

# Inhalt

<b>Moment mal!</b>	4–7
<b>Sie nennen ihn Schwarzwald-Adler</b>	
Skispringer Martin Schmitt	8–11
<b>Brauchst du Familie?</b>	12
<b>Auf Schnäppchenjagd</b>	
Billig einkaufen	14–16
<b>Girlassic Park</b>	17
<b>In der Schuldenfalle</b>	
Probleme mit dem Geld	18–19
<b>Jugendtreff im Bahnwaggon</b>	20–23
<b>Mit 16</b>	
Der Abenteurer Arved Fuchs	24–26
<b>Simone-Comic von Renate Alf</b>	27
<b>Schulbücher selbst gemacht</b>	28–30
<b>100 Jahre Filmgeschichte</b>	
Bericht über eine Schülerrevue	31–33
<b>Der Klon</b>	
Leseprobe aus „Blueprint“	34–35
<b>Unterwegs zur Schule</b>	36–39
<b>Mach-mit-Auflösung</b>	40–41
<b>Szene</b>	42–43
<b>Brieffreunde</b>	44–46
<b>Leserbriefe</b>	47

## Impressum

**Redaktion JUMA:** Frankfurter Str. 40, 51065 Köln, Telefon: +221/96 25 13-0; Telefax: +221/96 25 13 – 4 oder – 14

**JUMA im Internet:** <http://www.juma.de>

E-mail: [redaktion@juma.de](mailto:redaktion@juma.de)

**Redaktion:** Christian Vogeler (verantwortlicher Redakteur), Dr. Jörg-Manfred Unger, Kerstin Harnisch

**Pädagogische Beratung:** Diethelm Kaminski, Bundesverwaltungsamt – Zentralstelle für das Auslandsschulwesen – Köln

**Layout:** Helmut Hagen

**Wissenschaftlicher Beirat:** Prof. Dr. Peter Conrady, Universität Dortmund; Dietrich Becker, Auswärtiges Amt; Prof. Dr. Inge Schwerdfeger, Universität Bochum; korrespond. Mitglied: Hans Simon-Pelanda, Goethe-Institut Inter Nationes München

**Litho:** R&S/Mönchengladbach; **Druck und Verlag:** TSB Tiefdruck Schwann-Bagel GmbH & Co KG, Mönchengladbach; Copyright by TSB 2001. ISSN 0940-4961. Namentlich gezeichnete Beiträge geben nicht unbedingt die Meinung der Redaktion wieder. Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Bilder keine Gewähr. Der Verlag behält sich vor, Leserbriefe gekürzt abzdrukken. Texte für Unterrichts- und Lehrzwecke zur Veröffentlichung frei.



Text und Fotos: Jutta Schütz

## Die Insel der bunten Kühe

Wir sind im Jahr 2000 nach Christus. Ganz Europa wird beherrscht von einem Thema: der Rinderseuche BSE. Ganz Europa? Nicht ganz! Eine kleine Insel im Bodensee, bevölkert mit lustigen Bayern, wehrt sich gegen das schlechte Ansehen der Kühe ...

**V**ielleicht gibt es eines fernen Tages einen Comic, der mit diesen Worten anfängt. Doch was verbirgt sich wirklich hinter dieser seltsamen Geschichte? Ganz einfach: die gar nicht so verrückte Idee von ein paar Geschäftsleuten aus Lindau, die von einem erfolgreichen Werbegag in Zürich, Chicago, New York und Salzburg gehört hatten. Künstlerisch gestaltete künstliche Kühe sollten Gäste in die Stadt locken. Das Projekt „Kuh-Kultur“ entstand. Nach einem Jahr Planungszeit stellten die bayerischen „Cowboys“ über 100 bunte Rindvie-



*Kunst an der Kuh: ob bunt bemalt, mit Blumen oder Spiegeln beklebt oder als Wegweiser zum nächsten Hotel*



cher fünf Monate lang auf Straßen und Plätze.

Ob Bäckerei oder Juwelier, Brauerei, Feuerwehr oder Verkehrsverein – die meisten Lindauer Geschäftsleute und Institutionen beteiligten sich mit ihrer eigenen Kuh an der Aktion. In einer Parade brachten sie die lebensgroßen und 40 kg schweren Tiere in die historische Altstadt – einen Monat, bevor der erste BSE-Fall in Deutschland bekannt wurde. Schnell entwickelte sich das tierische Spektakel zu einer At-

traktion für Bewohner und Gäste: zum Beispiel die Glaskuh am Eingang der Stadt, die Kuh namens „Dresden“ an der alten Stadtmauer oder die lachende Kuh auf dem Kirchplatz.

Kinder entdeckten die Tiere als Klettergerüst, Erwachsene als witziges Fotomotiv. Nur die Hunde reagierten geschockt. Mit gestäubtem Fell flohen sie vor den seltsamen Vierbeinern. Doch das hat nun ein Ende. Die Aktion ist vorbei und die Kühe wurden versteigert.

