

Kampagnenabschluss der Haselnüß mit Heringssessen

Vergangene Kampagne setzt neue Maßstäbe

Linsengericht. Mit dem Heringssessen beendete der 1. LCV „Die Haselnüß“ seine diesjährige erfolgreich verlaufene Fastnachtskampagne. Aber es gab nicht nur köstlichen Heringssalat mit Pellkartoffeln. Nur mit Essen gibt man sich beim Fastnachtskehr aus der „Haselnüß“ nicht zufrieden. Wie immer wurde den zahlreich erschienen Vereinsmitgliedern und Gästen ein kleines aber feines Programm geboten. Mehr als eineinhalb Stunden dauerte die elf Punkte umfassende, sehr kurzweilige Schau. Dabei mussten die „Haselnüß“ improvisieren, denn nicht nur die Tanzgruppen waren durch die Grippe stark dezimiert, auch Sitzungspräsidenten Jens Heun und Vizepräsidenten Steffen Jackel hatte es erwischt. Für die beiden sprang Vorstands- und Elferratsmitglied Daniel Otto in die Bresche und führte souverän



Nadja Köhler und erster Vorsitzender Markus Mann als Ehepaar Schöpplöffel.

durch den Abend. Neben den Tänzen der Haselnüßchen, Mini- und Juniorengarde erfreute noch einmal die „große“ Garde mit ihrem tollen Tanz aus der diesjährigen Kampagne. Grüße

und Dank des Sitzungspräsidenten verlas für ihn Elferratsmitglied Stefan Roth. „Hausmeister“ und zweiter Vorsitzender Oliver Schrempf berichtete darüber, was sich in einer Kampa-

gne so vor und hinter den Kulissen abspielt. Ein Zwiegespräch zwischen zwei Töchtern fastnachtsverrückter Mütter – vorgetragen von Alena Köhler und Emily Thielert – begeisterte die Besucher genauso wie der Sketch zwischen Mutter und Sohn (Bettina und Luke Weitzel). Nadja Köhler und erster Vorsitzender Markus Mann setzten mit ihrem Familienzweist als Ehepaar Schöpplöffel dem Ganzen noch die Krone auf. Aufgelockert wurde das Programm durch Schunkelrunden der Kapelle „Echo Four“. Die „Haselnüß“ haben in der verflorbenen Kampagne wieder neue Maßstäbe gesetzt. Der Verein bedankt sich bei den vielen Besuchern der Fremdensitzungen, der Kindersitzung und dem Rosenmontagsball ganz herzlich. Die Aktiven der „Haselnüß“ freuen sich schon jetzt auf die Fastnachtskampagne 2016.