



Das Abschlussfest am Samstag ist immer ein großes Ereignis in der Kinderspielstadt Stutgarten. Foto: privat

Mercedes-Azubis krepeln alte Mini-Feuerwehr um

Bereits mehr als 1200 Anmeldungen für die Kinderspielstadt Stutgarten

Auf ein arbeitsintensives Abenteuer haben sich die Azubis von Mercedes-Benz eingelassen. Eine Mini-Feuerwehr, Baujahr 1969, aus der ehemaligen DDR bauen sie derzeit für die Ferienstadt Stutgarten kindgerecht um. Das ganze Fahrzeug stellte sich als „ziemlich bedürftig“ heraus, sprich, die alte Feuerwehr muss bis aufs Skelett zerlegt und dann wieder in neuem Gewand zusammengebaut werden.

HELMUT WINKLER

„Die Drehleiter muss weg“, erklärt Azubi Sascha, „da sind zu viel Zahnräder dran.“ Sprich, da könnten sich die Kids die Finger einklemmen. Eine neue Karosserie und

neue Radläufe wird der kleinen Feuerwehr verpasst. Damit's richtig spaßig wird, werden oben zwei Handwasserpumpenspritzen eingebaut. Fahrtüchtig ist die kleine Feuerwehr noch. „Die läuft richtig ruhig“, meint Sascha. Damit ist die Kinderspielstadt Stutgarten, die Attraktion im „Hallo-Kinder-Ferienprogramm“, um eine neue Attraktion reicher. Mehr als 1200 Kinder haben sich bereits angemeldet, ein deutlicher Beleg für die Anziehungskraft der Spielstadt. Die erste Woche ist fast voll, in der zweiten und dritten Woche sind noch einige Plätze frei. Insgesamt dürfen 1500 Kinder im Alter zwischen sechs und 13 Jahren hier werken, arbeiten, Geld verdienen

und Geld ausgeben. Hier können Kinder auf ihre Art das Leben als Erwachsener erleben, das macht den großen Reiz der Stadt aus. „Stutgarten hat sich in den letzten Jahren als Erfolgsmodell herausgestellt“, freut sich Kulturbürgermeisterin Susanne Eisenmann über die tolle Resonanz. Viele 14-Jährige, die wieder mitmachen wollten, mussten sich erst die eine oder andere Träne verdrücken, da sie nicht mehr rein durften. Man machte aus der Not eine Tugend und stellte 120 dieser Jugendlichen als ehrenamtliche Helfer ein. „Es ist ein Angebot“, so die Bürgermeisterin weiter, „wie es wertvoller aus pädagogischer Sicht gar nicht sein kann.“ Die Kinder leben

das Leben einer Stadt, lernen durch eigene Erfahrung, was Demokratie und was das Geld wert ist. Eine Stadt mit enormem Entwicklungspotenzial: Neu im Angebot ist eine kleine Zahnarztpraxis. Man darf gespannt sein, wie das bei den Kindern ankommen wird. Vor Ort sind zwölf Firmen, die in der Zeit dort ihre Azubis als Helfer abstellen. Und bei der Berufswahl haben die Kinder wahlweise die Qual der Wahl: Rund 60 Arbeitgeber von der Agentur für Arbeit bis hin zur Zeitung warten auf willige Kräfte. Am Ende jeder Woche können die Kinder den Eltern dann beim großen Fest zeigen, was sie gelernt und verdient haben.

STUTTGARTER SPITZE(N)

Zu einer richtigen Großstadt gehören Sommerfestivals und Konzerte dazu. Aber auch Abwechslung und die Standorte machen's aus.

VON KATRIN SCHENK

Es sind immer wieder die gleichen Themen, auf die man rund um den Festival-Sommer stößt: Wer kommt (und das vielleicht schon zum wiederholten Mal?), wer sichert sich den besten Platz, und wer empfindet Musik als Lärm? Zu Punkt eins – den Stars – muss man auch in diesem Sommer sagen, dass einige schon in den Jahren zuvor in Stuttgart waren. Bei Publikumsmagneten, deren Konzerte sofort ausverkauft sind,

gibt's nicht viel zu meckern. Trotzdem – und das bleibt letztendlich an den Veranstaltern hängen – ist es auch hier wichtig, dass Abwechslung auch in den Genres geboten wird. Punkt 2: Wer kommt auf den Schlossplatz, du oder ich? Die Platzvergabe sorgt bei einigen Veranstaltern oft für Unverständnis. Der Schlossplatz so wie manche andere Plätze ist eine „Landesangelegenheit“. Trotzdem würde man sich



Katrin Schenk

einerseits mehr Mitspracherecht vonseiten der Stadt Stuttgart wünschen, zum anderen auch – was auch die „Lärmbelästigung“ einschränken könnte: Wer kommt wann auf den Schlossplatz, und welche Veranstaltung im Jahr kann hier auch mal weggelassen werden? Und schließlich zu Punkt drei: Festivals als Zumutung für die Anwohner: Die Spielstätten sind eigentlich so verteilt, dass sich jeder irgendwann mal belästigt fühlen könnte. Auch wenn's für den einen oder anderen nur ein schwacher Trost ist, bleibt einem wohl nichts anderes übrig, als an den betreffenden Wochenenden aus der Stadt zu flüchten. Konzerte gehören zum City-Leben – und nicht an die Peripherie.

Gegen „Kampftrinken“

Jugendliche möchten möglichst schnell zum Rausch kommen

Saufen, bis der Arzt kommt: Das Trinkverhalten von Jugendlichen in Baden-Württemberg ändert sich. Waren vor einiger Zeit noch sogenannte Alcopops der Renner auf Partys, so geht der Trend derzeit zum „Kampftrinken“, um möglichst schnell einen Rausch zu erleben. Als Folge ist die Zahl der schweren Alkoholvergiftungen im Land in den vergangenen Jahren stark angestiegen. Jetzt startet die DAK Baden-Württemberg mit der Landesstelle für Suchtfragen e. V. eine breite Aufklärungskampagne in 20 Städten.

Während der Aktionswoche für Alkohol vom 13. bis 21. Juni soll mit jungen Auszubildenden in Betrieben das Thema Alkohol diskutiert und der Umgang im Alltag bewusster gemacht werden. Bei den regionalen Veranstaltungen werden Ausbilder und Verantwortliche in den Betrieben mit einbezogen. Den Jugendlichen werden dabei durch Fachreferenten und Sozialpädagogen gezielte und klare Verhaltensanregungen für den Alkoholkonsum gegeben.

„Das Trinkniveau der Jugendlichen in Baden-Württemberg ist weiterhin erschreckend hoch“, sagt DAK-Landeschef Markus Saur. „Gerade das ‚Kampftrinken‘ macht uns Sorgen, daher engagieren wir uns ohne erhobenen Zeigfinger mit einer gezielten Aufklärungskampagne für junge Menschen im Land.“ Laut einer aktuellen Statistik der DAK Baden-Württemberg ist die Zahl der Jugendlichen, die nach gefährlichem Alkoholkonsum ins Krankenhaus mussten, kräftig gestiegen. Um 63 Prozent erhöhte sich zwischen 2004 und 2008 die Zahl der Jugendlichen unter 18 Jahren, die nach exzessiven Trinkge-



DAK Baden-Württemberg und Landesstelle für Suchtfragen starten die Aufklärungsaktion „Azubi und Alkohol“ in 20 Städten. Foto: DAK/Wigger

lagen in Kliniken versorgt werden mussten. „Wir haben mit Unterstützung der DAK Baden-Württemberg die Informationsbrochure „Azubi und Alkohol“

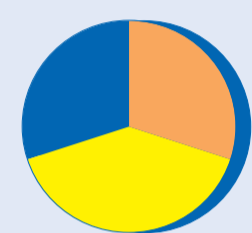
entwickelt und werden diese bei den gemeinsamen Veranstaltungen präsentieren, sagt Johannes Böcker, Vorsitzender der Landesstelle für Suchtfragen in Baden-Württemberg.

„Wir wollen dazu beitragen, dass mit dem Thema Alkoholkonsum, ganz besonders in der Verantwortung gegenüber Auszubildenden und jungen Menschen, offensiv umgegangen wird. Alkohol soll nicht erst zum Thema werden, wenn es schon zum Problem oder zum Risiko geworden ist.“

Die Information für Betriebe soll dabei eine konkrete Hilfestellung für den Alltag darstellen. Kurz und bündig beantwortet sie Fragen wie zum Beispiel: Was macht Alkohol für junge Menschen so attraktiv? Wie viel Alkohol ist o. k.? Wann wird Alkoholkonsum zu einem riskanten Faktor? Welche hilfreichen Tipps gibt es für den Umgang mit Azubis zum Thema Alkoholkonsum?

Die DAK engagiert sich bereits länger im Bereich der Alkoholprävention. An ihrer bundesweiten „Aktion Glasklar“, die seit 2004 erfolgreich über die Risiken und Gefahren des Alkoholkonsums informiert, beteiligten sich schon über 12.000 Jugendliche. Und die Aktion kommt an: In einer aktuellen Umfrage bewerteten 80 Prozent der Teilnehmer die Belegbroschüre als „sehr gut“ oder „gut“.

DIE WOCHENUMFRAGE



Angst vor dem Fliegen?

Eine Maschine der Air France ist am Wochenende verschollen. Jetzt hat man das Wrack im Atlantik vor der Küste Brasiliens gefunden. An Bord des Flugzeuges waren auch Passagiere aus Stuttgart. Schuld war wohl der Ausfall der Elektronik durch ein Gewitter. Wie geht es Ihnen, wenn Sie so etwas hören? Haben Sie mehr Flugangst? Stimmen Sie mit ab unter www.stuttgarter-wochenblatt.de.

BEILAGENHINWEIS

In Teilen unserer heutigen Ausgabe liegen Prospekte folgender Firmen bei: CDU Degerloch Eva-Maria Kaufmann Media Markt Möbel Hofmeister Praktiker Wohnland Reutlingen Wir bitten um Beachtung.

IMPRESSUM

Verlag Stuttgarter Wochenblatt GmbH Plieninger Straße 150 70567 Stuttgart

Postfach 10 44 61 70039 Stuttgart

Geschäftsstelle Stuttgart Geißstraße 4, S-Mitte

Mo.-Fr. 08:30 Uhr bis 18:00 Uhr

Telefonischer Anzeigenservice Fon 0800 3202222 Fax 0800 3202233 (gebührenfrei)

Anzeigen und Beilagen Verantwortlich: Sven Gerhardt

Fon 0711 7208-3101 Fax 0711 7208-3109 E-Mail anzeigen@stw.zgs.de

Redaktion Verantwortlich: Bernd Ruof

Fon 0711 7208-3321 Fax 0711 7208-3340 E-Mail redaktion@stw.zgs.de

Verteilung regiodirect GmbH Plieninger Straße 150 70567 Stuttgart

Fon 0800 5600949 Fax 0711 7208-3444 E-Mail vertrieb@regio-direct.de

Druck Pressehaus Stuttgart Druck GmbH Plieninger Straße 150 70567 Stuttgart

Für die Herstellung wird Recycling-Papier verwendet. Der Druck erfolgt nach DIN EN ISO 14001.



Mitglied im Bundesverband Deutscher Anzeigenblätter e. V.

Auflage ADA-geprüft

Stuttgarter WOCHENBLATT www.stuttgarter-wochenblatt.de

BOULEVARD

Vermisst

Zur traurigen Gewissheit wurde am Dienstag, dass die Air-France-Maschine, die von Brasilien nach Paris unterwegs war, vermutlich nach einem Blitzschlag in den Atlantik gestürzt ist. Unter den 226 Passagieren sind auch einige aus Baden-Württemberg. Als gesichert gilt, dass zu den Opfern eine fünfköpfige Familie aus Fellbach zählt. Ebenso als vermisst gilt die Brasilianerin Juliana de Aquino. Die 29-Jährige stellte im Stuttgarter Musical „Wicked – Die Hexen von Oz“ die Madame Akabar dar. Die Musical-Darstellerin war vor sechs Jahren nach Deutschland gekommen, lebte von 2003 bis 2007 in Hamburg und seither in Stuttgart, wo sie noch ein Jahr lang ein Engagement hatte.

verkauft, Günter Witte. „Selbstverständlich freuen wir uns sehr, dass sich die Feuerwehr Stuttgart aufgrund der guten Erfahrung-



Das Ausstellungsteam mit den Sponsoren Christian Lange (links) und Matthias Zielke

gen, die sie mit den bestehenden Einsatzfahrzeugen gemacht hat, wieder für BMW entschieden hat“, erklärte Erwin Mayer.

Spende fürs Olgäle

Am gestrigen Mittwoch nahm die Schirmherrin und Präsidentin der Olgäle-Stiftung, Stefanie Schuster, einen weiteren Spendenscheck in Empfang. Im Rahmen einer Sonderverkaufsaktion von schwäbischen Spezialitäten zum 95. Jubiläum der traditionsreichen Stuttgarter Markthalle konnten insgesamt 4500 Euro für die Stiftung eingenommen werden. Die Scheckübergabe erfolgte



BMW-Chef Erwin Mayer (Zweiter von links) bei der Fahrzeugübergabe.

Feuerwehr Stuttgart, Dr. Homrighausen, war bei der Schlüsselübergabe für das neue Fahrzeug persönlich anwesend. Hoherfreut über die erneute Zusammenarbeit zeigten sich auch der Leiter der BMW Niederlassung Stuttgart, Erwin Mayer, und Gebietsleiter Behörden-

soren Bäuerliche Erzeugergemeinschaft Schwäbisch Hall, Feinbäckerei Wohlgenuth GmbH sowie dem Initiator Märkte Stuttgart GmbH & Co. KG, vertreten durch den Geschäftsführer Karl Kübler. Zugleich können sich vor dem neu eingeweihten Ceres-

brunnen die neun Gewinner des Luftballon-Wettbewerbs über ihre Preise freuen. Der Hauptgewinn und fünf weitere Preise sind Einkaufs-

gutscheine, die vom Warenhaus Merz & Benzing gesponsert sind. Drei weitere Verzehrgutscheine sponsern die gastronomischen Betriebe Looß Kulinarisches. Die Finder der Luftballon-Antwortkarten erhielten als Dankeschön eine Markthallen-Schürze.

60 Jahre Stuttgart

Die Bundesrepublik feiert ihren 60. Geburtstag, und wir feiern mit: Am Mittwoch, 10. Juni, öffnet im Haus der Wirtschaft eine Ausstellung zum Thema „3 x 60 im (Rück-)Blick – 60-Jährige Stuttgarter erzählen Geschichten über 60 Jahre Deutschland. Die drei Studentinnen Carola Bopp, Ann-Kristin Niden und Manuela Hägele von der Fachhochschule Schwäbisch Hall haben im Rahmen der Reihe „Ein(ö)sichten“ des Design Centers die Geschichten der Stuttgarter Bürger gesammelt, die sich auf den Aufruf im Stuttgarter Wochenblatt hin gemeldet hatten. Möglich geworden ist dies auch durch das Sponsoring der Allianz-Agentur Riegert mit den Inhabern Christian Lange und Matthias Zielke. Beide führen seit etwa einem halben Jahr die Agentur und fühlen sich dem Bewahren von Stuttgarter Tradition und Kultur verpflichtet. Zu sehen ist die Ausstellung bis 1. Juni.



E-Mail von Ostermann

Wenn ich gerade aus dem Fenster gucke, sehe ich draußen einen alten Mann mit langem weißen Bart, der an einem Riesen-Holzschiff baut. Ob das mit dem Wetter und den sintflutartigen Regenfällen der letzten Wochen zu tun hat? Unglaublich, was schon in diesem Jahr vom Himmel runterkam: Hagelkörner, groß wie Golfbälle, heftige Stürme und kräftige Gewitter. Nach einer Langzeitprognose von Wetterexperten wird der Sommer 2009 ein richtiger Unwettersommer. Ein Wechselbad zwischen Hitze und gewitterartiger Abkühlung. Damit Sie künftig keine Angst mehr vor Blitz- und Sturmschäden haben müssen, gibt es jetzt sogar schon Unwetter-Versicherungen für Ihr Hab und Gut. Informationen dazu bekommen Sie im Internet oder von Ihrem Versicherungsmakler. Viele Baden-Württemberger haben bereits Fotos von den Wetterereignissen gemacht und uns per E-Mail an redaktion@antenne1.de geschickt. Wenn es auch Sie getroffen hat, schicken auch Sie uns Ihre Fotos. Übrigens: Der Klimawandel ist auch schon in meiner Familie angekommen. Meine Geschwister laufen ständig benebelt durch die Gegend, mein Vater ist jetzt Schirm-Herr im Sportverein, und meine Mutter hat eh schon seit Jahren Wasser in den Beinen. In diesem Sinne sonnig bis stürmische Grüße

Ihr Ostermann

