



PRESSEMITTEILUNG

Zweite Lichternacht Schwerin mit neuem Konzept und neuen Machern

Schwerin, 6. September 2019 (cg). Auch wenn bis zur Lichternacht am 25. Oktober 2019 noch etwas Zeit ist, laufen die Vorbereitungen bereits auf Hochtouren. Denn die Veranstaltung liegt in diesem Jahr in den Händen von drei neuen Organisatoren. Die Unternehmer Matthias Dehn (Uhu Deco und Mitorganisator der L.U.D.A. Parchim), Daniel Lau (Feuerwerke Schwerin) und Bernd Wilbrecht (MME Group) sind aus der Region und kennen Schwerin wie ihre Westentasche. Mit ihren Erfahrungen im kreativen und technischen Bereich und mit den Erkenntnissen aus der Lichternacht im vergangenen Jahr wollen sie der Veranstaltung in diesem Jahr ein neues Gesicht geben.

Martina Müller, Geschäftsführerin der Stadtmarketing GmbH Schwerin, freut sich über die Zusammenarbeit: „Mit dem neuen Dreierbund konnten wir regionale Akteure gewinnen, die sich der Lichternacht mit viel Kreativität und Herzblut angenommen haben. Wir hoffen, dass sich das Event mit dem neuen Konzept zu einem nicht mehr wegzudenkenden Bestandteil der Nebensaison entwickelt und unsere Innenstadt langfristig über den Sommer hinaus belebt.“

Einzigartige Deko-Objekte hüllen die Altstadt effektiv in Licht

Geplant ist erneut eine Inszenierung der Innenstadt, allerdings soll die Lichternacht in diesem Jahr mit mehr Installationen deutlich aufgewertet werden. Gebäude und Bäume werden farbig illuminiert, vier Meter hohe Deko-Blumen säumen den Weg, die kleinen Straßen und Gassen in der Altstadt sind mit beleuchteten Tüchern, Lampenschirmen und Sternen geschmückt. „Die neuen Elemente machen Lust, durch die Straßen zu schlendern und auf Entdeckungstour zu gehen. Dazu gibt es erneut handgemachte Kleinkunst und Musik und die Einzelhändler laden zum späten Einkaufsbummel ein“, so Martina Müller.

Neben dem Innenstadtkern sind auch die drei großen Center dabei. Die Fassaden der Marienplatz-Galerie, des Schlosspark-Centers und der Schweriner Höfe werden angestrahlt. Auf dem Marienplatz gibt es zudem zwei jeweils fünf Meter hohe „String Art Flowers“,

aufwändig handgearbeitete Installationen mit speziellen Wollfäden, die unter Einsatz von Schwarzlicht zum Leuchten gebracht werden und faszinierende Formen ergeben.

Unternehmer engagieren sich für die Lichternacht

Das Konzept für die Lichternacht 2019 wurde erstmals Anfang Mai vorgestellt. Die Ideen zur Verbesserung der Veranstaltung stießen bei den Teilnehmern sofort auf große positive Resonanz. Carl Kreßmann, Inhaber des Modehauses Kressmann, ist Ideengeber der Lichternacht und sieht sich durch den Erfolg des Veranstaltungsformates in seiner beharrlichen Initiative bestätigt: „Ich habe mir schon lange genau solch eine Veranstaltung für die Nebensaison in Schwerin gewünscht. Das Flair ist einfach unbeschreiblich, wenn die Besucher abends durch die beleuchteten Straßen bummeln, in die Geschäfte einkehren, wo sie mit Musik empfangen werden. Umso schöner, dass es nach der ersten Lichternacht im vergangenen Jahr nun eine Fortführung gibt.“

Die zweite Schweriner Lichternacht ist der finanziellen Unterstützung von vielen Schweriner Unternehmen zu verdanken. So beteiligen sich neben dem Modehaus Kressmann auch die Stadtwerke Schwerin, das Citymanagement, die Sparkasse Mecklenburg-Schwerin, die Marienplatz-Galerie, das Schlosspark-Center, die Schweriner Höfe und die Stadtmarketing GmbH Schwerin, sowie einzelne Händler und Gastronomen an dem Event.

Um die Finanzierung auf ein breiteres Fundament zu stellen und auch Schwerinern und Besuchern die Möglichkeit zur finanziellen Beteiligung zu geben, wurden in diesem Jahr erstmals Spendenboxen in der Altstadt aufgestellt. Insgesamt acht dieser Boxen sammeln für eine Weiterentwicklung der stimmungsvollen Veranstaltung.

Lichter- und Kulturnacht als Reiseanlass für eine Kurzreise

Neu ist auch, dass die Lichtinstallationen in diesem Jahr zur Kulturnacht am 26. Oktober 2019 bestehen bleiben. An diesem Abend öffnen die Kulturinstitutionen der Stadt ihre Türen und locken mit vielfältigen Veranstaltungen. Die Idee und Finanzierung dafür kommt von der Marienplatz-Galerie. Dazu Centermanager Henner Schacht: „Mir war es wichtig, das Erlebnis des Lichtes nicht nur auf den einen Abend zu beschränken, sondern auch am Tag danach zur Kulturnacht erlebbar zu machen.“

Auf diese Weise verbinden sich die beiden Veranstaltungen zu einem Gesamterlebnis, das in diesem Jahr auch als solches kommuniziert wird. Ein Flyer mit der Lichternacht auf der einen und der Kulturnacht auf der anderen Seite wirbt seit Ende Juli für das Veranstaltungswochenende. Beide Events werden zu einer Kurzreise gebündelt und vermarktet, um nicht nur Schweriner und Tagesgäste aus dem Umland zu einem Besuch zu motivieren, sondern über die Events auch zusätzliche Ankünfte und Übernachtungen von Gästen in der Nebensaison zu generieren.