Preview

Destination Branding mit Frauen-Fußball. Können auch die Austragungsorte der FIFA Frauen-Weltmeisterschaft 2011 vom Megaevent profitieren? In: Gronau, W., Zukunftsfähiger Tourismus - Innovation und Kooperation (angenommen)

Bildungsräume als Marketinginstrumente – Chancen und Risiken. In: Pries, M., M. Schneider, R. Kahl (Hrsg.): Bildungsräume in Bewegung. Perspektiven aus Wissenschaft, Wirtschaft und Praxis (angenommen)

Langzeitstudie zur Imagewirkung von Events - FIFA Frauen-Weltmeisterschaft Deutschland 2011™. In: Boksberger, P. & M. Schuckert, Innovationen in Tourismus und Freizeit. Hypes, Trends und Entwicklungen. Schriften zu Tourismus und Freizeit, Band 12, S. Berlin: Erich Schmidt Verlag. (angenommen)

Destination Branding - Identitätsbasiertes Markenmanagement im Städtetourismus am Beispiel der Fußball-WM 2006. In: Kreilkamp, E., Profilbildung und Branding. Schriften zu Tourismus und Freizeit, Band X. Berlin: Erich Schmidt Verlag. (angenommen)

2009-2011

(58) *Hartmann, R. & M. Herwig*: "The best Job in the World" vs. "Die Botschafter der Ostfriesischen Inseln" - Social Media als neues Marketingtool im Tourismus. In: Boksberger, P. & M. Schuckert (Hrsg.), Innovationen in Tourismus und Freizeit. Hypes, Trends und Entwicklungen. Schriften zu Tourismus und Freizeit, Band 12, S. 79-91. Berlin: Erich Schmidt Verlag 2011.

(57) Freizeitmarketing als Baustein der Stadtentwicklung - Fallstudien zur Attraktivierung von Kleinstädten für die Zielgruppe Jugendliche und junge Erwachsene. In: Freericks, R. & D. Brinkmann (Hrsg.): Zukunftsfähige Freizeit. Analysen, Perspektiven, Projekte, S. 161-172. IFKA-Dokumentation, Band 25. Bremen 2011.

(56) Eritrea: Neubeginn mit Tourismus 2.0. Aktualisierte Bewertungen und ein integratives Konzept; 2. aktualisierte Auflage (1. Auflage 1998); Saarbrücken: Südwestdeutscher Verlag für Hochschulschriften 2011.

(55) Soqotra – „Galapagos des Indischen Ozeans“? Rezension zur Monographie von Anja-Nadine Mayer: Probleme touristischer Entwicklung auf der Insel Soqotra: vom Missverständnis „Ökotourismus“ zu nachhaltigem Tourismus? Jemen-Studien, Band 19; Dr. Ludwig Reichert Verlag, Wiesbaden 2009. In: Jemen Report, Jahrgang 42, Heft 1+2 2011, S. 134-135.

(54) Event Marketing – Opportunities for cultural sites. In: Schöbel, G. (Ed.): *live*ARCH. Living History in Archaeological Open Air Museums, S. 84-88. Unteruhldingen 2010.

(53) *Hartmann, R. & M. Krause:* Stakeholder – Shareholder. Corporate Social Responsibility bei deutschen Reiseveranstaltern. In: Egger, R. & T. Herdin (Hrsg.), Tourismus im Spannungsfeld von Polaritäten, S. 177-190. Wien: LIT Verlag 2010.

(52) Freizeitmärkte als kulturtouristische Ressource. Marktabgrenzung, Segmentierung von Teilmärkten und Marktpotenziale. In: A. Kagermeier & F. Raab (Hrsg.), Wettbewerbsvorteil Kulturtourismus, Innovative Strategien und Produkte. Schriften zu Tourismus und Freizeit, Band 9, S. 65-82. Berlin: Erich Schmidt Verlag 2010.

(51) *Freericks, R., R. Hartmann & B. Stecker:* Freizeitwissenschaft. Handbuch für Pädagogik, Management und nachhaltige Entwicklung. Lehr- und Handbücher zu Tourismus, Verkehr und Freizeit. München: Oldenbourg Verlag 2010.

(50) Touristische Profilierung und Markenentwicklung der zwölf Austragungsorte im Umfeld der FIFA Fußball-WM 2006. In: Bogusch, S., A. Spellerberg, H. Topp & C. West (Hrsg.): Organisation und Folgewirkung von Großveranstaltungen. Interdisziplinäre Studien zur FIFA Fußball-WM 2006™, S. 41-62. Wiesbaden: VS-Verlag 2009.

Public Relations 2009-2011

- *Interview mit dem **dpa-Themendienst** zum Thema Freizeitgestaltung / Nähen als Trend. U.a. erschienen in Süddeutsche.de, Lübecker Nachrichten, Augsburger Allgemeine (12.08.2011)*
- ***Radio-Interview mit dem Südwestrundfunk, Baden-Baden** / SWR2 Kontext: „Kein Urlaub im arabischen Frühling!- Warum bleiben die Touristen weg?"; ausgestrahlt am 27.06.2011. http://www.swr.de/swr2/programm/sendungen/kontext/-/id=4352076/nid=4352076/did=8084554/19tee1d/index.html*
- ***Radio-Interview mit RADIO BREMEN** / Nordwestradio zur Themenwoche „Der mobile Mensch": Die Zukunft der Mobilität im Nordwesten: Der Flugverkehr", ausgestrahlt am 25.05.2011. http://www.radiobremen.de/mediathek/index.html?id=048919*
- *Interview mit dem **Delmenhorster Kreisblatt** zur aktuellen Krise in Ägypten, erschienen am 03.02.2011 (Seite 3): „Keine Erholung im Krisengebiet".*
- ***Fernseh-Interview mit RADIO BREMEN** / Sendereihe: buten un binnen Magazin zum Thema „Was ergründet ein Freizeitforscher?" am 13.11.2010. http://www.radiobremen.de/mediathek/index.html?id=038012*
- *Interview mit der **Zeitschrift Touristik Aktuell** zum Studiengang Freizeitwissenschaft, erschienen unter dem Titel „Karrieresprung Freizeit" in TOURISTIK AKTUELL 37/2010 (21.09.2010)*
- ***Radio-Interview mit RADIO BREMEN** / Nordwestradio zum Thema „Entwicklungsperspektiven des Bremer Flughafens" ausgestrahlt am 28.04.2010*
- *Interview mit der **Zeitschrift LAURA** zum Thema „Wie plane ich die perfekte Reise für mein Kind?" in LAURA 13/10 (24.03.2010)*
- *Interview mit dem **dpa-Themendienst** zum Studiengang Freizeitwissenschaft. U.a. erschienen in Süddeutsche.de, Lübecker Nachrichten, Aachener Zeitung, Rhein Zeitung (08.03.2010)*
- *Interview mit den **Wolfsburger Nachrichten** zur Imagestudie der Austragungsorte der Frauenfußball-WM 2011 (26.02.2010)*
- *Interview mit dem **dpa-Themendienst** zum Thema „Reisen bildet". U.a. erschienen im Kölner Stadt-Anzeiger; Donaukurier; Gießener Allgemeine (07.12.2009/09.01.2010)*
- *Interview mit der **Zeitschrift LAURA** zum Thema Reiseversicherungen, erschienen unter dem Titel „Ohne Sorgen in die Ferien" in LAURA 24/09 (03.06.2009)*
- *Interview mit der **Zeitschrift LAURA** zum Thema Wirtschaftskrise, erschienen unter dem Titel „So sparen Sie Geld durch die Krise" in LAURA 13/09 (18.03.2009)*
- *Laufende Presseberichte über verschiedene Projekte in diversen regionalen Zeitungen*

2005-2008

(49) Markenentwicklung und Imageprofilierung im Städtetourismus. In: Freytag, T. & A. Kagermeier (Hrsg.): Städtetourismus zwischen Kultur und Kommerz. Studien zur Freizeit- und Tourismusforschung, Bd.1, S. 111-128. München/Wien: Profil Verlag 2008.

(48) New Generation Stadtmarketing. Empirische Befunde, Trends und Ansätze für die Forschung. In: Freyer, W., M. Naumann & A. Schuler (Hrsg.), Standortfaktor Tourismus und Wissenschaft – Herausforderungen und Chancen für Destinationen. Schriften zu Tourismus und Freizeit, Band 8, S. 59-76. Berlin: Erich Schmidt Verlag 2008.

(47) *Hartmann, R. & J.E. Peters*: Controlling von Business Improvement Districts (BID) - Grundlagen und exemplarische Entwicklung eines Indikatorensets. In: Pechlaner, H. & A. Zehrer (Hrsg.), Business Improvement Districts (BID) – Grundlagen, Konzepte, Perspektiven, Schriftenreihe Management und Unternehmenskultur, Band 17, S. 45-67. Wien: Linde-Verlag 2008.

(46) Berufschancen für Freizeitwissenschaftler im Stadtmarketing und Destinationsmanagement. Tätigkeitsspektren, Anforderungsprofile und Studieninhalte. In: Spektrum Freizeit, Halbjahreszeitschrift Freizeitwissenschaft, I & II / 2007, S. 29-39.

(45) *Hartmann, R. & M. Stelljes*: Cross-Marketing als innovatives Instrument im Destinationsmanagement. In: Egger, R. & T. Herdin (Hrsg.), Tourismus – Herausforderung - Zukunft, S. 313-326. Wien: LIT Verlag 2007.

(44) *Hartmann, R. & K. Fischer*: Markenentwicklung und Imageprofilierung durch sportliche Großereignisse. Haben die Austragungsorte der Fußball-WM 2006 ihre Chance genutzt? In: Schmude, J. & K. Schaarschmidt (Hrsg.), Tegernseer Tourismus-Tage 2006, Proceedings, Beiträge zur Wirtschaftsgeographie Regensburg, Band 9, S. 77-88. Regensburg 2007.

(43) *Hartmann, R. & K. Markus:* Website accessibility in the cruise market. In: Conrady, R. & Buck, M., Trends and Issues in Global Tourism 2007, pp. 185-200. Heidelberg: Springer Verlag 2007.

(42) Potenziale des integrierten Tourismus – Eritreas Chancen für ein bedeutendes Urlaubsreiseziel verschwinden in den Regionalkonflikten. In: eins Entwicklungspolitik, Information Nord-Süd, Heft 2-3-2007 Februar, S. 40-42.

(41) Asmara eine touristische „Unique Selling Proposition“. In: eins Entwicklungspolitik, Information Nord-Süd, Heft 2-3-2007 Februar / Dossier: Asmara. Afrikas heimliche Hauptstadt der Moderne, S. XIV.

(40) *Hartmann, R. & K. Markus*: E-Commerce im Kreuzfahrttourismus: Onlinekommunikation für die Zielgruppe 50+. In: Haehling v. Lanzenauer, C. & K. Klemm (Hrsg.), Demographischer Wandel und Tourismus. Zukünftige Grundlagen und Chancen für touristische Märkte. Schriften zu Tourismus und Freizeit, Band 7, S. 197-228. Berlin: Erich Schmidt Verlag 2007.

(39) New Destination Eritrea? Tourism Development, its Potentials and Risks. In: Geographische Rundschau / International Edition, Vol. 2, No. 3/2006, pp. 44-50.

(38) Inner City Playground – Success Factors Viewed by City Marketing Officials (Spielareal Innenstadt – Erfolgsfaktoren aus der Sicht des Stadtmarketing). In: Leisure & Play – The International Magazine for Planners of Leisure Installations, Mai/Juni 2006, pp. 22-26.

(37) Zur Rolle der Business Improvement Districts (BID) für den Tourismus - Entwicklung des BID-Ansatzes und Verflechtungen mit der Tourismuswirtschaft. In: Leder, S. & A. Steinecke (Hrsg.), Aktuelle Themen der Tourismusforschung. Märkte – Events – Methoden. Paderborner Geographische Studien zu Tourismusforschung und Destinationsmanagement, Band 19, S. 195-202. Paderborn 2006.

(36) „New Generation“ Stadtmarketing: sachlich, pragmatisch-ökonomisch, erlebnisorientiert. In: Stadt und Raum 1/2006, S. 4-5.

(35) Die Stadt als Freizeit- und Erlebnisraum – Erlebnismarketing und –inszenierung im Städtetourismus. In: Reuber, P. & P. Schnell (Hrsg.), Postmoderne Freizeitstile und Freizeiträume. Schriften zu Tourismus und Freizeit, Band 5, S. 193-202. Berlin: Erich Schmidt Verlag 2006.

(34) Inszenierung von „echten“ Erlebnissen als Erfolgsfaktor für den Städtetourismus. In: Schmude, J. & A. Piermeier (Hrsg.), Tegernseer Tourismus-Tage 2004, Proceedings. Beiträge zur Wirtschaftsgeographie Regensburg, Band 8, S. 9-15. Regensburg 2005.

(33) Die Relevanz von Business Improvement Districts (BID) für Tourismus und Freizeit. In: ITB Convention 2005, Documentation. Market Trends & Innovations (CD-Rom-Veröffentlichung).

Public Relations 2005-08

- *Interview mit dem dpa-Themendienst zum Thema „Reiseziele in islamischen Ländern“. U.a. erschienen bei Süddeutsche.de; Die Welt (17.12.2008)*
- *Interview mit dem dpa-Themendienst zum Thema „Nachhaltigkeit im Tourismus“. U.a. erschienen bei Süddeutsche.de; Kölner Rundschau; Schwäbische Zeitung; General Anzeiger Bonn (13.06.2008)*
- *Interview mit dem dpa-Themendienst zum Thema Fair-Trade im Tourismus. U.a. erschienen bei Spiegel online, „Fair-Trade-Urlaub - Bewusster Leben, bewusster Reisen“ (19.05.2008);Tagesspiegel Berlin; Die Welt; Potsdamer Neuste Nachrichten, Südkurier u.a.*
- ***Fernseh-Interview** mit Center TV Bremen zum Thema „Tourismus in Diktaturen“, ausgestrahlt in der Sendung „Stadtgespräch“ am 18.03.2008.*
- *Interview mit dem dpa-Themendienst zum Thema Tourismus in Diktaturen. U.a. erschienen bei Spiegel online, „Es gibt kein richtig oder falsch“(15.02.2008); Süddeutsche Zeitung, „Urlaub mit Gewissensbissen“ (18.02.2008); Tagesspiegel Berlin, Kölner Stadtanzeiger u.a.*
- *Interview für den Newsletter „city of science“ der UniTransfer - die Transferstelle der Universität Bremen. Erschienen unter dem Titel „Freizeitwissenschaftler beraten Bremen und umzu“ am 12.11.2007 (http://www.city-of-science.de/news.jsp?id=3990211)*
- *Interview mit der Rhein-Neckar-Zeitung (Heidelberg) zum Thema ‚Markenbildung im Städtetourismus’, erschienen unter dem Titel „Heidelberg soll sich moderner vermarkten“ (25.06.2007).*
- *Interview mit der Celleschen Zeitung zum Thema ‚Geschichtstourismus’, erschienen unter dem Titel „Experten: Mittelalter liegt voll im Trend“ (10.04.2007).*
- *Interview mit der Tageszeitung (TAZ Nord) zum Thema ‚Tourismusgipfel Nord’, erschienen unter dem Titel „Alle schmeißen in einen Topf (03.04.2007, S. 22).*
- *Interview mit der Celleschen Zeitung zum Thema ‚Markenbildung, erschienen unter dem Titel „Auf schnuckelige Schnucken setzen: Verkaufen mit dem Heide-Symbol“ (30.03.2007).*
- *Interview mit der Celleschen Zeitung zum Thema Markenentwicklung von Städten, Artikel erschienen unter dem Titel „Weihnachtsmannmeisterschaft für Celle als Marke“ (02.12.2006).*
- *Interview mit der Allgemeinen Hotel- und Gaststätten-Zeitung zum neuen Master of Arts in Leisure and Tourism, Artikel erschienen unter dem Titel „Ausbildung: Gerüstet für die Zukunft“ (Ausgabe Nr. 31/2006 vom 05.08.2006).*
- *Interview mit dem Hamburger Abendblatt zum Thema ‚Trends in der Gastronomie’, Artikel erschienen unter dem Titel „Wenn die Bar zum Wohnzimmer wird…“ (25.02.2006).*
- *Interview mit der Tageszeitung (TAZ Bremen) zum Thema ‚Zukunft des Städtetourismus in Bremen’, erschienen unter dem Titel „Bremen ist doch eine Reise wert“ (24./25.09.2005, S. 23).*
- *Laufende Presseberichte über verschiedene Projekte (Weserkurier, Kreiszeitung, Verdener Aller-Zeitung u.a.)*

2000-2004

(32) Husum – Von der grauen Stadt am Meer zum Windstandort Nr.1 in Deutschland? In: Cima direkt. Zeitschrift für Stadtentwicklung und Marketing, Heft 1/2004, S. 6-7.

(31) Vitalization of the City by Business Improvement Districts (BID). In: Leisure & Play – The International Magazine for Planners of Leisure Installations, Heft 1/2 2004, S. 15-16.

(30) *Hartmann, R., A. Schmidt & M. Seibold:* Benchmarking als Analyse-Instrument im Städtetourismus. In: Schmude, J. (Hrsg.), Tegernseer Tourismus-Tage 2002, Proceedings. Beiträge zur Wirtschaftsgeo-graphie Regensburg, Band 6, S. 67-71. Regensburg 2003.

(29) Bitte ein BID! Neue Wege im City-Management. In: Stadt und Raum 6/2003, S. 384-386.

(28) Stadtmarketing – Katalysator für die Profilierung einer Stadt. In: Spielart, Jahrgang 2003, Ausgabe 2, S. 11.

(27) Wohin die Reise geht: Trends und Zukunftsprognosen im Tourismus. In: Cima direkt. Zeitschrift für Marketing im öffentlichen Sektor, Heft 1/2003, S. 24-25.

(26) Die Stadt als Erlebnisraum. In: Dokumentation der Tagung des DTV-Städte- und Kulturforums 2002. Deutscher Tourismusverband e.V. (Hrsg.), Neue Fachreihe, Heft 29. Bonn 2003.

(25) Strategische Ziele – Touristische Potenziale im Stadtmarketing weiter entwickeln und mit gesamtstädtischen Interessen verknüpfen. In: Der Gemeinderat. Unabhängiges Magazin für Mandatsträger und kommunale Entscheider, Nr. 11/2002, S. 23.

(24) Karl May und Safari-Park als Zugpferde? – Weiterentwicklung touristischer Potenziale im Stadtmarketing an den Beispielen Bad Segeberg und Schloß Holte-Stukenbrock. In: Cima direkt. Zeitschrift für Marketing im öffentlichen Sektor, Heft 1/2002, S. 6-7.

(23) Hartmann, R. & A. Schmidt: Benchmarking im Tourismus – Die Besten setzen die Maßstäbe. In: Cima direkt. Zeitschrift für Marketing im öffentlichen Sektor, Heft 1/2002, S. 10-11.

(22) Die Inszenierung der Stadt als Erlebnisraum: Ab in die Mitte! In: Stadt und Raum 5/2001, S. 284-287.

(21) Frischer Wind im Osten – Wird Mecklenburg-Vorpommern zum Trendsetter für neue Ferien-Großprojekte? In: Cima direkt. Zeitschrift für Marketing im öffentlichen Sektor, Heft 3/2000, S.18-19.

Public Relations 2000-04

- *Interview mit dem **Fachmagazin „Bulletin“** der Österreich Werbung zum Thema Benchmarking, erschienen unter dem Titel „Best practise“ (Ausgabe 07/2003, S. 22-24).*
- ***Radio-Interview** mit dem Westdeutschen Rundfunk (WDR2) zum Thema Nachhaltiger Tourismus am Beispiel Äthiopien, ausgestrahlt im Abendmagazin in der Sendung „Reisezeit“ am 18.04.2000.*
- *Laufende Presseberichte über verschiedene Projekte in diversen regionalen Zeitungen*

1994-1999

(20) Yemen: The Gulf Conflict and the Workers' Emigration. In: Niblock, T. & R.J.A. Wilson (Hrsg.): The Political Economy of the Middle East. Durham 1999.

(19) *Hartmann, R. & T. Meier:* Ohne Rücksicht auf Verluste. Der Krieg zwischen Äthiopien und Eritrea droht beide Länder zu ruinieren. In: Der Überblick, Nr. 1/1999, S. 80-82.

(18) Fehlstart beim Aufbau des Tourismus vermeiden. Modell des integrativen Planungs- und Entwicklungskonzepts. In: FVW International, Nr. 5/ 1999, S. 220-222.

(17) Kein Frieden in Sicht. In: Südwind - Magazin für Entwicklungspolitik, Nr. 6/ 1999, S. 21.

(16) Das Modell des integrativen Planungs- und Entwicklungskonzepts - den Tourismus verantwortungsvoll steuern. In: Zum Thema, Nr. 31 (1999), „Die Kunst des Reisens - moderne Flucht in virtuelle Paradiese?“ (http://www.zum-thema.com). - Zugriff nicht mehr möglich -

(15) Karibik contra Kühlungsborn? Wie können die heimischen Tourismusregionen auf die Urlaubswünsche der Deutschen reagieren? In: Cima direkt. Zeitschrift für Marketing im öffentlichen Sektor, Heft 3/1999, S. 25.

(14) Tourismusentwicklung ade? In: Selam Eritrea, Nachrichten- und Kulturmagazin zu Eritrea, Nr. 13/14/ 1999, S. 21-23.

(13) Hartmann, R. & T. Meier: Krieg ums Horn. In: Blätter des Informationszentrums Dritte Welt, Nr. 236/ 1999, S. 44-45.

(12) Hartmann, R. & T. Meier: Machtkampf am Horn von Afrika. Es gibt nur Verlierer. In: Afrika-Bulletin, Nr. 95/1999, S. 10-11.

(11) *Hartmann, R. & T. Meier:* Äthiopien und Eritrea im Krieg. In: Geographische Rundschau 50, S. 537-538. Braunschweig 1998.

(10) Eritrea: Neubeginn mit Tourismus. Ein integratives Planungs- und Entwicklungskonzept. Arbeiten aus dem Institut für Afrika-Kunde 99. Hamburg 1998 (=Dissertation).

(9) Entdeckungen am Horn von Afrika. Eritrea als Nischendestination für angepasste Formen des Tourismus. In: Ökozid Journal - Zeitschrift für Ökologie und Dritte Welt, Nr.15/1998, S. 23-28.

(8) Eritrea in der Pionierphase des Tourismus. Entwicklungen, Analysen und eine Typisierung der gegenwärtigen Nachfrage. In: Tourismus Journal, Jahrgang 1 (1997), Heft 2, S. 193-206.

(7) *Beese, A. & Fleischmann, J. & Hartmann, R. (Hrsg.):* Der Rückspiegel. Bericht der Jemen-Exkursion 1996. Institut für Geographie, Universität Erlangen-Nürnberg 1996.

(6) Eritrea - Destination der Zukunft ? In: Fink Brief 4/1996, S. 12-13.

(5) Mit eigenen Ressourcen den Tourismus aufbauen. Eritrea: Stand der Entwicklung, touristisches Potential und erste Entwicklungsstrategien. In: FVW International, Nr. 20/1995; Destination Report Africa, S. 15.

(4) Yemeni Exodus from Saudi-Arabia: The Gulf Conflict and the Ceasing of the Workers' Emigration. In: Journal of South Asian and Middle Eastern Studies, Vol. 19/1995, No. 2, p.38-52.

(3) Der Verlauf und die Auswirkungen der Arbeitsemigration aus dem Jemen. Heidelberg 1994; Selbstverlag.

(2) Jemenitischer Exodus aus Saudi-Arabien. In: Jemen-Report 25/1994, Heft 2, S. 38-44.

(1) *Hartmann, R. (Hrsg.):* Vom Dach Arabiens ins Chicago der Wüste. Berichte der Jemen-Exkursion des Geographischen Instituts der Universität Heidelberg 1992. Heidelberg 1994.

Public Relations / Reiseberichte 1993-99

- ***TV-Interview** und redaktionelle Unterstützung des Westdeutschen Rundfunks (WDR Fernsehen) bei der Reportage „Weiße Sonne – Rotes Meer“, Impressionen aus Eritrea, ausgestrahlt in der ARD-Sendung „Weltreisen“ am 17.11.1996.*
- *Unterstützung des Max Kasparek Verlags bei der Vorbereitung des Buches „Eritrea. Ein Reiseführer“, erschienen 1995 und 1998 (2. Auflage).*
- *Noch wird Tourismus hier klein geschrieben. Entdeckungsreise durch ein Mosaik von Kulturen und Landschaften. In: Rhein-Neckar-Zeitung, Nr. 5/1995, S. 46.*
- *„Welcome to free Eritrea“. In: Kreiszeitung, Nr. 36/1995 (Magazin zum Sonntag).*
- *Unterwegs zum Dach Arabiens. Auf Abenteuertour in der Bergwelt des Jemen. In: Rhein-Neckar-Zeitung (Heidelberg), Nr. 268/1993, S. 34.*
- *„...und Allah ist der Größte“. Auf Exkursionsreise durch den Jemen. In: Kreiszeitung (Syke), Nr. 43/1993 (Magazin zum Sonntag).*