

AFERA O "KOSTRZYŃSKIE POMPEJE"

Kiedy na początku października firma Tourist-Information z Kostrzyna otrzymała nagrodę przyznaną przez Lubuską Regionalną Organizację Turystyczną LOTUR za Najlepszy Produkt Turystyczny Roku 2011 nic nie zapowiadało, że zamiast radości wywiąże się z tego wielka afera z Urzędem Miasta.

Trochę wspomnień

Podczas kampanii samorządowej w 2010 roku wiele komitetów wyborczych w swoim programie rozwoju naszego nowoczesnego europejskiego Miasta, silny nacisk kładło na rozwój turystyki. Był to słuszny kierunek ze względu na przygraniczne położenie w otoczeniu dwóch rzek i przebogatą przeszłość historyczną. Jednak mam pewne wątpliwości, czy promocja walorów naszego Miasta jest prowadzona właściwie, czy wykorzystane są wszystkie sytuacje i możliwości? Myślę, że w tej kwestii należałoby wiele zmienić i poprawić.

Szczycimy się Starym Kostrzynem, tzw. Kostrzyńskimi Pompejami, które są wspólnym dziedzictwem niemiecko-polskim. Na ich renowację UE nie pożałowała funduszy, wszak 9 milionów to całkiem niezła suma na prace na Starym Mieście.

Lubuska Perła Turystyczna

„Spacer po Kostrzyńskich Pompejach” oferowany przez kostrzyńską firmę Tourist-Information Sp. z o. o. zajął drugie miejsce w regionalnym konkursie na Najlepszy Produkt Turystyczny Roku 2010 – konkursie zorganizowanym przez Lubuską Regionalną Organizację Turystyczną LOTUR. 3 października 2011 przewodnicząca kapituły p. Jadwiga Błoch wręczyła właścielowi firmy, p. Ahrendtowi, certyfikat „Lubuska Perła Turystyczna”. Wręczenie odbyło się podczas konferencji TURYSTYCZNA PROMOCJA POLSKI W KONTEKŚCIE UEFA EURO 2012 I SZANSE DLA LUBUSKIEGO w ramach Lubuskich Obchodów Światowych Dni Turystyki. Panu Ahrendtowi towarzyszyli podczas tej uroczystości z-ca burmistrza p. z. Biedulski, prze-

wodniczący RM p. T. Łysiak i dyrektor Muzeum Twierdzy p. R. Skałba.

Zaczęły się schody

Zamiast cieszyć się z faktu, że zwycięzcą konkursu jest kostrzyńskie biuro turystyczne, a nagrodą dla zwycięskiego produktu jest internetowa kampania reklamowa, która zostanie przeprowadzona na stronach najpopularniejszych polskich serwisów aukcyjnych i ogłoszeniowych należących do grupy Allegro, to dyrektor Muzeum Twierdzy i Burmistrz Miasta rozpoczęli wojnę z biurem LOTUR o unieważnienie certyfikatu „Lubuska Perła Turystyczna” uparcie twierdząc, że p. Ahrendt bezprawnie przywłaszczył sobie nazwę „Kostrzyńskie Pompeje”. Nic nie pomagały tłumaczenia właściciela prywatnej firmy turystycznej, że do konkursu zgłosił nie obszar nazywany „Kostrzyńskimi Pompejami” ale organizowaną przez siebie imprezę nazwaną „Spacer po Kostrzyńskich Pompejach”. Na podobnej zasadzie można by przecież zakazać używania nazwy Wiedeń dla wycieczki po Wiedniu. Trudno by było zorganizować jakąkolwiek imprezę turystyczną.

Swoją drogą ciekawe jest to, że można wykorzystywać nazwę włoskiego miasta zniszczonego przez wulkan w 79 roku n.e. w połączeniu z nazwą Kostrzyn. Włosi tego nie oprotestowali pomimo tego, że nazwa ta została wymyślona kilkanaście lat temu przez p. Ryszarda Skałbę i używana była wielokrotnie w różnych publikacjach i konkursach. Nazwa ta nie została również zastrzeżona. Dlatego trudno zrozumieć dlaczego tak bardzo niekorzystne jest organizowanie wycieczek po Starym Kostrzynie czyli Kostrzyńskich Pompejach.

Nawet kapituła konkursu wyraziła zdziwienie, że władze Miasta Kostrzyna nad Odrą oraz Muzeum Twierdzy Kostrzyn protestuje przeciw wykorzystaniu stworzonej przez siebie atrakcji turystycznej przez inne jednostki, w tym turystyczne. Z punktu widzenia produktu turystycznego ważne jest, aby działał on w sieci, tworząc wokół siebie kolejne



elementy i działania, które będą współpracą a nie współzawodnictwem, służąc mieszkańcom miasta i regionu.

Ale współzawodnictwo kostrzyńskiego Urzędu Miasta z niektórymi lokalnymi przedsiębiorcami to chyba nasza lokalna specjalność. Wręcz trudno mówić o wspieraniu przedsiębiorczości, raczej o „zwalczaniu”.

Dyrektor Muzeum w rozmowie z Gazetą stwierdził, że firma pana Klausa Ahrendta poza używaniem nazwy „Kostrzyńskie Pompeje” nie jest merytorycznie przygotowana do obsługi turystów i nie reprezentuje odpowiednio naszego regionu. Takie stanowisko nieco dziwi, tym bardziej, że jeszcze niedawno firma Tourist-Information została podana jako

Partner Produktu w Konkursie na Najlepsze Europejskie Destynacje Turystyczne EDEN 2011 w którym „Kostrzyńskie Pompeje” zgłoszone przez Muzeum Twierdzy Kostrzyn zyskały wyróżnienie. Dziwi również, że nie oprotestowano wyników konkursu ogłoszonego przez LOTUR przed wręczeniem nagród. Na uroczystość przedstawiciele Muzeum Twierdzy i Miasta wraz z p. Ahrendtem pojechali służbowym samochodem (!?). Wszystko wskazuje na to, że sprawę chciano załatwić po wręczeniu nagród. Na zdjęciach wszyscy wyszli ładnie i zgodnie a na drugi dzień próbowano po cichu odebrać nagrodę firmie Tourist-Information.

Właściciel firmy uważa, że to zwykła zazdrość, że nagrodę otrzymał on, a nie Muzeum Twierdzy, które nawet nie wystartowało w konkursie.

Dziwi fakt, że Miasto Kostrzyn nad Odrą protestuje przeciw nagrodzeniu produktu, który to miasto promuje nie tylko w kraju, ale przede wszystkim wśród turystów niemieckich. Raczej korzystne dla naszego miasta i regionu jest, że właściciel prywatnego biura wprowadza niemieckich turystów po mieście, kostrzyńskiej Starówce i okolicach (Park Narodowy „Ujście Warty”, Słońsk, Dąbroszyn, Chwarszczany), a przy okazji promuje kostrzyńskie punkty gastronomiczne, hotele oraz rozrywkę. Dlatego Kapituła Konkursu na Najlepszy Regionalny Produkt Turystyczny 2011 podtrzymała decyzję o przyznaniu nagrody firmie Tourist-Information Kostrzyn nad Odrą Sp. z o.o.

Ale w naszym mieście wygląda na to, że nieważne, kto co robi, wystarczy aby miał właściwe nazwisko.