

Vom Rad direkt in die Hängematte

FRÜHLINGSSONNTAG Verkaufsoffene Läden und zahlreiche Aktionen lockten Zigtausende in die Innenstadt

Von Maïke Hessendenz

MAINZ. Die Oldtimer haben Ausgang, Menschen tragen tütenweise Blumen durch die Straßen, auf dem Schillerplatz wird mit Sekt und Wein angestoßen, auf dem Liebfrauenplatz ist der Sportwahn ausgebrochen. Und neben Sinn Leffers schaukeln die Besucher genüsslich in den Hängematten.

Der Frühling ist da.

Blendet man die Regenschnee- und Graupelschauer, die mit ordentlich Wind zwischenzeitlich ein paar Zelte zum Erliegen brachten, aus, hätte der Frühlingssonntag in der Mainzer Innenstadt seinem Namen bedingungslos alle Ehre gemacht.

Die recht kühlen Temperaturen allerdings sorgten dafür, dass die Menschen auch den wohltemperierten Geschäften gerne einen Besuch abstatteten.

Kein Zweifel: An der frischen

Video

Luft gab es durchaus genügend Programm, bei dem sich Groß und Klein vergnügen konnten.

Am Liebfrauenplatz lud zum wiederholten Mal das Fitnessstudio Feelfit zum Benefiz-Zumba-Tanzen ein. Für 15 Euro konnten alle Sportbegeisterten mittanzen und so dem Beratungscafé Unplugged, das zur GPE (Gesellschaft für Psychosoziale Einrichtungen) zählt, etwas Gutes tun. Sozialdezernent Kurt Merkator eröffnete die Veranstaltung und freute sich über die Idee: „Diese Unterstützung können wir sehr gut gebrauchen.“

Nur ein paar Meter weiter war Abhängen angesagt: Dort machte die Firma „La Siesta“ aus Jugenheim gemeinsam mit Mainzplus Citymarketing auf die „Sommerlichter“ neugierig. Dann nämlich soll es einen „Hängematten-Weltrekordversuch“ geben. „Auf der Strecke vom Kaisertor bis zum Fischtor sollen 250 Hängematten aufge-

hängt werden. Die Mainzer können sich reinlegen und so Teil der Aktion werden“, erklärte Jürgen Schmidt von Mainzplus.

Andere Besucher wurden sogar dazu motiviert, nochmal kurzentschlossen nach Hause zu fahren und mit dem Rad wieder zu kommen. Zum einen machten die zahlreichen Stände zum Thema Radfahren rund um die Heunensäule Lust aufs Radfah-

» Es herrschte beste Mainz-trifft-sich-Stimmung. «

MARTIN LEPOLD, Chef der Werbegemeinschaft

ren. „Jetzt ist die Zeit, in der die Leute sich überlegen, sich für den Sommer ein neues Rad zu kaufen“, sagte Sarah Lederer von den „Radgebern“. Vor allem aber lockte die Radfahrer ein krachneues Gerät auf den Markt. Die Firma Cycle Wash aus Köln hatte ihre Fahrradwaschanlage mitgebracht. Rad reinschieben, Knöpfchen drücken, und schon fangen die Bürsten an zu rotieren. Fast wie in der Autowaschanlage. Ziel sei es, so die Inhaber, die Maschine an Waschanlagen, Tankstellen, Fahrradparkhäuser und andere passende Einrichtungen zu verkaufen. 8 - 10000 Euro soll ein Gerät etwa kosten.

Bei Temperaturen von deutlich unter zehn Grad wirkte der „Beach Grill“ zwar rein optisch ein wenig zu ambitioniert – die Menschen ließen sich jedoch nicht davon abhalten, draußen den Frühlingssonntag zu genießen. Am Schillerplatz, wo seit Freitag zum zweiten Mal der Weinfrühling stattfand, herrschte Hochbetrieb. Organisator Jürgen Metschurat von „Bodegas Ibericas“ war hochzufrieden, will die Idee auf jeden Fall weiter ausbauen. Langfristig, so wünscht er sich, könnten die Stände auch bis zum Fastnachtsbrunnen reichen. Auch Winzer Eckhard Höbel vom Weingut Bürgermeister Adam Schmitt



Hängematten-Auszeit, Radwaschaktion und zwischendurch auch ein kleiner Graupelsturm: Beim verkaufsoffenen Sonntag war Unterhaltung, Einkaufen und Aprilwetter angesagt.

aus Mommenheim war begeistert. „Vom Betrieb her fast vergleichbar mit dem Weinmarkt“.

Die Oldtimer der Christophorus-Fahrt tourten durch die Stadt und fanden ihre Fans, die Kinderkarussells drehten ihre Runden, an den Imbissständen wurde gebrutzelt und geschlemmt.

Die Besucher ließen sich bereseln und treiben. Familie Psurek hatte zunächst ein paar Blümchen in ihren Einkaufstaschen. Die Gelegenheit, sich kostenlos an den Beeten mit den dortigen Pflanzen eindecken zu können, wollten sie sich nicht entgehen lassen. „Eine tolle Idee“, findet das Ehepaar. „Ansonsten würden die Blumen weggeworfen. So nehmen wir sie mit in unseren Garten.“ Noch die ganze Woche können die Beete geplündert werden, danach werden die Flächen vom Grünamt neu bepflanzt.

Extra aus Koblenz war Familie Breunig angereist: „Wir haben uns den verkaufsoffenen Sonntag ausgesucht, weil draußen viel geboten wird und die Geschäfte geöffnet sind“, sagen sie.

Hochzufrieden mit dem ersten Wochenende war unter anderem Markus Schollmayer von der gleichnamigen Schreinerei in der Schönbornstraße. Das Wochenende war nämlich gleichzeitig auch Eröffnungsfeier seines neuen Geschäftes „Wohncocktail – Raum für neue Ideen“. Seine Angestellte Carmen Bader verkauft dort Geschirr, Deko und Vasen der Firma Asa. Kunden sollen sich dort Ideen für ihr Zuhause holen, aber auch „Asa-Parties“ oder Hochzeitstische sollen angeboten werden.

Martin Lepold, Chef der Werbegemeinschaft freute sich am Abend über den großen Zuspruch zum Frühlingssonntag: „Es herrschte beste Mainz-trifft-sich-Stimmung.“ Und das Konzept, mit einem umfangreichen Programm die komplette Innenstadt zu bespielen, sei aufgegangen. „In der Stadt war richtig was los.“