die ihn mit der nächsten Stadt verbindet.» Dieser frozelnde Ton zieht sich durch den ganzen Band. Wobei Blanc-Gras seine Spötteleien genau kalkuliert. Wenn Ernsthaftigkeit geboten ist, verjuxt der französische Reiseautor eine Situation oder ein Thema nicht, sondern benennt die Dinge deutlich. Gras jedenfalls masst sich nicht an, einer Kultur nachzutruern, welche die grönländische Gesellschaft zwangsläufig in einem vorindustriellen Stadium beliesse. In Grönland bricht gerade vieles auf, nicht nur das Eis. Blanc-Gras beobachtet das sehr aufmerksam. («Süddeutsche Zeitung» vom 27. Februar)

Die Lieblings-Reisebücher der Touristiker

Hansjörg Hinrichs, Geschäftsführer The Pacific Society, Appenzell:

«Formal ein kleines Büchlein, inhaltlich jedoch ein beachtenswertes Kultbuch: «Der Papalagi» von Erich Scheuermann (Verlag Oesch, 4. Auflage) ist brandaktuell, obwohl das Werk genau vor hundert Jahren erschien. Es erzählt die fiktive Geschichte des Südseehäuptlings Tuiavii aus Samoa. Zurück von einer Europareise berichtet er seinem Volk von seinen Wahrnehmungen. Von der exotischen Welt des weissen Mannes, von dessen Umgang mit dem grossen Gott Geld, mit der Zeit, der Arbeit, mit Musse und Stress, der Natur, von herrschenden Wertvorstellungen: warnend, ironisch und berührend. Eine Einladung zum Nachdenken in unserer heutigen, seltsamen Zeit.»

Ulrike Soukop, General Manager Austria/Switzerland Costa Kreuzfahrten, Wien:

«Ich liebe das Meer und bin leidenschaftliche Muschelsammlerin. Nicht umsonst arbeite ich seit 20 Jahren bei einer Kreuzfahrtgesellschaft. So bleibe ich dem Wasser jeden Tag zumindest gedanklich verbunden. Zu meinen Lieblingsreisebüchern gehört der Bildband «Die schönsten Inseln der Welt» von Kay Maeritz (Bruckmann-Verlag). Auf 320 Seiten werden 100 Traumziele rund um den Globus vorgestellt. Inselliebhaber sollten sie gesehen haben. Die wunderschönen Bilder sorgen für Ferienlust.»

Jan Stiller, Delegationsvorsitzender Relais & Châteaux Schweiz & Liechtenstein, Lenk i. S.:

«Die Leidenschaft für schöne Hotels ist sozusagen Berufskrankheit. Wenn ich mich nicht gerade von unserem eigenen Relais & Châteaux Guide inspirieren lasse, greife ich zum Bildband «Hideaways Hotels» (Klocke-Verlag). Hier werden ausgesuchte Hotels in atemberaubenden Destinationen vorgestellt, deren Belegschaft sich mit grosser Leidenschaft um die Gäste kümmert und exklusiven Service anbietet. Viele der 100 Häuser erscheinen zwar aktuell unerreichbar – aber die Zeit zum Reisen kommt bestimmt wieder, und dann weiss ich ganz genau, wo es hingehen soll!» (cam)

Ihr Name



Animiert zum Träumen: Foto aus dem Bildband «World» von Michael Poliza. Michael Poliza



Stefan Fischer PD



Wie Sie einen guten Reisebildband erkennen

Überraschend hartnäckig trotzten Reisebücher aus Papier der Bilderflut im Internet. Der Reisejournalist Stefan Fischer über die aktuellen Trends.

2020-03-31, Christoph Ammann

Stefan Fischer hat nie mitgezählt, doch er vermutet: «1000 sind es kaum, aber viele Hundert Reisebildbände habe ich schon angeschaut.»

Der 47-jährige Journalist aus München beschäftigt sich beruflich stark mit allem, was unter Reisebeschreibungen in Buchform läuft: etwa Reisebildbänden, Reiseliteratur und eher in Ausnahmefällen konventionellen Reiseführern, die man sich als Vorbereitung zu einem Städtetrip oder einer Rundreise kauft. Besonders Reisebildbände animieren zum Träumen, und in Corona-Zeiten lebt der Weltenbummler deutlich eher vom Traum als vom realen Erlebnis.

«Man schlägt einen Bildband auf», sagt Fischer, «und träumt sich zu Zielen, die man nie sehen wird, zu Destinationen, die weit oben auf der Wunschliste stehen – oder man erinnert sich schlicht an vergangene Reisen.» Fischer kümmert sich als Autor der «Süddeutschen Zeitung» seit 21 Jahren um Reisebücher; daneben arbeitet er als Dozent in der Ausbildung von Journalisten.

Stefan Fischer

Der Münchner Journalist schreibt seit 21 Jahren für die «Süddeutsche Zeitung» über Reisebücher.

Erkennt der Experte Trends? «Gute Bildbände von heute fokussieren auf einen bestimmten Zugriff zum Thema und handeln nicht einfach breit eine Destination ab», sagt der Bayer. Er selber staunt immer wieder, wie schnell Reisebände zu hippen Zielen auf den Markt kommen. Kuba oder Myanmar stiegen zuletzt stark in der Gunst der Reisenden, parallel dazu vermehrte sich das Angebot an Bildbänden.

Zuletzt erschienen viele Fotobücher zu Japan, als Vorboten der Olympischen Sommerspiele, die nun verschoben werden. Stefan Fischer fällt auf, dass die Macher von Reisebildbänden vermehrt den Menschen in den Mittelpunkt rücken und auf diese Weise die Geschichte einer Stadt, einer Region, eines Landes erzählen.

Qualität hat ihren Preis

Krasses Beispiel ist ein unscheinbares Bändchen, in dem ein Fotograf die Passagiere der Londoner Jubilee U-Bahn-Linie ablichtete, aber nur vom Hals an abwärts. «Man erkennt, ob es sich um Mann, Frau oder Kind handelt, und malt sich anhand der Kleidung, von Accessoires oder dem Gepäck alles Weitere aus.» Fischer findet den Ansatz spannend, vermisst aber eine Auflösung im Schlussteil des Büchleins über die Reisenden im Londoner Untergrund.

Im Idealfall beginnt ein Reisebildband laut dem Autor der «Süddeutschen» mit einem klugen Vorwort oder Essay: «Einem hinführenden Text, der die Leserschaft auf die Reise mitnimmt.» Und was jeder Journalist in der Ausbildung lernt, gilt auch für Reisebildbände: Kein Foto ohne Legende. «Sonst fühlt sich der Betrachter allein gelassen – er soll nicht wie im Falle des Jubilee-Büchleins rätseln müssen», sagt Fischer.

Trotz Instagram und einer Bilderflut der globalen Influencer-Gemeinde überlebt der gute alte Bildband hartnäckig. «Die Verlage würden nicht so viele Reisebücher produzieren, wenn sich das Geschäft nicht rechnen würde.» Einen Rat hat der Münchner Journalist noch: «Geben Sie beim Onlinekauf – oder irgendwann dann wieder in der Buchhandlung – lieber 50 als 30 Franken für einen Reisebildband aus. Qualität hat auch in diesem Genre ihren Preis.»

So rezensiert Stefan Fischer



«Das Eis brechen. Meine Reise in die Arktis» von Julien Blanc-Gras, Mare-Verlag, 2020: «Der Knotenpunkt des grönländischen Luftverkehrs, das Tor zu diesem Land, leistet sich nicht den Luxus einer Stadt, nicht einmal den einer Strasse, die ihn mit der nächsten Stadt verbindet.» Dieser frozelnde Ton zieht sich durch den ganzen Band. Wobei Blanc-Gras seine Spötteleien genau kalkuliert. Wenn Ernsthaftigkeit geboten ist, verjuxt der französische Reiseautor eine Situation oder ein Thema nicht, sondern benennt die Dinge deutlich. Gras jedenfalls masst sich nicht an, einer Kultur nachzutruern, welche die grönländische Gesellschaft zwangsläufig in einem vorindustriellen Stadium beliesse. In Grönland bricht gerade vieles auf, nicht nur das Eis. Blanc-Gras beobachtet das sehr aufmerksam. («Süddeutsche Zeitung» vom 27. Februar)

Die Lieblings-Reisebücher der Touristiker

Hansjörg Hinrichs, Geschäftsführer The Pacific Society, Appenzell:

«Formal ein kleines Büchlein, inhaltlich jedoch ein beachtenswertes Kultbuch: «Der Papalagi» von Erich Scheuermann (Verlag Oesch, 4. Auflage) ist brandaktuell, obwohl das Werk genau vor hundert Jahren erschien. Es erzählt die fiktive Geschichte des Südseehäuptlings Tuiavii aus Samoa. Zurück von einer Europareise berichtet er seinem Volk von seinen Wahrnehmungen. Von der exotischen Welt des weissen Mannes, von dessen Umgang mit dem grossen Gott Geld, mit der Zeit, der Arbeit, mit Musse und Stress, der Natur, von herrschenden Wertvorstellungen: warnend, ironisch und berührend. Eine Einladung zum Nachdenken in unserer heutigen, seltsamen Zeit.»

Ulrike Soukop, General Manager Austria/Switzerland Costa Kreuzfahrten, Wien:

«Ich liebe das Meer und bin leidenschaftliche Muschelsammlerin. Nicht umsonst arbeite ich seit 20 Jahren bei einer Kreuzfahrtgesellschaft. So bleibe ich dem Wasser jeden Tag zumindest gedanklich verbunden. Zu meinen Lieblingsreisebüchern gehört der Bildband «Die schönsten Inseln der Welt» von Kay Maeritz (Bruckmann-Verlag). Auf 320 Seiten werden 100 Traumziele rund um den Globus vorgestellt. Inselliebhaber sollten sie gesehen haben. Die wunderschönen Bilder sorgen für Ferienlust.»

Jan Stiller, Delegationsvorsitzender Relais & Châteaux Schweiz & Liechtenstein, Lenk i. S.:

«Die Leidenschaft für schöne Hotels ist sozusagen Berufskrankheit. Wenn ich mich nicht gerade von unserem eigenen Relais & Châteaux Guide inspirieren lasse, greife ich zum Bildband «Hideaways Hotels» (Klocke-Verlag). Hier werden ausgesuchte Hotels in atemberaubenden Destinationen vorgestellt, deren Belegschaft sich mit grosser Leidenschaft um die Gäste kümmert und exklusiven Service anbietet. Viele der 100 Häuser erscheinen zwar aktuell unerreichbar – aber die Zeit zum Reisen kommt bestimmt wieder, und dann weiss ich ganz genau, wo es hingehen soll!» (cam)



Animiert zum Träumen: Foto aus dem Bildband «World» von Michael Poliza. Michael Poliza



Stefan Fischer PD



Wie Sie einen guten Reisebildband erkennen

Überraschend hartnäckig trotzten Reisebücher aus Papier der Bilderflut im Internet. Der Reisejournalist Stefan Fischer über die aktuellen Trends.

2020-03-31, Christoph Ammann

Stefan Fischer hat nie mitgezählt, doch er vermutet: «1000 sind es kaum, aber viele Hundert Reisebildbände habe ich schon angeschaut.»

Der 47-jährige Journalist aus München beschäftigt sich beruflich stark mit allem, was unter Reisebeschreibungen in Buchform läuft: etwa Reisebildbänden, Reiseliteratur und eher in Ausnahmefällen konventionellen Reiseführern, die man sich als Vorbereitung zu einem Städtetrip oder einer Rundreise kauft. Besonders Reisebildbände animieren zum Träumen, und in Corona-Zeiten lebt der Weltenbummler deutlich eher vom Traum als vom realen Erlebnis.

«Man schlägt einen Bildband auf», sagt Fischer, «und träumt sich zu Zielen, die man nie sehen wird, zu Destinationen, die weit oben auf der Wunschliste stehen – oder man erinnert sich schlicht an vergangene Reisen.» Fischer kümmert sich als Autor der «Süddeutschen Zeitung» seit 21 Jahren um Reisebücher; daneben arbeitet er als Dozent in der Ausbildung von Journalisten.

Stefan Fischer

Der Münchner Journalist schreibt seit 21 Jahren für die «Süddeutsche Zeitung» über Reisebücher.

Erkennt der Experte Trends? «Gute Bildbände von heute fokussieren auf einen bestimmten Zugriff zum Thema und handeln nicht einfach breit eine Destination ab», sagt der Bayer. Er selber staunt immer wieder, wie schnell Reisebände zu hippen Zielen auf den Markt kommen. Kuba oder Myanmar stiegen zuletzt stark in der Gunst der Reisenden, parallel dazu vermehrte sich das Angebot an Bildbänden.

Zuletzt erschienen viele Fotobücher zu Japan, als Vorboten der Olympischen Sommerspiele, die nun verschoben werden. Stefan Fischer fällt auf, dass die Macher von Reisebildbänden vermehrt den Menschen in den Mittelpunkt rücken und auf diese Weise die Geschichte einer Stadt, einer Region, eines Landes erzählen.

Qualität hat ihren Preis

Krasses Beispiel ist ein unscheinbares Bändchen, in dem ein Fotograf die Passagiere der Londoner Jubilee U-Bahn-Linie ablichtete, aber nur vom Hals an abwärts. «Man erkennt, ob es sich um Mann, Frau oder Kind handelt, und malt sich anhand der Kleidung, von Accessoires oder dem Gepäck alles Weitere aus.» Fischer findet den Ansatz spannend, vermisst aber eine Auflösung im Schlussteil des Büchleins über die Reisenden im Londoner Untergrund.

Im Idealfall beginnt ein Reisebildband laut dem Autor der «Süddeutschen» mit einem klugen Vorwort oder Essay: «Einem hinführenden Text, der die Leserschaft auf die Reise mitnimmt.» Und was jeder Journalist in der Ausbildung lernt, gilt auch für Reisebildbände: Kein Foto ohne Legende. «Sonst fühlt sich der Betrachter allein gelassen – er soll nicht wie im Falle des Jubilee-Büchleins rätseln müssen», sagt Fischer.

Trotz Instagram und einer Bilderflut der globalen Influencer-Gemeinde überlebt der gute alte Bildband hartnäckig. «Die Verlage würden nicht so viele Reisebücher produzieren, wenn sich das Geschäft nicht rechnen würde.» Einen Rat hat der Münchner Journalist noch: «Geben Sie beim Onlinekauf – oder irgendwann dann wieder in der Buchhandlung – lieber 50 als 30 Franken für einen Reisebildband aus. Qualität hat auch in diesem Genre ihren Preis.»

So rezensiert Stefan Fischer



«Das Eis brechen. Meine Reise in die Arktis» von Julien Blanc-Gras, Mare-Verlag, 2020: «Der Knotenpunkt des grönländischen Luftverkehrs, das Tor zu diesem Land, leistet sich nicht den Luxus einer Stadt, nicht einmal den einer Strasse, die ihn mit der nächsten Stadt verbindet.» Dieser frozelnde Ton zieht sich durch den ganzen Band. Wobei Blanc-Gras seine Spötteleien genau kalkuliert. Wenn Ernsthaftigkeit geboten ist, verjuxt der französische Reiseautor eine Situation oder ein Thema nicht, sondern benennt die Dinge deutlich. Gras jedenfalls masst sich nicht an, einer Kultur nachzutruern, welche die grönländische Gesellschaft zwangsläufig in einem vorindustriellen Stadium beliesse. In Grönland bricht gerade vieles auf, nicht nur das Eis. Blanc-Gras beobachtet das sehr aufmerksam. («Süddeutsche Zeitung» vom 27. Februar)

Die Lieblings-Reisebücher der Touristiker

Hansjörg Hinrichs, Geschäftsführer The Pacific Society, Appenzell:

«Formal ein kleines Büchlein, inhaltlich jedoch ein beachtenswertes Kultbuch: «Der Papalagi» von Erich Scheuermann (Verlag Oesch, 4. Auflage) ist brandaktuell, obwohl das Werk genau vor hundert Jahren erschien. Es erzählt die fiktive Geschichte des Südseehäuptlings Tuiavii aus Samoa. Zurück von einer Europareise berichtet er seinem Volk von seinen Wahrnehmungen. Von der exotischen Welt des weissen Mannes, von dessen Umgang mit dem grossen Gott Geld, mit der Zeit, der Arbeit, mit Musse und Stress, der Natur, von herrschenden Wertvorstellungen: warnend, ironisch und berührend. Eine Einladung zum Nachdenken in unserer heutigen, seltsamen Zeit.»

Ulrike Soukop, General Manager Austria/Switzerland Costa Kreuzfahrten, Wien:

«Ich liebe das Meer und bin leidenschaftliche Muschelsammlerin. Nicht umsonst arbeite ich seit 20 Jahren bei einer Kreuzfahrtgesellschaft. So bleibe ich dem Wasser jeden Tag zumindest gedanklich verbunden. Zu meinen Lieblingsreisebüchern gehört der Bildband «Die schönsten Inseln der Welt» von Kay Maeritz (Bruckmann-Verlag). Auf 320 Seiten werden 100 Traumziele rund um den Globus vorgestellt. Inselliebhaber sollten sie gesehen haben. Die wunderschönen Bilder sorgen für Ferienlust.»

Jan Stiller, Delegationsvorsitzender Relais & Châteaux Schweiz & Liechtenstein, Lenk i. S.:

«Die Leidenschaft für schöne Hotels ist sozusagen Berufskrankheit. Wenn ich mich nicht gerade von unserem eigenen Relais & Châteaux Guide inspirieren lasse, greife ich zum Bildband «Hideaways Hotels» (Klocke-Verlag). Hier werden ausgesuchte Hotels in atemberaubenden Destinationen vorgestellt, deren Belegschaft sich mit grosser Leidenschaft um die Gäste kümmert und exklusiven Service anbietet. Viele der 100 Häuser erscheinen zwar aktuell unerreichbar – aber die Zeit zum Reisen kommt bestimmt wieder, und dann weiss ich ganz genau, wo es hingehen soll!» (cam)

Ihr Name



Online-Ausgabe

Basler Zeitung
4002 Basel
061/ 639 19 89
bazonline.ch/

Medienart: Internet
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
UUpM: 568'000
Page Visits: 3'586'128

Auftrag: 1078634
AEV (in Tsd. CHF): 1.7

Referenz: 76817410
Ausschnitt Seite: 3/3

Lenkerhof



Animiert zum Träumen: Foto aus dem Bildband «World» von Michael Poliza. Michael Poliza



Stefan Fischer PD