

Mittwoch, 12. April 2006 | Barth und Umgebung

Werbestelen sollen in die Altstadt führen

Noch muss das erste Muster einer Barther Werbestele mit Text und Bildern versehen werden, dann aber kann über das Teil diskutiert werden.

Barth Das erste Muster einer Werbestele ist fertig. „Wir wollen das Exemplar aus Niro-Stahl nach Ostern auf dem Marktplatz aufstellen“, sagt Armin Pfeiffer von der Schiffswerft. Und Dirk Leistner ergänzt: „Die Bürger sollen praktisch sehen können, was wir uns ausgedacht haben“. Eine rege Diskussion erhoffen sich die Macher, denn schließlich gehe es darum, viel für das Image der Stadt zu tun.

Wie fing es an? Einfach losgehen und die Dinge anpacken – das hatten sich drei Barther Unternehmer gedacht. Und so setzten sie sich zusammen und entwickelten ein Werbekonzept für ihre Stadt. Hohe weiß-blaue Edelstahlschilder in Segelform für die Ortseingänge sowie Stelen an markanten Punkten sollen künftig für eine größere Belebung der historischen Innenstadt von Barth sorgen (OZ berichtete). „Es hat sich gezeigt, dass bei vielen Unternehmern und Einzelhändlern ein großes Interesse an unserer Werbeidee vorhanden ist“, sagt Stadtpräsident Dirk Leistner, der zusammen mit seinen Mitstreitern – Christian Mähl von der CMI Design Internet- und Werbeagentur und Armin Pfeiffer von der Barther Schiffswerft – auf verschiedenen Zusammenkünften über das Vorhaben sprach. Ihre Idee ist es, 55 Schilder in den weiß-blauen Farben Vorpommerns mit der historischen Stadtsilhouette an der Umgehungsstraße zu installieren, die dem vorbeibrausenden Autofahrer von der sehenswerten Innenstadt künden sollen. Dort angelangt, werden ihn 13 weitere Themenschilder – platziert an ganz markanten Punkten – mit speziellen historischen und aktuellen Informationen und Fotos sowie mit Stadtplänen auf dreiteiligen Stelen auf eine interessante Tour durch die Altstadt führen. Sie sollen zugleich für die ansässige Unternehmer Werbeträger sein.

Neun dieser Stelen sind bereits vorbestellt. Um eine bessere Vorstellung zu bekommen, hat nun Armin Pfeiffer in der Schiffswerft dieses erste Musterexemplar anfertigen lassen. Eine Grafik kann zudem im Internet besichtigt werden. Dirk Leistner: „Ich sehe das als Bereicherung der Stadt. Denn die Informationen auf den Stelen werden den Gast neugierig auf Barth machen, und dann wird er – wo er schon mal da ist – auch in den Fangelurm, ins Museum oder ins Theater gehen.“

Dabei freut den Stadtpräsidenten die Höhe der bereits eingegangenen Spenden von Bürgern und Geschäftsleuten für die Umsetzung des Projektes besonders. Insgesamt sind bisher über 10 000 Euro gegeben worden. Denn obwohl die drei findigen Unternehmer das Werbekonzept unentgeltlich entwickelten, ist es nicht für umsonst zu haben. Es wird mit rund 25 000 Euro Gesamtkosten gerechnet, wobei die Stadt die Hälfte dazu geben wird.

„Mit der Realisierung des Projektes werden wir etwas Vernünftiges geschaffen haben, das zum einen den Touristen gezielt und informativ durch die Stadt leitet und das zum anderen ein gemeinsames Werk der Barther, quasi ein gemeinsamer Neuanfang, ist“, meint der stellvertretende Bürgermeister Manfred Kubitz. In der Mitte des Jahres 2006 – so hoffen die Erfinder – soll alles umgesetzt sein.

CLAUDIA HAIPLICK und HANS-JOACHIM MEUSEL