

## Fest der Region

Das Heilbronner Weindorf boomt. Kein Wunder, dass Wengerter aus der ganzen Region Schlange stehen. An den neuen Tagen ist gutes Geld zu verdienen, das liegt auf der Hand. Darüber hinaus ist jeder Stand ein Türöffner für Folgegeschäfte, also ein Marketinginstrument vom Range einer kleinen Weinmesse.

Über den Wein hinaus ist das Fest auch die größte Kommunikationstheke weit und breit. An den Weinständen treffen sich Menschen aller Stände, Berufe und Gesinnungen. Sie kommen nicht nur aus Heilbronn und seiner Nachbarschaft. Wenn die Ost-West-Linie der Stadtbahn ab 2003 von Eppingen bis Öhringen fährt, werden neben Unterländern, Kraichgauern und Zabergäuern immer mehr Hohenloher ins Dorf strömen – und stoßen auf eine Marktlücke namens Hohenloher Wein. Die Einstiegsfrage darf aber nicht nur unter kommerziellen und „innerdörflichen“ Gesichtspunkten diskutiert werden. Sie muss unter den Horizont der Region gerückt werden. Die Region Heilbronn-Franken hat ein Identitätsproblem. Ihre größte Stärke, die Vielfalt, ist ihre größte Schwäche: Sie ist zerrissen. Brückenschläge sind gefragt und ausbaufähig. Das Heilbronner Weindorf wäre eine tragfähige Plattform der schwäbisch-fränkischen „Völkerverständigung“. Dies macht die Einstiegsfrage zu einem Politikum. Die Heilbronn Marketing GmbH hat eine große Chance, ihre regionale Kompetenz unter Beweis zu stellen. Ihrem Aufsichtsratsvorsitzenden Helmut Himmelsbach – als Heilbronner OB natürlicher Führer der Region – rufen wir deshalb zu: Holt Hohenloher ins Dorf!

**Kilian Krauth**