



# Borkumer Zeitung

138. Jahrgang / Nr. 168

Freitag/Sonnabend, 1./2. November 2019

Einzelverkaufspreis: 1,60 €

## „Die Insel hat etwas Außergewöhnliches“

Borkum: Marketing- und Kommunikationskonzept vorgestellt – Kernbotschaft: „Freiheit atmen“ – Diskussion

Von Wilke Specht

**BORKUM** – Bis zum heutigen Tag seien viel Blut, Schweiß und Tränen bei den Verantwortlichen geflossen, erklärte der Geschäftsführer der Nordseeheilbad Borkum GmbH, Göran Sell, zu Beginn der Informationsveranstaltung zum künftigen Marketing- und Kommunikationskonzept der Insel Borkum Anfang der Woche. Daher freue er sich besonders, dass so viele Interessierte den Weg ins Kurhaus gefunden hätten. „Was erwartet der Gast“ und „Wie können wir uns aufstellen“, fragte er in die große Runde und sprach weiter davon, dass Borkum mit Qualität und Identität punkten müsse. Um die Insel für die nächsten Jahre „fit“ zu machen und im Vergleich zu den Nachbarn aus der Masse herauszusteichen, dafür habe die Nordseeheilbad Borkum GmbH Martin Schobert (Geschäftsführer tourismusdesign gmbh & co kg) und Hanns Haller beauftragt.

„Die Insel hat etwas Außergewöhnliches, etwas Einzigartiges“, sagte Martin Schobert, der seit 22 Jahren in Sachen Tourismus in Deutschland und Österreich unterwegs ist. Zusammen mit seinem Kollegen Hanns Haller sei er seit einigen Jahren in Norddeutschland und dabei besonders auf Borkum unterwegs, um eine neue Marketingstrategie für die Insel zu erstellen. Dabei erklärte Schobert, dass es enorm wichtig sei, die „Marke Borkum“ ständig weiter zu entwickeln. „Wir sind Borkum.“, führte er enthusiastisch an



Viele Zuschauer waren ins Kurhaus gekommen, um zu erfahren, wie die künftige Marketingstrategie der Insel aussieht. FOTO: SPECHT

und spricht weiter von einem „Borkum Spirit“, der verbinden würde und dabei Lebensenergie wecke. Die Kernbotschaft laute: „Freiheit atmen!“ Wenn ein Gast auf die Insel komme, so umgebe ihn ein Gefühl der „Weite und Tiefe“. „Das Meer kommt – das Meer geht und berauscht gleichzeitig die Sinne und Sorge somit für ein Gefühl der Entspannung. Es geht immer um den Menschen“, verkündete Schobert.

Um die „Marke Borkum“ künftig noch besser transportieren zu können, reiche es

nicht, einfach nur ein neues Logo zu entwickeln. Hier ging die Forderung des Kollegen Hanns Haller an alle Insulaner und Borkumer, die Marke gemeinsam zu transportieren. Für das neue Logo, welches seit letzter Woche die „Marke Borkum“ präsentiere, seien die Entwickler auf die „Seele des Walfängers“ zurückgegangen. Der Wal sei überall auf der Insel anzutreffen. Dieses habe man sich zu Nutzen gemacht und die Wal-Fluke in ein modernes Design umgewandelt. Weiter haben die Experten eine neue, zeitgemäße Schrift sowie frische Farben benutzt,

um das „Markenlogo Borkum“ zu kreieren.

Bevor die anschließende Diskussion einsetzte, sprach Göran Sell von einem „beeindruckenden Vortrag“ und betonte, dass es nicht nur um ein neues Logo gehe, sondern ums „Gefühl“. Einige Zuschauer fanden die Markenpositionierung „stark“ und erklärten, dass das Lust auf mehr machen würde, andere betrachteten das Logo eher als „nicht gelungen“. Gleichzeitig wird die Nordseeheilbad Borkum nur noch die Nebensaison-Zeiten bewerben, da die

Hauptsaison ausgelastet sei und nicht mehr Gäste vertragen. Werner Tapper erklärte, dass es nun den Mut aller Insulaner benötige, um die „Marke Borkum“ gemeinsam umzusetzen. Die Nordseeheilbad Borkum habe den Rahmen geliefert, jetzt liege es an der Bevölkerung, den Inhalt zu liefern. Abschließend richtete Melanie Helms noch einen persönlichen Wunsch an die Borkumer. So erklärte sie, dass die Neupositionierung sowie das Logo nicht wieder in sozialen Netzwerken „zerrissen und kaputt gemacht“ werden sollte.



13. kulinarischer  
**Herbst**  
26.10. bis 17.11.2018  
Heute in Ihrer  
Borkumer Zeitung:  
*Eine Klein-  
stadtmenschen-  
Geschichte*

### BORKUM AKTUELL

#### Seenotretter von Borkum im Einsatz

**BORKUM** – Bei einem Unfall auf einem Fischkutter nördlich von Borkum hat sich ein Fischer Montag schwer an der Hand verletzt. Die Seenotretter der Station Borkum der Deutschen Gesellschaft zur Rettung Schiffbrüchiger (DGzRS) und ein Hubschrauber kamen zu Hilfe. Der Mann wurde nach medizinischer Erstversorgung durch einen Notarzt vom Hubschrauber aufgenommen und in ein Krankenhaus geflogen.



Abbergung eines verletzten Fischers durch Northern HeliCopter GmbH nördlich von Borkum, im Vordergrund Seenotrettungskreuzer ALFRIED KRUPP der Deutschen Gesellschaft zur Rettung Schiffbrüchiger (DGzRS) auf Standby

Kurz nach 16 Uhr hatte sich der Fischer über Funk bei BREMEN RESCUE RADIO in der SEENOTLEITUNG BREMEN gemeldet. Während des Fischens war es auf dem etwa 16 Meter langen Kutter zu einem Unfall gekommen. Ein an der Hand schwer verletzter Fischer musste dringend ins Krankenhaus. Der Kutter befand sich zu diesem Zeitpunkt mit zwei Mann Besatzung bei stürmischer See nördlich von Borkum.

#### Hoher Seegang

Sowohl der Seenotrettungskreuzer ALFRIED KRUPP der DGzRS sowie auch ein Hubschrauber der Northern HeliCopter GmbH (NHC) wurden alarmiert. Vor Ort stellte sich schnell heraus, dass die Abbergung mit dem Tochterboot des Seenotrettungskreuzers bei dem hohen Seegang zu risikoreich sein würde.

#### Notarzt mit Winde abgesetzt

Zunächst setzte der Hubschrauber per Winde einen Notarzt auf dem Fischkutter ab. Nach Erstbehandlung des Verletzten wurden er und der Arzt gemeinsam wieder aufgenommen. Schwere See mit über drei Metern Wellenhöhe sowie stürmischer Wind erschwerten die Manöver. Die ALFRIED KRUPP blieb währenddessen auf Standby.

Der verletzte Fischer wurde in ein Krankenhaus geflogen. Der Fischer, dem es gelungen war, die Netze einzuholen, lief Greetsiel an. Die ALFRIED KRUPP meldete sich gegen 18.30 Uhr wieder einsatzbereit auf ihrer Station Borkum.