

In Gedanken schon im nächsten Urlaub

In Zeiten von Google Maps und Apps wirken Baedeker & Co. wie aus der Zeit gefallen. Doch der Markt ist stabil, weil Reiseführer offenbar stärkere Emotionen wecken. Wir stellen zehn wichtige Reihen vor

Sind gedruckte Reiseführer im Zeitalter von Google Maps, Reise-Apps für Smartphones, GPS-Routenplanern und unzähligen Online-Guides (von Bewertungsportalen wie Holidaycheck oder Tripadvisor bis zu den Internetauftritten der Fremdenverkehrsämter) nicht ein Produkt von gestern? Und machen sich die Reisebuchverlage mit ihren Online-Auftritten und Applikationen nicht selbst Konkurrenz? "Wir sehen die neuen E-Books und Merian-Scout-Apps als Ergänzung zu gedruckten Reiseführern", sagt Heike Müller vom Verlag Travel House Media, in dem insgesamt sechs Reiseführer-Reihen der Marke Merian erscheinen. "Touristische Angebote im Internet, auf dem E-Book und Smartphone bieten viel Potenzial, das wir nicht außer Acht lassen. Damit machen wir unseren Print-Reiseführern leider auch selbst Konkurrenz. Doch ein Substitutionseffekt ist noch nicht erkennbar - der Markt für gedruckte Werke ist stabil."

Bestätigt wird das durch die Verkaufszahlen: Der Markt der Print-Reiseführer verzeichnete 2010 ein Plus von 1,7 Prozent, davon ein Umsatzplus von 4,9 Prozent bei den klassischen Reiseführern. Dazu ist der Stellenwert des gedruckten Reiseführers kürzlich auch wissenschaftlich nachgewiesen worden. Studentinnen und Studenten der Fachhochschule München, Studiengang Druck- und Medientechnik, haben mit Travel House Media ein Marktforschungsprojekt über den Reiseführer der Zukunft realisiert. In der Präsentation haben die Studenten bekräftigt, dass die wichtigsten Eigenschaften eines Reiseführers Topaktualität und Übersichtlichkeit seien. Das sei bei den elektronischen Varianten nicht zwingend der Fall, denn E-Books seien nicht unbedingt aktueller als die gedruckten Werke. Apps würden zwar schneller nachbearbeitet, seien jedoch inhaltlich begrenzt und deutlich fokussierter, hieß es in der Studie. Die Projektteilnehmer erkannten im Print-Produkt zudem emotionale Aspekte, die ein Internetportal nicht erfüllen kann. "Für mich ist ein Reiseführer auch ein Erinnerungsstück an den Urlaub, das ich immer wieder anschauen kann", sagte ein Student. Weil Reisebücher aber auch für die Urlaubsplanung wichtig sind, stellen wir Ihnen kurz vor der Hauptreisezeit zehn wichtige Reiseführer-Reihen vor.

Der Individualist: Iwanowski's

Konzept: Die Individualreiseführer-Reihe bietet praxisorientierte Infos, oft abseits des Mainstreams, mit viel Hintergrundwissen und Autorenempfehlungen.

Umfang: 90 Titel, 222-722 S., 10-25,95 Euro

Neu: Die neuen Auflagen sind "schlanker" und praxisorientierter und gemeinsam mit den Neuerscheinungen komplett farbig gestaltet. Einführung der 101...-Geheimtipps-Reihe (auf der ITB 2011 ausgezeichnet als "besondere Reiseführer-Reihe").

Marktanteil: 1,5 %

Bewertung: Liebevoll gestaltet und geschrieben, fehlender Service wird durch individuelle Tipps wettgemacht. Online-Auftritt mit Meldungen aus den Reiseländern (www.iwanowski.de).

Zukunftspläne: Die Reihe "Reise-Handbuch" wird ständig aktualisiert und verbessert mit Schwerpunkt auf Selbstfahrer- und Fernreiseziele. Die neue Serie "101" wird weiter ausgebaut. Das Programm der Kulturführer "Reisegast in..." fokussiert sich auf Asien.

Der Klassiker: Baedeker

Konzept: Das Standardwerk hat die längste Erfahrung und bietet zahllose Hintergründe ausführlich und leicht verständlich, egal ob über Sehenswürdigkeiten, tägliches Leben vor Ort oder über Geschichte und Natur. Von A-Z übersichtlich strukturiert mit Extrakarte.

Umfang: 158 Titel, 200-1308 S., 15,95-25,95 Euro

Neu: 2010 wurde der Special-Guide als Beigabe eingeführt mit Zusatzinfos zu ökologischen Touren (München) oder "Strietzel und Stollen" (Dresden).

Marktanteil: Der Verlag Mairdumont, in dem neben dem Baedeker unter anderem der Lonely Planet, die Stefan Loose Travel Handbücher und der Marco Polo erscheinen, hat einen Anteil von 53,2 %.

Bewertung: Unverzichtbar für alle, die Hintergrundwissen suchen. Dank farbenfrohem, luftigem Layout weg vom verstaubten Studienrat-Image. Online-Auftritt (www.baedeker.com) mit 3-D-Grafiken von Sehenswürdigkeiten.

Zukunftspläne: Reise-Apps werden beim Marktführer für Print-Reisebücher zunehmend zum Geschäft - allein in den ersten vier Wochen wurden 20 000 Stück der Marco Polo iPad App "Berlin erleben" downgeloadet. Außerdem werden Freizeit-, Rad- und Wanderkarten ausgebaut - auch ein Wachstumsfaktor.

Die Reisebibel: Lonely Planet

Konzept: Unverzichtbar für alle, die individuell unterwegs sein wollen und sich in einer großen weltweiten Community bewegen möchten. Eine Unmenge an Adressen für jedes Budget vom Hostel über das angesagte Boutique-Hotel bis zur Imbissbude, wo man Einheimischen begegnet und gleichgesinnte Traveller trifft.

Bewertung: Lebt stark von seinem Image, bleihaltiges Layout, blasse Schwarz-Weiß-Karten, allerdings in seiner Informationsfülle beispiellos. Online mit User-Forum, Wissens- und Reisetyp-Check (www.lonelyplanet.de).

Zukunftspläne: keine Änderung

Der Praktische: Polyglott zu Fuß

Konzept: 30 Stadtspaziergänge für Entdecker, jeder mit eigener Tourenkarte, führen zu bekannten Attraktionen und in stille Winkel der jeweiligen Stadt, mit ausgewählten Restaurant- und Einkaufsadressen unterwegs. Neu seit 2011.

Umfang: sechs Titel, 160 S., 9,99 Euro

Neu: interaktive Travel Guides für iPhone und iPod touch, 14 interaktive Reiseführer für Android Smartphones.

Marktanteil: Top Ten mit Marken on tour, on tour Audio sowie APA Guide

Bewertung: Perfekter Stadtführer für die Hosentasche mit nachvollziehbaren Touren. Jedoch sehr klassisch und weitgehend überraschungsfrei, dafür mit gutem Service und anschaulichen Karten. Online mit Reise-Blog und Newsletter (www.polyglott.de).

Zukunftspläne: Stete Aktualisierung der Reihen nach den sich laufend verändernden Bedürfnissen der Reisenden.

Der Globetrotter: Stefan Loose

Konzept: Der umfassende Individualreiseführer für Hardcore-Traveller. Der Spezialist für Fernreisen mit unzähligen bewerteten Adressen. Mit vielen Plänen, mit denen man auch kleinste Tipps vor Ort in kleinen Gassen findet, und vielen Details zu Kultur und Land & Leuten.

Umfang: 38 Bände, 450-1320 S., 19,95-29,95 Euro

Neu: Relaunch im Frühjahr 2008: Die Bände erhielten mit Orange eine zweite Druckfarbe. Strukturell und inhaltlich finden sich seitdem in einem einführenden Bilderbogen die Highlights der Umschlagkarte wieder. Es folgen eine Übersicht über "Reiseziele und Routen" und die nun alphabetisch geordneten "Traveltipps von A bis Z".

Bewertung: Vom Layout und Anspruch ähnlich wie der Lonely Planet, nur mit Farbe (Orange in Zwischenzeilen und Überschriften von Infokästen). Auch online sehr orange, mit Updates zu Reiseführern und Globetrotter-Forum (www.stefan-loose.de).

Zukunftspläne: Ergänzung der Serie um europäische Länder und Regionen.

Der Kompakte: Merian Live

Konzept: Der Reiseführer für unterwegs, mit aktuellen Inhalten, schneller Benutzerführung, enthält als einziger Kompakt-Reiseführer eine Karte zum Herausnehmen zusätzlich zum Kartenatlas im Buch. Insgesamt wurde die Reihe bereits fünfmal mit dem "ITB-Buch-Award" ausgezeichnet."

Umfang: 160 Titel. 128-160 S., 9,95-12,99 Euro

Neu: Die Reihe wurde 2010 komplett überarbeitet. Seitdem erscheinen die Reiseführer in neuem Design und dem Extra-Kapitel "grüner reisen" im Handel, das Reisende für den Umweltschutz sensibilisieren soll.

Marktanteil: Mit den sechs Merian-Marken bei 20 %.

Bewertung: Kompakter, übersichtlicher Führer mit dem vierseitigen Kapitel "grüner reisen" als wertvollem Zusatzelement. Online mit Videos und Reiseberichten (www.merian.de).

Zukunftspläne: 25 Titel als E-Book im Apple iBook-Store für iPad und iPhone (Preis 7,99-9,99 Euro). 2011 werden die 85 Merian Scout Apps mit einem "User Interface" ausgestattet. Die neu gestaltete Startseite präsentiert dem User alle Such-Alternativen nach Empfehlungen aus der Redaktion. So kann der Nutzer nun auch in der Nähe von Adressen aus den Kontakten des iPhone und sozialen Netzwerken suchen.

Der Ost-Spezialist: Trescher Verlag

Konzept: Der Trescher Verlag erhielt dieses Jahr den "ITB Buch-Award" für seine verlegerische Gesamtleistung. Umfangreiche Informationen zu Land und Leuten und ausreichend Raum für differenzierte Beschreibungen zählen zu den Stärken; aktuelle praktische Hinweise und detaillierte Karten helfen bei der Orientierung vor Ort.

Umfang: Knapp 100 Titel. 168-552 S., 9,95-19,95 Euro.

Neu: Seit 2008 erscheinen die Reiseführer in einem neuen, handlichen Format. Das moderne Layout sowie die übersichtliche Kapiteleinteilung und zusätzliche Info-Rubriken machen die vierfarbigen Bücher sehr benutzerfreundlich.

Marktanteil: Knapp 1 %

Bewertung: Ob Kosovo, Turkmenistan oder der Iran - der kleine Berliner Verlag ist für Spezialreisen nach Osteuropa und in den Mittleren Osten der erste Ansprechpartner. Der Online-Auftritt ist leider sehr bescheiden und vor allem Verkaufsplattform für die Reisebücher (www.trescher-verlag.de).

Zukunftspläne: Das Programm zu Flusskreuzfahrten wird komplettiert. Zu den Destinationen des Maghreb, des Nahen Ostens und zu Südostasien werden weitere neue Reiseführer erscheinen.

Der Beständige: Michael Müller Verlag

Konzept: Die Reiseführerreihe (MM-City, MM-Reisen, MM-Wandern) basieren auf reisepraktischen Tipps, zugeschnitten für Individualreisende, die ein Land, eine Region, eine Stadt oder ein Wandergebiet erkunden wollen - wobei auch für den flexiblen Pauschaltouristen diverse Ausflugsziele und Aktivthemen vorgestellt werden.

Umfang: 206 Titel, 192-1128 S., 9,90-26,90 Euro

Neu: Die Reiseführer werden laufend verändert. Sei es durch Überarbeitungen, die alle zwei Jahre immer vor Ort stattfinden, sei es durch Leserbriefe oder aktuelle Recherchen der Autoren, die online eingearbeitet werden. Einen größeren Relaunch wird es 2012 geben. Da sollen Layout und Inhalte noch kompakter und noch nutzerfreundlicher gestaltet werden. Der außereuropäische Bereich (z. B. Bali, Australien, Neuseeland, Kuba) und verstärkt der europäische und deutsche Bereich sollen ausgebaut werden.

Marktanteil: 7 %

Bewertung: Stets zuverlässiger Begleiter, vor allem durch den Mittelmeerraum, das Spezialgebiet der Reihe. Besonders benutzerfreundlich: Die 2009 eingeführte Reihe MM Wandern ist ein kompakter Führer für die Hosentasche mit mindestens 35 GPS-kartierten Routen sowie grafischer Darstellung der zu bewältigenden Auf- und Abstiege in Weg-Zeit-Höhen-Diagrammen. Ansprechender Internetauftritt mit Link zu digitalen Reiseführern, GPS-Daten-Download und Gratis-Touren im PDF-Format (www.michael-mueller-verlag.de).

Zukunftspläne: Die City- und Wanderreihe soll als MM-App für iPhone, iPod touch und iPad erhältlich sein. Erste Apps sind schon erschienen.

Der Günstige: ADAC Reiseführer

Konzept: Ein klassischer Reiseführer für den Pauschalreisenden, der genau das liefert, was man vor Ort braucht: umfassende Informationen zu Sehenswürdigkeiten, viele Fotos, nützliche Übersichts- und Detailkarten sowie eine reichhaltige Auswahl von Hotels, Restaurants und Einkaufstipps. Nutzwertigkeit pur zum überschaubaren Preis.

Umfang: 116 Titel, 144-192 S., 6,50-7,95 Euro

Neu: Layout: kontinuierlicher Ausbau des Bildanteils durch mehr und größere **Bilder**. Text/Information: Freizeittipps und Freizeitaktivitäten (Wanderungen, Radtouren) treten als zweiter Schwerpunkt neben Sehenswürdigkeiten.

Marktanteil: 10 %

Bewertung: Mainstream-Reiseführer für Pauschaltouristen, preislich attraktiv, aber in seinem Hochformat etwas zu sperrig für die Hosentasche. Online-Auftritt dient vor allem dem Verkauf der Bücher (www.adac.de).

Zukunftspläne: Verstärktes digitales Engagement. Produktion von Online-Anwendungen und mobilen Applikationen auf Basis der Reiseführer.

Der Bunte: Marco Polo Reiseführer

Konzept: Der junge Reiseführer mit Insider-Tipps, der zu Orten abseits des Mainstreams führt, die sonst nur von Insidern oder Einheimischen gefunden werden, und der Sie konzentriert und knackig über alles Wichtige informiert.

Umfang: 252 Titel, 140 S., 9,95 Euro

Neu: Am Konzept wurde in den letzten zwei Jahren nichts verändert.

Bewertung: Der erste Taschenführer im Billigsegment ist sehr bunt mit seinen verschiedenfarbigen Kapiteln, gelb hervorgehobenen Insider-Tipps und orange unterlegten Infokästen. Auch durch sein handliches Format perfekt für eine spontane Suche vor Ort, aber zur gründlichen Vorbereitung auf ein Urlaubsziel nur bedingt geeignet. Serviceorientierter Online-Auftritt mit Gewinnspiel und Routenplaner (www.marcopolo.de).

Zukunftspläne: nichts Konkretes.