

Wo einst Arbeiter feierten

Das Heidelberger „Portland Forum“ und das Ludwigshafener „Feierabendhaus“ haben die Zeiten und Feste überdauert. Vor rund hundert Jahren wurden sie gebaut

Im Süden von Heidelberg, an der Gemarkungsgrenze des Ortes Leimen, man schreibt das Jahr 1908. Tagelöhner schwitzen an Drehöfen, in den Rohmühl-Silos wirbelt Staub durch die Kanäle – mehr als 650 Arbeiter verarbeiten Kalkstein zum berühmten Portland-Zement. Das Portland-Cementwerk unter der Leitung von Friedrich Schott ist die größte Fabrikanlage des Deutschen Reichs. Und eine der fortschrittlichsten ihrer Zeit – nicht nur was die Verfahrenstechnik, sondern auch die architektonische Umsetzung sozialer Verantwortung angeht: In der Zementstraße werden Werkswohnungen für „brave und verdiente“ Arbeiter errichtet, auf dem Werksgelände entstehen Verwaltungsgebäude, Badehaus und Hallenschwimmbad. Als letzte und bedeutendste Wohlfahrtseinrichtung wird 1909 die Festhalle samt Lehrküche, Kindergarten und Werksbücherei gebaut, eine Art „Kultur- und Freizeitzentrum“. In den Versammlungssaal strömen fast jeden Sonntag bis zu 2000 Arbeiter mit ihren Familien, um Vorträge



Das 100 Jahre alte Portland Forum in Leimen: einst Kultur- und Freizeitzentrum, dient es heute vor allem für exklusive Events. Bild: HeidelbergCement

oder Theateraufführungen zu besuchen. Eine „Vereinsgemeinde“ bildet sich, den Sängerbund gibt es noch heute. Das Jugendstil-Gebäude, nach der Restaurierung und Modernisierung 1994 später in „Portland Forum“ umgetauft, gilt bei der Belegschaft im Zementwerk gegenüber immer noch als „Festhalle“. Aber „echte“ Arbeiter trifft man höchstens noch bei der Instandhaltung an. Traditionell hält die HeidelbergCement AG hier noch ihre Hauptversammlung ab oder verab-

schiedet ihre Vorstände. An den restlichen Tagen können auch andere Unternehmen oder Veranstalter die historischen Räumlichkeiten für exklusive Events buchen.

Nur 30 Kilometer westwärts steht auf der anderen Rheinseite das Pendant der Chemie-Industrie: das 1913 eingeweihte Vereinshaus des Arbeitervereins der Badischen Anilin- und Sodafabrik (BASF). Das repräsentative, im Stil der Kaiserzeit errichtete Gebäude ist nur wenige Jahre Domizil des Arbeitervereins, dk

da dieser mit dem Ende des Ersten Weltkrieges 1918 aufgelöst wird. Die gesellschaftliche Funktion des Hauses bleibt indes erhalten. Es wird zum kulturellen Zentrum der BASF, vor allem nach dem Umbau des großen Saales zum Festsaal. Das Gebäude, inzwischen in „Feierabendhaus“ umbenannt, ist 1936 Schauplatz einer glanzvollen Premiere: Erstmals wird ein Konzert auf Magnetband aufgezeichnet, dazu gastieren die Londoner Philharmoniker unter Sir Thomas Beecham in Ludwigshafen. Auch Richard Strauss, Yehudi Menuhin, Pierre Boulez und Mstislav Rostropovich kommen hierher. Im Zweiten Weltkrieg schwer beschädigt und in den fünfziger Jahren wiederhergestellt, besteht nach Jahrzehnten intensiver Nutzung Sanierungsbedarf für das Feierabendhaus. Die Sanierung erfolgt in Teilschritten, um eine zumindest eingeschränkte Weiternutzung zu ermöglichen. Sie soll bis 2011 abgeschlossen sein. Dann werden das Feierabendhaus und sein Festsaal sich wieder in neuem Glanz präsentieren.



Glückliche Gesichter bei der Präsentation der neuen „Gesundheitswurst“: (v. l.) Frank Spaniol, Vorstand der IKK Südwest-Plus, Landesinnsmeister Heinz-Werner Stüb, Margit Conrad, rheinland-pfälzische Umwelt- und Verbraucherschutzministerin, und Rainer Lunk, Hauptgeschäftsführer des Fleischerverbandes Pfalz. Bild: IKK

Pfälzer Extrawurst

„IKK-Extrawurst“ – so heißt die neue Kreation des Fleischerverbandes Pfalz, die es nur beim Fleischer gibt. Das Marketing für die Metzger übernimmt die Innungskrankenkasse Südwest-Plus

Natrium- und fettreduziert ist die neue Wurst. Sie enthält Omega-3-Fettsäuren. Und sie ist reich an Ballaststoffen. So lautet das Rezept der pfälzischen Innung Metzgereien für ihre neue „Gesundheitswurst“, wie Landesobermeister des Fleischerverbandes Pfalz, Heinz-Werner Stüb, sie gerne nennt.

In Kooperation mit der Innungskrankenkasse (IKK) Südwest-Plus haben die Metzger ein Marketingkonzept entwickelt. Dabei wird nicht nur die Qualitätsware des traditionellen Handwerks von nebenan beworben. Der neue Werbeträger soll auch jene Kundschaft aus den Supermärkten zurückgewinnen, die wieder mehr auf gesundheits- und kalorienbewusste Ernährung achtet. „Dass wir die neue Wurst erfunden haben, heißt aber nicht, dass unsere anderen Produkte ungesund sind“, stellt Stüb klar. In seiner eigenen Metzgerei in Weisenheim am Sand hängen seit Mitte Januar – dem Verkaufsstart – Plakate

und Mobiles, die die IKK-Extrawurst bewerben. Außerdem liegen Gewinnspielkarten aus. Der Hauptpreis ist ein Wellness-Wochenende in Bad Dürkheim. Die Reise ist einer der Marketingposten, die die IKK Südwest-Plus für die neue Wurst finanziert. „Wir bestärken unsere Mitglieder in gesundheitsbewusstem Verhalten“, sagt Pressesprecher Roland Spengler. Deshalb engagiere sich seine Krankenkasse hier. „Am Marketing für einen Schnaps hätten wir uns sicherlich nicht beteiligt.“

Die Idee zur Wurst wurde Anfang 2008 geboren

Jeder Metzgerbetrieb im Fleischerverband Pfalz hat ein „Starterpaket“ erhalten: Gewürzmischung, speziell bedruckte Einheitsdärme, Broschüren und Flyer. Dafür gab die IKK eine fünfstellige Summe aus. Damit sei man „an die Schmerzgrenze gegangen“. 340 der 400 Metzger be-

teiligen sich nach Aussage von Landesobermeister Stüb an der Aktion. „Die Nachfrage ist sehr gut. Den Kunden schmeckt unsere Extrawurst“, sagt Stüb. Die Kunden dürfen nicht vergessen, dass die traditionellen Metzgereien auch den Standort unterstützten: „Wir arbeiten in der Region mit regionalen Produkten und beschäftigen Menschen aus der Region.“ „Touristenfleisch“, das vor dem Verkauf durch ganz Europa gefahren worden sei, käme bei den Innung Metzgereien nicht in die Theke.

Die Idee zu der gemeinschaftlichen Marketingaktion entstand im Übrigen Anfang 2008 auf einem Forum des Fleischerverbandes für Unternehmerfrauen. Dort wurde über mögliche Werbung für das Metzgerhandwerk beraten. Eine der Damen brachte dann den entscheidenden Vorschlag einer gemeinsamen Wurstkreation. Rainer Lunk, der das Forum als Hauptgeschäftsführer des Fleischerverbandes Pfalz leitete,

griff die Idee sofort auf und „holte die IKK mit ins Boot“. Er ist das Bindeglied zwischen Verband und Kasse. Als Aufsichtsratsmitglied der IKK verfügt er über gute Kontakte, die das Projekt schließlich Wirklichkeit werden ließen. Mit der IKK habe der Verband einen „starken Partner“ gefunden, so Lunk. Schließlich sei die Extrawurst-Aktion keine „kurzfristige Sensation“. Vielmehr wolle sein Verband die Marke dauerhaft platzieren.

Marketing und Verkauf der Wurst sollen für beide Seiten Vorteile bringen: Das Logo der IKK hängt in Metzgereien in ganz Rheinland-Pfalz. Es wird mit gesunden Lebensmitteln in Verbindung gebracht. Und die Metzgereien haben mit der Wurst einen Werbeträger für ihr Handwerk. Nicht zu vergessen: Die Erhaltung der Metzgerbetriebe dient der IKK auch in anderer Hinsicht – jeder Inhaber und dort Beschäftigte ist ein potenzieller Kunde. Anette Schminck

capitol zu vermieten

Die besondere Location für den besonderen Anlass

- Tagungen
- Firmenveranstaltungen
- Betriebsversammlungen
- Präsentationen
- Events
- Dinnerveranstaltungen

Christine Keth
Fon 0621-40 17 14 27
christine.keth@capitol-mannheim.de

CAPITOL
LIVE & EVENTHAUS