

Hiltrup als Marke

Nach vier Jahren scheidet Volker Sandner aus dem Vorstand des Wirtschaftsverbundes Hiltrup aus

Von Michael Grottendieck / Westfälische Nachrichten / 23.03.2013

„Es gibt ein Weiter“, sagt Volker Sandner, der nach vier Jahre aus dem Vorstand des Wirtschaftsverbundes aussteigt. Die Staffelübergabe ist geregelt. Es wird auch künftig einen dreiköpfigen Vorstand geben. Ihm zur Seite steht ein ebenfalls dreiköpfiger Beirat, den man durchaus als Talentschuppen für künftige Vorstandsarbeit verstehen darf. Sandners Fazit über das Ehrenamt im Wirtschaftsverbund: „Es ist mit Arbeit verbunden, aber es ist eine tolle Herausforderung, die Spaß macht.“

In den vergangenen vier Jahren ist viel im Wirtschaftsverbund bewegt worden. Zusammen mit Achim Schilling und zunächst Oliver Schmidt, später mit Torben Fleischer, hat der Vorstand viel bewegt. Der Hiltruper Gutschein wurde eingeführt, Lichterfest und Frühlingsfest wurden spürbar aufgewertet. Mit dem Hiltruper Weinfest wurde ein neues Fest kreiert. Sandner, der von seinen Mitstreitern als akribischer Arbeiter und gleichermaßen strategischer Kopf beschrieben wird, war vielfach der Motor der Aktivitäten.

Dabei hat er sich nie gescheut, auch mal anzuecken, wenn es der Sache dienlich war. Mit den Kaufleuten in Münster („Wir in Hiltrup stehen in Konkurrenz zu ihnen“) oder auch mit Münster Marketing war er nicht immer ein Meinung. 2011 gab es eine Terminkollision des Schauraums in Münster und des Hiltruper Weinfestes. Am Ende kam es zu einer Kooperation, Hiltrup wurde erstmals in den Schauraum einbezogen. Ein Wiederholung sei erwünscht, zeigt sich Sandner offen.

Aber wehe die Münsteraner in der Innenstadt erwecken den Eindruck, sie würden nur an ihre Aktivitäten denken und vergessen, Hiltrup auf den Schirm zu haben. Dann hat Sandner mehrfach die Stimme erhoben. Zuletzt, als das Fest „Münster verwöhnt“ zeitgleich mit dem Weinfest 2013 in Hiltrup stattfinden sollte. Dabei hat er durchaus den Vorwurf in Kauf genommen, er rücke Hiltrup stark in den Mittelpunkt. Oder bildlich: „Wedelt da manchmal der Schwanz mit dem Hund?“

Noch so ein Streitpunkt: Die Wall AG wollte dem Wirtschaftsverbund bei der Bewerbung von Veranstaltungen nicht mehr die Rabatte gewähren, die in Münster einst ausgehandelt wurden, um Vereinen, die sozial, kulturelle oder sportlich tätig sind, Werbung für ihre Veranstaltungen zu ermöglichen. Plötzlich wurde dem Wirtschaftsverbund der Rabatt von 75 Prozent verwehrt. Als die Hiltruper sich hilfeschend an Münster Marketing wendeten, wurde ihnen nach den Worten Sandner gesagt: „Ihr seid Geschäftspartner der Wall AG. Kümmert euch selbst drum.“

Sandner wertet solche Aussagen als „kleine Rückfälle“. Viel Energie haben sie dennoch gekostet, und geärgert haben sie ihn auch. „Kooperation sind für mich anders aus.“

Auch in Hiltrup hat er selten ein Blatt vor den Mund genommen. Ganz einfach deshalb, weil ihm der Stadtteil am Herzen liegt. „Hiltrup als Marke ist so wichtig“, sagt Sandner. Man müsse noch mehr die Kräfte bündeln, mehr miteinander arbeiten, vom Konkurrenzdenken zum Plattformdenken kommen. Konfliktfrei war sein eigenes Verhältnis beispielsweise zur Stadtteiloffensive selten. Sandner spricht auch jetzt Klartext, wenn er sagt, die Stadtteiloffensive „hängt im Moment“. Dort fehle „ein bisschen

der Schwung, der sich ergeben würde, wenn einer die Dinge in die Hand nimmt“.

Probleme ernst nehmen und anpacken, dazu beitragen, dass sich etwas bewegt und keineswegs im Dünkeldenken verhaften – so war es Sandners Bestreben, in den vergangenen vier Jahren für den Wirtschaftsverbund und für Hiltrup tätig zu werden. Entsprechend ist einiges passiert.

Das Frühlingsfest ist größer geworden und weist ein Motto auf (2013 lautet es „Hiltrup hebt ab“); das Lichterfest ist im Rahmen der Möglichkeiten ein Highlight geworden, das Weinfest hat sich etabliert. Das Moonlight Shopping wurde in Kooperation mit den Schulen aufgewertet. Als Straßenmusiker und unermüdliche Rikschafahrer verdienten sich Schüler etwas dazu für die Abi-Kasse. Das Radrennen 66mal um die Marktallee kann ein Erfolg sein, wie 2012 gezeigt hat, bleibt aber ein Problemkind.

Von entscheidender Bedeutung ist für den Vorsitzenden ebenfalls, dass die Kommunikation im Verein verbessert wurde: „Es herrscht Friede im Verein.“