

KOMMENTAR

Ausnahmestand

VON ULI NAGEL

„Fußball-Weltmeister kann ich alle vier Jahre werden, die Chance, eine WM ins eigene Land zu holen, bekomme ich nur einmal im Leben.“ Franz Beckenbauer beschreibt es zwar dramatisch – aber treffend. Eine bessere Möglichkeit für Bad Cannstatt, sich einem internationalen Publikum zu präsentieren, wird es in absehbarer Zeit nicht mehr geben. Erfreulich ist, dass der Gemeinderat Bad Cannstatt nicht vergessen hat und 250 000 Euro für WM-Aktivitäten genehmigte. Erfreulich ist zudem die Einsicht bei den Cannstatter Verantwortlichen, dass man für das Rahmenprogramm einen Profi engagieren muss. Das alleine reicht jedoch nicht für eine gelungene WM-Party. Einzelhändler, Gastronomen, Vereine und nicht zuletzt die Cannstatter selbst müssen ihren Teil dazu beitragen. Zumal eine Fußball-WM im eigenen Land immer Ausnahmestand bedeutet. Bürger, die nichts mit Fußball am Hut haben, müssen schon einmal ein Auge zudrücken. Und wenn alle an einem Strang ziehen, dann wird es rauschende WM-Feste in und um Bad Cannstatt geben.

Das Projekt „Biertheke in der Marktstraße“ während der Fußball-WM im kommenden Jahr ist aus logistischen und wirtschaftlichen Gründen gestorben. Das Rahmenprogramm soll sich jetzt vor allem auf den Marktplatz konzentrieren.

VON ULI NAGEL

Noch im Frühjahr träumte man in Bad Cannstatt von Deutschlands längster Biertheke in der Marktstraße. Festwirt und Gastronom Hans-Peter Grandl als ausgewiesener Fachmann sagte damals, dass die 400 Meter lange Cannstatter Einkaufsmeile nahezu ideal dafür wäre. Doch nach intensiven Gesprächen zwischen Stuttgart Marketing, dem Gewerbe und Handelsverein (GHV), der AG Marktstraße, Bezirksvorsteher Hans-Peter Fischer sowie Gastronom Hans-Peter Grandl steht fest: Die Biertheke ist gestorben. Allein schon durch den täglichen Lieferverkehr wäre sie doch problematischer gewesen als zunächst vermutet. Vor allem über

einen Zeitraum von vier Wochen. Denn da in Stuttgart das kleine Finale ausgetragen wird, dauern die WM-Aktivitäten vor Ort länger als etwa in Frankfurt oder Dortmund. Und ob sich eine 400 Meter lange Theke über so einen langen Zeitraum wirtschaftlich gerechnet hätte, wurde ebenfalls bezweifelt. „Alle Beteiligte waren schlussendlich der Meinung, das Rahmenprogramm auf den Marktplatz zu konzentrieren“, sagt GHV-Vorsitzender Andrew Readwin. Aber nicht nur dort soll Fußballflair herrschen, denn das internationale Publikum solle zwischen Bahnhof und Altstadt ebenfalls sehen, wie fußballverrückt und gastfreundlich Bad Cannstatt sei.

Programm managt ein Profi

Einig waren sich die Verantwortlichen in Bad Cannstatt auch darüber, dass die Aktivitäten von einem Profi geplant und durchgeführt werden müssen. Da man mit Christian List (CTB Kommunikations), der bereits die Vereinigungsfeier erfolgreich organisiert hatte, beste Erfah-



Genießt das Vertrauen: Christian List von CTB Kommunikations.

rungen gemacht hatte, soll der Cannstatter auch die WM-Aktivitäten in die Hand nehmen. „Erste Gespräche mit der Stadt haben stattgefunden“, so List. Unter anderem auch mit Karl Kübler, bei der Stadt zuständig für die Märkte. Der wie-

# WM-Partys ohne 400-Meter-Biertheke

■ Bad Cannstatt: Rahmenprogramm wird auf dem Marktplatz konzentriert

derum muss Kontakt mit den Wochenmarktbeschickern aufnehmen. „Sie werden natürlich in das WM-Rahmenprogramm integriert“, sagt Christian List. Denn eines steht fest: Mit den 250 000 Euro, die der Gemeinderat Bad Cannstatt für ihr WM-Programm zur Verfügung stellt, wird auf jeden Fall eine große Videoleinwand auf dem Marktplatz plus entsprechender Gastronomie finanziert. Vieles hängt vom 9. Dezember ab, dem Tag der Gruppenauslosung. „Es spielt schon eine Rolle, ob Brasilien, Italien, England oder Holland im Daimlerstadion spielen“, so List. Denn von der jeweiligen Nation und ihren Fans hängen natürlich die Sicherheitsauflagen und -maßnahmen ab. „Die eigentlichen WM-Planungen in Bad Cannstatt können somit erst nach der Gruppeneinteilung beginnen.“ Dennoch richtet Christian List an dieser Stelle schon einmal einen ersten Appell an die Cannstatter Einzelhändler, Vereine und Organisationen. „Jeder kann und muss zum Gelingen der Fußball-WM vor Ort beitragen.“