

RHEIN-NECKAR-ZEITUNG

Bundesgartenschau Heilbronn 2020

Auf der Buga-Welle zur Herbstmesse surfen

Veranstalter will 2020 wieder eine große Verbrauchermesse in die Stadt bringen und auch gleich ein Oktoberfest integrieren

📌 Noch 9 Gratis-Artikel diesen Monat.

📌 RNZonline Angebote

✕

06.02.2019, 06:00 Uhr



Die Theresienwiese ist ein Veranstaltungs- und Messestandort mit langer, aber eingeschlafener Tradition. 2020 soll hier nun eine neue Herbstmesse stattfinden. Foto: Armin Guzy

Von Armin Guzy

Heilbronn. Nachdem der letzte kleinere Versuch vor drei Jahren scheiterte, soll im Nach-Bundesgartenschaujahr 2020 wieder eine große Verbrauchermesse mit regionalem Schwerpunkt in der Kätchenstadt stattfinden. Die im Oktober 2017 gegründete FG Vertriebsgesellschaft mbH, ein Messeausrichter mit Sitz in Heilbronn, will "einen nennenswerten sechsstelligen Betrag" in den Wiederbelebungsversuch investieren und 600 Aussteller für die Teilnahme an der ersten "Heilbronner Herbstmesse" (HNH) gewinnen. Die Stadt unterstützt das Vorhaben ideell, vermietet der FGV die Theresienwiese und will sich mit einem eigenen Stand präsentieren.

"Ich freue mich über den Mut der FGV", sagte Steffen Schoch, Geschäftsführer der Heilbronn Marketing GmbH, am Dienstag auf einer Pressekonferenz, in der die Pläne erstmals vorgestellt wurden. In nur groben Zügen allerdings, denn Details zum Budget oder zu namhaften und damit zugkräftigen Ausstellern nannte FGV-Pressesprecher Gerhard Schaaf nicht. Man habe "starke Partner in den Finanzdienstleistungen" und sei "teilweise in Vertragsgesprächen", versicherte er auf Nachfrage. Unterschrieben sei aber noch nichts. "Die Ausstellersuche ist Kernthema der nächsten Monate", räumte Schaaf ein.

Konzipiert ist die Schau, die vom 30. September bis 4. Oktober auf der Theresienwiese stattfinden soll, als klassische Verbrauchermesse für die ganze Familie. Entsprechend umfangreich sind die Themen. Alleine elf der insgesamt 28 temporären Hallen sollen sich den Schwerpunkten Bauen, Sanieren, Renovieren und Umwelttechnik widmen. Daneben soll es um Tiere und Garten, Mode und Schmuck, Feinkost und schwäbische Spezialitäten und natürlich um den Heilbronner Wein gehen. Zwei Hallen werden der Präsentation von Fahrzeugen vorbehalten sein, weitere geplante Felder sind Gesundheit und Wellness, Wohnen, Kommunikationstechnik und Haushaltsgeräte. Im Außenbereich soll sich alles um Garten, Grillen und Camping drehen. Außerdem will die FGV über den gesamten Veranstaltungszeitraum ein Oktoberfest einbetten, und auf fünf Showbühnen sollen prominente Gäste auftreten.

60.000 bis 80.000 Besucher will der Veranstalter mit diesem Paket in eine Stadt holen, die derzeit boomt, wie kaum eine andere. Die Bundesgartenschau wird ab April für mindestens nationale Aufmerksamkeit sorgen, die Mieten ziehen seit Monaten deutlich an, und im "Landkreis-Ranking" des Nachrichtenmagazins Focus belegt Heilbronn Platz vier unter 402 Stadt- und Landkreisen, zitierte Schaaf und bekannte, auf der Buga-Welle weitersurfen zu wollen. Auch HMG-Chef Schoch hält das Nach-Buga-Jahr für "eine gute Zeit, um das Thema Messe wieder anzugehen", nicht zuletzt als Gegengewicht zum Online-Handel. "Am Ende bleibt die Begegnung für den Konsumenten trotz Digitalisierung ein wichtiger Faktor", griff Schaaf diese Vorlage auf.

"Es gab Zeiten, da waren solche Messen schwierig", sagte der Vorsitzende des Heilbronner Hotel- und Gaststättenverbandes (Dehoga), Thomas Aurich. Mit einer "Eventisierung" könne man aber erfolgreich gegensteuern, wie die Stadt beispielsweise mit dem Format "Jazz und Einkauf" bewiesen habe. Für Aurich kommt die Messe 2020 "zur rechten Zeit" - sie müsse aber von der Größenordnung zur Stadt passen, gab er zu bedenken. Aus Sicht der Hoteliers wäre eine erfolgreiche Wiederbelebung der Messe auch für ihr Geschäft gut: "Am Wochenende haben wir schon noch Luft", sagte Aurich.

Derzeit kalkuliert die FGV mit Standmieten zwischen 99 bis 129 Euro je Quadratmeter. Der Eintritt soll sieben Euro kosten. Kinder und Jugendliche bis 16 Jahren können die Herbstmesse voraussichtlich kostenlos besuchen. Für diese Altersgruppe will der Veranstalter auch eine "Kinderwelt" und verschiedene Programmangebote schaffen. HMG-Chef Steffen Schoch hält außerdem touristische Beiträge der Heilbronner Partnerstädte für denkbar. Der HNV will die Möglichkeit eines Kombitickets und einer Shuttlebus-Verbindung prüfen.

RNZ-WHATSAPP-Newsletter