

# Unternehmen präsentieren sich „Heeker Marktplatz“ an der Düstermühle zeigt Wirkung

Von Christiane Hildebrand-Stubbe

HEEK. Vor drei Jahren war es „eine spontane Idee“, wie Hermann-Josef Schepers als einer der Initiatoren sagt, dass von Heeker Unternehmen der Grundstein für ein gemeinsames Ziel beim Düstermühlenmarkt gelegt wurde. „Man wollte einfach keine nassen Füße mehr bekommen.“

**»Für relativ kleines Geld hat man Zugang zu einem großen Publikum und das auch noch ortsnah.«**

Hermann-Josef Schepers

Mittlerweile ist daraus der dritte „Heeker Marktplatz“ geworden, mit Platz für zehn Aussteller, die ihre Firmen am übernächsten Wochenende in Legden vorstellen.

Für Schepers liegen die Argumente für die Teilnahme auf der Hand: „Für relativ kleines Geld hat man Zugang

zu einem großen Publikum und das auch noch ortsnah.“ Zwar seien die zigtausend Besucher des Düstermühlenmarkts in der Regel Endkunden und kein Fachpublikum wie bei Messen, verkauft werde aber auch dort. Natürlich sei das je nach Branche unterschiedlich, aber: „Verkaufsgespräche finden statt, und ganz wichtig ist einfach die Kontakthahnung.“

Außerdem wirke der Erfolg das ganze Jahr nach. „Von Kunden hören wir immer wieder, dass sie durch den Markt auf uns gekommen sind“, sagt Schepers. Für ihn ist daher der „Marktplatz“ auch „eine Superlatzform für den Gewerbeverein, die aber nicht genutzt wird.“ Die Aktion sei aber nicht gegen den Verein gerichtet gewesen, sondern eben ganz zufällig entstanden.

Susanne Tombrink, Vorsitzende des Heeker Gewerbevereins gibt die Kritik zurück: Bei der Marktplatz-Aktion sei man von den Initiatoren gar nicht eingebunden gewesen. Das habe man inzwischen aber in einem Gespräch geklärt. Sie fordert



Der „Heeker Marktplatz“ im vergangenen Jahr auf dem Düstermühlenmarkt mit (!) Hermann-Josef Schepers und vielen weiteren Heeker Unternehmen.

dennoch grundsätzlich zu mehr Zusammenarbeit auf-  
dazu, sich gegenseitig zu in-  
formieren und abzuspre-  
chen.“ Dass die „Kollegen“ in  
Legden eine solche Chance  
wie den Düstermühlen-  
markt nicht nutzen, habe  
man auch nicht verstanden,  
sagt Schepers. Gleichzeitig  
erkennt er aber auch ähnli-  
che Probleme auf beiden  
Seiten und sieht die Vereins-  
strukturen generell im Wan-  
del: „Es geht eben auch um  
Konkurrenz, und verständli-  
cherweise steht das eigene

Ahaus nennt Hermann-  
Josef Schepers hier als gutes  
Beispiel, wo es sowohl einen  
Wirtschaftsverein wie auch  
eine Marketinggesellschaft  
gibt, die die unterschiedli-  
chen Interessen auch unter-  
schiedlich bündelt. Man ha-  
be nichts gegen einen Ge-  
werbeverein: „Eine solche  
Stimme ist sicher wichtig,  
aber der Mix macht es.“ Bei  
den anstehenden Überle-  
bungen über neue Formen  
wünscht sich Schepers auch  
die Unterstützung von Ver-  
waltung und Politik.

Projekt der Senioren-Akademie

Projekt der Senioren-Akademie

ist ge-  
d der  
re Ril-  
könn-  
Wet-  
inmehr  
am  
t, den  
Stadt Ahaus

Wodka geleert. An die Belei-  
raum habe der Taxifahrer  
entschuldigte sich der Ange-  
macht habe, entschuldigte  
gründungs...

