

# 64 WM-Spiele live auf dem Marktplatz

■ Bad Cannstatt: Stuttgart Marketing plant Videoleinwand – 250 000 Euro für Cannstatter Rahmenprogramm

Für die Werbung sowie ein attraktives Kultur- und Rahmenprogramm für die Fußball-WM 2006 will die Stadt rund fünf Millionen Euro bereit stellen. Bad Cannstatt wird mit 250 000 Euro bedacht. Unter anderem soll auf dem Marktplatz eine Videoleinwand aufgestellt werden.

VON ULI NAGEL

Anfang des Jahres herrschte noch Funkstille zwischen dem Gewerbe- und Handelsverein (GHV) und Stuttgart Marketing. 408 Tage vor Beginn des Fußballspektakels in Deutschland und einem klärenden Gespräch nimmt der WM-Zug in Richtung Bad Cannstatt allmählich Fahrt auf. „Hier spielt die Fußball-

Musik“, sagte Klaus Lindemann, Chef von Stuttgart Marketing, bei einer gemeinsamen Sitzung der Bezirksbeiräte Ost, Mitte und Bad Cannstatt. Worte, die der GHV-Vorsitzende Andrew Readwin im Stuttgarter Rathaus mit Freude registrierte. Denn bis vor einigen Wochen hatten die Einzelhändler am Neckar noch große Angst, dass von dem üppigen WM-Kuchen für sie nur die Krümel übrig bleiben und die Stadt ihre Aktivitäten und vor allem finanzielle Mittel in die City investieren werden.

Jetzt wird Bad Cannstatt im WM-Budget der Stadt für das Rahmenprogramm mit 250 000 Euro bedacht. Unter anderem soll damit eine große Videoleinwand auf dem Cannstatter Marktplatz während

der sechs Spiele im Daimlerstadion finanziert werden. Klaus Lindemann denkt – ähnlich wie auf dem Schlossplatz – sogar an eine Bühne und ein entsprechendes Rahmenprogramm.

„Vereine müssen mitziehen“

Und da Stuttgarts größter Stadtbezirk bekanntlich jede Menge Sehenswürdigkeiten zu bieten hat, plant Stuttgart Marketing während der vier WM-Wochen auch spezielle Führungen durch die historische Altstadt und Weinwanderungen. Dass Attraktionen wie etwa die Mineralbäder, Kuranlagen, Wilhelma oder das neue Mercedes-Museum in das Rahmenprogramm eingebunden werden, verstehe sich von

selbst. „Bad Cannstatt soll ins Blickfeld des internationalen Publikums gesetzt werden“, versprach Lindemann; dabei seien jedoch auch die lokalen Vereine, Verbände und Institutionen gefordert.

Und die Cannstatter sind gerne bereit, ihr Scherflein zu einem Fußball-Fest im kommenden Jahr beizutragen. Wir berichtet, wollen lokale Gastronomen unter der Regie von Hans-Peter Grandl an Deutschlands längste WM-Biertheke in die Marktstraße einladen. Bis dahin soll zudem der einzige WM-Biergarten am Neckar neben dem Parkhaus Mühlgrün fertig sein. Angesichts des Geldes und der Aktivitäten zeigte sich der Bezirksbeirat erfreut: „Wir hoffen, dass es auch umgesetzt wird“, so Ingo Maile (SPD). Er wie

auch Gisela de Longueville (CDU) hofft noch auf Detailinformationen. Die Sprecherin der CDU-Bezirksbeiratsfraktion will jedoch schon in diesem Jahr einen WM-Banner am Wilhelmsplatz sehen. Zuletzt wünscht sich der Bezirksbeirat eine Videoleinwand nicht nur an sechs Tagen. „Was spricht eigentlich dagegen, alle 64 Spiele zu übertragen?“ Zumal es sicher attraktive Paarungen gibt, die nicht im Daimlerstadion stattfinden werden. Immerhin gilt Bad Cannstatt als griechische Hochburg und jeder kann sich noch an die Riesenparty auf dem Wilhelmsplatz erinnern, als Griechenland sensationell Europameister wurde. Einzige Wermutstropfen: Die Hellenen müssen sich erst noch qualifizieren.