

# Zum 70. setzt Fellbach den „Herbst“ neu in Szene

**Fellbacher Herbst** Druckfrische und komplett neu gestaltete Plakate werben für das Jubiläum des traditionellen Erntedankfests. *Von Simone Käser*

Ihre Premiere beim Fellbacher Herbst vom 6. bis 9. Oktober will Gabriele Zull mit einem neuen Plakat feiern. Also hat die Oberbürgermeisterin für das anstehende 70-Jahr-Jubiläum des Traditionsfests verschiedene Werbeagenturen beauftragt. Das Rennen hat ein Plakat gemacht, auf dem Weinmotive in passenden Farben kreisförmig angeordnet sind und den Weingenuss widerspiegeln. „Das zeigt die Wurzeln des Fellbacher Herbstes als Erntedank-, Wein- und Heimatfest. Die traditionellen Motive sind im Stil jung und modern und treffen somit genau“, sagt Oberbürgermeisterin Gabriele Zull.

Umgesetzt wurde das Plakat durch die Stuttgarter Agentur „Die Wegmeister“. Sechs Agenturen aus Fellbach und der Region waren angefragt, das Fest werbetekhnisch neu in Szene zu setzen. Bei den eingereichten Vorschlägen punkteten die Entwürfe der „Wegmeister“. Eine Jury hatte sich im Mai 2017 bewusst gegen personen-gebundene oder rein grafische Ausarbeitungen entschieden. „Die Arbeiten im Wettbewerb waren alle hervorragend, doch wir wollten die charakteristischen Merkmale des Fellbacher Herbstes betonen“, sagt Gabriele Zull. Das Motiv sei zurückhaltend, auf das Wesentliche reduziert, klar erkennbar als Wein- und Erntedankfest und von



*Erhard Hess von den Fellbacher Weingärtnern und Oberbürgermeisterin Gabriele Zull mit neuem Plakat und einer Sammlung von Fellbacher Herbst-Plaketten.*

Foto: Simone Käser

einer „erfrischenden Art“, die moderne Elemente mit traditionellen Wurzeln verbindet, sagt auch Jens Mohrmann, der Geschäftsführer der Schwabenlandhalle.

Der Jury – darin saßen die Oberbürgermeisterin, der Vorsitzende der Fellbacher Weingärtner sowie Vertreter des Fellbacher Stadtmarketings und der Stuttgarter Regio Marketing – gefiel die Vielseitigkeit. „Die Zeichnung ist generationsübergreifend und wird auch auf weiteren Werbeträ-

gern zum Fellbacher Herbst Verwendung finden“, sagt Gabriele Zull und wird von Sabine Laartz bestätigt. „Der fröhliche Aquarellstil wird künftig für den Fellbacher Herbst werben“, sagt die Pressesprecherin der Stadt.

Nach 14 Jahren darf auch mal etwas Neues kommen. So lange nämlich zeigte das Werbeplakat zum Fellbacher Herbst das Gesicht einer jungen Frau, die an einer Rebe knabbert. Das personenbezogene Pla-

kat wurde 2013 durch Gesichter von Fellbachern ergänzt, die die Zielgruppen des großen Heimatfestes zeigen sollten. „Die anstehende Jubiläumsveranstaltung war der Auslöser, um über ein modernes Motiv nachzudenken“, sagt die Oberbürgermeisterin. Das große Heimatfest sei „identitätsstiftend“ für Fellbach. „Diese Tradition wird fortgeführt, aber moderner und mit aktuellen Bezügen.“

Deshalb steht bei dem traditionellen Herbstfest auch das 30-jährige Bestehen der Städtepartnerschaft mit Meißen im Vordergrund. Und es wird bei 70 Jahren natürlich auch um einen historischen Überblick gehen. „Ein Film mit Zeitzeugen wie Cathy Plato vom Verein Ndwenga oder dem Unimog-Fahrer des

Festzugs Gerhard Hummel entsteht gerade“, sagt OB Zull. Dieser wird bei der Veranstaltung Blütenzauber des Fellbacher Herbstes gezeigt. Zudem werden historische Fotos aus der Bürgerschaft für eine Ausstellung gesammelt.

Auch Erhard Hess ist ein Zeitzeuge. Ihm fiel es beim Pressegespräch nicht schwer, aus dem Nähkästchen zu plaudern. „Schon 1948 stand ich als Zehnjähriger an der Straße“. Anfangs habe es nur einen Festwagen gegeben, erinnert sich der Winzer, der von 1991 bis 2000 Vorsitzender der Fellbacher Weingärtner war und jeden Herbst miterlebt hat. Beim 50-Jahr-Jubiläum 1997 moderierte er sogar die Weinprobe.

**„Das Jubiläum war Auslöser, um über ein modernes Motiv nachzudenken.“**

Oberbürgermeisterin Gabriele Zull