

Hans J. Kleinsteuber
Tanja Thimm

Reisejournalismus

Eine Einführung

2., überarbeitete
und erweiterte Auflage



ÖFFENTLICHE KOMMUNIKATION MEDIEN KOMMUNIKATORFORSCHUNG MEDIEN
SYSTEM JOURNALISMUS WERBUNG MEDIENWIRTSCHAFT ONLINEKOMMUNIKA
TION MEDIENRECHT PUBLIC RELATIONS MEDIENMANAGEMENT POLITISCHE
KOMMUNIKATION PRINTMEDIEN HÖRFUNK FERNSEHEN MEDIENWIRKUNG
MEDIENINHALTE LOKALE KOMMUNIKATION MEDIENÖKONOMIE ELEKTRO



VS VERLAG FÜR SOZIALWISSENSCHAFTEN

Hans J. Kleinsteuber · Tanja Thimm

Reisejournalismus

Hans J. Kleinsteuber
Tanja Thimm

Reisejournalismus

Eine Einführung

2. überarbeitete
und erweiterte Auflage



VS VERLAG FÜR SOZIALWISSENSCHAFTEN

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über
<<http://dnb.d-nb.de>> abrufbar.

1. Auflage 1997 (erschien im Westdeutschen Verlag, Wiesbaden)
2., überarb. u. erw. Auflage 2008

Alle Rechte vorbehalten

© VS Verlag für Sozialwissenschaften | GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden 2008

Lektorat: Barbara Emig-Roller

VS Verlag für Sozialwissenschaften ist Teil der Fachverlagsgruppe
Springer Science+Business Media.
www.vs-verlag.de



Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Umschlaggestaltung: KünkelLopka Medienentwicklung, Heidelberg
Satz: Carsten Reimann, Singen
Druck und buchbinderische Verarbeitung: Krips b.v., Meppel
Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier
Printed in the Netherlands

ISBN 978-3-531-33049-5

Inhalt

Vorwort zur zweiten, aktualisierten Auflage	9
Dank	11
Einleitung in die zweite Auflage.....	13
1 Die Widersprüche des Reisejournalismus	15
2 Reisemotivation und Reiseberichterstattung	23
3 Die Geschichte der Reiseberichterstattung	31
3.1 Reiseliteratur von der Antike bis zur Romantik	35
3.1.1 Die Väter des literarischen Reiseberichtes	35
3.1.2 Reisebeschreibungen im Mittelalter	38
3.1.3 Reiseliteratur der frühen Neuzeit	38
3.1.4 Von romantischen Reiseberichten zu den Anfängen des Reisejournalismus	39
3.1.5 Reisebeschreibungen im 19. Jahrhundert	42
3.2 Die angelsächsische Tradition.....	42
3.2.1 Die britische Reiseliteratur	42
3.2.2 Die amerikanische Reiseliteratur.....	44
3.3 Moderne Reiseberichterstattung.....	47
3.3.1 Britische Reiseliteratur	47
3.3.2 Amerikanische Reiseliteratur	48
3.3.3 Deutsche Reiseliteratur.....	49
3.3.4 Die Entwicklung des deutschen Reisejournalismus	51
4 Handwerkszeug der Reisejournalisten: Der Text	55
4.1 Vorbereitung und Recherche.....	56
4.2 Die Reportage	57
4.3 Exkurs 1: Anleitung für eine etwas andere Reisereportage.....	59
4.3.1 Das „verlorene Paradies“	60
4.3.2 Reisen als Fortbewegung.....	61
4.3.3 Literatur nachreisen.....	62
4.3.4 Die politische Reise.....	63
4.3.5 Das Spiel mit Stereotypen	66
4.4 Die Meldung	67
4.5 Die Nachricht	67

4.6	Der Bericht.....	68
4.7	Der Report.....	68
4.8	Die news story.....	68
4.9	Das Porträt.....	68
4.10	Das Interview	69
4.11	Der Leitartikel	69
4.12	Der Kommentar.....	69
4.13	Die Kritik	69
4.14	Die Rezension	70
4.15	Die Glosse.....	70
4.16	Das Feuilleton	70
4.17	Die Kolumne	71
4.18	Das Feature (engl. feature story)	71
4.19	Die Dokumentation	71
4.20	Das Essay	71
4.21	Der Serviceteil.....	72
4.22	Exkurs 2: Der Reiseführer.....	72
4.23	Das Redigieren.....	73
4.24	Exkurs 3: Travel Writing	74
5	Handwerkszeug des Reisejournalisten: Das Bild.....	77
5.1	Zu den Anfängen.....	77
5.2	Zur Problematik von Bildern.....	78
5.3	Objektive Bilder?	79
5.4	Zur Kamera	80
5.5	Bildjournalistische Darstellungsformen	81
5.6	Die Verortung der Bilder	82
5.7	Bildstrategien	82
5.8	Typische Motive	96
5.9	Die Bildredaktion.....	98
5.10	Betextung von Bildern	99
5.11	Die Infografik.....	102
5.12	Exkurs: Reiseberichterstattung im Fernsehen	103
5.12.1	Der Alltag des Fernsehjournalisten.....	104
5.12.2	Ohne perfekte Planung geht nichts	105
5.12.3	Die „post-production“ und der Schein der Leichtigkeit.....	106
5.12.4	Bildsprache, Stil und Aussagekraft.....	107
5.12.5	Fernseh-Reiseberichterstattung – ein Boom-Segment?	108
5.12.6	Der „ideale“ Fernseh-Reisejournalist	110
5.12.7	Qualitätsunterschiede der Fernseh-Reiseberichterstattung ..	112

6	Bestandsaufnahme der Reisemedien.....	115
6.1	ADAC reisemagazin	118
6.2	Brigitte	120
6.3	GEO	121
6.4	GEO SAISON	124
6.5	GEO Special.....	146
6.6	Hamburger Abendblatt.....	154
6.7	mare.....	155
6.8	Merian	157
6.9	National Geographic	167
6.10	REISE & PREISE	169
6.11	Stern	171
6.12	Urlaub Perfekt.....	173
6.13	Verträglich Reisen.....	174
6.14	Westdeutsche Zeitung	176
6.15	Die ZEIT	180
7	Reisejournalisten berichten aus der Praxis	189
7.1	Interview mit Peter-Matthias Gaede	189
7.2	Interview mit Andrea Bonder.....	199
7.3	Interview mit Tomas Niederberghaus	208
7.4	Interview mit Bernhard Lill.....	227
7.5	Interview mit Helge Sobik	238
7.6	Epilog aus <i>Geschichten vom Ende der Welt</i> von Andrian Kreye ..	256
7.7	Verena Wolff: Die Reisegeschichten-Recherche	258
8	Reisejournalismus und die Wahrnehmung des Fremden	267
8.1	Grundlagen.....	267
8.2	Das Problem von Stereotypen und Vorurteilen.....	269
9	Gratwanderungen im Reisejournalismus	275
9.1	Abhängigkeiten im Reisejournalismus.....	276
9.1.1	Zwischen PR-Agenturen und journalistischem Auftrag.....	276
9.1.2	Zur Bedeutung der Tourismus-Industrie	280
9.1.3	Medien werden zu Reiseveranstaltern	283
9.1.4	Der Reisejournalist als Gratwanderer	284
9.2	Grundfragen journalistischer Ethik	285
9.2.1	Recherche auf eigene Rechnung	286
9.2.2	Reisejournalismus und der Schutz des Menschen und seiner Umwelt.....	287

9.3	Reiseberichterstattung und der Deutsche Presserat.....	289
9.4	Selbstorganisation der Reisejournalisten.....	291
9.4.1	Vereinigung Deutscher Reisejournalisten e. V.....	291
9.4.2	Setzen von Qualitätsstandards: Preise im Reisejournalismus ...	292
9.4.3	Ethik des Reisejournalismus in den USA.....	295
9.5	Textanhänge.....	297
9.5.1	Charta der Vereinigung Deutscher Reisejournalisten (VDRJ).....	297
9.5.2	Code of Ethics (Ausschnitt) der Society of American Travel Writers (SATW):.....	299
9.5.3	New York Times Company: Press; Ethics of Journalism (Ausschnitt).....	301
10	Reisen und digitale Medien.....	303
10.1	Analoge und digitale Welten.....	303
10.2	Recherche im Netz.....	306
10.3	Klassische Reiseberichterstattung im Internet.....	310
10.4	Bild und Video.....	312
10.5	Ton und Audio.....	314
10.6	Interaktivität: Der Reisende wird aktiv.....	315
10.7	Technische Trends: Konvergenzen in Technik und Inhalt.....	318
10.8	Fazit.....	322
	Literaturverzeichnis.....	323
	Linksammlung.....	343
	Journalistenvereinigungen.....	343
	Reisezeitschriften Deutschland.....	343
	Reisezeitschriften Österreich.....	344
	Reisezeitschriften Schweiz.....	344
	Fachzeitschriften für Tourismus.....	344
	Tourismusorganisationen.....	344
	Sonstige deutsch.....	345
	Sonstige englisch.....	345
	Autoren.....	347

Vorwort zur zweiten, aktualisierten Auflage

Reisejournalismus – das ist ein alles andere als gesicherter Begriff. Ein Blick in die verfügbare deutschsprachige Literatur bestätigt, dass es kaum fundierte Informationen zum Thema gibt. Teils wohl, weil die Reiseberichterstattung als redaktionelle Aufgabe nicht gerade höchste Achtung genießt. Wenn man die Rahmenbedingungen mancher gesponserter Reportagen bedenkt, sicherlich zu Recht. Andererseits, die Tourismusbranche boomt, die Umsätze der Veranstalter steigen. Ebenso steigt das Bedürfnis nach kleinen Fluchten aus dem Alltag, und sei es auch nur eine „Traumreise“, die auf dem Kanapee beginnt und endet. Unbezweifelbar nimmt auch die Nachfrage nach Reiseberichten zu, sowohl in den allgemeinen Publikumsmedien als auch ganz besonders in Form spezialisierter Reisezeitschriften und ebenso im Internet. Unverkennbar ist das ungebrochen starke Interesse daran, dem kalten, industrialisierten und dicht bevölkerten Mitteleuropa zu entfliehen, die Paradiese in der Ferne zu suchen. Der Reisejournalismus bietet hier Startrampen an für reale wie virtuelle Abflüge in die weite Welt. Dazu kommt eine neue Lust an Reisen in die touristische Nahwelt, die ebenfalls des journalistischen Navigators bedarf.

Mit diesem Handbuch wird der Versuch unternommen, in das gesamte Themenfeld des Reisejournalismus einzuführen. Damit wollen wir einerseits dem aktiv schreibenden Praktiker zur Hand gehen, andererseits auch den interessierten, aber nur passiv konsumierenden Leser umfassend informieren.¹ Zumal festzustellen ist, dass beide Zielgruppen so streng nicht zu trennen sind, denn gerade in diesem Metier sind Grenzüberschreitungen nicht selten. Das zeigt die allgemein hohe Zahl von frei tätigen Reisejournalisten, die ihren Brotverdienst auch, aber nicht allein als Schreibende bestreiten.

Das Anliegen des Buches mag so umrissen werden: Es sollen Grundlagen vermittelt werden, es werden aber auch weiterführende Kenntnisse in für den Reisejournalismus typischen Gebieten vermittelt. Die Darstellung klärt über das Verhältnis von Reiseberichterstattung und Reisemotivation auf und fährt anschließend mit einem Abriss der Geschichte der Reiseberichterstattung fort. Darauf widmen sich zwei Kapitel den handwerklichen Fähigkeiten rund um die Reisedarstellung in Wort und Bild. Da geht es z. B. um die Geheimnisse der Reportage oder den sinnvollen Einsatz von Bildern. In den zwei folgenden Kapiteln wird ein Überblick über Reisemedien und -ressorts gegeben, wobei im Mittelpunkt der Berichterstattung Hamburger Redaktionen stehen – denn hier entstand das Buch. Ein gegenüber der ersten Auflage stark erweiterter Praxisteil

¹ Wir wissen um die Zweigeschlechtlichkeit der Welt und respektieren sie. Lediglich um der Lesbarkeit willen beschränken wir uns auf die männliche Form. Die weibliche ist stets mitgedacht.

lässt Reisejournalisten selbst zu Wort kommen und aus ihrem Arbeitsalltag berichten. Weitere Abschnitte beschäftigen sich mit den Märkten für Reisemedien, mit den Fußangeln der Werbeabhängigkeit, mit den Schäden, die der unerfahrene Umgang mit Stereotypen und dem Fremden hinterlassen können. Das wirft Fragen nach einer Ethik der Reiseberichterstattung auf. Schließlich interessiert uns die Zukunft der Reiseinformation unter dem Vorzeichen von Digitalisierung und Interaktivierung. Die Darstellung besteht nicht allein aus einer „Textwüste“. Eingestreute Zitate, Textbeispiele, Tabellen und Zitate sollen für etwas Abwechslung sorgen. Wo die Grenzen der Darstellung erreicht sind, wird auf weitere Quellen verwiesen.

Die erste Auflage dieses Buches von 1997 war gemeinsam mit Studierenden eines Journalistik-Seminars an der Universität Hamburg entstanden. Die Autoren von damals standen nur noch in Ausnahmefällen zur Verfügung, zumindest eine Mitarbeiterin ist jetzt selbst Reisejournalistin. Der Titel war nach einigen Jahren vergriffen. Mit Hilfe des Verlags entstand diese zweite Auflage, die zum großen Teil neu geschrieben wurde. Als zweite Autorin trat Tanja Thimm in das Projekt ein, die nicht nur eine Reihe von Kapiteln verfasste, sondern auch die editorische Gesamtverantwortung übernahm. Die Autoren der zweiten Auflage, Hans J. Kleinsteuber und Tanja Thimm, konnten auf die Unterstützung von Mitautoren und Praktikern bauen, ohne die die Ergänzung des universitären Blicks in die Praxis hinein in dieser Form nicht möglich gewesen wäre.

Hamburg/Konstanz im Januar 2008 Hans J. Kleinsteuber /Tanja Thimm

Dank

Die Herausgeber bedanken sich bei Sonja Valentin und Sonja Wielow für die Überlassung der Texte zu Kapitel 3. Die Fassung dieses Kapitels in der zweiten Auflage ist eine Aktualisierung der Texte der beiden Autorinnen der ersten Auflage. Weiterer Dank gilt Sabine Neumann, die ihren Text für Kapitel 8 für die zweite Auflage aktualisiert hat. Ebenso danken die Autoren Katharina Griesse, die einen Teil zu Kapitel 9 beigetragen hat. Frau Ricarda Stüwe sei gedankt für die Überlassung des Interviewzitats von Lars Abromeit in Kapitel 6. Karl Alexander Weck und Verena Wolff lieferten für die Kapitel 5 beziehungsweise 7 dankenswerterweise Praxisbeispiele aus ihrer journalistischen Arbeit. Alexander Weck schrieb außerdem das Unterkapitel 5.10 „Betextung von Bildern“.

Den Redaktionen von *ADAC reisemagazin*, *GEO SAISON*, *GEO Special*, *Merian* und der *Zeit* danken die Autoren für die Zurverfügungstellung von Beispielreportagen, ebenso Andrian Kreye für die Überlassung des Epilogs aus *Reisen vom Ende der Welt*. Folgende Journalisten standen dankenswerterweise für Gespräche zur Verfügung:

Andrea Bonder
Peter-Matthias Gaede
Nikolaus Gelpke
Regine Gwinner
Thorsten Kolle
Christoph Kucklick
Oliver Kühn
Dimitri Ladischensky
Klaus Liedtke
Bernhard Lill

Anna M. Löffken
Tomas Niederberghaus
Joachim Negwer
Rolf Nöckel
Peter Pursche
Georg J. Schulz
Dorothee Stöbener
Helge Sobik
Monika Spielberger

Kein Buch kann entstehen ohne Satz und Korrektorat. Wir danken ganz besonders Christoph Reimann für Layout und Satz sowie Philipp Schmerheim für akribisches Korrekturlesen des Manuskriptes.

Hamburg/Konstanz im Januar 2008 Hans J. Kleinsteuber /Tanja Thimm

Einleitung in die zweite Auflage

Wie es sich für eine Einleitung gehört, gab es in der ersten Auflage einen allgemeinen Überblick über das, was im Buch folgt. Und den Versuch, die leitenden Fragen provisorisch zu beantworten: Was ist ein Reisender? Wie entsteht Reisejournalismus? Vorsichtige Definitionen und erste Einordnungen standen im Vordergrund, die Details folgten später. Tatsächlich hat sich bis heute, gut zehn Jahre nach Veröffentlichung der ersten Auflage, an den großen Linien wenig geändert. Die geschilderte Symbiose zwischen Massentourismus und Massenmedien scheint ungebrochen.

Und doch hat sich einiges gewandelt. Die Menschen sind erfahrener geworden – auch im er„fahren“ der Welt – und so erwarten sie eine tiefgründigere und differenziertere Berichterstattung. Die darf inzwischen auch wieder die wenig exotische Nahwelt umfassen, weil nach angstbehafteter Terrorfurcht und neuen Feindbildern die Reise im eigenen Land wieder populärer geworden ist. Dazu kommt, dass der einst alles beherrschende Massentourismus zu bröckeln beginnt und Reiseinteressenten ihr Schicksal verstärkt in die eigene Hand nehmen. Sie stellen sich ihre Reise aus Bausteinen selbst zusammen, den Billigflieger hier, das Stadthotel dort, den Leihwagen, das Fitness-Programm und den Kurs beim Spitzenkoch über weitere Anbieter. Der Tourismus wird – wie vieles andere auch – individueller. Das fordert vom Einzelnen eine genauere Kenntnis des Reiseziels; wer sich dabei aufs Gefühliges verlässt, kann schnell scheitern.

Natürlich hat es auch damit zu tun, dass die digitale Umkrepelung der Welt Medien und Tourismus gleichermaßen erreicht hat. Das Internet erweist sich als der ideale Raum, in dem sich die Module eines individualisierten Unterwegs vorbereiten und zusammenstellen lassen. Stellten wir 1997 die These auf, dass die Reisereportage eher in Ausnahmefällen zur Vorbereitung einer konkreten Reise dient, so sieht dies heute vielfach anders aus. Inzwischen bieten uns die Websites, Datenbanken und Archive des Cyberspace ein Universum von Wissen über die touristisch interessanten Orte der Welt an. Eine simple Internet-Suche ermöglicht nicht nur eine schnelle Übersicht zum Angebot der Pauschalveranstalter, sie bringt uns auch in unmittelbaren Kontakt mit Touristenorganisationen des Zielgebiets, mit Reisenden, die gerade von dort zurückkehren, oder mit Menschen, die dort ständig leben. Dieser über den Datenhighway hergestellte direkte Zugang scheint bei erster Annäherung den Reisejournalismus, so wie wir ihn kennen, zu bedrohen: Warum sollte man sich noch auf den zwischengeschalteten Tourismus-Schreiber verlassen, wenn die Quellen unmittelbar verfügbar sind? Die naheliegende Sinnkrise des tradierten Journalismus angesichts

der Möglichkeiten des Online-Zeitalters ist oft diskutiert worden. Aber sie bedroht nicht wirklich den, der vom Reiseschreiben lebt.

Vielmehr ist der Journalist gefordert, sich auf veränderte Bedingungen einzustellen. Inzwischen schreibt er die Reportage nicht mehr (allein) für die kleine Flucht in der Wochenendausgabe der Zeitung. Heute wandert sie nach Veröffentlichung ins Archiv und bleibt abrufbar – auch Jahre später. Dem, der sich gezielt vorbereiten möchte, bieten inzwischen gute Medien online eine Weltkarte an, auf der man das Reiseziel markiert und umgehend die gespeicherten Berichte erhält. Die Reportage kann damit zur Grundlage einer realen Reise gemacht werden, der Reisende vermag die Behauptungen des Journalisten zu überprüfen. Der Reiseschreiber hat seine Alleinstellung verloren, wie der Blick in das Gepäck des gut vorbereiteten Touristen zeigt: Da findet sich der klassische Buch-Reiseführer gleich neben Ausdrucken örtlicher Tourismusorganisationen und Reportagen, die gezielt aus dem Netz gezogen wurden.

Diese Ausgangssituation muss der Journalist heute einbeziehen, will er weiter dabei sein. Er wird weniger gefühlig schreiben, eher den realistischen Bezug suchen. Aber immer noch wird er der erzählende Augenzeuge sein, der bildhaft und lebendig berichtet – denn das ist sein Alleinstellungsmerkmal. Sicherlich sollte er sich auch mehr als früher um begleitende Berichte und Serviceinformationen kümmern, um Hinweise auf ungewöhnliche Hotels und typische Restaurants, auf kulturelle Highlights, romanhafte Buchbegleiter, auf interessante Ereignisse vor Ort. Denn auch die aktuelle, unabhängige Information wird wichtiger und sie gehört zu seinem Metier. Der Reisejournalist wird weiterhin gebraucht, aber er muss wissen, wie er seine Rolle im digitalen Zeitalter neu zu definieren hat. Unser ganz persönlicher Eindruck ist, dass unter den geschilderten Bedingungen der Reisejournalismus neue Chancen gewinnt, er wird realistischer und kritischer, bewegt sich näher bei den Bedürfnissen des reisenden Lesers. Und das ist doch für beide Seiten – Journalist und Reisender – ein optimistisch stimmender Befund.

Hamburg/Konstanz im Januar 2008 Hans J. Kleinsteuber /Tanja Thimm

1 Die Widersprüche des Reisejournalismus

„Reisen, zu verschiedenen Zwecken (hauptsächlich zu solchen des Erwerbs, der Entdeckung und Erforschung, der Belehrung, des Vergnügens, der Heilung oder Besserung Kranker, sowie aus religiösem Eifer) unternommene Bewegung nach entfernten Orten.“

(Definition nach: Brockhaus Konversations-Lexikon, Leipzig 1903)

Die Arbeit dessen, der professionell über das Reisen berichtet, also die eines Reisejournalisten, wird immer widersprüchlich bleiben. Dabei sieht auf der Oberfläche alles einfach aus: Gegenstand der Reiseberichterstattung sind offensichtlich Weg und Ziel einer Reise. Die Reise besteht folglich aus zweierlei: Einerseits der „Anreise“, andererseits dem „Reiseziel“. Letzteres ist „an einem entfernten Ort“, also niemals mit dem Wohnort des Reisenden identisch. Damit ist die leitende Perspektive jeder Reiseberichterstattung bereits umrissen, die über das „Fremde“ berichtet. Über den Journalisten sagt dies noch nichts, er kann durchaus jemand sein, der vor Ort lebt; seine Aufgabe ist es dann, in die Rolle des ortsunkundigen Besuchers zu schlüpfen.

In der Regel wird die Reise, wie sie Gegenstand journalistischer Berichterstattung ist, nicht aus geschäftlichen oder weiteren, z. B. familiären Gründen angetreten. Die hier in Rede stehende Reise dient dem „Vergnügen“, ist eine Reise zur Zerstreuung, Unterhaltung oder auch Bildung. Das muss freilich nicht sein, es gibt auch andere Zielgruppen für Reiseberichte, etwa die Zeitschrift für den Vielflieger *Business Traveller* – aber das sind kleine Ausnahmen.

Legt man das zentrale Muster zugrunde, so erscheint die Rolle des Journalisten klar abgesteckt zu sein. Er reist dem Leser des Reiseberichts voraus, wie ein Pfadfinder oder Scout, ist sozusagen Auge und Ohr dessen, der ein zumindest potentielles Interesse an dieser Reise hat. Fast könnte man (in freier Interpretation eines Bildes von Marshall McLuhan „die Medien sind Massage und nicht nur Message“, McLuhan 1964) den Reisejournalisten als Verlängerung menschlicher Sinnesorgane interpretieren. In diesem Bild berichtet der reisende Journalist von entfernten Orten im Auftrag und unter Beachtung der Interessen seiner Leser, der dann in Abwägung der geschilderten Vor- und Nachteile sich selbst auf die Reise macht.

Was so plausibel klingt, ist ein sicherer Weg, den Reisejournalismus nicht zu verstehen und den Leser falsch zu bedienen. Sicherlich gibt es Situationen, bei denen der lesende Kunde sich mental gerade an dem Punkt seiner gedanklichen Erwägungen befindet, da er eine Reise plant, bereits bestimmte Ziele in die nähere Wahl einbezogen hat und sich gezielt informieren will. Dann mag er auf der Titelseite von *GEO* oder *Merian* entdecken, dass „sein“ Ziel Thema ist und das Heft daraufhin erwerben. Aber meist ist er dann schon in die Phase gerückt, in der er eher zum Reiseführer in Buchform greift. Und die sind zwar eng mit der Reiseberichterstattung verknüpft (welche als Vorform zum Buch interpretiert werden kann), aber für ihre Erstellung gelten andere handwerkliche Regeln.

Nehmen wir also die Realitäten zur Kenntnis: Die Reisemagazine werden vor allem im Abonnement bezogen, also gilt das Interesse den fremden Welten allgemein und nicht spezifischen Zielen. Und die Reiseseiten der Tageszeitungen oder Reisefilme im Fernsehen erscheinen in schöner Regelmäßigkeit, sind also nicht gezielt nach Interesse abrufbar. Trotz aller damit verbundenen Streuverluste sind Reiseberichte aber bei den Lesern populär. Also muss es andere Gründe für die Motivation zum regelmäßigen Lesen geben.

Der große Reiseschriftsteller William Somerset Maugham schrieb einst: „Der kluge Mann reist nur in Gedanken“. Und er setzt noch eines drauf, indem er behauptet: „Die Reisen, die man vor seinem eigenen Kamin unternimmt, sind wahrscheinlich die schönsten; denn dabei büßt man keine Illusionen ein.“ (Maugham 1951: 215 f.). Tatsächlich ist jeder Reisejournalist gut beraten, wenn er davon ausgeht, dass die Mehrzahl seiner Leser kein oder höchstens ein vages Interesse am geschilderten Reiseziel hat. Dann erscheint das Studium der Reportage nicht als Vorbereitung der Reise zu einem konkreten Ziel, sondern eher als deren Ersatz, die Reportage wird zum Reise-Surrogat. Ein wenig vergleichbar den großen Vergnügungsparks, wo der Besuch von Pappkulissen, von Burgen, Urwäldern und Schatzinseln im Stile von Disneyland, die Suggestion ferner Welten ohne deren Gefahren und Unbill liefert. Dabei wird die Mühsal der Abenteuerreise erspart, weil man familienfreundlich aus dem dazugehörenden Hotelkomplex in die Pseudo-Fremde abtauchen kann. Der Reisejournalist muss wissen: Häufig wird er für einen Leser schreiben, der „Ohrensessel-Reisender“ ist.

Die hohe Bedeutung, die der Bebilderung zukommt, nährt diese Einschätzung. Heute werden fast alle Reiseberichte von – inzwischen fast immer farbigen – Abbildungen begleitet, die als „Eyecatcher“ den ersten Blickkontakt mit dem Leser herstellen. Entsprechend reizvoll müssen diese Bilder sein, fast immer zeigen sie das Reiseziel in freundlichem Licht, oft kommen die Vorlagen geradewegs aus den Schubladen von Touristikzentralen oder PR-Agenturen. Unsere Träume bestehen vor allem aus Bildern, folglich werden Reiseträume