

Saisonstart mit Strandbar im Schnee

Dem Schnee und der Kälte zum Trotz startet kommenden Mittwoch die neue Prater-Saison.

Mit Strandbar, Nostalgie und Praterakademie sollen neue Besucher angezogen werden – auch wenn es keine neuen Fahr-Attraktionen gibt. Der Rundum-Aufputz soll bis zur EM 2008 erfolgen.

Wien – „Wenn wir alle fest dran glauben, hört's auf zu schneien und die Saison kann beginnen.“ ist Vizebürgermeisterin Grete Laska überzeugt, dass sich der Winter verabschiedet, wenn der Wiener Prater an diesem Mittwoch offiziell eröffnet. Auch wenn das Glauben nichts nützen

sollte – g'standene Schweizerhaus-Stammgäste werden den Temperaturen trotzen und sich Krügel und Stelze zum Saisonauftakt nicht nehmen lassen, so viel ist auf alle Fälle sicher.

Fest steht auch, dass der Prater mit wenig neuen Attraktionen in die Saison 2006

startet, sich dafür immer mehr als Veranstaltungsort etablieren und durch aufgeputzte Architektur neue Besucher anziehen will. Wesentliche Neuerungen wird es am Wurstelplatz vis-à-vis dem Schweizerhaus geben: Dort, wo bis vor zwei Jahren noch eine Spielhalle stand, bekommt der Kasperl ab Mai ein neues Zuhause. Das Wurstel-Theater zieht in einen Nostalgiebau ein, Luftballonladen und eine historische Filiale eines Großbäckers inklusive.

Auch sonst wird verstärkt auf Kinder und Jugendliche als Zielgruppe gesetzt: Der „Liliputbär“ soll mit seiner Abenteuergeschichte um „Dampflok Grete“ (könnte da die Vizebürgermeisterin Patin gestanden sein?) zum neuen Maskottchen der Liliputbahn werden. Und da im letzten Sommer Strandbars am Donaukanal zur Modeerscheinung wurden, wird auch im Prater eine „Relaxingzone“ mit 420 Quadratmeter Sand, Liegestühlen und Sonnenschirmen eingerichtet – wenn auch ohne

Wasser. Ältere Semester kommen bei Adi Hirschals „Wiener Lustspielhaus“, das nahe des Schweizerhauses gastieren wird, und den bereits bewährten Musiksonntagen auf ihre Kosten.

„Kommerzialisierung“

Sabine Gretner, die Planungssprecherin der Wiener Grünen, sieht durch die Präsenz von Markenunternehmen vor allem eine „reine Kommerzialisierung des Praters“ und verweist auf die Presseaussendung der SPÖ, in der es etwa wörtlich heißt: „Vor allem Kinder haben ihren Spaß an dem neuen Goal Fan-Stick, mit Bum Bum, Smarties Pop Up, Chicken Little, Donald & Co.“ Gretner kritisiert auch, dass die versprochenen 200 Projekte des seit 2003 engagierten Prater-Planers Emmanuel Mongon nach wie vor unklar seien.

Die endgültige Präsentation des lang erwarteten Masterplanes werde bis spätestens Juni erfolgen, versprach Laska – zu diesem Zeitpunkt läuft

Mongons 1,5-Millionen-Euro-Vertrag aus. 50 bis 70 Projekte seien bereits umgesetzt worden, betonte Laska: „Wer erwartet, dass eine Masterplanung nur eine Auflistung von Attraktionen ist, liegt falsch.“

Aufgetaut scheinen nach der Wintersaison jedenfalls die kriselnde Beziehung zwischen Praterunternehmern und Stadt: „Nach dem Nervenzettel der letzten Jahre hat eine neue Ära der Zusammenarbeit begonnen“, verkündete Verbandspräsident Hubert Pichler und mahnte weiterhin Offenheit und Fairness ein. Die gemeinsamen Ziele sind hochgesteckt: Im Jahr 2010 soll der Prater der beliebteste Vergnügungspark Europas sein. Damit die Unternehmer schon zur Fußball-EM 2008 auf das internationale Interesse vorbereitet sind, werden sie ab sofort geschult: Die neu gegründete Praterakademie bietet Kurse in Kundenkommunikation und Fremdsprachen. Auf dass im Prater „Träume wahr werden“, wie es im neuesten Kinospot heißt. (kri)