



KULT-ENTE | 28.08.2017 | 11:00

PROMIS, PALMEN: BORCHENS ENTE AUF WELTREISE



Die Borchener Kult-Ente mit Borussia Dortmunds U 21-Europameister Maximilian Philipp. [Foto: SC Borchten]



Sie war schon in San Francisco und Paris, traf Trainer wie André Schubert oder Fußballstars wie Maximilian Philipp. Eine kleine Gummiente im blau-weißen Trikot erobert sowohl die Welt als auch das Internet und verhilft damit einem westfälischen Fußballverein zu unverhofftem Ruhm.

Der **SC Borchten** ist ein kleiner Klub aus dem gleichnamigen 13.000-Einwohner-Städtchen im Kreis Paderborn. Seit nunmehr fast zehn Jahren sind die Blau-Weißen Teil der Bezirksliga Westfalen - die erste Damenmannschaft hat sich in den vergangenen Spielzeiten fest in der Westfalenliga etabliert. Durch ihre

ordentliche sportliche Leistung sind die Borchener allerdings nicht zu Berühmtheit gelangt. Stattdessen hat der SCB, der 1970 aus der Fusion zweier Ortsvereine entstand, durch eine außergewöhnliche Aktion auf sich aufmerksam gemacht. Denn: Borchener hat ein besonders berühmtes Vereinsmitglied. Nun ja, zumindest im weitesten Sinne.

Denn beim „Fisch“, wie er von allen nur genannt wird, handelt es sich eigentlich um eine Gummiente mit Vereinslogo. Seit knapp vier Monaten bereist der Schnabelträger nun schon die Welt und sendet dabei Bilder aus den entlegensten Orten des Globus und veröffentlicht diese auf der Website woistderfisch.com. Was zunächst als Schnapsidee begann, hat sich mittlerweile zu einem echten Hype gemausert, an dem sich längst nicht mehr nur Einheimische beteiligen. Dabei war der gelbe Badebegleiter ursprünglich nur ein Gag des neu gegründeten Fanshops.

MEHR ALS 400 ENTEN VERKAUFT

"Wir bekommen teilweise Nachrichten von Menschen, die wir gar nicht kennen"

„Wir haben mehrere Produkte ausprobiert und uns schließlich auch etwas Blödsinniges ausgesucht“, sagt Peter Rüsing, Initiator der Aktion gegenüber **FUSSBALL.DE**. „Eigentlich sollten es erst einmal nur 25 Enten sein. Dann haben wir aber doch 100 bestellt“, so der stellvertretende Geschäftsführer des SCB weiter. Und diese galt es dann eben irgendwie an den Mann bringen. Der Plan: Um die Reichweite zu steigern, soll der Vogel auf jede Urlaubs- und Geschäftsreise mit und schickt dann Fotos aus dem Ausland – auf einer zugehörigen Internetseite wird jedes bereiste Land dann blau eingefärbt. Eine Idee, die sich mittlerweile verselbstständigt hat.





Hangover in Las Vegas: Auch dort war der Fisch natürlich schon. [Foto: SC Borchten]

In der Zwischenzeit ist der Fisch weit über die Borchener Stadt- und Vereinsgrenzen hinaus bekannt und hat dutzende Fans, die dabei helfen, ihn weiter in die Welt zu tragen. „Wir bekommen teilweise Nachrichten von Menschen, die wir gar nicht kennen“, fasst Rüsing die etwas absurde Situation zusammen. Mehr als 400 Enten wurden bereits verkauft, 35 Länder und vier Kontinente auf der Karte sind schon abgehakt - von den USA über Ägypten bis hin nach Singapur. Der kleine Vogel ist ein wahrer Vielflieger geworden und beglückt Fans mit Fotos berühmter Wahrzeichen und Persönlichkeiten.

EINE REGION IM REISEFIEBER

Eine ganze Region ist im Reisefieber und viele schöne Bilder sind bereits zusammengekommen. Und regelmäßig kommen neue Aufnahmen dazu. Beinahe täglich treffen Fotos beim SC Borchten ein - per Mail oder über die sozialen Netzwerke über den Hashtag #woistderfisch. „Manchmal kann ich ihn schon fast gar nicht mehr sehen“, gesteht Rüsing.

Dennoch hat der 34-Jährige mit der gefiederten Vereinsikone noch große Ziele: den ganzen Globus blau färben. „Ich glaube zwar nicht, dass wir alle 196 Länder schaffen werden. Aber 100 wäre schon super, und das halte ich auch für realistisch.“ Auch über ein paar zusätzliche Promifotos mit dem Fisch würde der gelernte Verteidiger sich freuen: „Vielleicht schafft er es ja mal auf das Mannschaftsbild eines Bundesligisten.“

MEHR ZU DIESEM ARTIKEL

- **KREISLIGIST MIT FANSHOP: HFC FALKE WÄCHST** ↗

ANZEIGE