

25 Jahre Marco Polo – Wie kommt's?

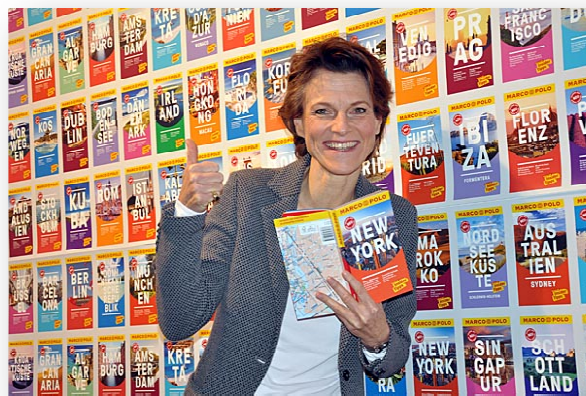
Treffen sich zwei in Frankfurt...

Ferdinand Ranft – Chefredakteur und eine feste Größe im Reiseführer-Geschäft – und Volkmar Mair – Herzblut-Verleger und Reisepionier von Jugend an – beschließen 1989 in Frankfurt den großen Coup: Sie wissen um das riesige Potenzial, das die Entwicklung des Reisemarkts bietet und dem Bedürfnis der Reisenden nach kompakter, preiswerter und pfiffig geschriebener Reiseinformation. Und sie entwickeln innerhalb kürzester Zeit den ersten Prototypen des Marco Polo Reiseführers, der 1991 auf den Markt kommt. Sein Herzstück sind die Insider-Tipps und deren Autoren, die vor Ort leben. Es wird der erste Kompaktreiseführer in Farbe – und er mischt den Reiseführermarkt kräftig auf.



Warum gerade Marco Polo?

Der Verlag wächst und zieht Anfang der 1970er-Jahre von Stuttgart nach Ostfildern-Kemnat in das neu gebaute Verlagsgebäude um. Der Bürgermeister ist über den Zuwachs höchst erfreut und gestattet dem Verlag, sich im Neubaugebiet – das zu der Zeit nur aus diesem einen Gebäude besteht – einen Straßennamen zu wünschen. Bereits bei dieser Entscheidung beweist Volkmar Mair Geschick: Der Entdecker und Weltreisende Marco Polo verband Okzident und Orient miteinander. Und: Er reiste immer in friedlicher Mission. Ein perfekter Namensgeber für den neuen Standort und wegweisend für die weitere Entwicklung des Verlages. Der Name Marco Polo ist/wird Programm, tauft die Straße, das Verlagsgebäude, später auch die neu entwickelte Reiseführerreihe und in 2015 die Betriebs-KITA Marco Polo Kids.



Und heute?

Zwischenzeitlich hat sich Marco Polo sechs Mal runderneuert. Das Konzept und die Insider-Tipps sind geblieben, alle anderen Inhalte haben sich ständig den Trends, den Wünschen der Reisenden und dem Reisemarkt angepasst. Heißt: Marco Polo wurde im Lauf der Jahre mit neuen Features angereichert, die Kartografie/der Atlasteil wurde durch eine herausnehmbare Faltkarte erweitert, die Cover wurden dem Zeitgeist angepasst, die Print-Reiseführer erhielten eine App-Erweiterung mit Erlebnistouren und über das Internet erreicht Marco Polo mit

seiner Website www.marcopolo.de eine riesige Fan-Community. Aber auch das Reiseverhalten hat sich komplett geändert: Viele Destinationen sind dazugekommen – Ko Samui und Dubai beispielsweise waren 1991 noch weiße Flecken auf der touristischen Landkarte –, und auch Titel für deutsche Städte und Regionen sind seit einigen Jahren sehr gefragt.

In 25 Jahren wurden mehr als 100 Millionen Marco Polo Reiseführer verkauft. Jeder vierte verkaufte Reiseführer in Deutschland ist ein Marco Polo. Top-Titel ist der Band Mallorca, gefolgt von Berlin und London.