

## Choszcz twarzą Choszczna

06.03.2020.

CHOSZCZNO. W Choszczeńskim Domu Kultury odbyło się spotkanie, w trakcie którego podsumowany został pierwszy etap tworzenia Systemu Identyfikacji Wizualnej Miasta i Gminy Choszczno. Włodarze miasta, członkowie Gminnej Rady Kultury i plastycy zdecydowali, że markę naszej gminy budować będziemy na ikonie Choszcza z hasłem „Choszczno – bohater regionu”.

Każdy z nas mógł się przyczynić do współtworzenia koncepcji marki miasta i gminy Choszczno poprzez specjalną ankietę, którą przez internet lub osobiście wypełniło ponad 500 osób. Jej podsumowanie przedstawiła ALICJA TERLIKOWSKA, główna animatorka tej koncepcji. Jak wynika z jej zestawień, nad ankietą najczęściej pochylały się osoby mieszkające w Choszcznie, w tym panie, (ok. 66 proc.), a ponadto osoby z wyższym wykształceniem, będące w związku małżeńskim (51 proc.) i wieku od 20 do 30 lat. Na pytanie o to, czy jesteśmy zadowoleni z życia w naszej gminie, dokładnie 47 proc. ankietowanych zaznaczyło odpowiedź „raczej tak”, kolejnych 13 proc. „tak”, a niespełna 16 proc. „nie”. Ciekawie rozłożyły się nasze preferencje związane wielkością gminy Choszczno. Tu ponad 80 proc. respondentów stwierdziło, że jest „odpowiednio wielka”, kolejnych 17 proc. uważa że jest „za mała”, a tylko nieco ponad dwa proc., że jest „za duża”.

Wskazując na kolor kojarzony z Choszcznem, aż 49 proc. ankietowanych wskazało na zielony, potem wybieraliśmy czerwony (13 proc.), szary (17 proc.) i na końcu niebieski (9 proc.). Na pytanie, o to skąd pochodzi nazwa miasta, 49 proc. napisało, że od Choszcza, 13 proc. od chaszcy i nieco ponad 10 proc. nawiązało do jego przedwojennej nazwy, czyli Arnswalde. Tu ktoś nieco żartobliwie stwierdził, że Choszczno kojarzy mu się ze „św. Mikołajem i jego słynnym „Ho, ho, ho!”

A jak oceniamy siebie nawzajem? Tu padło kilkanaście, niemalże równorzędnych ocen, poczynając od stwierdzenia, że jesteśmy uśmiechnięci, gościnni i uprzejmi, ale też omijamy paragrafy, bywamy skąpi i bez humoru. Położenie geograficzne, oferta sportowo-rekreacyjna i historia, to według ankietowanych, główne zalety naszej gminy. Ponad 54 proc. respondentów uważa, że miasto jest atrakcyjne przede wszystkim dla mieszkańców, a tylko 20 proc. dla turystów i 18 proc. dla inwestorów. Tylko co drugi z badanych poleciłby Choszczno, jako miejsce warte odwiedzenia. I na podsumowanie 50 proc. zadeklarowanych zaznaczyło, że lubi Choszczno, 28 proc., że jest mu obojętne, a niespełna 10 proc. po prostu nie lubi.

Na opisywanym spotkaniu, w którym uczestniczyli m.in. wiceburmistrz WOJCIECH SIERAKOWSKI, sekretarz miejski MAGDALENA SIENKO, członkowie Gminnej Rady Kultury oraz przedstawiciele magistrackiego biura promocji, długo dyskutowano nad głównymi założeniami koncepcji, opracowanej na podstawie opisanych wyżej ankiet. Koncepcji, która pozwoli stworzyć tzw. System Identyfikacji Wizualnej Miasta i Gminy

Choszczno. W efekcie tych rozmów, jednomyślnie zdecydowano, że głównym rdzeniem tego systemu, czyli budowę promocyjnej marki naszego miasta, oprzemy na symbolu Choszcza z hasłem &bdquo;Choszczno &ndash; bohater regionu&rdquo;.

Tadeusz Krawiec

PS. Ciekawe jest to, że ponad 500 dorosłych osób, które wypełniły ankiety, wskazując choszczeński akcent w skali województwa zachodniopomorskiego, najczęściej wymieniały ośrodek rehabilitacyjny przy SP ZOZ. Potem jest Modry Las, kajak polo, jezioro i plaża w centrum miasta, legendarna postać Choszcza, pływalnia Wodny Raj i Zespół Pieśni i Tańca Stobniczanie. Ciekawe jest to, że nie ma tu, choćby naszego zabytkowego kościoła, barbakanu, promenady wokół jeziora, czy placówek kultury, z tak znaną w Polsce księgarnią Pegaz na czele&hellip;