



Fotos: Anne-Friederike Heinrich

Das Reisemagazin Transhelvetica ist eine Pausenlektüre. Denn man muss schon ein paar Minuten Zeit haben, um sich das Heft zu Gemüte zu führen. Genau das war die Idee von Jon Bollmann. Im vergangenen Oktober hat der gelernte Jurist Transhelvetica lanciert.

Der Schweizreisende

Mit einem GA fängt alles an. Der gebürtige Zürcher Jon Bollmann (38) absolviert sein Studium in Fribourg. Wenn der Vorlesungsstoff ihn nicht zu fesseln vermag, besteigt er den Zug oder das Postauto nach Irgendwo, über die Fahrtrichtung entscheidet eine Münze. So erkundet Bollmann die Schweiz, allem voran das Welschland, am Wochenende auch das Tessin. «Ich habe das GA exzessiv genutzt. So bin ich an spannende und faszinierende Orte geraten, an die ich sonst nie gereist wäre», sagt er. «Oft wurde ich dafür mit besonderen Entdeckungen belohnt, die in keinem Reiseführer stehen.»

Auf diese Entdeckungen folgt die Erkenntnis, dass die Schweiz ein lohnendes Reiseland ist, besonders für Schweizer. Während seiner Touren fallen Bollmann immer wieder Reisemagazine in die Hand, die von der SBB oder Tourismusverbänden herausgegeben werden: «Ich war immer ein bisschen enttäuscht nach der Lektüre dieser Hefte. Die Lifestyle-Magazine sind schön gemacht, jedoch ohne Inhalt, die Reisemagazine enthalten PR-gefärbte Informationen und können nicht immer gestalterisch überzeugen.» So wächst in dem jungen Schweizreisenden der Wunsch, selbst ein Magazin zu erschaffen, das Lust auf Erkundungsreisen im Heimatland weckt. Und sie befriedigt.

In dubio pro motio

Eigentlich ist Bollmann Jurist. Darauf hätte man auch von selbst kommen können, denn er debattiert gern und verwendet lateinische Begriffe, nicht nur als Titel und für Rubriken seines Reisemagazins, sondern auch im Gespräch über «Helvetica» und ihre Reize. Ansonsten aber scheint Bollmann eher ambitiös als präntiös zu sein.

Bollmann wird 1972 in Zürich als Sohn eines Juristen geboren. Die ganze Familie diskutiert mit, wenn der Vater daheim von seinen Streitfällen erzählt. «Die Fälle waren mitten aus dem Leben gegriffen», berichtet Bollmann. «Mein Vater musste herausbekommen, wo das Problem liegt, und eine Lösung dafür finden. Dafür gab es viele Auslegungsspielräume. Jus hat sehr viel mit Kommunikation und Rhetorik zu tun, das hat mich fasziniert und liegt mir.» Also studiert Bollmann Jura. Damit setzt sich Justitia endgültig gegen Bocuse durch – zuvor hatte Bollmann lange den Wunsch gehegt, Koch zu werden. Um ein wenig von Zürich wegzukommen und sein Französisch aufzupolieren, startet Bollmann sein Jurastudium in Fribourg. Zwischendurch lebt er für ein Jahr in Siena. Er entdeckt die italienische Stadt und zeigt seinen Gästen verschwiegene Winkel und geheime Ecken. «Etwas zu entdecken, Spezielles aufzuspüren und an andere weiterzugeben, hat mir

immer schon grossen Spass gemacht», betont Bollmann. Es war also nur eine Frage der Zeit, bis aus der früh erwahten Leidenschaft etwas Eigenständiges wurde: Transhelvetica, das Schweizer Magazin für Reisekultur.

Im Jahr 2000, nach fünf Jahren Jurastudium und dem Examen, braucht Bollmann Abwechslung. Um den paragrafengefüllten Kopf zu durchlüften, steigt er bei der Eventfirma x-act ein. «Das war sehr spannend», sagt der Tausendsassa, «doch es hat mich trotzdem gereizt, die ganze Juristerei noch in der Praxis zu erleben.» Denn Bollmann ist nicht nur ein leidenschaftlicher Reisender, Entdecker und Kommunikator, er ist auch ein Vollblutjurist. Sein beruflicher Weg des Gesetzes beginnt 2001 als Auditor am Zürcher Bezirksgericht, führt weiter in eine Anwaltskanzlei und endet schliesslich beim Legal Counsel der FIFA. Dort arbeitet Bollmann von 2004 bis 2006 als Inhouse-Jurist, zuständig für Reglemente. «Ich habe in dieser Zeit viel mit der PR- und Kommunikationsabteilung der FIFA zusammengearbeitet», erzählt er. «Eigentlich war meine Idee, auf diesem Weg wieder in den Bereich Events oder in die Kommunikation zu wechseln. Das war dann aber nicht möglich.»

Bollmann kehrt der FIFA den Rücken und konzentriert sich voll auf seine Ausbildung zum «Executive Master of Science in Communications Management»

Der alte Bahnhof Letten: perfekter Ausgangspunkt für Reisegedanken und Gedankenreisen.





Titelblätter und Innenseiten der beiden ersten Transhelvetica-Ausgaben zu den Themen «Kreuz» und «Miniatur». Ganz rechts die Kleinanzeigenseite, aus der auch Werbepostkarten für die Inserenten entstehen.

in Lugano, die er berufsbegleitend begonnen hatte. Anschliessend geht er zum Kinderhilfswerk Unicef, wo er ein zweijähriges Mandat für eine grosse Spendenkampagne übernimmt. «Die Kampagne habe ich fast zwei Jahre lang vorbereitet», erzählt Bollmann. «Sie lief dann innert einer Woche an 27 Orten in der ganzen Schweiz. Als das vorbei war, hatte ich das Gefühl: Wenn man so etwas auf die Beine stellt, kann man alles andere auch.» Die Zeit ist also reif, und der lang gehegte Traum wird wahr: 2009 gründet Bollmann die Passaport AG, treffenderweise mit Sitz in einem stillgelegten Bahnhofgebäude, im alten Bahnhof Letten in Zürich. Ein Jahr lang arbeitet er am Konzept für sein Reisemagazin, im Oktober 2010 erscheint schliesslich die erste Ausgabe von Transhelvetica. «Ich war vorher schon mehrfach kurz davor, meine Idee umzusetzen», berichtet Bollmann. «Aber ich habe mich nicht so recht getraut, weil ich nicht aus der Medienbranche komme. Doch nun war der richtige Moment da.» Damit bleibt Bollmann seinem Vorsatz treu: Alles einmal ausprobiert zu haben. «Denn am Ende des Lebens», sagt er, «bereit man nicht das, was schiefgegangen ist, sondern das, was man nicht versucht hat.»

«IN DER SCHWEIZ GIBT ES VIEL AUSSERGEWÖHNLICHES. MAN KANN FROSCHSCHENKEL ESSEN ODER MURMELTIERE.»

Entdeckung des Alltags

Reise- und Tourismusmagazine gibt es dutzendfach. Transhelvetica aber will anders sein, ein Schweizer Reisemagazin für Schweizer. Denn viele Schweizer kennen sich vor der eigenen Haustür am wenigsten aus. Indien, Venezuela, Kuba, Australien, Myanmar, Bali, alles schon gesehen. Aber Puschlav, Waadtland und Urnäsch? Ömm. Klar, meint Bollmann: «Als Kind wird man genötigt, mit dem Götti oder der Grosi nach Stein am Rhein zu gehen, auf den Ballenberg, an den Rheinfall, auf die Rigi und nach Interlaken. Und dann hat man irgendwann ein Trauma von all den Schweizer Reisen.» Dennoch: Wer tausende Kilometer von daheim – zum Beispiel in Schweden – von zufälligen Reisebekanntschaften auf die Schönheit seiner Heimat angesprochen wird und nicht mitreden kann, sollte wenigstens vor der nächsten Fernreise Transhelvetica lesen. «In der Schweiz gibt es atemberaubende Museen, visionäre Handwerker, grossartige Landschaften und himmlische Käffer», begeistert sich Bollmann. «Für das muss man nicht nach London, Berlin oder New York reisen – und das meine ich durchaus auch ein wenig grünliberal. Die Schweiz bietet nicht nur grüne Wiesen und Kühe mit Glocken, sondern auch Eiswüsten wie in Alaska, Wasserfälle wie in Burma und Steppen wie in Afrika. Man kann Frochschenkel essen oder Murmeltiere. Und nicht nur der blaue Himmel auf der Werbebroschüre von Schweiz Tourismus ist entdeckenswert, auch die tiefen Wolken und der Nebel haben ihren Reiz.» All diese Facetten, vor allem die unerwarteten, tauchen in Transhelvetica auf. Um bei Schweizer Lesern die Neugier auf ihr Heimatland zu

reanimieren. Dass ihm einmal die Themen ausgehen könnten, glaubt Bollmann nicht. Schon bei den beiden ersten Ausgaben von Transhelvetica musste er aus Platzmangel einige Artikel streichen.

Mit allen Sinnen schauen

Bollmann will unbekannte Wege beschreiten, Fragen aufwerfen und die Antworten darauf von seinen Lesern entdecken lassen. Auch bei Details. «Wir bringen keine Wanderkolumnen mit Karten und genauen Wegbeschreibungen», erklärt er. «Die Reisehinweise in Transhelvetica sind in Geschichten eingeflochten. Wir schildern nicht, wie etwas ist, sondern finden heraus, warum es so ist. Zum Beispiel, warum in der Schweiz eine Strassenlaterne eine Strassenlaterne ist und kein fein geschwungenes Kandelaber wie in Paris. Es gibt für alles einen Grund. Wir zeigen, welchen.» Deshalb findet der Leser in Transhelvetica nicht die klassischen Reisetemen, sondern viel Stoff für eigene Entdeckungstouren. Bollmann: «Wir richten uns in erster Linie an Schweizer. Mit diesem Fokus kann bereits jeder Arbeitsweg eine kleine Reise sein. Wir sollten unsere Augen öffnen, denn auf der Strasse gibt es viel zu entdecken, Street Art, Werbung – oder achten Sie beim Spazierengehen doch einmal bei allen Häusern auf den zweiten Stock, setzen Sie sich einmal in den Bus und fahren einen Tag lang die ganze Stadt ab.»

Auch bei Kleininseraten geht Transhelvetica einen reizvollen, eigenen Weg. Unter der Rubrik «Avantgarde» gestaltet für jede Ausgabe ein anderer Schweizer Künstler eine Seite mit acht Inseraten. Auf der Nebenseite wird der Künstler in einem kleinen Interview vorgestellt. Aus den kunstvollen Inseraten lässt Bollmann zudem für jeden der acht Inserenten 500 Postkarten produzieren, die diese für ihre Eigenwerbung einsetzen können. «In den kommenden Ausgaben des Magazins möchte ich Kunst und Kultur noch mehr Raum geben», sagt Bollmann. «Bei Kulturschaffenden geht es um die ständige Neuerfindung ihrer selbst. Das ist sehr anregend.»

Neugier als Vorsatz

Bollmann ist Gründer und Geschäftsführer von Transhelvetica, ausserdem Herausgeber, Produzent, Projektmanager, Chefredaktor und Redaktor. Und natürlich ist er der Hausjurist. Denn auch wenn Bollmann auf Medien umgestaltet hat – Verträge studiert er immer noch ganz genau. «Am meisten Spass macht mir die gesamte Organisation des Projekts», sagt er. «Diverse Ansprechpartner und Akteure koordinieren, neue Partnerschaften aufbauen, den Vertrieb optimieren, Inserenten gewinnen, Abonnenten begeistern – das Unternehmerische an Transhelvetica finde ich besonders spannend.» Und weil er doch nicht alles ganz alleine kann, hat sich Bollmann noch eine Marketingfrau, eine Kommunikationsstrategin und einen Mann für die Finanzen ins Boot geholt,

der ausserdem Fotograf ist. Die Reportagen und Artikel in den ersten beiden Ausgaben wurden überwiegend von freien Journalisten verfasst, aber auch Kabarettist und Schriftsteller Franz Hohler hat Artikel beige-steuert. Ab Februar wird zudem eine fest angestellte Journalistin das Transhelvetica-Team unterstützen. Schliesslich soll das Magazin in Zukunft nicht mehr sechs-, sondern zehnmal im Jahr herauskommen, «und zwar als absolutes Premiumprodukt», betont Bollmann. Ausserdem soll Transhelvetica zukünftig in einer Auflage von 30 000 statt derzeit 11 000 Exemplaren sowie in weiteren Sprachen erscheinen, allen voran in Englisch.

Transhelvetica finanziert sich durch Anzeigen, deren Vermittlung Bollmann gerade der Publicitas übergeben hat. Ausserdem tragen aktuell 400 Abonnenten zum Umsatz bei. Offenbar gibt es Abnehmer für das Produkt, das so gar nicht in die Reihe der momentan verfügbaren Presse passen will. Das Magazin sperrt sich ein wenig gegen den Leser, es muss erst erobert, begriffen und verstanden werden, bevor es Freude bereitet. Dem Digitalisierungstrend hält das Heft ebenfalls stand: Online findet man zwar die PDFs einiger Artikel, eine vollwertige Webfassung aber gibt es nicht. Zwar ist sich Bollmann darüber im Klaren, dass auch Transhelvetica einen Internetauftritt braucht, um konkurrenzfähig zu sein. Doch alle Artikel online bereitstellen wird er erst, wenn er ein Konzept dafür gefunden hat, wie sich im Internet mit Qualität Geld verdienen lässt. Bis dahin plant Bollmann, seine Leser mit einem Transhelvetica-Blog sowie selbstproduzierten Videos zu versorgen. Auch die Kooabisierung des Magazins hat Bollmann im Blick.

Nicht auf seiner To-do-Liste stehen derzeit eine App oder der Einsatz von Augmented Reality – inzwischen fast schon State-of-the-Art. Der Nutzer von Transhelvetica-Artikeln soll nicht von technischen Möglichkeiten abhängen. «Klar, das ist auch eine Geldfrage», räumt der Herausgeber ein. «Aber wir wollen bewusst auch der dauernden Beschleunigung entgegensteuern. Transhelvetica ist Slow Food zum Geniessen, der Leser soll in seiner Freizeit an einem gemütlichen Ort im Heft schmökern.» Wer Transhelvetica lesen will, muss also nicht nur zehn Franken investieren, sondern vor allem Zeit. Liebhaber von Instant-Nachrichten, die zwischen Zürich-Central und Zürich-Hauptbahnhof per iPhone rasch noch die wichtigsten Nachrichten abrufen wollen, sind definitiv an der falschen Adresse. Und gerade dafür erhält Bollmann viel Lob: «Leser schreiben uns, dass sie es als wohlthuend empfinden, dass sie bei Transhelvetica nicht alles direkt aufs Auge gebunden bekommen, dass sie das Magazin in ihrem Tempo entdecken können und nicht von technischen Spielereien abgelenkt werden.»

Gespannt darf man verfolgen, wie schnell Bollmanns Zug Fahrt aufnimmt. Seine Reise entlang der Route der Neugier hat gerade erst begonnen.

Anne-Friederike Heinrich

In Kürze

Jon Bollmann

- *16.9.1972 in Zürich
- 1995–2000 Jurastudium Universität de Fribourg
- 1997 Universität degli studi di Siena, Italien
- 2000 Junior-Project-Manager x-act live communication, Zürich
- 2001–2002 Auditor Bezirksgericht, Zürich
- 2003–2004 Juristischer Mitarbeiter Anwaltskanzlei Walder & Partner, Zofingen
- 2004–2006 Legal Counsel FIFA, Zürich
- 2007 Executive Master of Science in Communications Management, Lugano/Kopenhagen/Los Angeles
- 2007–2009 Kampagnenleiter Kinderhilfswerk der Vereinten Nationen Unicef, Zürich
- seit 2009 Geschäftsführer/Verwaltungsratspräsident Passaport AG, Zürich
- seit 2010 Herausgeber Transhelvetica, Zürich

www.transhelvetica.ch

