

OZ-15.11.19

Große Interesse an der Romantikstadt Wolgast

Eines wurde am Donnerstagabend deutlich: Die Wolgaster interessieren sich für die Entwicklung ihrer Stadt. Etwa 100 Interessierte kamen ins Museum Kaffeemühle, um über Wolgast als „Romantikstadt“ zu diskutieren.



Wolgast

Das Finale der Wolgaster Altstadtforen am Donnerstagabend im Museum stieß auf großes Interesse. Rund 100 Gäste wollten vom Innenstadtmanager Daniel Trebing die Ergebnisse hören, die im Verlauf dieses Jahres in der öffentlich geführten Debatte um ein touristisches Leitbild für die Stadt am Peenestrom erzielt wurden.

Mit der Marke „Romantikstadt“, dies wurde an dem Abend deutlich, können sich viele Wolgaster anfreunden. „Der Ansatz ‚Romantikstadt‘ ist sensationell, weil er für Wolgast und seine Geschichte hervorragend passt“, meinte zum Beispiel Prof. Arnd Joachim Garth. Der Wolgaster verwies zum Beispiel auf den Begründer der Romantik in der Kunst, Philipp Otto Runge, als bekanntesten Sohn der Stadt, auf die Lage am Peenestrom, den speziellen Charakter der verwinkelten Altstadt und die frühere Schwedenzeit. Doreen Mlozik vom Tourismusverband Vorpommern sprach sich ebenfalls klar für die „Romantikstadt“ aus; Wolgast sei ohnehin bereits mit drei Stationen in der „Romantikroute“ vertreten.

Aber es gab auch teils kritische, teils mahnende Stimmen. Pastor Sebastian Gabriel etwa fragte an, ob der Begriff „Romantikstadt“, den Kasseler Architekturstudenten nach einem einwöchigem Workshop in Wolgast vorgeschlagen hatten, angesichts der Historie der einstigen Residenzstadt Wolgast „nicht zu verengend“ sei.



Romantikstadt, ja oder nein?: Etwa 100 Interessierte fanden sich am Donnerstagabend im Wolgaster Museum ein, um über die touristische Ausrichtung der Stadt zu diskutieren. Quelle: Tom Schröter

Auch aus dem Podium war der Ratschlag zu wohl überlegtem Handeln zu vernehmen. Dietrich von Albedyll, früherer Hamburger Tourismus-Chef, sagte: „Ich finde den Slogan ‚Romantikstadt‘ in Ordnung, rate aber dazu, ihn noch einmal gründlich nachzuarbeiten.“ Bleibe es dabei gelte es, die Marke „glaubhaft und konsequent über viele Jahre durchzuhalten und alle Aktivitäten der Stadt, wenn dies irgendwie geht, sowie Gastronomie, Gewerbe, Tourismus und Unternehmen daran auszurichten“.

Auch Michael Steuer von der Usedom Tourismus GmbH plädierte dafür, pragmatisch zu hinterfragen, ob der Begriff „Romantikstadt“ aus gesamtdeutscher Sicht für Wolgast tatsächlich repräsentativ sei. Volker Reimers, Geschäftsführer des Hamburger Auswanderermuseums, warf seinerseits ein, die Stadt müsse sich zunächst eine Basis als „Romantikstadt“ zulegen, um Touristen nicht zu enttäuschen, was fatale Folgen für die Außenwirkung hätte. Auch Kristin Wolf, Geschäftsführerin der Regionalgesellschaft Usedom-Peene, meinte, dass „wir konkrete Angebote für die Zielgruppe schaffen müssen, bevor wir mit dem Romantik-Thema in die Vermarktung gehen“.

Lesen Sie auch: [So soll Wolgast zur Romantikstadt werden](#)

Von Tom Schröter

