

RAD & PINNE

von Judith Duller-Mayrhofer • duller.judith@yachtrevue.at

LAYLINE

Dieter Loibner

VOR 25 JAHREN ZEITREISE

SEPTEMBER 1990

Zum ersten Mal in der Geschichte dieses Magazins gingen wir in die Luft. Zwei tollkühne Yachtrevue-Mitarbeiter bestiegen eine angejahrte Piper vom Typ 19/59 mit schwachbrüstigen 90 PS sowie luftgekühltem Vierzylinder und starteten zu einem Rundflug über Kärnten. Johannes



Vogelperspektive ab. Das Ergebnis waren Luftaufnahmen von beeindruckender Schärfe und Detailvielfalt. Das Südufer des Wörthersees zwischen Reifnitz und Maria Wörth zierte unser Titelblatt, im Heftinneren starteten wir mit Wörthersee, Faaker, Keutschacher und Klopeiner

Czernin, als launiger ORF-Wettermoderator im ganzen Land bekannt, gab den Piloten, Langzeit-Redakteur Gottfried Paurnfeind hatte seine geliebte Hasselblad-Mittelformat-Kamera mit dabei und lichtete diverse Gewässer aus der

See die erste Folge einer aufwändigen Serie, die unsere Leserinnen und Leser in den folgenden Monaten in Wort und Bild zu den wichtigsten Segelrevieren Österreichs führen sollte. Ein Meilenstein, der bis heute Respekt abringt.



Qualität zählt. 1st-Relief bietet hochwertige Ausrüstung an

YACHT-AUSSTATTER

1st-Relief. Das Grazer Unternehmen, das seit mehr als 15 Jahren im Bereich der Berufs- und Freizeitschiffahrt tätig ist, verstärkt sein Engagement im heimischen Segel- und Motorbootbereich. Die Kernkompetenzen liegen im Bereich Forschung, Entwicklung und

Vermarktung von Kommunikations- und Navigationsgeräten. Darüber hinaus bietet man qualitativ hochwertige Schiffs- und Yachtausrüstung an. Das Portfolio umfasst unter anderen LED-Navigationslaternen, LED-Unterwasserbeleuchtung, Scheinwerfer, Positionierungssysteme, Batteriewächter, Spannungswandler und AIS-Geräte. 1st-Relief beliefert Endkunden und bietet dabei umfassende technische Betreuung an.

Info: 1st-Relief e.U., 8043 Graz, Tel.: 0720/371 371,
E-Mail: office@1st-relief.com, www.1st-relief.com

ERFOLG MIT EINER UNREGATTA

Es ist verrückt: In einer Zeit, in der Segelregatten von Sponsoren und Medien-Abteilungen, die alles millimetergenau planen, managen und kontrollieren, dominiert werden, setzten sich ein paar Leute im Bierzelt zusammen und dachten sich eine „Unregatta“ aus. Das Race to Alaska war vom Veranstalter, dem Northwest Maritime Center in Port Townsend im US-Bundesstaat Washington, mit einem witzigen Low-Budget-Video und der vollmundigen Ankündigung beworben worden, dass man dabei ersaufen, vom Bären gefressen oder von einem Frachter über den Haufen gefahren werden könnte. Erlaubt waren nur Boote ohne Motor, die mit Wind und/oder Muskelkraft betrieben werden, Größe und Crew egal. Hilfe von außen? Nada. Der Kurs: 750 Meilen durch die Inside Passage nach Ketchikan, Alaska, mit reißenden Strömungen und bis zu acht Windstärken gegenan. Siegesprämie: 10.000 Dollar bar, auf ein Zedernscheit genagelt. Zweiter Preis: Ein Satz Steakmesser.

Eine bunte Melange an Wettkämpfern fand sich am Start ein, vom Solisten im Kajak bis zu America's-Cup-Veteranen auf einem durchgestylten Multihull. Ein Teilnehmer, angereist aus Alaska, zahlte die Meldegebühr mit den Pelzen von selbst erlegten Ottern, weil er gerade knapp bei Kasse war.

Über 50 Teams waren am Start, nur 15 schafften es ins Ziel. Überleben war der wahre Sieg. Es fehlte die nervöse Wichtigtuerei, ohne die es heute nirgendwo mehr geht. Dafür konnte man sich von individuellem Sports- und Erfindergeist überzeugen, wie er damals herrschte, als Regatten über den Atlantik oder rund um die Welt noch Abenteuer waren und keine PR-Veranstaltungen, bei denen es primär um Klicks und Einschaltquoten geht. Apropos Klicks: Der Server der Regattawebseite war das einzige Todesopfer. 10 Millionen Anfragen alleine in den ersten beiden Wochen verkraftete er nicht. Die gute Nachricht: Zweite Auflage 2016. Die schlechte: Die Chance auf legendäre Einmaligkeit ist damit vertan, denn so frisch, frech und unberechenbar wird's dann wohl nicht mehr werden.

www.r2ak.com