

Diese Meldung wurde von [presstext.austria](http://www.presstext.at) ausgedruckt und ist unter <http://www.presstext.at/pte.mc?pte=080209004> abrufbar.

Trotz Internet stirbt der Reiseführer nicht aus Buchverlag und Afrika-Anbieter Iwanowski feiert 25-Jahr-Jubiläum

Dormagen (pte/09.02.2008/06:35) - Trotz des Internets und seiner Bedeutung für den weltweiten Tourismus wird der klassische Reiseführer nicht aussterben. Zu diesem Schluss kommt Michael Iwanowski, CEO des gleichnamigen Reisebuchverlages <http://www.iwanowski.de>, im presstext-Interview. Das Unternehmen feiert diesen Februar sein 25-Jahres-Jubiläum.

"Der klassische Reiseführer bietet den großen Überblick und damit eine optimale Einführung zur jeweiligen Destination", meint Iwanowski. "Die genauen und aktuellen Details wie Fahrpläne entnimmt jeder ohnehin dem Internet." Es sei also hinfällig in einem Reiseführer solche Detaildaten abzdrukken. "Wenn man allerdings eine Destination wie etwa Südafrika oder die USA ausschließlich im Internet recherchiert, dauert das zu lange", meint Iwanowski, der auch Reiseveranstalter - mit Spezialgebiet Afrika <http://www.afrika.de> - ist. "Die Reiseführer fassen allgemeine Informationen zusammen." Dass spezielle Interessen häufig nicht behandelt werden können - etwa Fahrradreisen in Namibia - sei kein Problem. "Ein guter Reiseführer gibt zumindest die Information, wo man im Internet nachsehen kann."

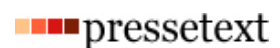


Michael Iwanowski - Reiseveranstalter und Verlagsleiter
(Foto: privat)

Wert legt Iwanowski bei seinen Büchern vor allem auf jenes Publikum, das gerne hinter die Kulissen eines Reiselandes sieht und über Land und Leute Bescheid wissen will. "Der Teil über die politische Situation in Südafrika ist ein gutes Beispiel dafür. Da legen wir großen Wert auf gute und umfangreiche Information." Den deutschsprachigen Reisebuchmarkt bezeichnet der Herausgeber als "wahrscheinlich differenziertesten Buchmarkt weltweit." Im Vergleich dazu sei das Angebot im englischsprachigen Raum relativ klein. "Lonely Planet beispielsweise ist ein global vermarktetes individuelles Massenprodukt." Mindestens 20 andere folgen diesem Konzept. Individualität werde dabei zu einem Massenphänomen. "Das Konzept schlägt sich damit selbst tot." Im Vergleich zum Massenmarkt lege der Verlag Iwanowski Wert auf solide Informationen in Schwerpunkt-Destinationen. Zu diesen gehören Süd- und Ostafrika, Nordamerika und Fernost wie etwa Vietnam, Thailand und Sri Lanka.

Entscheidend für eine Edition sei natürlich die Nachfrage nach einer Destination. "Alle zwei Jahre sollte ein Reiseführer schon neu erscheinen, damit er aktuell bleibt." Iwanowskis Einstieg in das Reisebusiness liest sich im übrigen wie eine gute Geschichte: Er hatte 1982 aus einer Loseblattsammlung den ersten Reiseführer von Namibia für eine deutsche Regierungsdelegation in einer Stückzahl von 1.000 Exemplaren publiziert. "Dieses Produkt könnte man heutzutage nicht mehr verkaufen", meint Iwanowski rückblickend. "Die Grafiken waren miserabel, Bilder gab es gar keine, aber die Informationen waren gut." Vorigen Monat ist der Reiseführer in seiner 23. Auflage erschienen - allerdings in einem gänzlich überarbeiteten Outfit.

"Da wir auch Reiseveranstalter sind und Internetforen eingerichtet haben, wissen wir, was der Kunde wissen will", erklärt Iwanowski sein Erfolgsrezept. Natürlich hänge die Frage, ob eine Reiseführer erscheinen werde oder nicht, von der Zahl der Individualtouristen ab. "Für einen Reiseführer über die Äußeren Bahamas etwa fehlt es an Publikum." Dass der Herausgeber strenge Qualitätskriterien bei seiner Edition anlegt, schildert er am Beispiel eines abgelehnten Manuskripts für einen Reiseführer aus Zentralasien. "Unsere Lektoren haben im Manuskript zahlreiche Formulierungen aus dem Internet finden können." Das könne sich ein renommierter Verlag nicht leisten. Darum habe man den Reiseführer bis heute nicht herausgebracht. (Ende)



Aussender: [presstext.austria](http://www.presstext.austria)
Redakteur: Wolfgang Weitlaner
email: weitlaner@presstext.com
Tel. +43-1-81140-307