

Sämtliche Besucherrekorde gebrochen

«Powermesse» mittlerweile eine Institution

V i s p. — Beim Publikum scheint die Mischung aus guter Musik, Ständen und Bars sehr gut anzukommen. Die «5. Powermesse» lockte am Donnerstag doppelt so viele Besucher nach Visp wie im Vorjahr, der Freitag brachte ein Plus von 1000. Und am Samstag musste die Kasse bereits um 21.00 Uhr geschlossen werden — was kann man sich als Organisator noch wünschen?

Die Powermesse sucht sich jedes Jahr ein Thema aus, sozusagen ein roter Faden, der sich durch den gesamten Anlass zieht. Meistens handelt es sich um ein Land, das aus verschiedenen Perspektiven vorgestellt wird. Dieses Jahr war es Irland. Von irischer Musik über irischen Eintopf bis hin zu irischem Bier, Whiskey und irischem Brot — die grüne Insel war in Visp mehr als präsent. Der Donnerstag gehörte den Double-Bands. «Mayqueen», die «Bon Jovi Coverband» und «Blend of Choice» lockten rund doppelt soviele Besucher in die Litternähalle wie im Vorjahr, obwohl die Tore bereits um 24.00 Uhr geschlossen werden mussten. Die «Irish-Night» vom Freitag zog mit den «Commitments» und «Glen of Guinness» vor allem auch Besucher aus dem Mittel- und Unterwallis an. Am Samstag war Pop angesagt. «Rämis Spontans», «Subzonic» und die «Peanuts» verwandelten die Litternähalle in einen rauschenden Partytempel.

Erfolgsrezepte

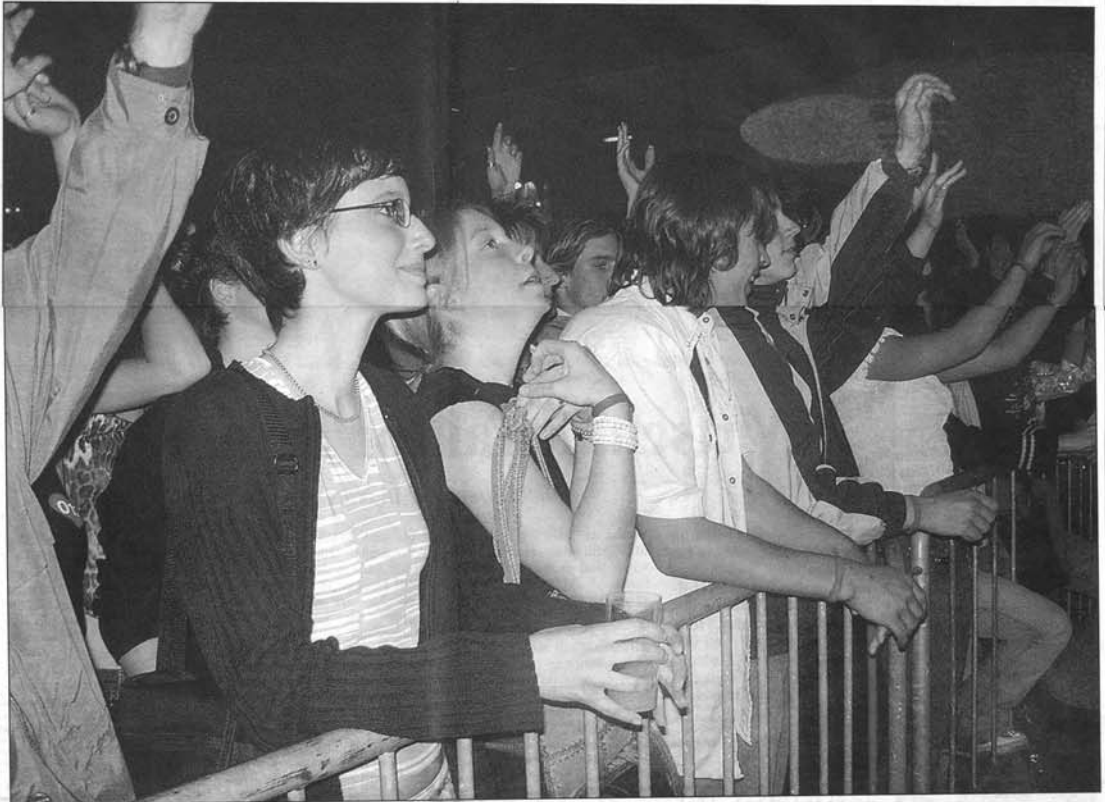
Neben einem klaren Konzept ist das grosse Angebotspektrum eines der Erfolgsgeheimnisse der Powermesse. Dadurch werden breite Bevölkerungsschichten angesprochen. «Am Donnerstag finden traditionell vermehrt etwas ältere Personen den Weg in die Litternähalle. Am Freitag ist es ein gemischtes Publikum und am Samstag sind eher die Jugendlichen in der Überzahl», so RRO-Chef Matthias Bärenfaller. An der Powermesse dürfen nur Produkte verkauft werden, die vor allem für Junge gedacht sind. Das Angebot der zwölf Aussteller reichte von Modeschmuck, Hairstyling, Tattoos und Piercings bis hin zu Fast-Food. Hinzu kamen fünf Präventionsstände. Entstanden ist die Idee zur Powermesse aus der Überlegung heraus, eine Mischung aus Gewerbeausstellung und Barfestival für Junge auf die Beine zu stellen.

Mittlerweile arbeitet man mit Budgets zwischen 150 000 und 200 000 Franken. Der grösste Teil davon fliesst in die Gagen der Bands und in die Hallenmiete. «Wir wollen unser Angebot in den nächsten Jahren noch ausweiten und auch aktuelle Themen wie beispielsweise Gewalt oder Rassismus näher beleuchten», erklärte Matthias Bärenfaller. Schliesslich gehe es auch darum, Inhalte zu transportieren. Um den Lärmpegel für die Anwohner gering zu halten, wurde der Eingang dieses Jahr auf die Westseite der Litternähalle verlegt.

Friedlicher Anlass

Die Powermesse ist erfahrungsgemäss ein sehr friedlicher Anlass. Eine gemütliche Stimmung und ein sehr heterogenes Publikum würden zu diesem Umstand beitragen, so der RRO-Geschäftsführer. Wie bereits letztes Jahr hatten die Besucher Gelegenheit, untereinander SMS auszutauschen. Die Texte wurden auf eine Grossleinwand projiziert. Die geilste SMS (Geims) und die schönste Liebes-SMS (Loms) wurden mit Preisen belohnt. Nächstes Jahr wird dem Publikum das Land Australien näher gebracht, wenn es heisst: «Powermesse 6 — Down under».

hab



Glänzende Stimmung in der ersten Reihe während des Auftritts von «Subzonic».



Eigenwillige Dekoration in der «Redlight District Bar».



Genossen ihren Auftritt in der Litternähalle — «Subzonic».



Was reizt euch an der Powermesse? Matthias (links) und Christoph: «Mein Bier schmeckt. Meins auch.»



Jasmin: «Hier trifft man Leute, die man sonst das ganze Jahr über nicht sieht.»



Sandra (links), Eliane (Mitte) und Dagmar: «Gute Stimmung, gute Bars, gute Drinks.»