

DACH REPORT

Germany, Austria, & Switzerland

July 2026



Prepared By:
Gobal Communication Experts (GCE)
Hanauer Ldstr. 184, 60314 Frankfurt – Germany
Web: www.gce-agency.com

Dorothea Hohn
+49 69 17 53 71 020
Dorothea.Hohn@gce-agency.com

Mariam Iqbal +49 69 17 53 71 048 Mariam.Iqbal@gce-agency.com	Eva Henss +49 176 15 30 90 86 Eva.Henss@gce-agency.com
Bianca Kolic +49 69 17 53 71 020 Bianc.kolic@gce-agency.com	Nadia Bourgault +49 1727139218 nadia.bourgault@gce-agency.com



Table of Contents

- I. Market Overview
- II. Executive summary
- III. Travel Trade activities
- IV. Newsletters & Sales calls
- V. PR & media activities
- VI. Social Media
- VII. Visit USA Germany membership

I. Market Overview

Interview with Fred Dixon, Head of Brand USA: Fred Dixon, President and CEO of Brand USA, used his recent visit to Germany to send a clear message: despite the current decline in German inbound travel to the United States, Brand USA remains fully committed to the market and is increasing, not reducing, its engagement. He expressed strong confidence that demand from Germany will recover, supported by the country's long-standing enthusiasm for the U.S., strong air connectivity, and close cooperation with travel advisors and tour operators, whom he described as more important than ever. Dixon praised the FIFA World Cup for showcasing the U.S. as a welcoming destination, highlighting smooth entry processes, strong infrastructure, and hospitality that countered negative perceptions. He sees it as the start of a "decade of sports," with future events like the Olympics offering more chances to promote U.S. destinations. To ease travel concerns, Brand USA's "Get Facts. Get Going." initiative provides clear, up-to-date travel and border information. Dixon noted its strong reception among tour operators and advisors, who share the resources with customers, and confirmed it will stay current as policies evolve. Looking ahead, Dixon said Brand USA intends to expand its partnerships and marketing activities in the German-speaking markets, building on the five joint campaigns already underway with the travel industry. He also highlighted upcoming industry events, including Brand USA Travel Week in Amsterdam and international destination leadership meetings, as key platforms for strengthening collaboration. While it is still too early to fully measure the World Cup's impact on future bookings, Dixon noted encouraging signs of last-minute demand this summer and believes positive word-of-mouth from visitors will gradually restore consumer confidence. His overall message was one of optimism: Brand USA remains invested in Germany for the long term and is determined to help the market return to growth.

<https://www.fvw.de/touristik/destination/interview-mit-brand-usa-chef-fred-dixon-brand-usa-262792>

- **Half-year review of the US inbound tourism:** Despite controversies surrounding FIFA, the 2026 World Cup in the US has delivered a positive tourism impact, with hotels in host cities reporting high double-digit revenue growth. Brand USA praised the country's infrastructure and hospitality, though the influx of international fans has had a mixed effect on visitor numbers. Provisional June arrival data from the US Department of Commerce shows South America as the only major region to see a 4% increase, while Western Europe (-0.7%) and Asia (-6.7%) experienced declines. Among participating nations, the UK, Colombia, and Ecuador stood out with strong growth, while countries like Germany (-19.8%) and South Korea (-30.9%) saw significant drops in visitors. Over the first six months of 2026, the US recorded 15.2 million overseas arrivals, reducing the shortfall to 4.3% compared to 2025. However, the top 20 overseas markets remain 3.1% below 2025 levels, with Germany and South Korea struggling the most—Germany's shortfall widened to 14.3%, and South Korea's to 14.9%. A significant World Cup effect is unlikely to emerge until August, when August and later figures could reveal whether US inbound tourism has stabilized or continued its downward trend.

[Half-year review of the USA: US inbound tourism – the impact of the World Cup](#)

II. Executive Summary

❖ Introduction of TSUSA in the DACH market

GCE contacted all travel, trade and media partners and informed them about the new point of German-speaking contact for TSUSA and proactively encouraged future cooperation.

❖ 2026 International Showcase

GCE recruited 15 German and Swiss tour operators representing a large variety of business segments, sales channels and customer target and 1 important trade journalist. The response from both the trade press and tour operators was overwhelmingly positive, with demand exceeding the available capacity and indicating that additional invitations could have been successfully accommodated.

❖ 2026-27 Tour Operators X TSUSA Project Plans

Master marketing agreements with 6 important tour operators in Germany and Switzerland have been signed to promote TSUSA in the German speaking travel market. GCE contacted all partners to discuss the next steps and align on the planned course of action.

❖ Creation of the annual plan

Development and presentation of the annual plan for the DACH-Markets

III. Travel Trade Activities

FY26 Trade events or marketing highlights with Tour Operators

Event/Action	Contact Person	Activity/Activation	Follow Up/ Next Step
CANUSA	Becci Marks	Campaign Kick-off and preparation	ongoing
CRD	Pia Hambrock	Campaign Kick-off and preparation	II
Fairflight	Laura Thum	Campaign Kick-off and preparation	II
America Unlimited	Timo Kohlenberg	Campaign Kick-off and preparation	II
Knecht Reisen	Anja Meier	Campaign Kick-off and preparation	II
Go2 Travel	Robin Engel	Dealing on SoW	II

IV. Newsletters & Sales Calls

Trade monthly Newsletter: share inspirational content, event calendar, must-do attractions, and new travel suggestion with trade partners.

Newsletter

No newsletter was drafted or distributed during the reporting period. This aligns with the established editorial calendar, which does not schedule newsletter activities for July and August. Regular newsletter communications are planned to resume in September. Preparations for upcoming communications will continue ahead of the September launch, with content and imagery provided by the participating states serving as the basis for future newsletter editions.

Media and Sales Calls:

- ❖ Representation of TSUSA at Consul General celebrations for July 4 at private residence of US Consul general
- ❖ Meeting with Elisabeth Walsh, US Commercial Service
- ❖ Meeting with United Airlines Sales Director Germany, Torsten Lettnin
- ❖ Meeting with British Airways Sales Director Germany, Thomas Rosenkranz
- ❖ Representation of TSUSA at Brand USA celebration on July 8, meeting the team, individual talk with Fred Dixon
- ❖ Meeting with Editor and Sales Team from America Journal and listing to cooperation opportunities
- ❖ Supporting North Carolina Governors tour in Frankfurt with organizational support

V. PR & media activities

Contacts with the media, meetings, releases, coverage opportunities, clipping, press trips.

Press releases and Media contacts.

2 Press releases were sent out:

- ❖ On June 8th, GCE created and distributed a press release to 162 key targeted TRADE media in Germany, Austria and Switzerland: ***TravelSouth Announces DACH Partnership***



This resulted in the following clippings:

US-Südstaaten bündeln Marketing im DACH-Markt



Travel South USA überträgt Global Communication Experts (GCE) die Repräsentanz im deutschsprachigen Markt. Neun Südstaaten beteiligen sich an dem Pilotprogramm für Deutschland, Österreich und die Schweiz. [Reise vor9](#)

©NCVC

10. Jun. 2026, 13:12 | news | destination

Travel South USA: GCE übernimmt die Repräsentanz



Myrtle Beach in South Carolina

Travel South USA (TSUSA), die offizielle Destinationsmarketing-Organisation für den Süden der Vereinigten Staaten, hat Global Communication Experts (GCE) in Deutschland zu seinem offiziellen Repräsentanten für den deutschsprachigen Markt ernannt.

Nach Angaben von TSUSA und GCE handelt es sich dabei um den ersten umfassenden Repräsentanzvertrag in der 63-jährigen Geschichte der Organisation. Die Vereinbarung tritt am 1. Juli 2026 in Kraft und markiert den Auftakt für die Initiative des Global Network Program von TSUSA mit Fokus auf Deutschland, Österreich und die Schweiz. Bereits neun Mitgliedsstaaten hätten ihre Teilnahme am Pilotprogramm zugesagt: Alabama, Georgia, Kentucky, Louisiana, Mississippi, Missouri, North Carolina, South Carolina und Tennessee.

DACH-Raum hat besondere Bedeutung

„Dies ist ein spannendes neues Kapitel für Travel South USA, in dem wir unser gemeinschaftliches Programm weiter ausbauen und die Zusammenarbeit in wichtigen internationalen Märkten vertiefen“, erklärte Liz Bittner, Präsidentin und CEO von Travel South USA. Die DACH-Region sei für den amerikanischen Süden von besonderer Bedeutung, da sie den zweitgrößten Überseemarkt darstelle. Gemeinsam mit GCE wolle man die Präsenz in der Region sowie die Beziehungen zur Reisebranche weiter stärken.

Deutschland, Österreich und die Schweiz würden das Global Network Program von TSUSA erweitern, das bereits Repräsentanzen in Europa, Lateinamerika, der APAC-Region und Kanada umfasse. Laut TSUSA ermöglicht die gemeinsame Serviceplattform den Tourismusorganisationen der Bundesstaaten, Ressourcen effizient zu bündeln und gleichzeitig Marketing-, Vertriebs- und Branchenunterstützung für Destinationen und touristische Unternehmen bereitzustellen.

Beliebter Süden

Zum offiziellen Start des Programms plant TSUSA bis Anfang Juli Treffen mit den teilnehmenden Bundesstaaten und Partnern. Dabei sollen Programmziele, Kooperationsmöglichkeiten und strategische Maßnahmen für das Geschäftsjahr 2027 abgestimmt werden. „Der amerikanische Süden begeistert weiterhin Reisende aus dem deutschsprachigen Raum, die authentische Kultur, Musik, Kulinarik und Roadtrip-Erlebnisse suchen“, so Dorothea Hohn, Geschäftsführerin der Agentur GCE, die ihren Hauptsitz in Frankfurt hat. GCE wolle daher einen besonderen Schwerpunkt auf Kommunikationsmaßnahmen und kommerzielle Partnerschaften legen. Ziel sei es, das Interesse am amerikanischen Süden weiter zu steigern und potenzielle Reisende für die Region zu gewinnen. (red)

tsusa, gce, global communication experts, netzwerk, südstaaten, travel south, Alabama, Georgia, Kentucky, Louisiana, Mississippi, Missouri, North Carolina, South Carolina, tennessee

Travel South USA baut Präsenz in Europa aus: Erstmals Global-Network-Partner in der DACH-Region



Bild-Infos Download 4 weitere Medieninhalte

Ein Dokument

Travel South USA gib-mit GCE bekannt.pdf
PDF - 368 kB

MEDIENINFORMATION

Travel South USA baut Präsenz in Europa aus:

Erstmals Global-Network-Partner in der DACH-Region

Global Communication Experts GmbH übernimmt die Repräsentanz

Atlanta/ Frankfurt, 8. Juni 2026 — [Travel South USA \(TSUSA\)](#), die offizielle regionale Destinationsmarketing-Organisation für den Süden der Vereinigten Staaten, gab heute die Ernennung von [Global Communication Experts \(GCE\)](#) in Deutschland zu seinem offiziellen Repräsentanten für den deutschsprachigen Markt bekannt. Die Partnerschaft markiert einen historischen Meilenstein für TSUSA und stellt den ersten umfassenden Repräsentanzvertrag in der 63-jährigen Geschichte der Organisation dar.

Die Vereinbarung mit GCE tritt offiziell am 1. Juli 2026 in Kraft und bildet den Auftakt für die neueste Initiative des **Global Network Program** von TSUSA mit Fokus auf Deutschland, Österreich und Schweiz (DACH). Bereits neun Mitgliedsstaaten von TSUSA haben ihre Teilnahme am Pilotprogramm zugesagt: **Alabama, Georgia, Kentucky, Louisiana, Mississippi, Missouri, North Carolina, South Carolina und Tennessee.**

„Dies ist ein spannendes neues Kapitel für Travel South USA, in dem wir unser gemeinschaftliches Programm weiter ausbauen und die Zusammenarbeit in wichtigen internationalen Märkten vertiefen“, sagte **Liz Bittner, Präsidentin und CEO von Travel South USA**. „Deutschland und die gesamte DACH-Region sind für den amerikanischen Süden von entscheidender Bedeutung, da sie unseren zweitgrößten Überseemarkt darstellen. Wir freuen uns sehr über die Partnerschaft mit Global Communication Experts, um unsere Präsenz, unser Storytelling und unsere Beziehungen zur Reisebranche in der Region weiter zu stärken.“

Deutschland, Österreich und die Schweiz ergänzen das wachsende Global Network Program von TSUSA, das bereits Repräsentanzen in Europa, Lateinamerika, der APAC-Region und Kanada umfasst. Die gemeinsame Serviceplattform ermöglicht es den Tourismusorganisationen der Bundesstaaten, Ressourcen effizient zu bündeln und gleichzeitig Marketing-, Vertriebs- und Branchenunterstützung für Destinationen und touristische Unternehmen bereitzustellen, die zur Exportwirtschaft der Region beitragen.

Zum offiziellen Start des Programms veranstaltet TSUSA bis Anfang Juli Treffen mit den teilnehmenden Bundesstaaten und Partnern, um Programmziele, Kooperationsmöglichkeiten und strategische Maßnahmen für das Geschäftsjahr 2027 abzustimmen.

„Der amerikanische Süden begeistert weiterhin Reisende aus dem deutschsprachigen Raum, die authentische Kultur, Musik, Kulinarik und Roadtrip-Erlebnisse suchen“, sagte **Dorothea Hohn, Geschäftsführerin der Agentur GCE**, die ihren Hauptsitz in Frankfurt hat. „Wir werden einen

Diese US-Destinationen stellen sich bei uns neu auf

von Holger M. Jacobs | Donnerstag, 16. Juni 2022



Meistgelesen

Vertriebsklima-Index Juni 2022
Stimmung am Countar verbessert sich leicht

Sponsored Post
Mein Schiff Flow – Werde VIP-Tester und Storyteller!

Michael Schmitz (SAP Concur) im Interview
"Wie Vorgaben überzieht, verliert die Reisenden"

Kein Produkt für Vergleichsportale
Darum setzen Reisebüros vermehrt auf Gruppenreisen

"Freedom Ship" (Video) (4)
Kreuzfahrtschiff soll Platz für 80.000 Menschen bieten



Chickasaw Culture Center in Oklahoma, Carroll Creek Park in Frederick (Maryland), Avenue of Oaks in South Carolina: Die Vielfalt touristischer Angebote aus den USA im deutschen Markt wächst.

Trotz – oder wegen – der Flaute im USA-Geschäft engagieren sich amerikanische Destinationen verstärkt im deutschen Markt. Ein Indiz ist die Ernennung neuer touristischen Vertretungen. Dabei gehen die Arnis höchst unterschiedliche Wege.

Nicht nur die Rekordmitgliedszahl beim Visit USA Committee Germany deutet es an: Das Interesse der US-Tourismusbüros am deutschen Quellmarkt ist ungebrochen – auch wenn so manche Marketing-Aktion derzeit angesichts der schweren Image-Krise der USA "on hold" ist.



Großes Entertainment in neuer Vielfalt

Wenn der Abend beginnt, wird die Mein Schiff Flow zur Bühne für Shows, Konzerte und Lesungen auf dem ganzen Schiff. Ein besonderes Highlight: die neue Burlesque-Show im La Cage. Jetzt bewerben und Teil der Mein Schiff Flow Story werden!

Dass Deutschland, für viele US-Destinationen nach wie vor der zweitwichtigste Quellmarkt hinter Großbritannien, weiterhin einen hohen Stellenwert genießt, zeigen drei aktuelle Beispiele aus dem Bereich der touristischen Repräsentanzen. Dabei zeigen sich im Detail deutliche Unterschiede in der Strategie, den deutschen Markt zu bearbeiten.

Travel South USA erstmals in Deutschland vertreten

Ein Paukenschlag gelang **Travel South USA (TSUSA)**: Die Marketing-Gemeinschaft des amerikanischen Südens hat Global Communication Experts (GCE) zur Repräsentanz für den deutschsprachigen Markt ernannt – ein Novum in der 63-jährigen Geschichte der Organisation dar. Bisher gibt es bereits Repräsentanzen in Europa, Lateinamerika, der Asien/Pazifik-Region und Kanada.



"Deutschland und die gesamte D-A-CH-Region sind für den amerikanischen Süden von entscheidender Bedeutung, da sie unseren zweitgrößten Überseemarkt darstellen", kommentiert Liz Bitner, President und CEO von Travel South USA, das "spannende neues Kapitel" für ihre Organisation.

Chance für nicht (mehr) vertretene Bundesstaaten

TSUSA hat sich in jüngster Zeit immer wieder demonstrativ zum internationalen Geschäft bekannt und mit deutschen Veranstaltern gemeinsame Marketing-Aktionen gestartet. Die gemeinsame Service-Plattform soll Tourismusorganisationen der Bundesstaaten helfen, Ressourcen effizient bündeln und gleichzeitig Marketing-, Vertriebs- und Branchenunterstützung für Destinationen und touristische Unternehmen bereitzustellen.

Bereits neun der zwölf Mitgliedstaaten von TSUSA haben ihre Teilnahme am Pilotprogramm zugesagt: Alabama, Georgia, Kentucky, Louisiana, Mississippi, Missouri, North Carolina, South Carolina und Tennessee. Bundesstaaten wie Georgia und South Carolina, die keine deutsche Repräsentanz mehr unterhalten, bekommen so wieder einen Zugang zum deutschen Markt. Spannend wird zu beobachten, wie sich seit Langem erfolgreich in Deutschland repräsentierte Südstaaten in dieser neuen Konstellation positionieren.

- ❖ On July 28th, GCE created and distributed a press release to 1,293 key targeted CONSUMER media in Germany, Austria and Switzerland: ***America's underrated dream destination***



Ob im Urlaub mit der legendären Route 66 in Kalifornien, am Fluss mit dem Mississippi in New Orleans, eine Wanderung durch die Great Smoky Mountains, im Rockabilly entlang der Meeresküste oder in der Hot Air Balloon über South Carolina – der Süden bietet Amerika auf eine andere Art, persönlich, ungewöhnlich und überraschend an.

Ausflucht mit der Region zu einem unvergleichlichen Reiseerlebnis. Jenseits der bekannten Touristenstrassen und der bekannten Sehenswürdigkeiten, die den Süden ausmachen, gibt es noch viel mehr zu entdecken. Im Herbst 2023 werden erstmals die 100 besten Reiseziele in Amerika veröffentlicht. Der Süden wird in der Liste der 100 besten Reiseziele in Amerika 2023 eine herausragende Position einnehmen.

Dabei wird der Süden bewusst auf Qualität statt Quantität gesetzt. Die besten Reiseziele, die den Süden ausmachen, sind die besten Reiseziele, die den Süden ausmachen. Die besten Reiseziele, die den Süden ausmachen, sind die besten Reiseziele, die den Süden ausmachen.

„Der Süden der USA ist kein Reiseziel, das man einfach abhakt. Es ist eine Region, die man mit allen Sinnen erleben“ sagt La Brette. Präsidenten und CEO von Travel South USA, „Musik, Kultur, Geschichte und Gastfreundschaft gehören hier untrennbar zusammen. Das ist das, was den Süden ausmacht.“

Eine der Regionen im amerikanischen Süden ist häufig ein Reiseziel, das man mit allen Sinnen erleben kann. Die Region ist nicht nur ein Reiseziel, das man mit allen Sinnen erleben kann, sondern auch ein Reiseziel, das man mit allen Sinnen erleben kann. Die Region ist nicht nur ein Reiseziel, das man mit allen Sinnen erleben kann, sondern auch ein Reiseziel, das man mit allen Sinnen erleben kann.

„Der Süden ist ein Reiseziel, das man mit allen Sinnen erleben kann. Es ist eine Region, die man mit allen Sinnen erleben kann. Es ist eine Region, die man mit allen Sinnen erleben kann. Es ist eine Region, die man mit allen Sinnen erleben kann.“

Die neuen Reiseziele sind Kalifornien, Texas, Oklahoma, Arkansas und Louisiana. Die neuen Reiseziele sind Kalifornien, Texas, Oklahoma, Arkansas und Louisiana. Die neuen Reiseziele sind Kalifornien, Texas, Oklahoma, Arkansas und Louisiana.

Über Travel South USA
Travel South USA ist die offizielle Destination Marketing Organisation für den Süden der Vereinigten Staaten. Seit mehr als 60 Jahren verbindet sie die Bundesstaaten gemeinsam und macht die Region weltweit als Reiseziel für Kultur, Musik, Natur und Geschichte bekannt.

Über Global Communication Experts
Global Communication Experts (GCE) ist ein führendes Unternehmen für internationale Kommunikation. Seit mehr als 20 Jahren verbindet sie die Bundesstaaten gemeinsam und macht die Region weltweit als Reiseziel für Kultur, Musik, Natur und Geschichte bekannt.

This resulted in the following clippings:



[Amerikas Süden rückt als Fernreiseziel stärker in den Fokus - Wissen, was im Tourismus los ist!](#)

Additional clippings:

FRONT ROW SOCIETY

THE MAGAZINE



Geschichte | Interview | 6 Minuten

Etwa 20 Minuten von Georgetown in South Carolina entfernt liegt Wicklow Hall, eingebettet zwischen jahrhundertealten Bäumen, Kameleen, Azaleen und Jasmin. Das historische Anwesen wurde aufwendig restauriert und 2025 als luxuriöses Bed & Breakfast neu eröffnet.



Der elf Meter große Park von Wicklow Hall ist so verzaubert, dass man sich darin schon einmal verlaufen kann. / © FrontRowSociety, Foto: Arnold Steinbrücker-Katzenberg

Bed & Breakfast seit 2025

Der Über-Fahrer durchfährt das schmiedeeiserne Tor, und wir gelangen in einen elf Hektar großen Park mit jahrhundertealten Eichen, die mit Farnen und Spanischem Moos bewachsen sind. Wir müssen ein wenig suchen, denn sowohl die Cottages als auch das Haupthaus, vor dem ich die Besitzerin von Wicklow Hall treffen soll, sind so zwischen den Bäumen versteckt, dass man weder Haus noch Gastgeberin sofort erkennt.

Nach einer kurzen Rundfahrt durch den Park kommt uns schließlich Judith Puckett-Rinella lächelnd entgegen. Sie und ihr Mann David haben das idyllische Anwesen über Jahre hinweg liebevoll restauriert und im Februar 2023 als luxuriöses Bed & Breakfast eröffnet.



Judith Puckett-Rinella und David Rinella haben das idyllische Anwesen Wicklow Hall über Jahre hinweg liebevoll restauriert und im Februar 2023 als luxuriöses Bed & Breakfast eröffnet. / © FrontRowSociety

National Register of Historic Places

„Es war ziemlich heruntergekommen, als wir es gekauft haben“, erzählt Judith beim Rundgang, „aber es hatte einfach diesen Zauber. Man spürt so etwas.“ Die Geschichte des Anwesens reicht ins 19. Jahrhundert zurück. Judith erzählt von drei britischen Brüdern, die zunächst ein kleines Cottage errichteten, wie es damals üblich war. Während das große Haus entstand, lebte man im Gästehaus.

Das Haupthaus „The Grand House“ wurde schließlich 1853 fertiggestellt und ins National Register of Historic Places aufgenommen. Heute findet man hier noch originale Heart-Pine-Böden, weißes Fensterglas und zehn restaurierte Kamine. Nichts davon wirkt museal. Judith und David wollten kein Haus schaffen, das eine düstere Vergangenheit ausstrahlt.



Im Wicklow Hall führt das Abschieden leicht - zwischen alten und neuen und Natur gemischt. / © FrontRowSociety, Foto: Arnold Steinbrücker-Katzenberg

Alles sollte echt und zeitlos sein

„Wir wollten auch nie dieses typische ‚historische‘ Bed & Breakfast“, sagt sie. „Keine Puppen, keine Spitzen, keine falsche Nostalgie oder Teddybären. Dergleichen findet man bei uns nicht. Stattdessen sollte alles echt sein. Und zeitlos.“

So wurden die Badezimmer mit italienischem Marmor ausgestattet, in jedem Zimmer gibt es eine kleine, moderne Küchenette, einen funktionierenden Kamin, exklusive King-Size-Betten und ausschließlich maßgefertigte Möbel. Viele Möbel entstanden aus Holz aus North Carolina, manche aus gerettetem Material, das David selbst aufbereitete



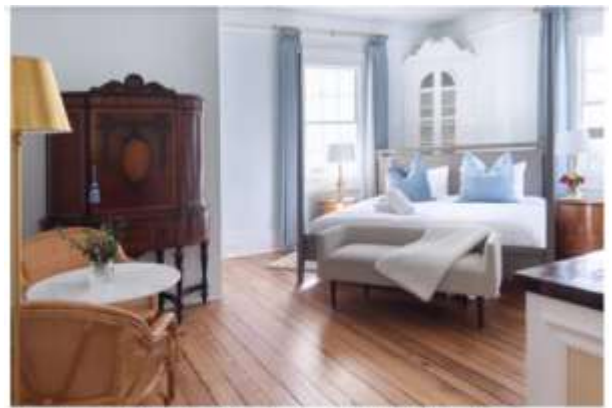
Auch im im Haupthaus von Beaufort hat Deborah viel verloren: historische Ausstattung mit einer außergewöhnlich geringen, aktuellen Bewertung / © David Wright

Handgemaltes Wandbild von Lynne Fensterer

Echte Materialien altern schön, und sie werden nie aus der Mode kommen“, sagt Judith. Fast jedes Möbelstück, jedes Holzpaneel trägt eine Geschichte in sich. Freunde und Familienmitglieder arbeiteten am Ausbau mit. Die große Bar im Salon etwa wurde gemeinsam mit Judiths Mutter gefertigt.

Im Herzen des Haupthauses liegt der große Salon. Dort breitet sich ein handgemaltes Wandbild – eine Küstenmarschlandschaft der Beaufort-Künstlerin Lynne Fensterer – über die Wände aus: üppig, ruhig, beinahe träumerisch. Judith erzählt, wie die Künstlerin zunächst in ihrem Studio arbeitete und dann direkt vor Ort alles fertigstellte.

Im Herzen des Haupthauses liegt der große Salon. Dort breitet sich ein handgemaltes Wandbild – eine Küstenmarschlandschaft der Beaufort-Künstlerin Lynne Fensterer – über die Wände aus: üppig, ruhig, beinahe träumerisch. Judith erzählt, wie die Künstlerin zunächst in ihrem Studio arbeitete und dann direkt vor Ort alles fertigstellte.



Alt und historische Details verleihen dem Oak Room einen besonderen Charakter / © David Wright



Was sich nicht paarte, wurde passend gemacht: Vor einer der Badezimmer wurde sogar eine Abkassette angebracht / © Catherine O'Leary

Nichts wurde dem Zufall überlassen

„Ich saß mit David hier im Salon und starrte auf diese eine noch weiße Stelle unter der Treppe. Ich sagte: Das geht so nicht. Und er sagte: Judith, du musst aufhören. Aber ich konnte nicht.“ Also kam Lynne zurück, blieb drei Tage und malte weiter. „Manchmal weiß man einfach, dass man noch nicht fertig ist“, sagt Judith lachend.

Judiths Entschlossenheit zeigt sich sowohl das Haupthaus als auch in den Gasthäusern. Nichts wurde dem Zufall überlassen. Türen aus einem abgerissenen Gebäude auf einer nahegelegenen Insel wurden umgedreht und eingebaut. Ein ehemaliger Stall wurde zu einem Cottage restauriert, die alten Namensschilder der Pferde „Lucy“ und „Polly“ blieben erhalten.



Das handgemalte doublebild von Lynne Henderson zeigt, wie persönlich und detailverliebt Wicklow mit gestaltet wurde. © FrontWoodsociety, Foto: Astrid Staudacher-Rastmayr

Wicklow Hall ist ein Haus für Geselligkeit

In manchen Badezimmern hängen Originalwerke von Ralph Gibson, im Haus Arbeiten von Nigel Parry sowie David Rineffs professionelle Fotografien. Die Lobby wirkt fast wie eine private Galerie. Alle Seifenpender in den Bädern findet man schon mal schöne, alte, gläserne Parfümflakons oder Waschbecken mit Einlagen aus Perlmuttermuscheln. Jeder noch so kleine Lampenschirm ist auf die Farbe des Zimmers abgestimmt, jedes Fenster wurde so platziert, dass der Blick nach draußen besonders schön ist.

Wicklow Hall ist ein Haus für Geselligkeit. An den Wochenenden gibt es elegante Südstaaten-Dinner, oft begleitet von Live-Jazz. Beim Azaleen-Dinner im März kamen vierzig Gäste in Leinenanzügen und Abendkleidern zusammen; serviert wurden Dirty Rice (würziger Reis nach Südstaaten-Cajun-Art), Fried Fish, Roast Beef und Bourbon Punch (Cocktail mit Bourbon-Whiskey).



Unter Freunden

Judith erzählt davon nicht wie von einem Event, sondern wie von einem gelungenen Abend unter Freunden. „Unsere Gäste finden hier schnell ihre Lieblingsplätze – an der Bar, irgendwo im Garten, selbst auf der Treppe. Sie lernen einander kennen und haben sofort Spaß. Und meist setzt sich dann noch irgendjemand ans Klavier, und alle singen fröhlich mit.“

Auch das Frühstück folgt dieser persönlichen Philosophie. Statt standardisierter Buffets serviert Judith häufig selbstgemachte Gerichte direkt am Tisch: Zitronen-Ricotta-Pancakes mit karamellisierten Äpfeln, hausgemachte Würstchen oder frische Produkte lokaler Farmen.



Im Salon von Wicklow Hall hat Judith die noch weiße Stufe unter der Treppe auf – also hat sie Künstlerin Lynne Henderson noch einmal zurückkehren. © FrontWoodsociety, Foto: Astrid Staudacher-Rastmayr



Hier ist dort ein kleiner Waschbecken der Wandbild – ein typisches Detail des country und ein schönes Beispiel für Judiths Liebe zum Detail. © FrontWoodsociety, Foto: Astrid Staudacher-Rastmayr

FRONT ROW SOCIETY

THE MAGAZINE



Geschichte Lesens & Menschen

„In Savannah musst du unbedingt ins The Olde Pink House essen gehen“, raten mir gleich mehrere meiner Freunde in den USA, als ich ihnen erzähle, dass ich nach Georgia reisen werde. Gesagt, getan, ein Tisch wird reserviert.

Und schon auf dem Weg durch den kleinen Park Richtung Reynolds Square habe ich das Gefühl, dass sie recht behalten werden. Vor mir steht ein historisches Herrenhaus in zartem Rosa. Ein paar Stufen hinauf, durch eine schwere alte Tür hindurch und plötzlich bin ich mitten in der Geschichte Savannahs.



Ein Haus in Savannah: Das Olde Pink House / © MarkKooGunn, Foto: Astrid Steindorfer-Ratmayr



Jeder Bereich ist anders. Manche Gäste des Olde Pink Houses nehmen sich vor, in jedem Zimmer des Hauses einmal zu essen / © FrontRowSociety, Foto: Astrid Steindorfer-Ratmayr

Aus Rot und Weiß wird Pink

In den Jahrzehnten danach wechselte das Gebäude oft den Besitzer. Es war unter anderem Buchhandlung, Anwaltskanzlei, Schule, Antiquariat, Kirche und Tea Room. Mit den Jahren verfiel das Herrenhaus zunehmend, bis die Familie William Bolish aus Charleston das Gebäude 1992 kaufte und umfassend restaurieren ließ. Wände wurden erneuert, Böden stabilisiert und historische Details freigelegt.

Besonders auffällig bleibt natürlich die Farbe des Gebäudes. Und genau dahinter steht eine der bekanntesten Geschichten Savannahs. Das Haus wurde ursprünglich aus roten Georgia-Lehmziegeln gebaut und anschließend weiß verputzt. Durch Hitze und Feuchtigkeit drangen Farbe und Mineralien der Ziegel immer wieder durch den hellen Putz. Das Weiß verfärbte sich rosa.



Pink Green Tomatoes – eines meiner Lieblingsgerichte der Südstaaten / © The Olde Pink House

Erste Bank Georgias

Gebaut wurde das Herrenhaus 1771 von James Habersham Jr. auf Land, das damals von der englischen Krone vergeben wurde. Habersham lebte bis 1800 in dem Haus, das später eine zentrale Rolle in Savannah spielte. Historischen Überlieferungen zufolge fanden dort geheime Treffen statt, die zur Unabhängigkeit der 13 Kolonien betrugen.

Später wurde das Gebäude zur „Planter's Bank“, der ersten Bank Georgias. Noch heute erinnern die alten Gewölbe im Untergeschoss daran. Während des Amerikanischen Bürgerkriegs wurde das Haus erneut Teil amerikanischer Geschichte. Der „March to the Sea“ von General William Tecumseh Sherman brachte Waffen und Kanonen nach Savannah. Nachdem Sherman die Stadt eingenommen hatte, soll General York sein Hauptquartier im Olde Pink House eingerichtet haben.



Sobald man die Eingangstüre öffnet, merkt man, wie viel Vergangenheit in diesem Haus steckt / © The Olde Pink House

Jeder Raum hat eine eigene Atmosphäre

„In Südgeorgia schwitzt im Sommer alles, selbst die Ziegel“, erzählt Craig Jeffries lachend. Über Jahre versuchten verschiedene Besitzer offenbar, den Farbton wieder zu überstreichen. Erst in den 1920er-Jahren entschied sich eine neue Eigentümerin bewusst dafür, das Rosa nicht länger zu verstecken, sondern hervorzuheben. Seitdem gehört die Farbe untrennbar zum Charakter des Hauses.

Mindestens genauso besonders wie die Geschichte sind die unterschiedlichen Räume des Restaurants. Links vom Eingang liegt noch heute der alte Speisesaal, rechts der frühere Salon. Im Obergeschoss befinden sich heute Dining Rooms im ehemaligen Master Bedroom oder im Büro des früheren Bankpräsidenten. Jeder Bereich ist anders. „Manche Gäste nehmen sich sogar vor, in jedem Zimmer des Hauses einmal zu speisen“, erzählt Craig. „Das Essen bleibt gleich, aber jeder Raum hat seine eigene Atmosphäre.“

Live-Musik & Cocktails in der Planters Taverne

Viele Stammgäste zieht es zunächst allerdings nach unten in die Planters Tavern. „Wir haben eine Reservierung, aber wir starten unten“, hört das Team oft von Gästen, erzählt Craig. Die Taverne befindet sich im Untergeschoss des Hauses und war früher die Küche des Herrenhauses. Heute gibt es dort an mehreren Abenden pro Woche Live-Musik und Cocktails.

Kulinarisch prägt Executive Chef Vincent „Vinnie“ Burns das Olde Pink House seit vielen Jahren. Als er Ende der 1990er-Jahre zum ersten Mal durch die Eingangstür des Hauses ging, wusste er sofort, dass er dort arbeiten wollte. „Die breiten Treppen, die alten Holzböden, die Geschichte des Hauses – das hat mich sofort beeindruckt“, erzählt er.



Das bekannte „Crispy Scored Flounder“ wird mit einer knusprigen Aprikosen-Schalotten-Glasur serviert. Wer auf Nummer sicher gehen will, reserviert sie gleich vor / © The Olde Pink House

Familienrezept für Fried Chicken

Auch das Fried Chicken des Hauses entstand eher zufällig. Für eine Veranstaltung kurzfristig ein Hühnergericht benötigt und Vinnie entschied spontan, das Rezept seiner Mutter zu verwenden. Heute gehört genau dieses Rezept zu den Klassikern der Speisekarte.

Ebenso legendär sind die Cheddar Cheese Grits. Vinnie lobt dabei besonders seine Mitarbeiter Ronnie Richardson, der sie täglich zubereitet. Die Produktion beginnt um sechs Uhr morgens, weil Gäste das Gericht so sehr lieben.



Langsam kochen ist gutes Kochen

Burns begann seine Karriere als Tellerwäscher in Charleston. Eigentlich wollte er Ingenieur werden. Doch nachdem er einem Koch beim Filetieren von Fisch zugesehen hatte, blieb er in der Küche hängen. Heute ist er nicht nur Küchenchef, sondern bildet auch junge Köche aus. Viele Mitarbeiter hatten als einfache Line Cooks begonnen und später Führungspositionen übernommen.

Besonders stolz ist Vinnie auf die Konstanz der Küche. „Das Essen darf nie unterschiedlich schmecken“, sagt er. Deshalb werde täglich probiert, kontrolliert und angepasst. Sein wichtigster Grundsatz: „Langsam kochen ist gutes Kochen.“

Zu den bekanntesten Gerichten gehört die „Crispy Scored Flounder“, die bereits 1986 entstand. Die eingeschnittene Flunder wird knusprig frittiert und mit einer Aprikosen-Schalotten-Glasur serviert. Anfangs habe das Gericht kaum jemand bestellt, erzählt der Küchenchef. Später hätten Gäste sogar vorab angerufen, um Flunder zu reservieren.



Speisen im ehemaligen Master Bedroom oder im Büro des früheren Bankdirektors. Das Olde Pink House bietet Optionen / © FoodVibes.com, Foto: André Manderscheid-Rathmann

Ich verstehe schnell, warum das Olde Pink House in Savannah längst eine Institution ist. Es verbindet Geschichte, Gastfreundschaft und Küche auf die beste Weise. Craig beschreibt es am treffendsten: „Wir wollen unseren Gästen das Gefühl geben, dass sie immer wieder zurückkommen möchten.“ Ja, ich will.

Zwischen Hamburg und Haiti

Sabine, was willst Du denn in Arkansas?

Sonntag, 26. Juli 2026, 09:34 bis 10:00 Uhr

Sonntag, 26. Juli 2026, 14:04 bis 14:30 Uhr



Ganz klar, wenn man zum ersten Mal in die USA reist, wird man höchstwahrscheinlich nicht gerade Arkansas und Alabama besuchen. Doch wer die wichtigsten landschaftlichen Highlights und die spannendsten Städte bereits abgeklappert hat, den könnte es gut in den Südosten des Landes verschlagen. Auch wegen der wechselvollen oft dunklen Geschichte der Südstaaten gibt es hier viel zu entdecken - Orte, die an die Bürgerrechtsbewegung erinnern ebenso wie lebendige Musikgeschichte, Artenvielfalt in State Parks und schnuckelige kleine Towns.



Little Rock - la petite roche

"La petite roche" - kleiner Felsen - so nannte der französische Entdecker de la Harpe eine Gesteinsformation, als er Anfang des 18. Jahrhunderts den heutigen Arkansas River landeinwärts entlangschipperte. Der Name blieb für die Siedlung, die an der Stelle entstand - die Hauptstadt des heutigen Bundesstaats Arkansas heißt "Little Rock".

Eine Stadt mit rund 200.000 Einwohnern, die sich über viele Quadratkilometer verteilt, aus einem Patchwork unterschiedlicher Neighbourhoods besteht und mit viel Interessantem aufwartet. Nahe des State Capitals von Arkansas erinnert eine eindrucksvolle Skulptur an die „Little Rock Nine“. Das waren die ersten afroamerikanischen Schülerinnen und Schüler, die nach der offiziellen Aufhebung der Rassentrennung in Arkansas eine High School besuchten. 1957 war das - der Gouverneur von Arkansas versuchte, ihnen den Besuch der High School zu verwehren, ein weißer Mob demonstrierte vor der Schule. Und Präsident Eisenhower setzte schließlich Bundesstruppen ein, um die Schüler zum Unterricht zu eskortieren. Heute wird die High School samt Gelände vom National Park Service betreut, es gibt Führungen und unterschiedlichste Veranstaltungen.

Überhaupt, Little Rock bietet eine ziemlich vielfältige Museumslandschaft - von der Clinton Presidential Library über ein ambitioniertes Art Museum bis hin zum Handtaschenmuseum, dem Esse Purse Museum. Und ein paar Meilen von Downtown entfernt gibt es mit dem Pinnacle Mountain State Park viel Natur quasi "vor der Haustür".

Hot Springs Nationalpark und ein Gangster Museum

Etwa eine Autostunde von der Hauptstadt können Besucher im Hot Springs National Park nicht nur in warmem mineralhaltigem Wasser entspannen und historische Badekultur genießen.

Sondern auch im "Gangster Museum of America" in die 1920er- und 30er-Jahre eintauchen, als Al Capone und Co regelmäßig in das kleine Städtchen kamen, auch hier in Hinterzimmern ihre Geschäfte abzuwickeln.

Das Amazonas Nordamerikas: Tensaw River Delta

Von den dichten Wäldern und mittelgebirgsähnlichen Regionen in Arkansas zum Süden von Alabama. Das Tensaw River Delta bei Mobile wird auch der "Amazonas Nordamerikas" genannt. Hier, wo sich Salz- und Süßwasser mischen, ist eine enorme Artenvielfalt zu finden. Allein rund 300 Vogelarten sind hier gesichtet worden, dazu zahlreiche Amphibien, Alligatoren und kleine Säugetiere.

Mobile selbst gehört zu den ältesten Städten der USA und ist besonders stolz auf seinen "Mardi Gras", den ältesten Nordamerikas. Was zu Beginn des 18. Jahrhunderts von einem Franzosen in Form von Maskenbällen ins Leben gerufen wurde, hat sich zu einem wochenlangen bunten Spektakel mit Paraden, Partys

und Böllen entwickelt, vieles davon wird von den sogenannten "Mystic Societies" organisiert. Rund um die historischen Viertel in Downtown wird dann ordentlich gefeiert!

Mobile: Vergangenheit mit transatlantischem Sklavenhandel

Doch Mobile steht auch für ein dunkles Kapitel der amerikanischen Geschichte - im Viertel Africatown erzählt ein kleines Museum seit einigen Jahren die Geschichte der "Clotilda". Das Schiff schmuggelte 1860, Jahrzehnte nach dem Verbot des transatlantischen Sklavenhandels 110 aus Westafrika verschleppte Menschen nach Alabama.

Ihre Nachfahren leben heute teilweise noch in Africatown. Und wollen mit dem Museum aber auch mit regelmäßigen Veranstaltungen dafür sorgen, dass ihre Geschichte nicht in Vergessenheit gerät.

Beitrag teilen





AB IN DEN SÜDEN

© 2004 Blackwell Publishing Ltd *Journal of Internal Medicine* 255: 105–112

[illegible]

Small and medium-sized firms are not homogeneous companies and their development and management strategies are going to vary. Furthermore, the size of the firm is not necessarily related to age. What is true is that large firms are more likely to have a formal strategy, which is often not really the best choice for them. Small and medium-sized firms are more likely to have an informal strategy, which is often the best choice for them. However, it is not clear whether this is a general rule or just a tendency. The size of the firm is not necessarily related to age. What is true is that large firms are more likely to have a formal strategy, which is often not really the best choice for them. Small and medium-sized firms are more likely to have an informal strategy, which is often the best choice for them. However, it is not clear whether this is a general rule or just a tendency.

Investigations into the Role of the Hippocampus in Memory Retrieval
 The hippocampus is a critical structure in the brain for memory. This study
 examined the role of the hippocampus in memory retrieval using a variety of
 techniques. The results showed that the hippocampus is involved in the
 retrieval of information from long-term memory. The study also found that
 the hippocampus is involved in the organization of information in memory.
 The results of this study have important implications for understanding the
 role of the hippocampus in memory and for developing treatments for
 memory disorders.



0000-0001-9300-0000

REAL-NEED-STATEMENT
 STATEMENT OF THE
 NEED FOR THE
 PROJECT

Die Kollaboration ist ein zentraler Bestandteil der Kollaboration. Sie ist ein Prozess, bei dem die Teilnehmer ihre Fähigkeiten und Ressourcen einbringen, um ein gemeinsames Ziel zu erreichen. Dieser Prozess ist nicht nur auf die Zusammenarbeit zwischen Individuen beschränkt, sondern kann auch auf die Zusammenarbeit zwischen Organisationen und zwischen Organisationen und Individuen ausgedehnt werden. Die Kollaboration ist ein Prozess, der die Zusammenarbeit zwischen Individuen, Organisationen und zwischen Organisationen und Individuen umfasst. Sie ist ein Prozess, bei dem die Teilnehmer ihre Fähigkeiten und Ressourcen einbringen, um ein gemeinsames Ziel zu erreichen. Dieser Prozess ist nicht nur auf die Zusammenarbeit zwischen Individuen beschränkt, sondern kann auch auf die Zusammenarbeit zwischen Organisationen und zwischen Organisationen und Individuen ausgedehnt werden.

[illegible]

The *Journal of Interpersonal Violence* is a peer-reviewed journal that publishes research, clinical, and policy articles on all aspects of interpersonal violence. The journal is published by Sage Publications, a leading publisher of social and behavioral science journals. The journal is required reading for researchers, clinicians, and policymakers in the field of interpersonal violence.

Die 10 besten Ideen stammen von: **Brigitte** (19 Jahre, Gymnasium, 10. Klasse), **Thomas** (19 Jahre, Gymnasium, 10. Klasse), **Julia** (19 Jahre, Gymnasium, 10. Klasse), **Benjamin** (19 Jahre, Gymnasium, 10. Klasse), **Marvin** (19 Jahre, Gymnasium, 10. Klasse), **Maximilian** (19 Jahre, Gymnasium, 10. Klasse), **Leon** (19 Jahre, Gymnasium, 10. Klasse), **Tim** (19 Jahre, Gymnasium, 10. Klasse), **Max** (19 Jahre, Gymnasium, 10. Klasse), **Ben** (19 Jahre, Gymnasium, 10. Klasse).

Under the new law, the state will have to pay for the cost of the vaccine. The state will also have to pay for the cost of the vaccine. The state will also have to pay for the cost of the vaccine.



Dr. David B. Clark, director of the Center for the Study of the Child, University of Illinois at Chicago, says that the study is the first to show that children who are born with a hearing impairment are at a higher risk of having a reading disability. Clark says that the study is the first to show that children who are born with a hearing impairment are at a higher risk of having a reading disability. Clark says that the study is the first to show that children who are born with a hearing impairment are at a higher risk of having a reading disability.

[illegible]

On 10 June 2002, a representative of the Office of the Inspector General of the Ministry of Health and Family Welfare requested the first round of confidential interviews, and arranged to conduct the subsequent interviews in the next three weeks. First, a pilot survey (three interviews) of three health-care providers (HCPs) and one patient was conducted in the district capital, and a further 12 interviews were conducted in the district capital and in the district's four sub-districts.

1999, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020, 2021, 2022, 2023, 2024, 2025, 2026, 2027, 2028, 2029, 2030, 2031, 2032, 2033, 2034, 2035, 2036, 2037, 2038, 2039, 2040, 2041, 2042, 2043, 2044, 2045, 2046, 2047, 2048, 2049, 2050, 2051, 2052, 2053, 2054, 2055, 2056, 2057, 2058, 2059, 2060, 2061, 2062, 2063, 2064, 2065, 2066, 2067, 2068, 2069, 2070, 2071, 2072, 2073, 2074, 2075, 2076, 2077, 2078, 2079, 2080, 2081, 2082, 2083, 2084, 2085, 2086, 2087, 2088, 2089, 2090, 2091, 2092, 2093, 2094, 2095, 2096, 2097, 2098, 2099, 2100, 2101, 2102, 2103, 2104, 2105, 2106, 2107, 2108, 2109, 2110, 2111, 2112, 2113, 2114, 2115, 2116, 2117, 2118, 2119, 2120, 2121, 2122, 2123, 2124, 2125, 2126, 2127, 2128, 2129, 2130, 2131, 2132, 2133, 2134, 2135, 2136, 2137, 2138, 2139, 2140, 2141, 2142, 2143, 2144, 2145, 2146, 2147, 2148, 2149, 2150, 2151, 2152, 2153, 2154, 2155, 2156, 2157, 2158, 2159, 2160, 2161, 2162, 2163, 2164, 2165, 2166, 2167, 2168, 2169, 2170, 2171, 2172, 2173, 2174, 2175, 2176, 2177, 2178, 2179, 2180, 2181, 2182, 2183, 2184, 2185, 2186, 2187, 2188, 2189, 2190, 2191, 2192, 2193, 2194, 2195, 2196, 2197, 2198, 2199, 2200, 2201, 2202, 2203, 2204, 2205, 2206, 2207, 2208, 2209, 2210, 2211, 2212, 2213, 2214, 2215, 2216, 2217, 2218, 2219, 2220, 2221, 2222, 2223, 2224, 2225, 2226, 2227, 2228, 2229, 2230, 2231, 2232, 2233, 2234, 2235, 2236, 2237, 2238, 2239, 2240, 2241, 2242, 2243, 2244, 2245, 2246, 2247, 2248, 2249, 2250, 2251, 2252, 2253, 2254, 2255, 2256, 2257, 2258, 2259, 2260, 2261, 2262, 2263, 2264, 2265, 2266, 2267, 2268, 2269, 2270, 2271, 2272, 2273, 2274, 2275, 2276, 2277, 2278, 2279, 2280, 2281, 2282, 2283, 2284, 2285, 2286, 2287, 2288, 2289, 2290, 2291, 2292, 2293, 2294, 2295, 2296, 2297, 2298, 2299, 2300, 2301, 2302, 2303, 2304, 2305, 2306, 2307, 2308, 2309, 2310, 2311, 2312, 2313, 2314, 2315, 2316, 2317, 2318, 2319, 2320, 2321, 2322, 2323, 2324, 2325, 2326, 2327, 2328, 2329, 2330, 2331, 2332, 2333, 2334, 2335, 2336, 2337, 2338, 2339, 2340, 2341, 2342, 2343, 2344, 2345, 2346, 2347, 2348, 2349, 2350, 2351, 2352, 2353, 2354, 2355, 2356, 2357, 2358, 2359, 2360, 2361, 2362, 2363, 2364, 2365, 2366, 2367, 2368, 2369, 2370, 2371, 2372, 2373, 2374, 2375, 2376, 2377, 2378, 2379, 2380, 2381, 2382, 2383, 2384, 2385, 2386, 2387, 2388, 2389, 2390, 2391, 2392, 2393, 2394, 2395, 2396, 2397, 2398, 2399, 2400, 2401, 2402, 2403, 2404, 2405, 2406, 2407, 2408, 2409, 2410, 2411, 2412, 2413, 2414, 2415, 2416, 2417, 2418, 2419, 2420, 2421, 2422, 2423, 2424, 2425, 2426, 2427, 2428, 2429, 2430, 2431, 2432, 2433, 2434, 2435, 2436, 2437, 2438, 2439, 2440, 2441, 2442, 2443, 2444, 2445, 2446, 2447, 2448, 2449, 2450, 2451, 2452, 2453, 2454, 2455, 2456, 2457, 2458, 2459, 2460, 2461, 2462, 2463, 2464, 2465, 2466, 2467, 2468, 2469, 2470, 2471, 2472, 2473, 2474, 2475, 2476, 2477, 2478, 2479, 2480, 2481, 2482, 2483, 2484, 2485, 2486, 2487, 2488, 2489, 2490, 2491, 2492, 2493, 2494, 2495, 2496, 2497, 2498, 2499, 2500, 2501, 2502, 2503, 2504, 2505, 2506, 2507, 2508, 2509, 2510, 2511, 2512, 2513, 2514, 2515, 2516, 2517, 2518, 2519, 2520, 2521, 2522, 2523, 2524, 2525, 2526, 2527, 2528, 2529, 2530, 2531, 2532, 2533, 2534, 2535, 2536, 2537, 2538, 2539, 2540, 2541, 2542, 2543, 2544, 2545, 2546, 2547, 2548, 2549, 2550, 2551, 2552, 2553, 2554, 2555, 2556, 2557, 2558, 2559, 2560, 2561, 2562, 2563, 2564, 2565, 2566, 2567, 2568, 2569, 2570, 2571, 2572, 2573, 2574, 2575, 2576, 2577, 2578, 2579, 2580, 2581, 2582, 2583, 2584, 2585, 2586, 2587, 2588, 2589, 2590, 2591, 2592, 2593, 2594, 2595, 2596, 2597, 2598, 2599, 2600, 2601, 2602, 2603, 2604, 2605, 2606, 2607, 2608, 2609, 2610, 2611, 2612, 2613, 2614, 2615, 2616, 2617, 2618, 2619, 2620, 2621, 2622, 2623, 2624, 2625, 2626, 2627, 2628, 2629, 2630, 2631, 2632, 2633, 2634, 2635, 2636, 2637, 2638, 2639, 2640, 2641, 2642, 2643, 2644, 2645, 2646, 2647, 2648, 2649, 2650, 2651, 2652, 2653, 2654, 2655, 2656, 2657, 2658, 2659, 2660, 2661, 2662, 2663, 2664, 2665, 2666, 2667, 2668, 2669, 2670, 2671, 2672, 2673, 2674, 2675, 2676, 2677, 2678, 2679, 2680, 26



AB IN DEN SÜDEN

© 2004 Blackwell Publishing Ltd *Journal of Internal Medicine* 255: 105–114

Amis et amies, je suis très heureux de vous retrouver tous ici, et de vous parler de la vie. Je suis sûr que vous avez tous une vie très intéressante, et que vous êtes tous très heureux. Je suis sûr que vous avez tous une vie très intéressante, et que vous êtes tous très heureux. Je suis sûr que vous avez tous une vie très intéressante, et que vous êtes tous très heureux.

[illegible][illegible][illegible][illegible]

Als er sich zum ersten Mal in der Fremde aufmachte, um seinen ersten Auftrag auszuführen, wurde er in der ersten Nacht von einem Ungeheuer erschlagen. Die Ursache lag darin, dass er sich nicht genügend vorbereitet hatte und die Aufgabe nicht ernst genug nahm. Er hatte sich nicht genügend informiert und war nicht auf die Schwierigkeiten vorbereitet, die ihm bevorstanden. Er hatte sich nicht genügend vorbereitet und war nicht auf die Schwierigkeiten vorbereitet, die ihm bevorstanden. Er hatte sich nicht genügend vorbereitet und war nicht auf die Schwierigkeiten vorbereitet, die ihm bevorstanden.



Das liegt vor allem an den historischen Umständen. Die Trupps waren viel kleiner, ausgelegt für einen Mann und ein Pferd. Die Rekrutierung erfolgte über die Gemeinden, die auch heute noch für die Versorgung der Truppe verantwortlich sind. Die Truppe war eine Art Wehrdienst, die die Gemeinden zu leisten hatten. Die Truppe war eine Art Wehrdienst, die die Gemeinden zu leisten hatten.

[illegible]

VI. Social Media

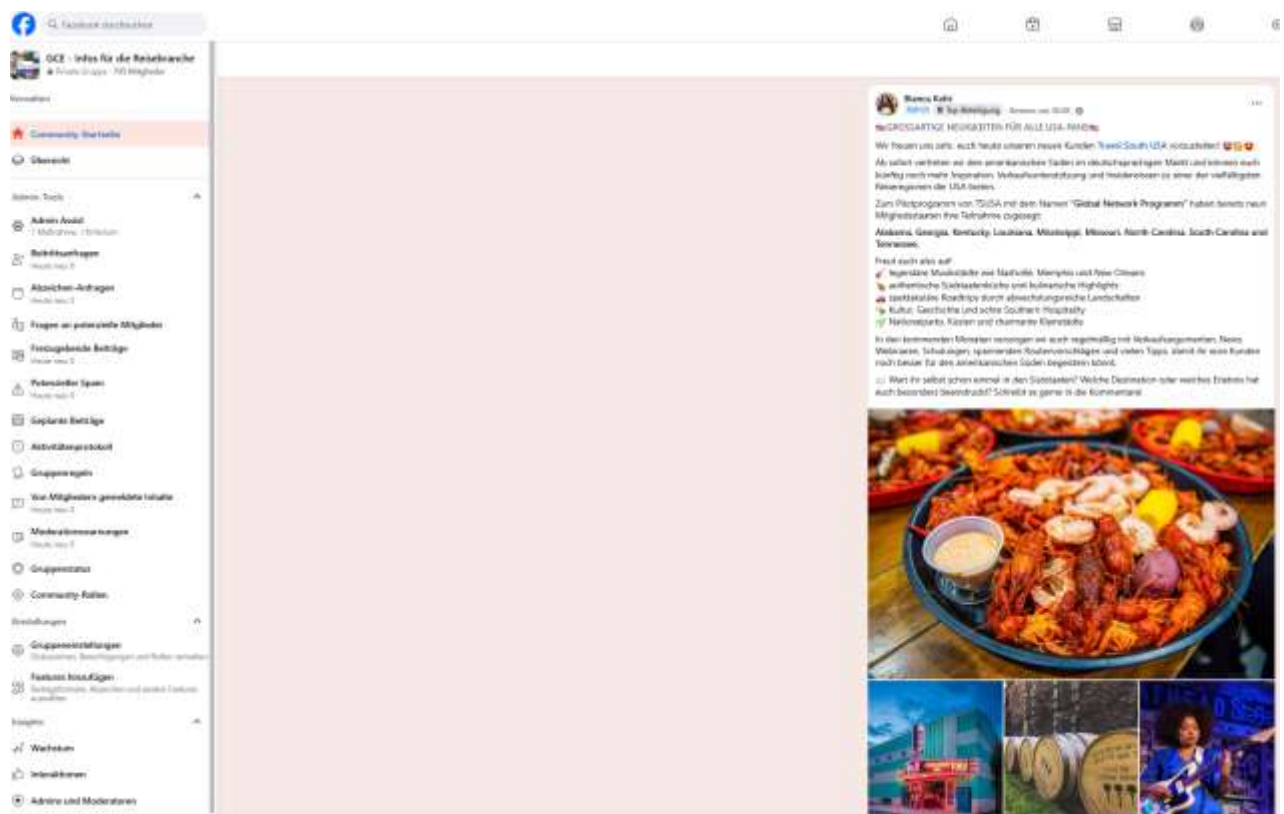
Content

Global communication published XX Facebook and Instagram posts in July, with a selection of highlights and events such as Culinary/Food & Libations (North Carolina, South Carolina), Neighborhoods and Attractions (Louisiana, Tennessee), Festivals & Events (Alabama, Kentucky), Nature (Mississippi) and Sports (Atlanta, Missouri).

- Access Allowance to GCE end of July
- Activation starts in August

GCE Trade Facebook Group

GCE regularly posts in an own GCE trade Facebook group **"GCE - Infos für die Reisebranche"** with 705 members (travel agents & product managers) updates, news, and inspirational content about the GCE destination clients. In July, GCE shared 1 post about TSUSA. We introduced TSUSA as a new GCE client.



VII. Visit USA Germany membership

Meetings, Newsletter, Workshops update, Consumer shows, E-learning, and projects.

Source	Activity/Activation	Follow Up/ Next Step
VUSA	Various CMT Talks	Waiting for final information