Zeit für ein neues Format

Gemeinsame Gewerbeschau zweier Gewerbevereine über kommunale Grenzen hinweg

Der Test-Ballon stieg drei Jahre zuvor mit dem „Open-House-Festival“ im optisch längst zusammen gewachsenen Gewerbegebiet Mülheim-Andel. Dank vieler Teilnehmer erwies sich dieser Test als ein Erfolg – und das, obwohl das Wetter damals nicht mitspielte. 2019 soll nun angeknüpft werden an das damalige Konzept. Allerdings mit einem neuen Format. Geplant ist die Premiere einer gemeinsamen Gewerbeschau im Gewerbegebiet Mülheim-Andel. Mit dabei sein werden Unternehmen beider Teile des Areals, also Betriebe mit Sitz im Bernkastel-Kueser Stadtteil Andel wie in Mülheim, dessen gesamte Ortslage ebenfalls mit eingebunden wird.

Initiatoren der geplanten Großveranstaltung sind der Gewerbeverein Mülheim und der Werbekreis des Einzelhandels und Handwerks der Stadt Bernkastel-Kues. Gemeinsam wollen sie an die 120 teilnehmende Betriebe gewinnen. Die ersten haben bereits fest zugesagt, berichten die Vorsitzenden Frank Hoffmann vom Werbekreis und Bernd Dahmen. Daher steht inzwischen auch der Termin der zweitägigen Gewerbeschau in 2019 fest: Samstag und Sonntag, 6. und 7. April. Vorgesehen ist ein unterhaltsames Rahmenprogramm für alle Generationen. Angedacht sind beispielsweise eine Präsentation von Oldtimern und eine Kartbahn, ein Kunsthandwerkermarkt, eine Modenschau, Spielangebote für Kinder – und eine Ausbildungsmesse. Mit Essen und Getränken sollen „Street Food“-Wagen die Besucher versorgen.

Mit ihrem aktuellen Konzept wollen die Gewerbetreibenden etwas Neues und Zukunftsweisendes auf den Weg bringen. Die ebenfalls im zweijährigen Turnus geplante Veranstaltung soll mehr als entschädigen für bisherige Angebote. So lädt etwa Mülheim alle zwei Jahre zu einem Dorffest ein - mit einem Verkaufsoffenen Sonntag, bei dem auch Mülheimer Gewerbegebietsbetriebe mitmachen. Eine Gewerbeschau gibt es dort aber nicht. Anders als in Bernkastel-Kues, wo das Angebot auf dem Kueser Plateau in jüngster Zeit aber aus seinem Rhythmus, ebenfalls alle zwei Jahre, geriet. Erst scheiterte die Ausrichtung an einem Eigentümerwechsel beim dortigen Partner, dem Hotel Moselpark – eine Erfahrung, die im Open-House-Festival mündete. Im Frühjahr 2018 sollte es dann aber wieder klappen auf dem Plateau, was aber wegen knapper Vorlaufzeit an einer zu geringen Beteiligung scheiterte. Und nun machen aktuelle Investitionspläne auf dem Plateau die Hoffnungen auf künftige Gewerbeschauen endgültig zunichte. Das Hotel Moselpark soll ab Ende 2019 binnen sechs Monaten zum größten privat geführten Tagungs- und Wellnesshotel in Rheinland-Pfalz umgebaut werden. Parallel dazu will die Stadt, die Eigentümerin der Mosellandhalle im Hotel Moselpark ist, die Veranstaltungsräume sanieren. Gleichzeitig plant ein weiterer Investor in unmittelbarer Nähe des Hotels das Projekt Wellnessterrassen, den Bau einer großen Wellnesslandschaft und eines Schwimmbads.

Angesichts der aktuellen Fakten hoffen Frank Hoffmann und Bernd Damen, möglichst viele Betriebe für eine Teilnahme an der neuen Gewerbeschau gewinnen zu können. Neben ansässigen Handwerkern, Händlern, Industriebetrieben und Dienstleistern sollen sich auch wie schon beim Open-House-Festival externe Firmen bei Gast-Betrieben präsentieren können. Entlang der Flaniermeile, etwa zweieinhalb Kilometer von Mülheims Ortsmitte bis zu in Andel ansässigen Gewerbegebietsfirmen, soll ein Bus pendeln. Die bei guter Witterung erwarteten bis zu 20 000 Besucher sollen auch ganz bequem von einem Ende zum anderen gelangen können. Bernd Dahmen verspricht sich von der Kooperation mit der benachbarten Stadt Vorteile für die eigenen Betriebe vor Ort. Sie betrachteten die Unternehmen in Bernkastel-Kues nicht als Konkurrenten, sondern als Partner, begründet er seine Überzeugung, dass es sich lohne, das gemeinsam anzupacken. Frank Hoffmann steht wie er hinter dem gemeinsamen Konzept der beiden Gewerbevereine. Was verbinde, sei das Ziel, „die regionale Wirtschaft zu stärken“. Sie wollten auf die vielfältigen Möglichkeiten der Betriebe vor Ort aufmerksam machen und so zeigen, dass es lohnt, lokale Angebote und zu nutzen.