



Velpker Messe

Der kleine Leo (8) ist schwer zufrieden. Eben hat er 25 Euro am Glücksrad der LSW gewonnen und noch dies und das ergattert. Leo begleitete am Wochenende seine Mama zur Velpker Messe. Die 16. Auflage der Verbraucherschau sorgte am Samstag und Sonntag für reichlich Treiben auf dem Schützenplatz der Nordkreisgemeinde, im Schützenhaus und in den beiden Zelten gleich nebenan. Etwa 50 Aussteller aus der Region lockten mit verschiedenen Angeboten. Der Veranstalter, das ist die Velpker Werbegemeinschaft, zog bereits am Sonntagnachmittag eine positive Bilanz.

„Wir sind zufrieden, die Messe ist gut besucht, und auch am Preisausschreiben nehmen die Menschen rege teil“, sagte Roland Hage von der Werbegemeinschaft. Da nahm die Schau am Sonntag noch einmal richtig Fahrt auf. Besucherzahlen wollte er nicht nennen. Auf die Menge der Besucher komme es nicht an, wichtig sei die Qualität des Interesses derer, die kommen. „Die Velpker freuen sich, dass was los ist. Es sind sehr viele Familien hier“, ergänzte Hage. In dieser Hinsicht war die Messe also ein Volltreffer, denn die Werbegemeinschaft hatte sie als Familienveranstaltung beworben und lieferte entsprechend ab. Allerdings habe man im Vergleich zum Sonntag am Samstag ein etwas verhaltenes Publikum erlebt. Diese Einschätzung teilten nicht alle Aussteller. Aus ihrer Sicht schwächelte eher der Sonntag etwas.

Von Sicherheitshinweisen hin zur Mitgliederwerbung

Im Vorfeld der Messe hatte Velpkes Samtgemeindebürgermeister Rüdiger Fricke erklärt: Wichtig sei nicht die Jahreszeit, zu der die Messe stattfindet. Wichtig sei das Wetter. Und das spielte am Wochenende, abgesehen von ein paar Spritzern, mit. Und so konnte die Freiwillige Feuerwehr Velpke ihre Vorführungen bei idealem Wetter durchführen. Die Ehrenamtlichen zeigten etwa, was passiert, wenn man brennendes Öl in der Pfanne mit

Wasser löschen will. Das Ergebnis war eine für den Außenbereich beeindruckende Stichflamme, in der Küche hätte diese böse Folgen.

Auf dem Weg zu den Zelten hatte sich Lennart Hansmann mit seinem Stand aufgebaut. Der Biolandwirt und Inhaber des Biomarktes in Klein Twülpstedt erlebte nach seinen Worten einen wirklich guten Samstag mit vielen interessierten Menschen, die demnach auch Zeit mitgebracht haben. „Das habe ich als sehr positiv empfunden“, erklärte er. Gleich nebenan warb der Velpker Sportverein (VSV) um Mitglieder und Ehrenamtliche, wie Claudia Bartels betonte. „Wir brauchen Trainer und Übungsleiter, die moderne Sportarten anbieten und begleiten können“, sagte sie. Alles in allem sei das Messewochenende für den VSV durchaus gut gelaufen. „Wir konnten Mitglieder gewinnen und Interesse wecken“, hieß es. Gefragt sind demnach Angebote wie etwa Leichtathletik und Mutter-Kind-Turnen.

Buntes Rahmenprogramm

Aus den Lautsprechern tönte immer wieder die Stimme der Messe, die von Moderator Burghard Benze, jener Mann, der der Messe seit 1998 treu ist. Was er sagt, ist sozusagen Messegesetz, und so kündigte er auch die jungen Musiker von der „Eastside Gang“ an. Das ist eine Kinder- und Jugendband aus dem Harz, die ein paar ordentliche Riemen im Zelt hinlegte. Lässig in schwarzen Hosen, weißen Hemden samt schwarzer Krawatte mit Sonnenbrillen auf den Nasen taten die Jungs es den Großen im Musikgeschäft am Sonntag einfach gleich. Ziemlich cool. **Später gaben die Dancing Kids des MSV Meinkot eine Kostprobe ihrer Tanzkünste.** Dafür, dass zunächst kein Rahmenprogramm geplant war, machten die Acts im Zelt doch gut was los.

Der Erfolg einer Messe zeigt sich nicht immer an den Messetagen selber. Darauf hoffte Theresa Warnebold. Sie war mit Vintouch Vibes erstmals vertreten und erlebte zurückhaltende Menschen. „Ich kann natürlich noch nicht sagen, was nach der Messe kommt“, erklärte sie.

Ein paar Schritte weiter zeichnete der Künstler Joshi Heil aus Danndorf kleine Bilder fast im Akkord – für den guten Zweck. Jeder, der zu ihm an den Stand kam, konnte an einer Tombola teilnehmen. Ausgelost wurde ein Bild von Heil. Der Erlös ist für die Kindertagesstätte Lummerland vorgesehen. Heil hatte gut zu tun, wie auch die Anbieter von Getränken, Deftigem sowie Kaffee und Kuchen. Für sie war der Erfolg vor Ort messbar.