



DOM

Ausgabe: Sommerdom 2011

ZEITUNG

SOMMERDOM 2011 VOM 29. JULI BIS ZUM 28. AUGUST 2011

Online Ausgabe auf www.hamburg.de/DOM

Die Veldkamps

„Wir Menschen vom DOM, Teil 2“
S. 9

Special

Der TOUCHDOWN zum Sommerdom
S. 3

Gewinnspiele

diesmal auf S. und auf S.
S. 12

**Lageplan herausnehmbar!
In der Mitte der Zeitung**

DER TEST BEI RTL IM APRIL 2011

VOLKSFEST ODER FREIZEITPARK?

Im April veranstaltete RTL einen großen Test in seinen Informationsprogrammen, u.a. in Punkt 12! Folgende Frage lag dem Test zugrunde: Welches Vergnügen kostet mehr: Volksfest oder Freizeitpark? Das Fazit fiel klar zugunsten eines Tages auf dem Volksfest aus. Im RTL Test sollten jeweils 5 Personen jeweils einen Tag im Freizeitpark sowie einen Tag auf dem Volksfest verbringen. Vier verschiedene Kriterien wurden angelegt:

1. Fahrgeschäfte:

Im Freizeitpark zahlt die Familie für 2 Erwachsene und drei Kinder 150€ pauschal für die Benutzung aller Fahrgeschäfte. Die Gruppe Volksfest gab für die Nutzung der gleichen Anzahl von Fahrten insgesamt nur 96€ aus! Eine besonderer Aspekt wurde dabei zugunsten des Volksfestes deutlich: die Wahl der Angebote ist vollkommen frei. Im Freizeitpark muss jede(r) mitmachen, ob er (sie) will oder nicht.

2. Essen und Getränke

Bei diesem Kriterium halten sich Volksfest und Freizeitpark die Waage: jeweils 35€ mussten für jeweils 5 Portionen Currywurst mit Fritten gezahlt werden. In beiden Fällen wird nicht an der Qualität gespart und das hat dann auch den entsprechenden Preis.

3. Glücksspielangebote:

Wurf- Schieß- oder Losstände

Auch hier ist wiederum das Volksfest günstiger (30€) als der Freizeitpark. Hier kosten diese Angebote wiederum extra! Für die Nutzung von Wurf- oder Spielgeschäften zahlten die Probanden dort 33€.

4. Zusatzkosten: Fotos, Souvenirs (vor allem für Kinder)

Gerade bei den Zusatzangeboten zum eigentlichen Besuch von Fahr- und Gastronomiegeschäften fällt der Freizeitpark deutlich hinter das Volksfest zurück. Die 5 Testteilnehmer kauften für insgesamt 83€ Souvenirs, während auf dem Volksfest nur 60€ fällig wurden.

5. Gesamtfazit (jeweils für 5 Personen – wirklich alle Angebote wurden genutzt!):

Auf dem Volksfest wurden von den 5 Personen insgesamt nur 240€ ausgegeben, während im Freizeitpark insgesamt 315€ bezahlt werden mussten - wichtig ist nochmals zu betonen, dass die gleichen Kriterien angelegt wurden und die Teilnehmer alle Angebote genutzt haben. Zu Beginn wurde geschätzt und subjektiv glaubten die Teilnehmer, dass der Freizeitpark günstiger sein würde. Das Fazit war aber eindeutig: Ein Tag auf dem Volksfest ist ca. 26% billiger...! Und noch ein klares Votum wurde am Ende dieses Testes für das Volksfest abge-

geben: während im Freizeitpark insgesamt 120 Minuten pro Tag gewartet werden musste (das beginnt bereits auf dem Parkplatz und mit langen Warteschlangen vor den Kassenhäuschen)

musste auf dem Volksfest kaum angestanden werden! Das sparte insgesamt 2 Stunden Zeit...! Natürlich lässt sich sparen, weil man kaum JEDES Angebot -wie die RTL-Tester- wahrnehmen kann, das Ergebnis ist doch recht deutlich und klar. Ein Tag auf einem Volksfest wie dem DOM ist günstiger als mancher denkt – wie es jetzt auch im Test gezeigt wurde. Den Film zum Thema findet man unter: www.rtl.de/punkt12

GRUSSWORT DES ERSTEN HAMBURGER BÜRGERMEISTERS OLAF SCHOLZ

Seit seinen Anfängen im Mittelalter – Namensgeber ist der ehemalige Hamburger Marien-DOM – hat sich der Hamburger DOM zu einem Volksfest der Super-lative entwickelt. Mit seinen bis zu 250 Schaustellerbetrieben und 10 Mio. Besuchern auf dem Heiligengeistfeld jährlich beweist er, welche Bedeutung er für die Stadt hat und welche Wirtschaftskraft klein- und mittelständische Betriebe in Hamburg entfalten können. Wenn im Sommer viele Touristen aus Deutschland und aller Welt Hamburg zum Ziel ihrer Urlaubsreise machen, wird der Hamburger DOM wieder zum



Schmelztiegel der Dialekte und Muttersprachen. Die Mischung aus Fahrgeschäften, Mandelduft und Sommergärten wird dann noch etwas bunter und präsentiert Hamburg weltoffen, dynamisch und originell. Allen Besuchern wünsche ich bei Ihrem Bummel über das Heiligengeistfeld viel Freude.

Allen Schaustellern und ihren Unternehmen wünsche ich viel Erfolg.

UNSER TITELBILD...

... wurde wieder von Bernd Nasner entworfen.

Der Künstler genießt es immer wieder Impressionen vom DOM einzufangen und sie zu Collagen zusammenzusetzen.

Bernd Nasner handelt als Geschäftsführer der Fotogalerie Photohaus, nicht nur mit hochwertigen Fotogeräten, sondern geht in Hamburg und Norddeutschland immer wieder auf die Jagd nach spannenden Motiven. Auch in dieser Ausgabe finden Sie einige seiner Arbeiten!

Unser Tipp: ist der neue individuelle Hamburg-Kalender 2011 mit 12 Moti-

ven die Hamburg in einem ganz besonderen Licht zeigen. Er kostet 19,90 Euro und ist noch lieferbar, Größe A 3

Das Photohaus Colonnaden, Große Theaterstr. 45 in Hamburg erreichen Sie Montags bis Freitags von 10-18 Uhr und Samstags von 10-16 Uhr, per Telefon (040-35 31 34) oder per Fax (040-34 26 53).

Weitere Infos unter www.photohaus.de



TOUCHDOWN

Unser Cocktail zum Sommerdom!

Auch diesmal kreiert Uwe Christiansen

wieder ein Meisterwerk: einen wunderbar fruchtigen

„fancy“ Drink, mit dem rötlichen Farbeffekt der Grenadine“

Der TOUCHDOWN ist ein besonderer Tipp der Barkarte! Mit Wodka, Pfirsichlikör, frischem Zitronensaft und Maracujanektar und einem Schuss Grenadine kommt er wirklich lecker daher.

Der Sommerdom war immer eine Reise wert...

Gerade der Sommerdom war für Uwe Christiansen immer ein Abenteuer! Gebürtig aus einem Dorf in Schleswig Holstein stand in den Sommerferien immer der große Ausflug nach Hamburg an. Da die Eltern selbständig waren, gab es im Sommer keine langen Urlaube. Nur eines war immer sicher: die Reise mit den Eltern und dem Bruder nach Hamburg auf den DOM! Der Mix aus Tradition und Moderne macht es für den Chef des Christiansen's heute immer noch. „Den Sommerdom finde ich persönlich sehr entspannt, man braucht sich nicht einzummeln, sondern kann luftig und locker bummeln. Natürlich gehe ich auch heute noch gern mit meiner Freundin zum DOM, für mich dabei immer ein Muss: Frische Pommes Frites mit Sauce Hollandaise. Ein Traum!“

Der DOM ist für den 2. Vorsitzenden der IG-St. Pauli nach wie vor ein großer Magnet, der Menschen nach Hamburg zieht. Für die Gewerbetreibenden im Stadtteil St. Pauli/Reeperbahn ist das enorm wichtig, da viele Besucher anschließend die angrenzenden Lokale besuchen. Außerdem ist der DOM für die Stadt Hamburg ein wahnsinniger Werbefaktor nicht nur in Deutschland, sondern auch international. „Ich erinnere mich, als ich noch zur See fuhr, kamen früher immer viele Engländer mit rüber „to the german beerfestival“, wahrscheinlich haben sie den DOM für das Oktoberfest gehalten...“

Der DOM hat für Uwe Christiansen eine lange und großartige Tradition. Mit seinem Mix würden alle angesprochen - vom jungen Menschen, über die Familien bis hin zu älteren Leuten -. Andere Großveranstaltungen seien da viel konzentrierter, z.B.: die „Harley Days“ oder der „Schlagermove“, deshalb bleibe der DOM zukünftig so enorm wichtig für Hamburg. Unser Sommerdom-Drink 2011: der TOUCHDOWN! Er ist einfach zu mixen und die Zutaten kann sich jeder günstig besorgen. Es geht übrigens auch ohne Alkohol, dann nennt sich der Cocktail bei Uwe e Viva Die alkoholfreie Variante ist ein feiner Erfrischer an heißen Sommertagen. Statt Wodka wird entsprechend nur Pfirsichsirup verwendet.

TOUCHDOWN

4cl Smirnoff Wodka

2cl Christiansens Likör vom

Pfirsich 1

2cl Zitronensaft

1cl Grenadine

12cl Maracujanektar

Glasform: Fancyglas

Herstellung: Shaker oder Hamilton Beach Mixer

Zubereitung: alle Zutaten mit Eiswürfeln in den Shaker geben und schütteln, anschließend in das mit crushed ice gefüllte Glas abseihen Für einen schicken Farbeffekt die Grenadine zum Schluss über den Drink gießen.

Dekoration: Kirsche, Limettenstück, Trinkhalm(e)

1 Alternativ: Pfirsichliköre von Peachtree oder Pecher Mignon



UNSER SPECIAL

Bei Vorlage der DOM ZEITUNG bekommt jeder den TOUCHDOWN oder VIVA während des Sommerdoms im „Das Herz von St. Pauli“ am Spielbudenplatz, im „Christiansen,s“ am Pinnaberg und in der neu gestalteten „TIKI-Bar Cabana“ am Fischmarkt bestellt, bekommt ihn zum halben Preis (so oft er möchte an einem beliebigen Abend für sich und einen Begleiter (20:00 bis Betriebsschluss)

Probieren Sie einmal den TOUCHDOWN – wirklich einer der besten Cocktails überhaupt!

Uwe Christiansen wünscht einen wunderschönen Sommerdom!



NÄHER VORGESTELLT: JUNGSCHAUSTELLER „MAN MUSS DAFÜR GEBOREN SEIN!“

Mit 26 Jahren bezeichnet sich Richard Pluschies noch als „Jungschausteller“, obwohl er bereits früh in die Familientradition des Schaustellergewerbes eingestiegen ist und seit seinem 21. Lebensjahr den eigenen Ausschank Dock 12 führt. P. Der sympathische Nachwuchsmann ist bereits seit 7 Monaten verheiratet natürlich mit einer Schaustellerin: „...**ist immer naheliegend, diese Frauen wissen wie das Leben hier läuft.**“ Und es ist manchmal auch praktisch, denn den eigenen Wohnwagen hat die Gattin gleich mit in die Ehe gebracht. **Wie wird man Schausteller?** „Meine Eltern wollten erst mal was anderes für mich, wichtig war ihnen eine gute Schulausbildung.“ Richard selbst wollte ursprünglich Computerfachmann werden. Früher betrieben die Pluschies' unter anderem das bekannte 'Psycho' und waren zwangsläufig viel unterwegs. Die drei Kinder mussten anfangs von Pflegeeltern betreut werden und später häufig mit einer Haushälterin zu Hause bleiben. „**Da flossen viele Tränen auf beiden Seiten.**“ Es war für



die Kinder natürlich schwer verständlich oft allein zu sein, aber die Eltern bestanden auf den Stützpunkt Hamburg. In den Ferien war es dann anders, die wurden gemeinsam mit den Eltern verbracht. Das war natürlich aufregend! So sehr, dass die älteren Schwestern Sandra und Mandy gleich nach dem Abschluss ins Schaustellergeschäft einstiegen und auch Richard dem Drang später nachgab. Wie es auch in Familienbetrieben anderer Berufsstände üblich ist musste Richard schon früh mithelfen. Schon während der Schulzeit mit 15-16 Jahren war das so, „Es war aber doch zu verlockend. Man lernt bei uns einfach schnell selbständig zu werden und flexibel zu sein - das macht natürlich Spaß. Mit 18 hatte ich schon zwei Jahre gearbeitet!“

Fest in der Hansestadt verankert zu sein, brachte auch Vorteile: „... gerade zur DOMzeit war ich natürlich was Besonderes: der 'Richard vom DOM'. Es gab verlockende Süßigkeiten, wie Zuckerwatte oder Mandeln und FREIKARTEN für mich und meine Freunde! So bin ich aufgewachsen und natürlich liegt es dann auf der Hand diesen abwechslungsreichen Beruf selbst zu ergreifen.“

Wie sieht der Tag aus? Um 9 Uhr in der Früh geht es los und wochentags ist man zumeist bis 23 Uhr beschäftigt. Mit der Öffnung und Schließung des Markttag es natürlich nicht getan. Am Wochenende ist sogar bis 24 Uhr geöffnet und da geht es dann bis 1 Uhr morgens weiter. „**Die Kollegen arbeiten alle so lange, dieser Lebensrhythmus ist zwar nicht gerade romantisch, aber wir kennen es nicht anders. Meist geht es bis spät in die Nacht und da kommen schon eine ganze Menge Stunden zusammen.**“ **Wo steht der DOM heute?** Für Richard Pluschies ist Hamburg „die schönste Stadt“ mit dem längsten zusammenhängenden Volksfest des Nordens. Das hat Vorteile. „**Für die Schausteller ist das natürlich bequemer, als wöchentlich den Standort wechseln zu müssen und es verringert die Kosten, wenn z.B. aufwendige Transporte und Versicherungen wegfallen.**“ Vor diesem Hintergrund wird häufig unterschätzt wie viele versteckte Kosten die Schausteller zu tragen haben. Dennoch sollen die Leute auf dem DOM abschalten- und ihren Alltag hinter sich lassen können. Persönlich möchte der Jungschausteller die Erfahrungen einer solchen Veranstaltung nicht missen. Das hier ist wie eine große Familie: man hilft sich wo man kann, tut sich zusammen wo



es geht und steht füreinander ein, wenn es sein muss.“

Was kann getan werden? „**Jeder Freizeitpark kommt heutzutage mit immer größeren Attraktionen daher. Deshalb muss man mit den Besonderheiten des DOMs locken, hier kann man z.B.: umsonst schlendern. Woanders geht sowas nicht,**

da muss zuerst einmal Eintritt bezahlt werden.“ Diese Besonderheiten sind natürlich auch für die angehenden Jungschausteller überlebenswichtig. Sie haben sich organisiert im DSB; sind engagiert in politischen Parteien und haben vor zwei Jahren die HDAG gegründet mit dem Ziel den Service für die Besucher zu verbessern. Die Jungschausteller haben früh erkannt, dass man sich bewegen muss und mit einem anfänglich bei Kollegen ersammelten Startkapital wurden dann kleine Projekte entwickelt und umgesetzt aus denen nützliche Neuerungen entstanden: etwa der DOM Cup, ein KinderFinder oder Regencaps.

Was wünscht sich ein Jungschausteller für die Zukunft? Für Richard Pluschies ist der DOM gut aufgestellt: der gesunde „Mix“ aus intensiven Fahrerlebnissen und nostalgischen, vor allem aber auch familienorientierten Angeboten macht es. „**Es sind nicht etwa Freizeitparks und Kinocenter, die uns das Leben schwer machen, es ist vielmehr der Computer oder das Smartphone. Dafür wird heute viel Geld ausgegeben, das woanders eingespart wird. Es ist wichtig immer wieder auf die Stärken des DOM hinzuweisen, hier werden Erlebnisse geboten, die es in keinem virtuellen Raum zu erfahren gibt.**“ Er hätte gern eine ganz kleine Fläche, die nur der Nostalgie gewidmet ist, alte Holzwohnwagen, alte Traktoren vielleicht, oder auch alte Originale mit einem kleinen Nostalgiemarkt. Ob das jemals realisiert wird, weiß Jungschausteller Richard Pluschies heute noch nicht. „Optimist muss man sein und bleiben, dann wird das schon - wenn man dafür geboren ist!“

Die Generali Versicherungen fördern unsere Alsterschiffahrt

Alsterschippern



Hamburgs schönste Seite entdecken



ATG Alster-Touristik GmbH

Telefon 040 / 35 74 24 - 0
www.alstertouristik.de



WUSSTEN SIE, WOHER DER NAME „HEILIGENGEISTFELD“ KOMMT?

Das Veranstaltungsgelände des DOMs ist das heute 20 Hektar große „Heiligengeistfeld“ und hat seinen Namen vom Hospital zum Heiligen Geist, einem Klosterkrankenhaus in Hamburg, zu dessen Ländereien das Gebiet zur damaligen Zeit gehörte.

Erstmals **1497 urkundlich erwähnt**, erfolgte **1622 ein Gebietstausch** zwischen dem Senat und dem Heiligen-Geist-Hospital statt, so dass alle Flächen innerhalb des Wallringes im Tausch für zwei Pachthöfe in Horn und eine jährliche Kornrente in den Besitz der Stadt

übergangen. Mit dem **Bau der Wallanlagen 1606-1625** ging der östliche Teil des Gebiets verloren. Der verbleibende Rest - das heutige Heiligengeistfeld - wurde unter anderem als Glacis (Erdanschüttung, die flach ins Vorgelände verläuft) und Exerzierfeld genutzt.

1711 wird das Heiligengeistfeld an die „Knochenhauer zum neuen Schrangem“ (Zunft der Schlachter) verpachtet, die auf dem Feld ihr Vieh weiden ließen. 1806 diente das Heiligengeistfeld als Ort für öffentliche Verbrennungen beschlagnahmter Handelswaren und wenige Jahre später sogar als Schauplatz für die Erschießung von Aufständischen.

1857 wurde der Pachtvertrag mit der „Knochenhauer-Innung“ aufgelöst und das Heiligengeistfeld ging vollständig zurück in den Besitz der Stadt. 1893 wurde das Gelände sowie der Spielbudenplatz dem „DOMmarkt“ als Veranstaltungsort zugewiesen und bereits ein Jahr später erfolgte die Planierung zum zentralen Hamburger Festplatz.

Mit Inkrafttreten der neuen **Marktordnung am 05. 01. 1900**, fand der Hamburger DOM nur noch auf dem Heiligengeistfeld statt. Der erste WeihnachtsDOM öffnete noch im selben Jahr.

1942 wurden die beiden Hochbunker I (der heutige Medienbunker) und Hochbunker II (Leitbunker, heute Standort der Telekom) errichtet und **1962 das Millerntorstadion** des FC St. Pauli fertig gestellt. Nun wissen Sie Bescheid!



Bild: Florian Rommerskirchen, (www.feuerwerk-fanpage.de)

Traditionen müssen gepflegt werden. Ein außergewöhnliches Highlight erleben die Gäste des DOMs an jedem Freitag ab 22.30 Uhr – das traditionelle Feuerwerk! Die bunten Lichter auf dem Heiligengeistfeld vereinen sich dann mit den schillernden Farben zahlreicher Raketen am Himmel über dem DOM. Eine einzigartige Stimmung entsteht, wenn sensationelle Lichtspiele in faszinierender Schönheit die vielen Besucher in ihren Bann ziehen! Das sollten Sie auf keinen Fall verpassen und gerade im Sommer ist die Atmosphäre etwas ganz Besonderes...

Unser Tipp! Auf dieser Internetseite finden Sie nicht nur eine große Auswahl an bundesweiten Feuerwerksbildern, sondern auch Reportagen, Infos, Foren und –ganz wichtig– einen aktuellen Kalender mit aktuellsten Feuerwerksterminen. Hier gibt es einen umfassenden Eindruck von vor und hinter den Kulissen eines Feuerwerks! Einfach anklicken:

www.feuerwerk-fanpage.de
Feuerwerk – jeden Freitag ab 22.30 Uhr! Mittwochs ist Familientag mit ermäßigten Fahrpreisen und diversen Sonderangeboten!

Premieren, Goldwaschen und Höllenritte



Am 29. Juli öffnet der Hamburger Sommerdom seine Pforten und bietet mit rund 250 Attraktionen auf der 1,6 km langen DOM-Meile jede Menge Überraschungen für Groß und Klein!

Bis einschließlich 28. August können Sie die Besucher an den vielfältigen Angeboten erfreuen. Der Sommerdom 2011 beginnt am 29. Juli bis und endet am 28. August 2011 und ist täglich geöffnet.

Montag – Donnerstag:

15:00 Uhr – 23:00 Uhr
Freitag + Samstag:
15:00 Uhr – 00:30 Uhr
Sonntag:
14:00 Uhr – 23:00 Uhr

Die Premieren auf dem Sommerdom Die nagelneue 45 Meter hohe „Kongoschaukel“ präsentiert sich komplett im Urwald-Look - bewacht wird der Nervenkitzel von einem Riesenaffen! Das Laufgeschäft „Crazy-Outback“ bietet ungetrübten Famili-

enspaß à la Crocodile Dundee und der rasante „Höllensblitz“ – die größte Indoor-Achterbahn der Welt- feiert seine Hamburg-Premiere: in einem Lorenzug jagen die Gäste durch ein Labyrinth alter Minenschächte...! Viele Besucher werden sich erinnern: nach ihrer erfolgreichen Europapremiere auf dem Sommerdom 2009, kehrt die Doppel-Looping-Bahn „Teststrecke“ auf den Sommerdom zurück. Der Sommerdom erwartet auch diesmal wieder „hohen“ Besuch aus dem

Süden: die beliebte „Münchner Rutsch'n“! Aus 23 Metern geht es abwärts und wem dann immer noch zu heiß ist, dem garantiert eine der größten transportablen Wasserbahnen der Welt eine spritzige Abkühlung!
Eventfläche: Western Stadt
 Cowboys und Country Musik auf der Sonderfläche. Der wilde, wilde Westen fängt diesmal direkt in Hamburg an...! Zum Sommerdom 2011 bezieht eine ganze Westernstadt ihr Quartier auf der Eventflä-

che des Heiligengeistfeldes. Hier erleben die Besucher die ganze Welt der Cowboys und Indianer, es gibt Rodeo oder Goldwaschen an einer der längsten Goldwaschrinnen in Deutschland und natürlich bietet die Western City alles für einen typischen Shoppingbummel im Western Stil. Nicht nur für die Bewohner in traditioneller Kluft spielen an allen fünf Wochenenden bekannte Bands Country Musik und Live Tanzgruppen bieten sogar Workshops für

Line und Square Dance auf dem „Dorfplatz“ vor dem Saloon an! Für jeden ist etwas dabei – jedes Greenhorn ist in der Westernstadt herzlich willkommen und wird nicht gleich an den Marterpfahl gestellt!
Feuerwerk und Familientag
 Ein ganz besonderer Augenschmaus erwartet den Besucher wieder jeden Freitagabend um 22:30 Uhr. Die bunten Lichter auf dem Heiligengeistfeld vereinen sich dann mit den schillernden Farben zahlreicher Raketen

am Himmel über dem DOM. Sensationelle Lichtspiele in faszinierender Schönheit ziehen die Besucher in ihren Bann! Auf alle Sparfüchse wartet der Sommerdom jeden Mittwoch mit besonderen Angeboten, denn Mittwoch ist „Familientag“.
 Ermäßigungen bei allen Fahr-, Schau- und Belustigungsgeschäften und natürlich auch bei der Gastronomie warten auf große und kleine DOM Besucher.

Die nächsten Veranstaltungen :
Winterdom:
4. November bis 4. Dezember 2011
Frühlingsdom:
23. März bis 22. April 2012
 Ein Besuch lohnt sich, denn in Hamburg scheint immer die Sonne...spätestens im Herzen, nach einem Besuch auf dem Sommerdom!

„ICH KÖNNTE MIR VORSTELLEN, DASS ES IN DIESEM JAHR WIEDER EINE NEUE REKORDMARKE FÜR DEN DOM GIBT!“

Sascha Albertsen ist bei der Hamburg Tourismus GmbH (HHT) Pressesprecher und Leiter Öffentlichkeitsarbeit. Der Tourismussektor ist für die Stadt von enormer Bedeutung: es geht hierbei um mehr als 130 Millionen touristischer Aufenthaltstage, durch die Umsätze in Höhe von 7,4 Milliarden Euro generiert werden! Der DOM ist dabei fast immer rekordverdächtig, denkt man nur einmal an das Spitzenjahr 2009 mit 10,8 Millionen Besuchern -auch zum vergangenen Frühlingsdom kamen wieder mehr als 4 Millionen Menschen.

Die Übernachtungszahlen sind in Hamburg in den letzten Jahren kontinuierlich gestiegen. In der dynamischen Entwicklung ihrer Besucherzahlen liegt die Stadt weit über dem Niveau anderer Metropolen Europas. Zweifellos ist der Tourismussektor ein enormer Wirtschaftsfaktor für die Stadt und das liegt vor allem auch an Veranstaltungen wie dem DOM. Ein wichtiges Standbein sind die Tagestouristen.

Jedes Jahr kommen 111 Millionen Menschen in die Stadt, die für einen besonderen Anlass Hamburg besuchen – für einen Tag geht man ins Musical, ins Theater, in die Innenstadt zum shoppen, zu Hagenbeck oder eben zum DOM - abends fährt man dann wieder nach Hause. Für diese Gäste ist das Thema DOM eines der Wichtigsten, weil er eine wunderbare Möglichkeit ist, das Erlebnis "Stadt" aufzusaugen. „Ich kenne sehr viele Bekannte und Freunde, die seit vielen Jahrzehnten immer wieder zum DOM fahren.“

Für Sascha Albertsen ist Hamburg trotz seines „Weltstadt-Flairs“ in vielen Bereichen hanseatisch-bodenständig geblieben. Gerade das macht die touristische Authentizität aus. „Wer nach Hamburg zu Besuch kommt, entdeckt sofort das Herz der Stadt.“

Es ist natürlich viel bei der städtischen Infrastruktur, bei Bahn- oder Fluganbindungen verändert und verbessert worden, so dass die Menschen den Städtetourismus immer leichter entdecken

können. Die Stadt hat auf komprimiertem Raum viel zu bieten und viele Hamburg-Attraktionen lassen sich sogar fußläufig erreichen.

Wirtschaftsfaktor DOM: Schon der DOM selbst und in Ergänzung dazu auch die weiteren Aktivitäten der Besucher während ihres Aufenthalts sorgen für direkte und indirekte Wertschöpfung für die Stadt. „Bei rund 10 Millionen DOM-Besuchern ist das eine



spürbare wirtschaftliche Bedeutung!“

Tradition und Moderne: „Neue Attraktionen gemixt mit traditionellem Gewerbe, das zeichnet den DOM aus! Die Menschen können hier ihren Alltag vergessen und haben auf komprimiertem Raum eine tolle Abwechslung.“

Zielgruppe Hamburger: Es bleibt zu fragen, wie viele der 4 Millionen Gäste des Frühlingsdoms aus Hamburg direkt kommen und wie viele von außerhalb. Fakt ist, dass wir die Gäste brauchen.

Wenn es diese Besucher nicht gäbe, könnte z.B. das Schauspielhaus gar nicht existieren - der Tourismus ist ein überlebenswichtiger Faktor für die Lebensqualität der Stadt. Nur weil es gelingt so viele Menschen von außerhalb zu begeistern, haben die Hamburger selbst überhaupt diese Vielfalt der Möglichkeiten.

Zielgruppe Familien: „Ich glaube, das muss man alles ins Verhältnis setzen. Man bekommt im Vergleich zu anderen (kostenpflichtigen) Angeboten gerade auf dem DOM eine ganze Menge geboten!“ Das Thema Familie ist wichtig und wird es bleiben. Heute genauso wie früher. Es gibt immer noch diese unglaubliche Vielfalt mit besonderem Erlebnischarakter – aber man muss natürlich insbesondere für Familien weiterhin Angebote

bereitzustellen (Familientag). Es muss eine Ausgewogenheit geben, damit alles bezahlbar bleibt.

Wie sieht es in 10 Jahren aus- wo geht die Reise hin?

„Wir erwarten bis 2020 in Hamburg mehr als 13 Millionen Übernachtungen pro Jahr und damit verbunden auch den Ausbau auf ungefähr 140 000 standortgebundene Arbeitsplätze.“

Nur durch gemeinsame Investitionen von Politik und Industrie, beispielsweise in die Weiterentwicklung von Kultur- und Infrastrukturprojekten, wird Hamburg sich zukünftig gegen die Konkurrenz behaupten können. Im Rahmen ihrer Erwartungen sollen die Gäste voll auf ihre Kosten kommen, aber alles muss immer einen ganz typischen DOMcharakter behalten. Die Kernfrage bleibt:

„Wen kann und will man erreichen?“ Bei den Besucherzahlen/Kapazitäten gibt es immer noch Luft nach oben und alle Beteiligten leisten eine sehr gute Arbeit - auch in der Kommunikation. Der DOM ist in der Wahrnehmung der Menschen in Hamburg und im Norden sehr gut verankert. Zukünftig muss aber weiterhin eine spannende Mischung von Neuem und Altem angeboten werden.

Die Hansestadt hat eine sehr gute Einbindung in das europäische Flugstreckennetz und einen boomenden Kreuzfahrtmarkt, dieser Markt wird in den nächsten Jahren immer mehr zur festen Größe im Hamburg-Tourismus werden. Man kann realistisch davon ausgehen, dass dann mehr als 200 Schiffsankünfte pro Jahr mit rund 500 000 Passagieren verzeichnet werden können. Und diese Menschen werden ihren Hamburg Besuch künftig natürlich auch mit einem Besuch des DOMs krönen.

Es muss zwar nicht jedes Mal ein neuer Rekord sein, aber Hamburg hat nun mal eine unheimliche Erlebnisdichte, so wie keine andere Stadt!

Seit 1989 gibt es die Hamburg Tourismus GmbH: Gesellschafter sind die Stadt Hamburg (40 %), der Tourismusverband Hamburg e.V. (29%) sowie der DEHOGA Hamburg e.V., die Handelskammer und seit Frühjahr 2007 die Hamburg Marketing GmbH. Weitere Informationen unter www.hamburg-tourismus.de

„Wir Menschen vom DOM“ Die Veldkamps Teil 2



Seit mehr als 170 Jahren sind die Veldkamps nun schon auf dem DOM vertreten und somit wahrscheinlich die dienstälteste Schaustellerfamilie der Stadt. Sie gehören in unsere Serie „Wir Menschen vom DOM“! Legendar wurde vor allem das „DOM-Café“ der Mutter Veldkamp, der „Frau mit der Haube“.

„Um 1930 war aus einem einst kleinen Café ein großes Kaffeehaus geworden, in dem Kuchen und andere Köstlichkeiten angeboten wurden.“ berichtet Tom Veldkamp, Ur-Enkel der großen Mutter Veldkamp.

Der Krieg, aber nachher ging es weiter...

Der Mangel beherrschte das Leben. Auf dem Heiligengeistfeld wurden Barackenlager eingerichtet und an Unterhaltung war erst mal nicht zu denken. Dennoch: Jacob und Symon Veldkamp hatten die Geschäfte von ihrem Vater Jan (1866-1943) geerbt und sie machten weiter! Als „Volksfest auf der Moorweide“ begann der DOM als kleines Sommerfest wieder aufzuflockern – und blieb es bis 1948. Nach der Währungsreform zog man dann auf das Heiligengeistfeld zurück und aus dem notzeitlichen Sommerfest auf der Moorweide ergab sich dann der Sommer-DOM.

„Nach dem Krieg hat Symon Veldkamp mit dem Zuckergeschäft weiter gemacht und Opa Jacob (1914-2001) hat eine Zuckerbude zur „Tombola“ umfunktioniert.“ Er hatte günstig Gipsfiguren bekommen und diese als Preise angeboten -auch die Veldkamps nutzen die army welfare der Briten, die kostenlos Nägel, Farbe, Holz oder Schrauben zur Verfügung stellten. Jeder wusste sich halt zu helfen! Mit Beginn des Wiederaufbaus und dem später einsetzenden Wirtschaftsaufschwung wurden durch Toms Vater Jan Veldkamp (geb. 1946) und dessen Schwester Uta dann nach und nach weitere Geschäfte betrieben und ausgebaut.



„Der Kreativität waren keine Grenzen gesetzt, das passte... Immer wieder wurde etwas Neues ausprobiert: so bekam z.B. Opa Jacob den ersten Elektro-Mini/Kinderscooter und betrieb das lange Zeit beliebte Spielgeschäft Kartenbinker: „dort wo das Licht stehen blieb, da wurde gewonnen!“ Toms Eltern Anneli und Jan Veldkamp (geb. 1946) begannen in der Aufgangs-Reihe der Feldstraße - mit den Mondräumen, einem der ersten Geschicklichkeitsautomaten. Sie erweiterten es dann um das Verlosungsgeschäft Jolly-Joker das 1996 durch die Großverlosung Spiel-Palast ersetzt wurde.

Das Besondere am DOM...

„...sind für die Veldkamps die treuen Hamburger Stammkunden – es ist schließlich die längste Veranstaltungsreihe solcher Art. Auf dem DOM, da darf man Kind sein und das genießen die Menschen! Tom Veldkamp wird auch weiterhin seine Familiengeschichte(n) aufbereiten: „Mir hat das immer Spaß gemacht. Man konnte und kann mit den Trends gehen und den Besuchern stets etwas Interessantes bieten.“ Sagt einer, der darüber hinaus zu Ehren „Mutter Veldkamps“ eine ganz besondere „Leckerei mit Geschichte“ kreiert hat, die „HAMBURGER-GOLD-MANDELN“. Cousin Symon unterstützt den Vertrieb der Luxusmandel in seinem Geschäft auf dem DOM. Diese Spezialität wird nach einem traditionellen Familienrezept hergestellt und anschließend mit 22 Karat Blattgold überzogen. Ein Tipp, auch als Geschenk!

„Das Besondere am DOM...“

Tolle Aktionen - aus Tradition!

Der DOM prägt das Leben der Familie Veldkamp bis heute: dreimal pro Jahr, 4 Wochen lang, dazu jeweils zwei Wochen Auf/Abbau. Das beschäftigt die Familie 8-9 Monate im Jahr in und hält sie in Hamburg. Eine außergewöhnlich lange Zeit und da muss man sich immer wieder etwas einfallen lassen: Nicht nur neue Erfindungen und Aktionen sind es: „Immer ist es ein Mix aus Fahrattraktionen und traditionellen Geschäften, die die Besucher des DOMs anziehen - das war immer so und das gilt noch heute. Man muss sich weiterhin um die Menschen bemühen, damit der DOM auch über die Grenzen Hamburgs hinaus bekannt bleibt.“ Ganz neu ist übrigens

VELDKAMP GOES GREEN. Die neuen Frontgestaltung des SPIEL CLUBS zeigt mit 30'000 LED's die vielleicht größte angepasste Video Animations Wand Europa's.. Die neuen Frontgestaltung des SPIEL CLUBS zeigt mit 30'000 LED's die vielleicht größte angepasste Video Animations Wand Europa's. Als Umwelthauptstadt Europas will Hamburg im Jahr 2011 ja entscheidende Impulse geben und deshalb braucht das „Das Green Capital Europas“ Unterstützung. Das Thema wird aufgegriffen und den DOM-Besuchern präsentiert – und hier sticht das buchstäblich ins Auge! Entscheidender Vorteil ist die große Energieeinsparung: der SPIEL-CLUB senkt den Durchschnittsverbrauch um fast 2/3 auf 25 KW . Mit Sicherheit wird das traditionsreiche Familiengeschäft Veldkamp auch in Zukunft innovativ fortgesetzt: Tim, Toms Sohn träumt schon davon – kein Wunder, denn Tradition verpflichtet. Es kommt ja auch immer Neues hinzu und es geht immer weiter... wie schon bei der Frau unter der Haube!



Weitere Informationen auf www.garten-der-frauen.de, www.hamburger-goldmandeln.de

avanti Personaldienstleistungen GmbH der Spezialist für medizinische Berufe

Für namhafte Kliniken und Alten- und Pflegeheime suchen wir Sie (m/w) als

- Examinierten Kranken- und Altenpfleger
- Fachkrankenpfleger OP und Anästhesie-/Intensivpflege
- Kranken- und Altenpflegehelfer (einjährig examiniert)
- Pflegehelfer/- assistenten

Wir bieten:

- Eine leistungsorientierte Bezahlung
- Flexible Arbeitszeitmodelle
- TZ- / VZ-Stellen
- Ein unbefristetes Arbeitsverhältnis
- Eine berufliche Chance für Wiedereinsteiger

Wir freuen uns auf Sie!

Nähere Informationen erhalten Sie unter:

www.avantipl.de oder telefonisch bei Herrn Hiepkö 040 / 689 177 13



ONKEL HELMUT RICHTERS 85 JAHRE UND ES GEHT IMMER WIEDER RUND...!"

Die schönsten Geschichten finden sich natürlich auf dem DOM selbst! Am allerschönsten fand ich es aber, dass der älteste DOM-Schausteller Helmut Richters ein Kinderkarussell betreibt. Der Älteste macht die Jüngsten glücklich! Die Großen Sommerferien stehen an. Mein kleiner Sohn Piet hat die erste Klasse überstanden und fragt, was wir in den Ferien machen: ich sage: „**wir gehen zum DOM.**“ „**Gibt es dort wieder ein Karussell für Kinder?**“ „Natürlich gibt es das, ganz bestimmt sogar.“ Ein kurzes „Ja...“ und seine Augen leuchten wie es schöner nicht sein kann, ein wackelnder Zahn ist vergessen. In „Onkel Helmut's“ guter Stube, einem Wohnwagen geht es urgemütlich zu: das voll ausgestattete Gefährt bietet alles was man braucht. „Früher war das nicht so, da ging es einfacher zu! Ich liebe mein Leben, Schausteller ist ein freier Beruf, da kann ich machen was ich will.“ sagt Helmut Richter, dessen Hobby ein beiger VW, Baujahr 1969 auch immer mit dabei ist. Just im vergangenen Januar 85 Jahre alt geworden, geboren in Freiburg an der Elbe ist er der älteste aktive DOMSchausteller. Rente ist für Helmut Richters ein Fremdwort. Ein Leben ohne Arbeit kommt für das 85-jährige Schausteller-Urgestein nicht infrage. Auch in diesem Jahr sitzt er auf dem Sommerdom wieder täglich an der Kasse des Kinder-Karussells: „Die Arbeit hält mich jung, außerdem muss ich Geld verdienen. Stillstand geht



doch nur auf die Gesundheit“ 1948 baute Richters erstmals ein Kinderriesenrad auf dem DOM auf, dem er seit 1952 ununterbrochen treu ist. Seit fast 30 Jahren steht das „Kinderparadies“ direkt an der „DOM-Wache“- bis heute. Es braucht nicht viel um zufrieden zu sein. Das schönste Gefühl sind für Helmut Richters die lachenden Kinderaugen, deswegen macht er das! Vierzig Jahre lang war Helmut Richters Vorsitzender des Landesverbandes der Schausteller, war unter anderem über 30 Jahre lang Fachberater für Karussells. Auf dem „DOM“ ist er bekannt, kennt jeden und alles. Immer wieder schauen Freunde und Verwandte an seinem Kassenhäuschen auf einen Klönschnack vorbei und seine Stammgäste sind ihm treu: „Viele der Erwachsenen, die heute ihre Kleinen im „Kinderparadies“ fahren lassen, saßen früher selbst schon mal im beliebten rosafarbenen Bus oder auf dem Mini-Motorrad und haben die Hupe gedrückt.“

Die Anfangszeit war sehr hart

Helmut Richters ist mit dem Schaustellergewerbe groß geworden. Seine Eltern zogen mit einer Schießbude von einem Volksfest zur nächsten. Er selbst lernte Flugzeugbauer, fand nach dem Krieg jedoch keine Arbeit und half deshalb auf den Jahrmärkten aus. „Ich habe immer gearbeitet“, sagt er. „Alle lebten sparsam und halfen sich gegenseitig. Früher war alles familiärer und der Existenzkampf war nicht so groß. Das ganze Leben war irgendwie leichter. Früher gab es Sachen, die wären heute undenkbar: Tierschauen z.B. sind heute nicht mehr rentabel (schon allein wegen des Tierschutzes) – einzig die traditionellen Geisterbahnen haben sich gehalten. Der DOM bedeutet für die Schausteller die Grundexistenz, deshalb ist der Andrang auch riesig. Aber für Helmut Richters ist der DOM alles in allem sehr preisgünstig, ein Volksfest eben und er muss ein Fest für das Volk bleiben. Früher war das Hamburger Volksfest einmalig, heute ist die Konkurrenz gewaltig. Privatmärkte sind immer teurer! Der ganze DOM ist

heute bedeutend attraktiver als früher. Nur mit Nostalgie ist kein Geld mehr zu verdienen, deshalb muss das Angebot gut gemischt sein. Früher war der Hamburger Jahrmarkt einmalig, heute ist die Konkurrenz gewaltig. Der DOM ist attraktiver, schneller und höher geworden, trotzdem wird er immer wieder von allen Generationen besucht. Eine weltweite norddeutsche Marke: 3mal im Jahr das Aushängeschild der Hansestadt, das verpflichtet. Also macht Helmut Richters, unterstützt von Gattin Thea und dem Rest der Familie weiter. Bei Onkel Helmut geht es auch auf dem Sommerdom wieder rund. Obwohl die Zeit schneller geworden ist, bringt ihn nichts aus der Ruhe. Und wenn er danach den Glanz in den Augen der Kinder sieht, dann ist die Welt des dienstältesten Schaustellers in Ordnung. Denn an der Begeisterung der Kinder für das Kinderparadies hat sich auch heute im Zeitalter von Videospiele und Computer-Kids nichts geändert und Menschen wie Onkel Helmut sorgen dafür, dass das auch so bleibt!

Ihr Ansprechpartner **LBS** **Gebietsleiter**
IMMOBILIEN Matthias Tuchel

Wieviel ist Ihr Haus wert? Ist ein Verkauf für Sie sinnvoll?
 Im Rahmen des Immobilien-Service bietet Ihnen die LBS an, Ihr Haus kostenlos und unverbindlich – unter Berücksichtigung der heutigen Marktverhältnisse – preislich einzustufen und die Verkauflichkeit zu prüfen.

22926 Ahrensburg - Große Straße 1-3 **Reinbek • Ahrensburg**
www.lbsimmobilien-ahrensburg.de

☎ (0 41 02) **88 66 0**

Autoscooter und heiße Bandidos...

MEINE UNVERGESSLICHE DOM GESCHICHTE!

Meine Freundin Ronja und ich zogen spontan und guter Dinge an einem Donnerstagabend los, um den Hamburger Kiez unsicher zu machen. Irgendwie waren wir viel zu früh an unserem Ziel und es war erst mäßig etwas los auf der Reeperbahn. Da beschlossen wir nach kurzer Überlegung, was nun zu unternehmen sei, ob wir auf den Hamburger DOM gehen, um uns eventuell eine Zuckerwatte oder etwas Schmalzgebäck zu genehmigen; schließlich hatten wir noch einiges vor!

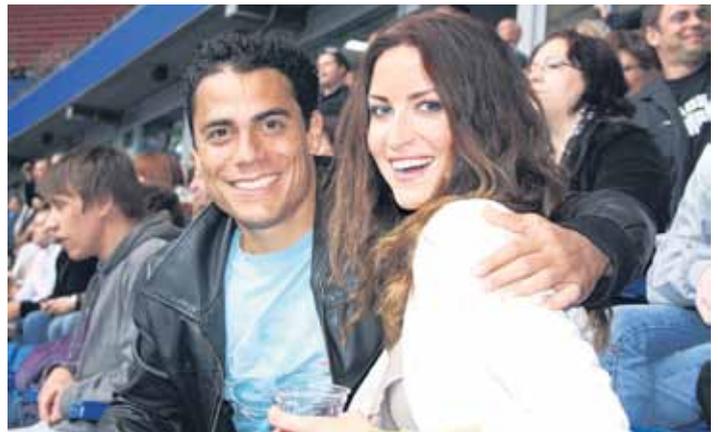
Wir starteten einen Gang durchs den Glasirrgarten Spiegelkabinett, da ich mich noch dunkel an diesen lachenden Clown auf seinem Sessel vor dem Eingang erinnern konnte und ich der Meinung war, immer sehr schnell wieder aus dem Glaslabyrinth herausgefunden zu haben. Diese Überzeugung erwies sich aber schnell als Irrtum, denn ich brauchte sage und schreibe 25 Minuten, um den Ausgang zu finden. Nach diesem erschütternden Resultat meiner Selbstüberschätzung brauchte ich erst einmal etwas Nervennahrung. Wir gingen zum nächsten Süßwaren-Stand und holten uns eine große rosafarbene Zuckerwatte und ein Tütchen Schmalzkuchen mit Puderzucker an einer Bäckerei. Herrlich! Damit ausgerüstet machten wir uns auf zum Riesenrad. Beim Anblick des größten transportablen Riesenrades der Welt wurde mir doch etwas mulmig. Ich wäre so gern Riesenrad gefahren. Das wirkte besonders sicher und vertrauensvoll - aber ich hatte Schiss...!

Also hatte Ronja alleine ihren Spaß und stieg nach 20 Minuten strahlend aus ihrer Gondel! Wir beschlossen, so langsam unseren alten Plan wieder in die Tat umzusetzen und machten uns auf den Weg zum Ausgang. Ich war guter Dinge, hatte eine süße Grundlage für den Partymarathon geschaffen und mein Bild vom Hamburger DOM wieder richtig positiv aufgefrischt.

Kurz vorm Ausgang kamen wir am legendären Autoscooter vorbei, bei dem sich seit meinen ersten DOM-Besuchen nicht viel geändert zu haben schien. Eine Horde Jugendlicher stand rausgeputzt und qualmend auf den Treppen zur Fahrbahn. Es tönte laute Musik aus den Boxen und wir blieben einen Moment lang stehen, um uns das Spektakel anzusehen. Plötzlich entdeckte ich einen hübschen Kerl, der viel älter war als die übrigen in der Gruppe und der sichtlich das Treiben und Interesse an seiner Person genoss. Irgendwie kam er mir bekannt vor, aber ich hatte keinen blassen Schimmer, wo ich ihn schon einmal gesehen haben könnte. Da fiel sein Blick plötzlich auf mich.

„Urg! Der sah schon gut aus – woher kenn ich den bloß?!“ Da schaute er auch schon wieder weg. „Tsz, denkt wohl der is n´ganz Toller!“ dachte ich. Da ertönte auf einmal eine mir bekannte, aber meinen Musikstil völlig verfehlende Melodie. „Shake your Balla la la lala lala lala la“... Und es machte Klick!

Es war der Typ von den Hot Bandidos, den ich bei mir im Viertel schon öfter gesichtet hatte, aber nicht einordnen



konnte. Wie witzig, na klar... Deswegen hängen die ganzen Kids um den herum. Ich tuschelte meiner Freundin Ronja in's Ohr, was ich gerade festgestellt hatte. Kaum war ich fertig, fasste mir jemand an die Schulter und sagte: **„Hola, ich bin Silva. Ich habe Dich bei mir in der Gegend schon oft gesehen und wollte Dich schon ewig mal auf einen Kaffee einladen. Ist ja lustig, dass ich Dich hier treffe!“** und grinste mich erwartungsvoll aber auch etwas unsicher an. In den ersten Sekunden war ich etwas perplex aber fing mich doch ziemlich schnell wieder und sagte: **„Hey, ja kam'st mir auch gleich bekannt vor. Was machst Du hier?“** Er hatte hier einen Auftritt mit seiner Gruppe und gab noch ein paar Autogramme - Drei Monate später waren wir zusammen. Mittlerweile sind es nun fast 4 Jahre und ein Ende ist nicht in Sicht! Wir haben das gleiche Ziel und ergänzen uns extrem gut.

Silva hat wieder ein neues Musikprojekt und ich arbeite als Freelancer-Grafikerin in einer großen Werbeagentur. Er hat einen großen Teil zu meiner persönlichen Entwicklung im Bereich Musik beigetragen. Immer schon habe ich Songs geschrieben, gesungen und Piano gespielt. Aber diese Begabung schlummerte so vor sich hin. Durch seinen Ansporn und seine Macherqualitäten bin ich dabei, etwas umzusetzen, was ich alleine hätte schwer schaffen können. Das Schicksal hatte eine Goldidee – dem Autoscooter sei Dank!

Wenn auch Sie so ein unvergessliches DOM-Erlebnis wie Sarah Runge für unsere Leser haben, schreiben Sie uns: DOMzeitung@gmx.de



ig st. pauli

ig hafenmeile
vom fischmarkt bis zur hafencity

www.igstpauli.de

St. Pauli – Hafenmeile - Landungsbrücken

UNSER GEWINNSPIELE ZUM SOMMERDOM! LIEBE GÄSTE KENNEN AUCH SIE BESONDERE „HAMBURGER MOMENTE“?

Liebe Gäste kennen auch Sie besondere „Hamburger Momente“?

Jeder von uns hat doch so seine „Momente“ in der schönsten Stadt der Welt: sei es ganz alleine bei einem Alster- oder Elbspaziergang, mit Mitmenschen am Jungfernstieg, in Wilhelmsburg oder auf der Reeperbahn nachts um halb eins... Mal sind es schöne Momente, mal könnte einem aber auch die Hutschnur hochgehen! So wie das Leben nun mal spielt!

In den beiden Kolumnen der Rubrik „Hamburger Momente“, einer wöchentlichen Glosse der Tageszeitung DIE WELT und dem „Stadtgeflüster“ im magazin des Hamburger Abendblattes wird das Besondere im Alltäglichen, das Skurrile im Gewöhnlichen, kurzum der ganz normale Wahnsinn des Lebens in Hamburg beschrieben. Die Autoren erschaffen in ihren Momentaufnahmen kleine literarische Kostbarkeiten, die wunderbar von der Zeichnerin Claire Lenkova illustriert sind! Wir verlosen 10 Exemplare dieses neuen Bestellers!

Hier die Aufgabe:

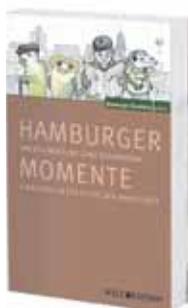
Schicken Sie uns IHRE ganz besonderen „Hamburger Momente“!

Ein Tipp: es müssen keine ROMANE sein, ein Moment ist ja manchmal auch ganz kurz, vielleicht

eine kleine Begegnung, eine Idee oder ein Erlebnis in Hamburg!

Zuschriften bitte an: DOMzeitung@gmx.de, Name und Anschrift nicht vergessen! Einsendeschluss ist der 30. August 2011. Unter allen Einsendern werden die Bücher ausgelost und die besten „Momente“ in der kommenden DOM ZEITUNG veröffentlicht! Der Rechtsweg ist natürlich ausgeschlossen.

Übrigens: Sie erhalten die „Hamburger Momente“ im Buchhandel oder können es unter www.abendblatt.de/shop oder 040/347-26566 bestellen.



Die Gewinner unseres Gewinnspiels zum Frühlingsdom wurden schriftlich benachrichtigt und die Bücher postalisch zugestellt. Herzlichen Glückwunsch und viel Spaß beim Üben mit **„Sprechen Sie Hamburgisch?“**

Und noch ein Gewinnspiel!

Abenteuer sind für ihn geradezu das Gewürz, das das Leben schmackhaft macht. Schauspieler und Sprecher Martin Sabel hat zusammen mit Autor Peter Lerf die Abenteurerserie „Dragonbound“ entwickelt. Sie begeistert Jung und Alt und hat sich zum absoluten Tipp entwickelt! Die achte Episode

erscheint im Oktober und heißt: **Dragonbound: Die Schlacht um Lilluell**

Liebe Gäste diesmal können Sie fünf Exemplare (5x Folge 1) in Ihrer DOM ZEITUNG gewinnen!

Einfach eine mail an DOMzeitung@gmx.de, Stichwort: Dragonbound (Name und Anschrift nicht vergessen!) Einsendeschluss ist der 30. August 2011, der Rechtsweg ist natürlich ausgeschlossen.

Sie erhalten die Hörbuchreihe „Dragonbound“ im Buchhandel oder können unter bestellen. Weitere Infos unter www.dragonbound.de www.facebook.de/dragonbound



IMPRESSUM/KONTAKT

Redaktionsleitung (V.i.S.d.P)

Jann Oltmanns
Pressebüro Hamburg
Eppendorfer Landstr. 79
20249 Hamburg; T. 0175-1610997
DOMzeitung@gmx.de

Redaktionelle Mitarbeit
Gianfranca Puddu

Grafik

Hamburger WochenBlatt

Anzeigen

Marco Beck (Hamburg) c/o WBV-
Wochenblatt Verlag
Christian Lehmann, Hamburg
Gültig ist die Anzeigenpreisliste 2011

Druck

Kieler Zeitung Offset Druck KG
2. Ausgabe, Sommerdom 2011
Verteilt in Kooperation mit dem WBV,
Wochenblatt Verlag sowie kostenlose
Auslage auf dem DOMgelände und in
Hamburger Behörden.
Foto-/Abbildungsnachweis:
Titel: Titelbild: ©Bernd Nasner; Vor-
wort: ©Senatskanzlei HH; Cocktail/U.
Christiansen: Jann Oltmanns; Touris-

mus ©Hamburg Tourismus; Veldkamps
II: ©Tom Veldkamp; Lageplan
©Comtent, HH; Dragonbound: ©Marin
Sabel; „Hamburgisch“ ©Abendblatt;
„Hinein ins Vergnügen“

Alle anderen: ©Jann Oltmanns
Online Version unter www.hamburg.de/DOM
www.hamburger-DOM.de
www.facebook.de/hamburgerDOM



Wir bringen dem Dom den Strom

...seit 1920

info@ottobusch.de

OTTO BUSCH

Feldstr. 66, 20359 Hamburg, Telefon: 040/4313540, Fax: 040/43135425

HAMBURGER WochenBlatt

Die größte Stadtteilzeitung der Hansestadt
Jede Woche neu!

- Spannende Geschichten aus Deinem Kiez
- Wertvolle Tipps und Adressen zum Bummeln und Einkaufen
- Schneller Überblick in Sachen Sport, Kultur und Terminen rund um Deinen Stadtteil

www.hamburger-wochenblatt.de