

Reiseführer - Empfehlungen

Beitrag von „Talida“ vom 21. April 2006 23:10

So, ich bin zurück aus China und es war unglaublich! Bezuglich der Reiseführer sind wir mit dem Kunstreiseführer von Dumont sehr gut zurecht gekommen. Den Reise-Know-How haben wir als wenig informativ empfunden. Der ist wohl wirklich eher etwas für Individualreisen, wenn man Adressen von Hotels und Restaurants benötigt. Auch Anreise und Weiterreise sind ausführlich beschrieben.



Meine Flugangst hat sich durch die Übung (drei Inlandsflüge) etwas gelegt. Heute haben wir angefangen die ca. 2000 Fotos und Minifilme zu sortieren. Ich musste mir sogar eine zweite Speicherkarte kaufen, da die 2 GB schnell voll waren.

Als kurzen Reisebericht kann ich nur sagen: Es hat sich (auch als Pauschalreise mit gewissen Einschränkungen) gelohnt und die vielen Eindrücke müssen erst verarbeitet werden. Allein Peking mit der Großen Mauer und dem Kaiserpalast ist schon eine Reise wert. Neben den typischen Touristenattraktionen - Terrakottaarmee, Gärten, Tempelanlagen, Karstberge, Pekingoper, Artistenshow, Flussfahrt - waren wir auch in Shanghai. Die totale Reizüberflutung! Gigantisch, futuristisch, besonders bei Nacht - an Strom für die Beleuchtung wird nicht gespart! Das Wetter war von windig-kalt in Peking bis schwül-warm im Süden richtig gut, das Mittagessen leider 'entschärft', aber am Abend hatten wir fast immer Zeit, den örtlichen Nachtmarkt oder Beefnudeln im Imbiss neben dem Hotel zu testen.

Nervig: die Zwangsverkaufsveranstaltungen in jeder Stadt (staatl. verordnet für ausländische Gruppen), z.B. Besichtigung einer Manufaktur mit kurzer Erklärung und langem Aufenthalt zum Kaufen (der Reiseführer bekommt Provision und angeblich kein Gehalt ...). Wir beide haben uns beschwert und unsere Mitreisenden gegen uns aufgebracht, weil diese die chinesischen Butterfahrten gut fanden! 😊 Unserer Meinung nach wurde dadurch das gebuchte Programm zeitlich gekürzt, zumal diese Veranstaltungen vom Reiserveranstalter nicht angekündigt waren. Ein Gespräch an höherer Stelle brachte dann wenigstens den Erfolg, dass die letzte Veranstaltung ans Ende des Tages gelegt und uns ein Alternativprogramm angeboten wurde.

Auch nervig: der sogenannte 'Hallo-Hallo-Markt' an allen touristisch interessanten Orten. Die bei uns als zurückhaltend geltenden Chinesen kennen kein Pardon, wenn sie Postkarten und sonstigen Kitschkram an die Langnasen verkaufen wollen. So sind es dann die englischen Bezeichnungen dieser Artikel und die den Preisvorstellungen entsprechenden Zahlen, die diese freundlichen Wesen aus dem fernen Osten erstaunlich laut und deutlich als erste Fremdsprache beherrschen. Auch vor Körperkontakt schrecken sie nicht zurück und beantworten Rückfragen mit der stets lächelnden Wiederholung ihres Schlachtrufs: "Hallo, Hallo! Looky, Looky!"

Willkommen in der Marktwirtschaft!

Ansonsten kommt man mit Englisch nicht weit, selbst in den großen Hotels nicht. Es ist höchstens eine Person pro Schicht anwesend, die notdürftig ein paar Floskeln beherrscht. Ich könnte viele lustige Geschichten erzählen, zu welchen Missverständnissen es kommt, wenn man einen verstopften Abfluss meldet oder im Kaufhaus die Kinderbuchabteilung sucht. Überhaupt stehen in jedem Laden so viele Verkäufer herum, dass man sofort belagert und belabert wird, kaum dass man über die Schwelle getreten ist. Ruhe zum Aussuchen findet man nicht. So bin ich jetzt stolze Besitzerin zahlreicher Essstäbchen mit passenden Porzellanbänkchen. 😊

Eine Begebenheit schildere ich noch, sonst komme ich in eine Endloserzählschleife. Als wir den Weg zu einem bestimmten Kaufhaus suchten, fand sich ein hilfreicher Chinese, der in einem benachbarten Geschäft jemanden kannte, der jemanden kannte, der Englisch verstand. Dieser war im Besitz eines PC's mit Internetanschluss und mein findiger Freund kam auf die Idee, das Wort 'shopping center' in die Google-Übersetzungsfunktion einzugeben. Die chinesische Bezeichnung rief ein großen "Ho, Ho, Ho" hervor und sofort wurde uns der richtige Weg gezeigt. Das Internet verbindet halt!

Talida