



Red Bull VW (Volkswagen AG) Modena (Italien)

Als ich im Dezember 2001 Brenda Vernor (Ferrari Automobili) in Modena besuchte, traf ich diese beiden Red Bull Promotion-Girls an der ESSO-Tankstelle Modena.

Aus meinem Fotoversand nach Italien an das Red Bull Team entstand wohl eine Beziehung zur Volkswagen AG und der Formel 1, die bis heute anhält.

Nach meinem Besuch bei Ferrari (Brenda Vernor, Resto Tucano) wollte ich über Griechenland nach Israel fahren. Plötzlich verwandelte sich die Autobahn in eine Eispiste und ich fuhr mit meinem BMW unverrichteter Dinge wieder zurück nach Deutschland.

Rallye-WM jetzt mit VW

Weltpremiere des Polo R WRC in Monte Carlo. Nach zwei Jahren Vorbereitung steigt Volkswagen vom 15. bis 20. Januar in die Weltmeisterschaft ein

Um mit einem Auto vor dem Casino in Monte Carlo aufzufallen, muss man schon etwas Besonderes bieten: satten Motorsound, extrem sportliches Outfit und einen Weltstar am Steuer, der seinen neuen Dienstwagen gekonnt auf die Bühne ins Rampenlicht fährt – eine Aufgabe für den Franzosen Sébastien Ogier, nach Rekordweltmeister Sébastien Loeb wohl bester Rallye-Pilot der Welt. Im Januar wird es für Volkswagen ernst: Bei der Rallye Monte Carlo (15. bis 20.1. 2013) beginnt das Abenteuer Rallye-WM. Mit einem Weltklasse-Fah-

rer und einem 315 PS starken Supersportler: dem Polo R WRC, den VW vor Journalisten aus aller Welt in Monte Carlo präsentierte.

Der Rennpolo ist ein Hightech-Puzzle aus etwa 3000 Einzelteilen

Das Großprojekt WM wurde akribisch vorbereitet: Das Volkswagen-Team um Ogier sammelte in der letzten Saison im Skoda Fabia S2000 wichtige Wettkampferfahrungen. Parallel wurde der Polo R WRC 16 000 Kilometer auf

WM-Strecken getestet und permanent weiterentwickelt: ein Hightech-Puzzle aus etwa 3000 Einzelteilen, knapp die Hälfte wurde eigens für die Rallye konstruiert – Motor und Getriebe nicht mitgezählt.

Auch der personelle Aufwand ist enorm: Insgesamt 180 Menschen arbeiten für das Projekt, mit dem VW sein sportliches Image weltweit schärfen möchte. Entwicklungs-Vorstand Dr. Ulrich Hackenberg sprach in Monte Carlo von einem „neuen Zeitalter im Motorsport“ für Volkswagen, das begleitet wird vom „schnells-

ten Polo aller Zeiten“. Die Straßenversion des Polo R WRC ist bis zu 250 km/h schnell – Rallye-Feeling für 33 900 €, die Stückzahl ist auf 2500 begrenzt.

Von der Rallye-Version des Polo existieren bislang zwei Exemplare, im Frühjahr kommt ein drittes World Rally Car hinzu. 17 Monate Entwicklungsarbeit stecken in diesem Auto. Wert: vorsichtig geschätzt mehr als eine halbe Million Euro.

Die ADAC Rallye Deutschland startet 2013 vor dem Kölner Dom

Die deutschen Fans müssen sich bis Sommer gedulden, bis sie den WRC Polo bei der ADAC Rallye Deutschland live erleben können. Für den deutschen WM-Lauf, der vom 22. bis 25. August wieder rund um Trier, an der Mosel, im Hunsrück und im Saarland ausgetragen wird, haben sich die Veranstalter etwas Neues einfallen lassen: Gestartet wird vor dem Kölner Dom.

„Mit dem Auftakt mitten in einer Großstadt möchten wir ein noch breiteres Publikum für die Faszination des Rallye-Sports begeistern“, sagt ADAC Sportpräsident Hermann Tomczyk. Und Oberbürgermeister Jürgen Roters freut sich auf ein tolles Spektakel: „Die Kölnerinnen und Kölner werden den internationalen Rallye-Stars einen begeisterten Empfang bereiten.“

Text: Christof Henn

Mehr Rallye gibt es unter www.adac.de/motorsport oder www.adac-rallye-deutschland.de



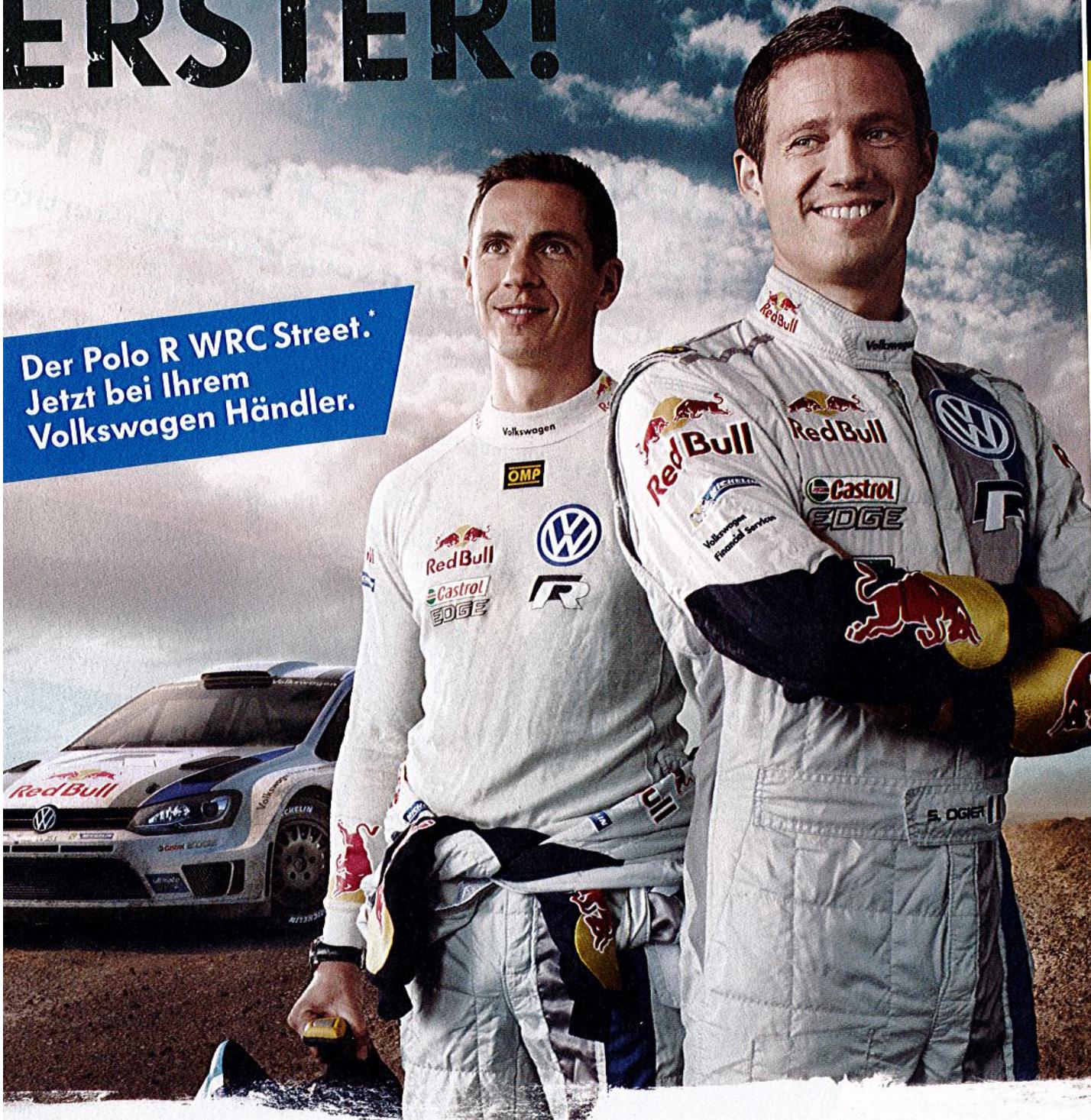
Vor dem Casino in Monte Carlo präsentierte Volkswagen seinen Rallye-Polo sowie Fahrer und Co-Piloten



Scannen Sie diesen QR-Code mit Ihrem Smartphone, und sehen Sie einen Film über den Polo R WRC

ERSTER!

Der Polo R WRC Street.*
Jetzt bei Ihrem
Volkswagen Händler.



Erste Saison. Erste Station Monte-Carlo. Erste Ergebnisse. Erster Vorsprung. Erste Siege. Erste Dramen. Erster Rückschlag. Erstes Jetzt-erst-recht. Erste Hoffnung. Erste Gewissheit. Erster Weltmeistertitel. Erster!
Volkswagen gratuliert Sébastien Ogier und Julien Ingrassia zum Fahrer/Beifahrer Rallye-Weltmeistertitel** im ersten Jahr. Wir freuen uns schon auf das Zweite.

** Vorbehaltlich der Bestätigung durch die FIA.

RALLYTHEWORLD.COM
EXCITEMENT WE SHARE



Der Polo R WRC Street.
Jetzt Probe fahren!



* Kraftstoffverbrauch, l/100 km: innerorts 10,1/außerorts 6,0/kombiniert 7,5;
CO₂-Emission, kombiniert, g/km: 174.

David Benedek / Franky Zorn / Radka Máchová / Elina & Richard Ussher / Alysia Montano / Nicolás Cage

THE RED

ACTION / SPORT / REISEN / KUNST / MUSIK

BULLETIN



DAS MAGAZIN ABSEITS DES ALLTÄGLICHEN

FEBRUAR 2012

GERARD BUTLER

Ein Schotte erobert Hollywood

BAJA CALIFORNIA

Das brutalste Offroad-Rennen der Welt

ANJA HUBER

Kopfüber durch den Eiskanal

Freiexemplar für die Leser der „Frankfurter Allgemeine Zeitung“

↓ iPad-App jetzt gratis downloaden!
Erhältlich im App Store

STRATOS.COM

FELIX BAUMGARTNER

JETZT GEHT'S LOS

Red Bull Stratos

Felix Baumgartner
bricht auf in den Weltraum

Red Bull Stratos – Wissenswert Spezial.



Jeden ersten
Mittwoch
im Monat,
ab 21:15 Uhr

ROS(E)WELL-New Mexico - USA:
Hier landeten auch die Ausserirdischen
am amerikanischen Nationalfeiertag
04-JULI-1947



Felix Baumgartner plant den freien Fall vom Rande des Weltraums aus über 36.000 Metern. Wissenswert Spezial begleitet das Red Bull Stratos Projekt hautnah. Moderator Andreas Jäger begibt sich auf die Spuren der unglaublichen Mission und ihrer Geschichte und geht den wissenschaftlichen Hintergründen nach.

ServusTV Österreich ist über Kabel, Satellit, DVB-T und IPTV frei empfangbar.
Kostenfreie Service-Hotline 0800 100 30 70 oder www.servustv.com

ServusTV

Wir wünschen Ihnen
bessere Unterhaltung.

E.T. - Lande der Au
 04. July 1997 ROSWELL

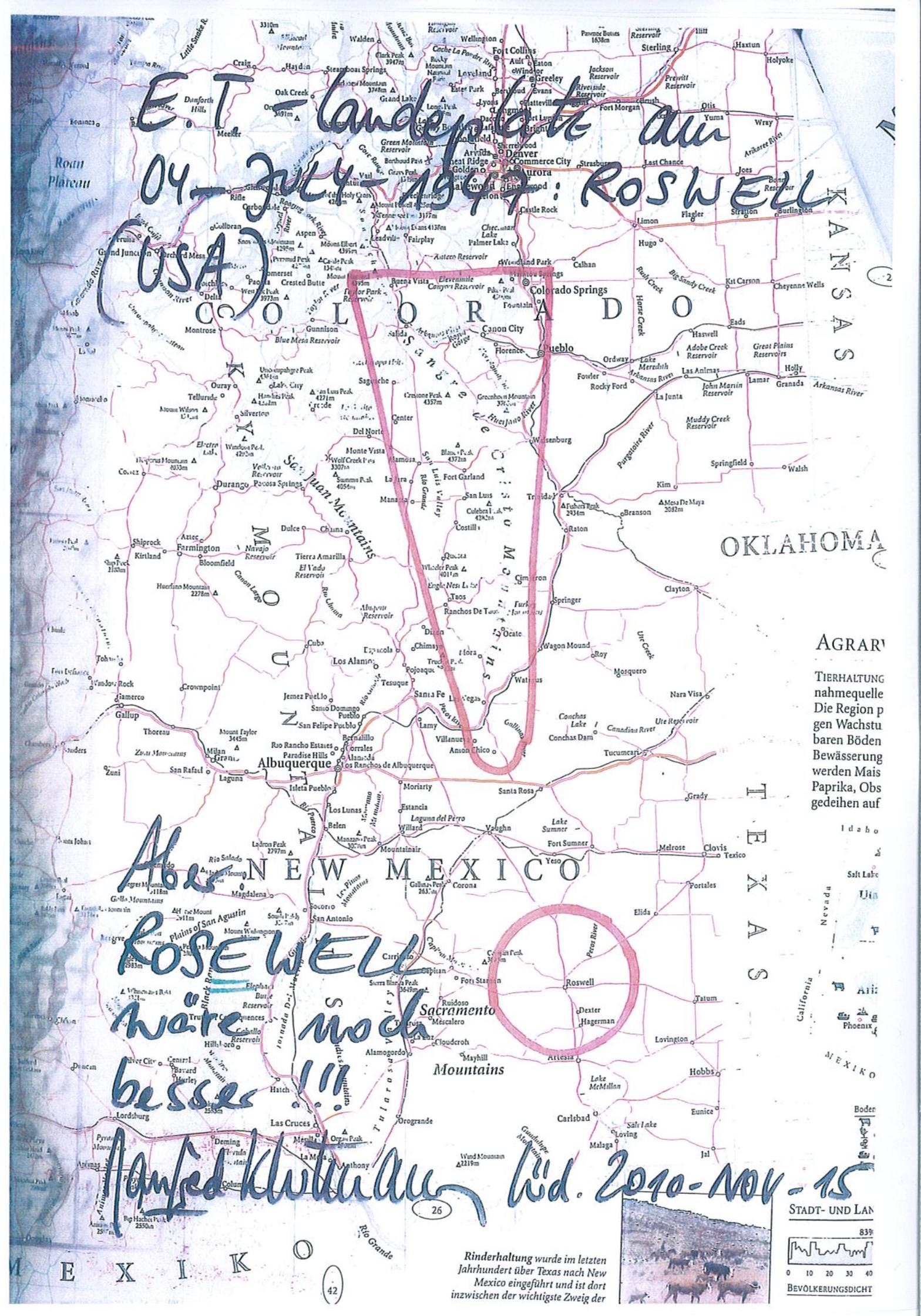
(USA)

Aber
 ROSEWELL
 wäre noch
 besser!!!

Manfred Klutten Au Wid. 2010-NOV-15

AGRAR
 TIERHALTUNG
 nahmequelle
 Die Region p
 gen Wachstu
 baren Böden
 Bewässerung
 werden Mais
 Paprika, Obs
 gedeihen auf

Rinderhaltung wurde im letzten
 Jahrhundert über Texas nach New
 Mexico eingeführt und ist dort
 inzwischen der wichtigste Zweig der



Unter Autoren, Magazin-Verlegern und anderen Papier mit einigermaßen klugen Sätzen füllenden Menschen ist eine heftige Debatte entbrannt, die sich um diese Fragen dreht: Wie wirkt sich das Internet aufs Gedruckte aus? Werden wir bald kein Papier mehr in Händen halten? Sondern nur noch Phones & Pads & Tablets & Kindles? Sterben die gedruckten Zeitungen aus? Die Bücher? Und mit ihnen auch die Printhäuser und die Buchverlage? Weil dann nämlich alles auf Bildschirmen lesen werden und übers Internet direkt kaufen?

Für die Anhänger des digitalen Journalismus und des eBooks sind diese Fragen längst entschieden: Wer heute noch glaube, seinen „content“ auf einem altertümlichen Medium wie Papier vertreiben zu müssen, sei Teil jener „Totholz-Industrie“, die ebenso aussterben werde wie Telegramm und Telex, die ja auch vom Internet ersetzt worden seien.

Ich weiß, Sie erwarten jetzt, dass ich diese Frage abschließend kläre, aber da muss ich Sie leider enttäuschen. Ich kann nicht in die Zukunft schauen. Es kann also sein, dass Sie diese Zeilen bald nur noch auf einem wohligh schimmernden Bildschirm lesen oder sie Ihnen direkt auf die Netzhaut projiziert werden und wir alle das auch noch gut finden. Wer weiß?

Über etwas anderes kann ich fundierter Auskunft geben: dass es einen gravierenden Unterschied macht, ob wir etwas auf einem Blatt Papier lesen oder auf einem Bildschirm. Weil es meiner eigenen Erfahrung entspricht. Weil es viele Menschen gibt, die sich Texte ausdrucken, die sie genauso gut am Bildschirm lesen könnten. Und weil Doktoranden der Fachrichtung „Journalismus und Kommunikation“ an der US-Universität Oregon im August 2011 eine entsprechende Untersuchung vorgestellt haben.



Ankowitschs Kolumne belebt Körper und Geist

Es lebe das Gedruckte!

Etwa deswegen: Papier ist glaubwürdiger als jeder Bildschirm.

In deren Rahmen baten sie 45 Journalismus-Studenten, 20 Minuten lang die „New York Times“ zu lesen. 25 bekamen die gedruckte Ausgabe vorgesetzt, der Rest die Online-Version. Abschließend testeten die Wissenschaftler, welche Gruppe wie viel behalten hatte. Das eindeutige Ergebnis: Die Studenten, die das raschelde Ungetüm gelesen hatten, konnten sich an doppelt so viele Dinge erinnern wie jene, die sich durch die

Online-Ausgabe geklickt hatten. Die Erklärung des Versuchsleiters: Die virtuellen Informationen würden flüchtig erscheinen, da sie gleichsam von selbst auftauchen und wieder verschwinden. Dieser Eindruck signalisiere dem Unbewussten des Lesers: Alles nicht so wichtig hier, musst du dir nicht einprägen. Diese weitreichende Erkenntnis wird von einer noch laufenden Untersuchung an der Columbia-Universität in New York unterstützt. Vorläufige Ergebnisse deuten an, dass sich das Lesen von Texten im Internet negativ auf unsere Merkfähigkeit auswirke.

Das bedeutet nicht, dass die digitale Revolution ausfallen wird. Wann hätten warnende Hinweise auf negative Nebenwirkungen schon einmal dazu geführt, dass technische Neuerungen unterblieben wären? Eben! Diese Erkenntnisse spielen vielmehr einer Reihe von Leuten wunderbare Argumente in die Hände. Lateinschüler werden sich darauf rausreden können, das elektronische Wörterbuch habe ihnen den letzten Rest an Vokabelkenntnissen aus dem Hirn gesogen. Zu spät bei Verabredungen Erscheinende werden sagen können, man solle froh sein, dass sie überhaupt noch auftauchen, angesichts der nachgewiesenen verblödenen Nebenwirkungen virtueller Notizen. Und Ihr Kolumnist wird in nicht allzu ferner Zukunft zum Schluss seines Textes immer wieder denselben Witz erzählen können, weil er sich – kaum gelesen – schon wieder in Nichts auflöst.

Zum Beispiel den: Treffen einander zwei Bananen. Sagt die eine: „Hallo, du!“ Darauf die andere: „Hilfe, eine sprechende Banane!“

Christian Ankowitsch, 52, ist ein österreichischer Journalist, Schriftsteller und Lebenshelfer. Er lebt mit seiner Familie in Berlin.

ILLUSTRATION: ALBERT EXERGIAN

DIE WELT VON RED BULL

JETZT ABONNIEREN



Studentenabo
12 AUSGABEN
FÜR € 17,90

Probeabo
3 AUSGABEN
FÜR € 6,90

McKinley Jahresabo
12 AUSGABEN
+ MCKINLEY OUTDOOR RUCKSACK
FÜR € 34,90

JA, ich bestelle das „The Red Bulletin“-Studentenabo für nur 17,90 Euro. 864205
(gültig bei Vorlage einer gültigen Schul- oder Immatrikulationsbescheinigung).

JA, ich bestelle das „The Red Bulletin“-Probeabo (3 Ausgaben) für nur 6,90 Euro. 864204

JA, ich bestelle das „The Red Bulletin“-Jahresabo inkl. McKinley Outdoor Rucksack für nur 34,90 Euro. 833886

JA, ich bin damit einverstanden, dass die Red Bulletin GmbH mich künftig auf postalischem, telefonischem und elektronischem Wege über interessante Angebote informiert.

VORNAME _____ NACHNAME _____
 STRASSE _____ PLZ _____ ORT _____
 TELEFON _____ E-MAIL _____
 Ich bezahle bequem per Bankeinzug: GEBURTSDATUM TT MM JJJJ
 KTO.-NR. _____
 BLZ _____ INSTITUT _____ DATUM/UNTERSCHRIFT _____

So kommen Sie zu Ihrem Abo: Coupon ausfüllen, ausschneiden und an Red Bulletin Aboservice, 20080 Hamburg senden, an +49/1805/861 80 02* faxen, die Nummer +49/1805/861 90 04* anrufen oder direkt bestellen auf www.getredbulletin.com

Abo-Garantie: Wenn mir das „The Red Bulletin“-Magazin nicht gefällt, schicke ich vier Wochen vor Ablauf meines Abos eine Postkarte oder eine E-Mail an abo@de.redbulletin.com, und mein Abo endet nach der Laufzeit. Sonst verlängert es sich zum jeweils gültigen Vorzugspreis für Jahresabonnenten. Die Abo-Angebote gelten nur in Deutschland und solange der Vorrat reicht. Der Versand einer Zugabe erfolgt nach verbuchtem Zahlungseingang. Ihre hier angegebenen Daten werden zum Zweck der Abonnementverwaltung sowie, falls von Ihnen ausgewählt, zum Zwecke der Übermittlung von Informationen über das Red Bulletin elektronisch gespeichert. Druckfehler und Irrtümer vorbehalten. Die Verwendung von automatisierten Skripten und/oder Services ist nicht gestattet. **Widerrufsrecht:** Die Bestellung kann innerhalb von 14 Tagen ohne Begründung beim Red Bulletin Aboservice, 20080 Hamburg, in Textform per Brief oder per E-Mail an widerruf@de.redbulletin.com widerrufen werden. Zur Fristwahrung genügt die rechtzeitige Absendung. * 14 Cent/Min. aus dem dt. Festnetz, max. 42 Cent/Min. aus dem dt. Mobilfunknetz.

The Red Bulletin erscheint in der Red Bulletin GmbH, Alexander Koppel, Rudolf Theierl, Heinrich-Collin-Str. 1, 1140 Wien, FN 287869rn. Vertrieb: DPV Deutscher Pressevertrieb GmbH, Dr. Olaf Conrad, Düsternstr. 1, 20355 Hamburg, Handelsregister: AG Hamburg, HRB 95752.

ABSEITS DES ALLTÄGLICHEN. THE RED BULLETIN.



THE RED BULLETIN Deutschland, ISSN 2079-4258: Herausgeber und Verleger Red Bulletin GmbH Chefredaktion Robert Sperl, Alexander Macheck (Stv.) Geschäftsführung Mag. Alexander Koppel, Rudolf Theierl Creative Director Erik Turek Art Director Kasimir Reimann Fotodirektion Fritz Schuster Creative Photo Director Susie Forman Chefin vom Dienst Marion Wildmann Leitender Redakteur Werner Jessner Redaktion Ulrich Corazza, Florian Obkircher, Arkadiusz Piątek, Andreas Rottenschlager Mitarbeiter Stefan Wagner Grafik Patrick Anthofer, Martina de Carvalho-Hutter, Miles English, Ken Ulrich Paasche, Esther Straganz Fotoredaktion Valerie Rosenberg, Catherine Shaw, Rudolf Uebelhör Senior Illustrator Dietmar Kainrath Autor Christian Ankowitsch Illustratoren Albert Exergian, Mandy Fischer Corporate Publishing Boro Petric (Ltg.); Christoph Rietner, Nadja Zele (CR); Dominik Uhl (AD); Markus Kučera (FD); Lisa Blazek (Red.); Christian Graf-Simpson (IPad) Lektorat Hans Fleißner Lithografie Clemens Ragotzky (Ltg.), Claudia Heis, Nenad Isailovic, Karsten Lehmann, Josef Mühlbacher, Thomas Posvanc Herstellung Michael Bergmeister Produktion Wolfgang Stecher (Ltg.), Walter Omar Sádaba Druck Prinovis Ltd. & Co. KG, D-90471 Nürnberg Finanzen Mag. Siegmur Hofstetter, Simone Mihalits Marketing & Country Management Barbara Kaiser (Ltg.), Stefan Ebner, Lukas Schrambacher, Johanna Troger; Matthias Preindl, Martina Ripper (Design); Klaus Plening (Vertrieb); Peter Schiffer (Abo); Nicole Glaser (Abo- und Vertriebsmarketing) Anzeigenverkauf Frauke Landt (Ltg.), Thomas Hutterer, Marcus Zinn; anzeigen@at.redbulletin.com Anzeigendisposition Susanne Thurner Office Management Anna Jankovic (Ltg.), Manuela Gebbauer IT Michael Thaler Firmensitz Red Bulletin GmbH, Am Brunnen 1, A-5330 Fuschl am See, FN 287869m, ATU63087028 Sitz der Redaktion Heinrich-Collin-Straße 1, A-1140 Wien Telefon +43 1 90221-28800 Fax +43 1 90221-28809 Kontakt redaktion@at.redbulletin.com Web www.redbulletin.com Erscheinungsweise Das Red Bulletin erscheint monatlich als Eigenbeilage von und in Kooperation mit folgenden Partnerzeitungen – in Österreich: Kleine Zeitung, Kurier, Die Presse, Salzburger Nachrichten, Der Standard, Tiroler Tageszeitung, Vorarlberger Nachrichten. In Deutschland liegt das Red Bulletin der Frankfurter Allgemeine Zeitung bei. In Nordirland: Belfast Telegraph. In Irland: The Irish Times. In Frankreich: L'Équipe. In Südafrika: Independent on Saturday, Saturday Star, Weekend Argus. In Neuseeland: The New Zealand Herald. In Kuwait: Kuwait Times. In Mexiko: Milenio Diario. In der Schweiz und Großbritannien: alternativer Vertrieb. Gesamtauflage 3,6 Millionen Leserbriefes bitte an leserbriefes@at.redbulletin.com



DIE NÄCHSTE AUSGABE DES RED BULLETIN ERSCHEINT AM 10. MÄRZ 2012.

Ich bin 100%
Pures Cola.



Absolut natürlicher
HERKUNFT.

Ganz ohne
⊗ Phosphorsäure
⊗ Künstliche
Farbstoffe
⊗ Künstliche
Aromen

Ich bin kein
Energy Drink.

ALL NATURAL.
ALL COLA.