

Neue Werbetafeln im Dom

Navi für touristische Attraktionen in der Kreisstadt.

Halberstadt (phb/cbi). Der Domschatz wirbt für die Stadt. Das ist seit dem 13. April 2008 nichts Neues, schließlich haben seither mehr als 111 000 Gäste das Kleinod besucht. Dadurch gelang es, auch Halberstadt stärker in das Licht der Öffentlichkeit zu rücken. In Gesprächen und Umfragen zeigten sich Touristen immer wieder erstaunt über die kulturellen Angebote, die sie in dieser Vielfalt und Tradition einer Stadt unserer Größe nicht erwartet hätten. Um die große Anzahl kulturinteressierter Besucher vor Ort besser zu informieren und direkt anzusprechen, wurde ein Konzept für Werbetafeln für die kulturtouristischen Einrichtungen entwickelt.

Diese Tafeln werden jetzt in einer Ausstellung im unteren Kreuzgang des Domes präsentiert. Der Standort ist nicht zufällig gewählt. Hier führen die Touristenströme entlang. Die Gäste bekommen praktisch im Vorbeigehen weitere Informationen über die Stadt. Die gut mannshohen attraktiven Aufsteller, die die Form eines dreieckigen Prismas haben, machen durch Fotos und Informationen auf weitere touristische Attraktionen aufmerksam. So werden beispielsweise das Heineanum, das Gleimhaus, das Nordharzer Städtebund-



Dr. Michael Haase (links) übergab die neuen Werbetafeln im Kreuzgang des Domes.

Foto: Cordula Bischoff

theater, der Landschaftspark Spiegelsberge mit Tiergarten, dem Schloßchen und dem weltgrößten Weinfass sowie das Schraube- und das Berend-Lehmann-Museum,

das John-Cage-Kunstprojekt und die Halberstadt-Information in den Fokus gerückt. Diese zusätzlichen Informationen können die Besucher nicht nur sehen, sondern mit-

nehmen, denn an den Aufstellern sind Prospekthalter angebracht.

Das neue Konzept dieser Werbetafeln „ist ein weiterer Schritt, Gäste für einen

längeren Aufenthalt zu binden und ihnen die kulturellen Schätze unserer Stadt nahe zu bringen“, sagt Dr. Michael Haase, Fachbereichsleiter Kultur der Stadt Halberstadt.