



Stilecht bis auf das schöne Wetter: The Wizarding World of Harry Potter am Eröffnungstag

Magisches Butterbier

Harry Potter lebt – in Orlando, Florida, wo ein neuer Themenpark seine Welt erstehen lässt VON ANGELIKA FRANZ

Der Raum ist eng und staubig. Schachteln stapeln sich auf schiefen Regalen bis unter die Decke. Hinter dem Tresen steht ein bärtiger Mann in einer langen Robe und blickt streng über den Rand seiner Brille auf einen sommersprossigen Teenager. Lindsey heißt das Mädchen. Es ist gekommen, um einen Zauberstab zu finden, der zu ihm passt.

Der alte Mann probiert es mit einem Eichenstab. »Versuch mal, damit die Türlocke zum Läuten zu bringen.« Kurz darauf ertönt ein ohrenbetäubendes Geschepper, das gar nicht mehr aufhören will. Das war wohl nichts. Zweiter Versuch: Eibe – mit einem Kern aus Drachenherzfaser. Eine ganze Reihe Pappkartons poltert die Regale herunter. Lindsey wird langsam nervös. Schließlich nestelt der alte Mann eine Weidenrute hervor, und tatsächlich, diesmal scheint es der richtige zu sein. Das Mädchen steht in einem Kreis aus Licht, ein Windstoß spielt in seinen Haaren, Sphärenmusik erklingt. »Das hätten wir«, sagt der alte Mann.

Harry-Potter-Leser kennen ihn als Ollivander, den besten Zauberstabhändler der Welt, alle britischen Hexen und Zauberer kaufen bereits seit 382 vor Christus bei ihm. In Orlando, Florida, kommen nun auch sogenannte Muggel, also Menschen ohne übernatürliche Begabung, in den Genuss seiner Künste. Hier wurde am 18. Juni auf gut acht Hektar die Wizarding World of Harry Potter eröffnet – der erste Themenpark, in dem auch die Fans des berühmten Zauberschülers auf eine magische Reise gehen können.

Sie beginnt an der Station des Hogwarts-Express, der in den Büchern zwischen dem Gleis neundreiviertel des Londoner Bahnhofs King's Cross und dem

schottischen Dorf Hogsmeade verkehrt. Auf dem Weg zur Zaubererschule Hogwarts passiert man eine sehr britisch anmutende Gasse mit vielen kleinen Wirtshäusern und Läden. Darunter auch Ollivanders Geschäft, das im Original allerdings nicht in dem schottischen Dorf, sondern in der Londoner Winkelgasse steht.

Wer hier, wie Lindsey, einen passenden Zauberstab gefunden hat, kann ihn im Nebenraum gleich erwerben, für 28,95 Dollar. Der Souvenirladen Dervish and Banges hat die entsprechende Zaubergeräde im Angebot. Viele Besucher haben sich schon eingedeckt. Am Eröffnungstag wimmelt es nur so von Hexen und Zauberern. Jason – im wirklichen Leben ein Muggel aus Wisconsin – schwitzt heftig unter dem schweren Gewand. Doch er schwört: »Das zieh ich heute nicht mehr aus.« Seine Freundin Jennifer spielt mit einer golfballgroßen Kugel mit silbernen Flügeln. Ein goldener Schnatz, erklärt sie, das wertvollste Element im Quidditch-Spiel der Zauberschüler.

Die Magie von Harry Potter verkauft sich gut. Die Romane von Joanne K. Rowling wurden in 67 Sprachen übersetzt und gingen weltweit mehr als 400 Millionen Mal über den Ladentisch. Die Verfilmung spielte über 4,4 Milliarden US-Dollar ein. Dennoch begnügen sich Warner Bros. und Universal Orlando Resort – die beiden Betreiber des Themenparks – nicht damit, die Kulissen der Erfolgsfilme nachzubauen. »Wir wollen unseren Besuchern das Gefühl geben, in einer anderen Welt gelandet zu sein«, sagt Art Director Alan Gilmore. Monatelang ist er

durch England, Schottland und Irland gereist, um nach Anregungen zu suchen. Die Vorlage für das Gewächshaus von Hogwarts mit seinem verschnörkelten Eisengerüst fand er in Irland. Die rustikalen Tische und Stühle im Wirtshaus Die drei Besen sind Reproduktionen der Einrichtung eines 500 Jahre alten Bauernhauses in England.

Nur eins konnte Gilmore in Florida nicht reproduzieren: das schottische Wetter. Es ist heiß im amerikanischen Hogsmeade. Die Sonne brennt unerträglich, das T-Shirt ist nass vom Schweiß. Da hilft auch der künstliche Schnee nichts, der auf den Dächern der Winkelgasse glitzert. Ohne Kopfbedeckung und Wasserflasche ist man hier verloren. Zum Glück führt die Warteschlange für die Verbotene Reise, die Hauptattraktion des Parks, durch die kühlen Hallen der Zaubererschule Hogwarts.

Im Büro des Rektors hängen Bilder der vier Schulgründer, der Hexen Rowena Ravenclaw und Helga Hufflepuff und der Zauberer Godric Gryffindor und Salazar Slytherin. Dank Tricktechnik beginnen sie miteinander zu streiten, später hält Dircus Albus Dumbledore einen Vortrag über die Geschichte der Schule. Weiter geht es in das Klassenzimmer, in dem Verteidigung gegen die dunklen Künste gelehrt wird.

In diesem Pflichtfach lernen die Schüler, sich gegen gefährliche Wesen zu wehren oder schwarz-magische Angriffe abzuwenden.

Im Freizeitpark aber überreden Laserprojektionen von Harry und seinen Freunden Ron und Hermine die Besucher, den Unterricht zu schwänzen und mit auf die Verbotene Reise zu kommen.

Die beginnt in einem mit schwebenden Kerzen erleuchteten Raum der

Wünsche. Dort reißt einen eine als »fliegende Bank« dekorierte Gondel gleich hinein in ein rasantes Quidditch-Spiel. In den Büchern sitzen die Spieler auf fliegenden Besen, während sie sich gegenseitig die Bälle abjagen, hier rotieren und ruckeln einen die Bänke so waghalsig herum, dass man tatsächlich glaubt, auf einem Nimbus, also einem Rennbesen, zu sitzen. Bevor das flau Gefühl im Magen nachlässt, nimmt einen gleich ein feuerspuckender Drache ins Visier, reißt sein Maul auf und ... kreisch! ... pustet einen heißen Luftstrahl gegen die nackten Beine. Acromantulas – riesige, fleischfressende Giftspinnen – bespucken einen mit Man-will-gar-nicht-wissen-was. Menschen, die unter Höhenangst oder Arachnophobie leiden, sollten der Verbotenen Reise fern bleiben.

Bob und Amanda aus Maine sind dann auch ziemlich benommen, als sie wieder ins Sonnenlicht hinaustreten. »Wow!«, stöhnt Bob. »Also wirklich: Wow!«, ergänzt seine Frau und greift nach Bobs Hand. »Wow!« ist ein gängiger Ausruf in der Wizarding World of Harry Potter. Und das Lob gilt nicht nur der perfekt choreografierten Illusion.

Die Wizarding World of Harry Potter begeistert die Menschen durch eine Liebe zum Detail, die man in amerikanischen Themenparks sonst vergeblich sucht. Trotz der vielen Attraktionen, der unvermeidlichen Fressstände und Souvenirshops sieht hier nichts nach patentierter Formel aus. Alles ist eng und schief. In Gaststätten wie den Drei Besen hängen die geschwärtzen Deckenbalken nur wenige Zentimeter über den Köpfen der Gäste, die Getränke sind stets ein wenig zu warm. Honeydukes, der in der deutschen Übersetzung der Bücher Honigtopf genannte Süßwarenladen, verkauft nur jene Leckereien, die unter Hogwarts-Schülern beliebt sind: Bertie Botts Bohnen

jeder Geschmacksrichtung, Zischende Wissensbier oder Schokofrösche. Das meistverkaufte Getränk ist Butterbier, ein köstliches, nach Sahnkaramel schmeckendes Gebräu. Wem das zu süß ist – solche Muggel soll es tatsächlich geben –, der kann seinen Durst mit Kürbissaft oder Eistee stillen. Coca-Cola, Nestlé und Mars haben keine Lizenz bekommen. Sie passen nicht in die Zauberwelt des Harry Potter.

In den schmalen Gassen und kunstvoll verstaubten Geschäften von Hogsmeade, Florida, vergisst man beinahe, dass die Betreiber es auf unsere Kreditkarten abgesehen haben. Vor jedem Laden und jeder Attraktion steht eine lange Schlange. Die Wartezeiten sind enorm: für die Verbotene Reise: zwei Stunden, für die Achterbahn Duelling Dragon: 45 Minuten. Für ein Butterbier frisch vom Fass: eine Stunde.

Wenn kurz vor dem Portal der Zaubererschule der sogenannte Froschorch auftritt, verstopfen andächtige Zuhörer die Winkelgasse. Harry-Potter-Leser kennen den Froschorch als fulminantes Schulensemble, das diverse Instrumente täuschend echt nachahmen kann und ohne Mühen auf Latein singt. Hier schaffen es vier Sänger, die Menschen mit ihrem A-cappella-Gesang zu berühren. Doch was passte besser zu Harry Potter als so eine anachronistische Lowtech-Attraktion? Die Bücher von Joanne K. Rowling haben Millionen Menschen wieder zu Lesern gemacht, in der Wizarding World of Harry Potter werden sie zu staunenden Zuhörern. Das ist keine Zauberei. Das ist einfach gut gemacht.

The Wizarding World of Harry Potter: Universal Orlando Resort, 1000 Universal Studios Plaza, Orlando, Florida, USA. Information: Tel. 001-407/363 80 00, Tickets: Tel. 001-407/224 78 40, www.universalorlando.com/harrypotter. Täglich geöffnet von 9–22 Uhr. Touristische Auskunft: www.VisitOrlando.com



Das Handy funkt dazwischen

Urlauber können in diesem Sommer günstiger telefonieren und sorglos surfen VON MARKUS ALBERS

Das kennt wohl jeder: Man verpasst im Ausland einen Anruf auf dem Handy, hört nur mal kurz die Mobilbox ab – und ärgert sich später über horrenden Kosten auf der Abrechnung. Denn wenn der Urlauber nicht abnimmt, wird das Telefonat nach Deutschland zurückgeschickt und landet erst danach auf dem Band. So bezahlen Handybesitzer die teure Auslandsverbindung gleich zweimal. Zumindest innerhalb der EU ist das vom 1. Juli an passé. Dann darf der Empfang von Nachrichten auf der Mailbox nichts mehr kosten, nur noch die Abfrage.

Auch das Telefonieren selbst wird billiger: Wer aus dem EU-Ausland zu Hause anruft, muss von Juli an maximal 39 Cent pro Minute zahlen, wer Anrufe erhält, 15 Cent. Zurzeit sind es noch 43 beziehungsweise 19 Cent. Außerdem müssen Mobilfunkanbieter solche Telefonate künftig bereits nach der ersten halben Minute sekundengenau abrechnen. Am 1. Juli 2011 werden die Preise nochmals gesenkt. Sehr günstig sind schon heute SMS – der Versand von Kurzmitteilungen aus dem Aus-

land kostet maximal 13 Cent, weniger als die innerhalb Deutschlands gängigen 19 Cent.

Die Mobilfunkbetreiber sind darüber naturgemäß nicht glücklich. Der deutsche Branchenverband Bitkom klagt, würden die Preise künstlich niedrig gehalten, fehle den Unternehmen Geld für Investitionen in den Netzausbau. Doch sie werden sich wohl mit der Situation abfinden müssen. Anfang Juni entschied der Europäische Gerichtshof, dass die EU-Verordnungen, die den Obergrenzen zugrunde liegen, rechtmäßig seien. Damit können weitere Preissenkungen erzwungen werden.

Auch für Urlauber, die auf Reisen gerne mit ihrem Handy oder Smartphone surfen, gelten neue Regeln: Die Anbieter müssen bei ihren Kunden eine sogenannte Kostenbremse aktivieren. Haben die Reisenden im Ausland 50 Euro versurft, wird die Verbindung automatisch unterbrochen. Nur wer die Kostenbremse per Tastendruck ausdrücklich aufhebt, kann weitermachen. 50 Euro sind schnell erreicht. Schon ein per E-Mail versandtes Urlaubsfoto ist oft zwei bis drei Megabyte groß. Und die Anbieter dürfen

sich untereinander, wiederum eine EU-Vorgabe, einen Euro pro Megabyte für den Datentransfer berechnen. Zwei bis drei an die Verwandtschaft gemailte Strandbilder können also 10 Euro kosten. Deutlich teurer wird es, wenn ein Urlauber mal eben ein YouTube-Video herunterlädt. Manchmal merkt der Nutzer nicht einmal, dass er gerade im Netz ist – Apps wie die von Facebook, die man auf seinem Smartphone installieren kann, sind ständig online und verursachen Kosten.

Um ganz sicherzugehen, sollte man das sogenannte Datenroaming deaktivieren, also das Smartphone im Ausland völlig vom Internet abkoppeln. So halten es Profis, die beruflich viel reisen. »Ich gehe höchstens mal nur ganz kurz online, wenn ich eine dringende E-Mail erwarte«, sagt Jan Bause, Vertriebsleiter des IT-Serviceanbieters Intact IS, der regelmäßig in Österreich, Großbritannien und der Schweiz unterwegs ist. Urlaubern, die öfter ins Internet wollen, empfiehlt er, sich vor Ort einen UMTS-Stick mit Prepaid-SIM-Karte zu kaufen: »Den gibt es in Elektronikhäusern für 30 bis 40 Euro, ein Gigabyte

Daten inklusive. Und danach erwirbt man nur so viel Datenvolumen, wie man braucht.«

Auch beim normalen Telefonieren hilft der Trick mit der SIM-Karte. Man kauft sich vor Ort eine Prepaidkarte und legt sie ins eigene Gerät. Das Telefon hat dann allerdings eine neue Nummer, die Freunden und Verwandten zu Hause mitgeteilt werden muss. Eine Prepaidkarte lohnt auch, wenn man häufiger im Urlaubsland selbst herumtelefoniert – etwa als Rucksacktourist in Hotels und Jugendherbergen anruft, um zu fragen, ob noch ein Zimmer frei ist. Denn so spart man die Roaminggebühr, also das Geld, das die heimischen Anbieter dafür kassieren, dass sie auswärtigen Nutzern Zugang zu ihrem Netz gewähren.

Wem es zu mühsam ist, im Urlaub eine Prepaidkarte zu besorgen, der kann sich ein kostenloses WLAN suchen – manche Hotels und Cafés bieten

das an – und einen Online-Telefonanbieter wie Skype nutzen. Um das einfacher zu machen, vertreibt der Brite Richard Leyland ein kostenloses Programm namens WorkSnug. Hat der Nutzer es auf seinem Smartphone installiert, hält er das Gerät in einer fremden Stadt einfach in die Luft, und auf dem Bildschirm erscheinen kleine Schildchen, die auf Gebäude weisen, in denen es WLAN gibt. »Egal, ob in London, Barcelona, New York, Den Haag, Paris oder Berlin – man sieht auf einen Blick, wo man umsonst online gehen kann«, so Leyland.

WorkSnug ist zwar eigentlich für reisende Geschäftsleute gedacht, aber auch Touristen dürften sich an der Erfindung freuen. Es gibt nur einen Haken: Um das WLAN-Café zu entdecken, muss WorkSnug erst mal mit dem Handy online gehen, denn Dienste wie diese funktionieren wiederum nur übers Internet. So kann schon die Suche nach der günstigsten Verbindung nach Hause ganz schön teuer werden.

