



Lampions, Zelte, blauer Himmel und zufriedene Besucher: Das Kultfestival „Folklore im Garten“ lockte viele.

# Festival nach Umzug etabliert

„Folklore im Garten“ zum zweiten Mal am Schlachthof / 20000 Besucher an den drei Tagen

Von Gaby Buschlinger

**P**etrus scheint den Umzug des Kultfestivals „Folklore im Garten“ vom lauschigen Park von Schloss Freudenberg in die beinahe baumlose Ödnis des Schlachthofgeländes gutzuheißen: Er hat auch bei der Wiederholung jetzt am Wochenende ununterbrochen die Sonne angeknipst, und tausende Besucher versanken nicht mehr knöcheltief im Matsch. Doch auch aus anderen Gründen zeigten sich Besucher und Standbetreiber zufrieden mit dem Ortswechsel: „Hier gibt es viel mehr Parkplätze, und der Schlachthof ist leichter zu erreichen“, sagte Nicole Piontek vom Weltladen-Stand, der seit etlichen Jahren Stammkunde beim Festival ist. Zwar räumte sie ein, dass der dicht bewachsene Park von

Schloss Freudenberg „mehr Flair“ habe, doch den Mangel an schattenspendenden Bäumen rund um den Schlachthof empfand sie nicht als Manko: „Jeder Standbetreiber steht ja unter einem Pavillon.“ Und die Gastronomen hatten noch Sonnenschirme aufgestellt. Der mächtige Wasserturm tat außerdem das Seinige: In seinem breiten Schatten sammelten sich nachmittags die Besucher und labten sich an kühlen Schoppen.

Zudem habe das Schlachthof-Team auf die Kritik aus dem ersten Jahr reagiert: „Unsere Info-Stände wurden nicht mehr hinter dem Schlachthof versteckt“, so die 38-Jährige. Diesmal durften sich die üblichen linken Gruppierungen wie Greenpeace und Kohlekraftwerksgegner gegenüber der Hauptbühne aufbauen.

Den freigewordenen Platz hat

die neue Jugendinitiative „Spiegelbild“ des Aktiven Museums Spiegelgasse hingegen gerne angenommen. An der ehemaligen Viehverladerampe, von der am 1. September 1942 über 350 Wiesbadener Juden in das KZ Theresienstadt deportiert wurden, hat die Initiative gemeinsam mit der Kreativfabrik einen „Aussichtsturm“ aufgebaut. Festivalbesucher konnten sich aus zwölf Metern Höhe über die Geschichte des Geländes informieren und zugleich die Zukunft dieses Ortes in Form der aktuellen Bauarbeiten betrachten.

Reinhard Kuball von der Apfelweinkelerei und dem Bioweinhandel „Matsch & Brei“ ist ebenfalls ein Festival-Urgestein - und zufrieden. „Wir sind nach anfänglicher Skepsis positiv überrascht“, sagte der Medenbacher.

Kritik wurde dennoch hier und

da laut. Die Preise von sechs bis acht Euro je nach Festivaltag ließen vor allem Jugendliche zusammenzucken. Einige Sparsame rösteten sich deshalb Würstchen vor dem Eingang auf Einweg-Grills - denn das pralle Musik- und Comedy-Programm mit Highlights wie den Sportfreunden Stiller, Blackmail, Rummelsnuff, Mediengruppe Telekommander und The Kili-ans lockte denn doch rein. Und zwar mehr als erwartet: insgesamt 20 000 an den drei Tagen, wie Schlachthof-Sprecher Hen-drik Seipel-Rotter am Sonntag bilanzierte.

Eine Gruppe 20-Jähriger gefiel übrigens am besten, „dass am Schlachthof nicht schon um 23 Uhr die Lichter ausgehen“: In der Halle und dank Kopfhörer-Party lief die Musik bis 4 Uhr, ohne dass Anwohner belästigt wurden.