

Das Störtebekerland verbirgt so manchen unentdeckten Schatz

SCHULLEBEN Schüler der Conerus-Schule geben dem Tourismusverbund in einer Projektarbeit ein neues Gesicht

HAGE/NORDEN/FR – Der Marketingverbund Störtebekerland hat ein neues Logo. Zumindest wenn es nach den Schülern des zwölften Jahrgangs des Wirtschaftsgymnasiums an der Conerus-Schule in Norden geht. Wie berichtet, hatten es sich sechs Schülerinnen und Schüler im Rahmen eines Marketingprojekts zur Aufgabe gemacht, dem aus den Gemeinden Hage, Großheide und Brookmerland bestehenden Touristikverbund

ein neues „Aussehen“ zu verpassen. Im Fachjargon nennt sich das Corporate Identity, was so viel heißt wie eine eigene unverwechselbare Unternehmenspersönlichkeit. Dazu gehören beispielsweise ein Logo, ein Slogan oder das durchgängige Farbprofil im Gästeführer. In Katrin Brunken, Geschäftsführerin des Störtebekerlandes, fanden die jungen Nachwuchs-Marketingfachleute eine ideale „Sparringpartnerin“, hat sie

doch Freizeit- und Tourismusmanagement studiert. Seit der Vorstellung der ersten Ideen Anfang Februar bis zur offiziellen Präsentation gestern vor der Betriebswirtschafts-Fachlehrerin Ulrika Böhler-Gude und Informatik-Fachlehrer Reinhard Samusch hat sich eine Menge getan. Mithilfe einer Powerpointpräsentation zeigten die Schüler den Weg ihrer Arbeit auf, zu deren Grundlage eine Befragung von Bürgern (Was verbinden Sie mit Ihrer Gemeinde?) in den drei Kommunen stand. Am Ende kamen zwei Logos heraus, von denen die Schatztruhe mit dem Slogan „Schatz der Nordsee“ schließlich die Nase vorn hatte. „Es gibt in allen drei Gemeinden eine Menge zu entdecken“, so die jungen Leute, die bei der Manöverkritik insgesamt ein positives Fazit ihrer Projektarbeit zogen. Auch von den Lehrern gab's Lob und Katrin Brunken bescheinigte allen ein hohes Maß an Kreativität.



„Die Schüler waren sehr kreativ.“ Störtebekerland-Geschäftsführerin Katrin Brunken (l.) zeigte sich beeindruckt von der Projektarbeit der Schüler (v.l.) Anika Zahmel (Hage), Antje Elies (Norden), Heni Ben Brahim (Norden), Lena Feldmann (Rechtsupweg), Christian Bleeker (Ugant-Schott) und Anna Fuhrmann (Nordeich).

FOTO: FRANSEN

„Das Ergebnis gefällt mir. Die Schüler haben eine tolle Arbeit präsentiert“, kündigte sie an, dass das ein oder andere

möglicherweise mit einfließen werde, wenn der Tourismusverbund sich ein „neues Gesicht“ zulegt. Wie Brunken

sagte, sind erste Vorgespräche mit Marketingexperten bereits gelaufen. „Wir stehen ganz am Anfang.“

STÖRTEBEKERLAND HAT VIELE SCHÄTZE

Im Laufe ihres Projektes erarbeiteten die sechs Schüler zwei Logos. Das erste zeigt die drei Gemeinden mit einer **geschwungenen Küstenlinie**. Am Ende lag der zweite Entwurf mit der **Schatztruhe** vorn in der Gunst der Schüler. Der Slogan hierzu lautet: „Schatz der Nordseeküste“.