

Historie von Achern-Aktiv

Der Bau des Einkaufszentrums Offenburg (EZO) im Jahr 1970/71 brachte die Acherner Einzelhändler einander näher. Wenn bisher jeder für sich Werbung machte oder man allensfalls einige Einzelaktionen gemeinsam bewarb, führte der weitere Druck der Konkurrenz zur Gründung des Werberings im Jahr 1971. Unter dem Führungsgremium August Götz, Max Koch, Hans-Peter Merkl, Günther Rauch und Siegfried Stinus wurden die Anfänge zum Stadtmarketing gemacht. Albert Eiermann, Willi Ketterer, Reinhard Lorenz, Helmut Lusch und Erwin Schmatzer unterstützten die Führungsmannschaft. Etwa 40 interessierte Geschäftsinhaber traten dem Werbering bei und förderten gemeinsame Aktionen.

Bereits im Gründungsjahr wurde die Aktion "In Achern fängt der Frühling an" initiiert. Rund 6.000 Frühlingsblumen wurden von den Mitgliedseschäften an die Kunden verschenkt. Für Furore sorgte die erste Landung des Nikolaus mit Knecht Rupprecht (Willi Ketterer mit Albert Eiermann) im Hubschrauber auf der Rennwiese am 5. Dezember 1971. Die ganze Stadt war auf den Beinen. Im Vierspänner führen die "himmlischen Abgesandten" durch die Stadt, besuchten Geschäfte und das Krankenhaus und verteilten bei Anbruch der Dunkelheit auf dem Rathausplatz jede Menge Lebkuchen zur Freude hunderter Kinder und deren Eltern.

Die noch spärlichen Mittel aus Mitgliedsbeiträgen und das noch nicht weit verbreitete Gemeinschafts-Verständnis ließen Aktionen langsam wachsen. Ein erster Kassenbericht vom 26.11.1973 zeigte auch damals schon, dass mehr Ideen als Mittel da waren. Die Nikolaus-Aktion wurde bis heute beibehalten. Am 7.12.1974 fand ein Nikolaus-Fest auf der Hauptstraße statt. 5 Musikkapellen spielten auf der damals gesperrten Hauptstraße und verbreiteten vorweihnachtliche Stimmung unter den zahlreichen Besuchern.

Am 3. März 1977 wurde mit "Achern Preis-aktuell" eine Sonderaktion durchgeführt, am 3./4. Juni 1977 kam die Sommeraktion dazu. Ein Jahr später wurde im Einvernehmen mit der Stadtverwaltung eine neue Weihnachtsbeleuchtung angeschafft. Durch anhaltende Werbung wurden einige neue Mitglieder gewonnen. 1979 wurde erstmals "Achern macht Spaß" angeboten; auch an der Fasnacht beteiligte sich der Werbering mit "Wurfmaterial" in Form von tausenden Bällen, Bärchen und allerlei anderem. In Zusammenarbeit mit den Autohändlern wurde 1985 die erste Mai-Mobil-Party organisiert. Neben den bereits ins Leben gerufenen und laufend durchgeführten Aktionen wurde vom 7.-22.11.1987 die erste "Acherne Schaufensterschau" dekoriert. Zwei Jahre später begannen die vom Werbering gesponserten Park-Aktionen. Wenn in den Anfangsjahren noch die Parkuhren und -Automaten mit gelben Taschen abgedeckt wurden, ist es heute bereits selbstverständlich, dass samstags "Parken kostet nix". Um die Mitglieder einander etwas näher zu bringen wurde am 15.4.1989 vom Werbering ins Hotel Götz Sonne-Eintracht zu einem Frühlingsball eingeladen. Am 15./16.7. im gleichen Jahr wurde auch das erste Brunnenfest in der Oberstadt organisiert, ebenso im gleichen Jahr das erste Adlerplatzfest.

Im Jahr darauf wurde der erste Druckauftrag für 10.000 "Acherne Taschen" erteilt. Viele dieser praktischen Stofftaschen wurden nachproduziert und sind noch immer im Gebrauch. Auch am ersten Acherne Stadtfest am 20./21. Juli beteiligte sich der Werbering aktiv. 1992 kamen die Acherne-Shirts auf den Markt. Im gleichen Jahr gab es auch die Aufkleber "Nach Acherne fahr ich gern" mit den folgenden Verlos-Aktionen.

Der Werbering war in seiner losen Form weiter gewachsen und wurde unter der Leitung von Ralf Lempert ab 1.1.1993 zum eingetragenen Verein. Im gleichen Jahr wurden die von Reinhard Lorenz geschaffenen Gruß-Tafeln an der B3 an den Stadt-Ein- und Ausgängen aufgestellt. Zum ersten langen Samstag mit Einkauf bis 21.00 Uhr wurde am 1. Oktober 1994 eingeladen.

Weite Wellen schlug zur Fußballweltmeisterschaft 2002 die Aktion 1:0 für Achern. Die Idee hatte Andreas Koch der auch die Regie übernahm. Der unvergleichliche Kraftakt an Kosten und Engagement wurde dank der Mitarbeit der gesamten Vorstandschaft und zahlreicher Helfer, der Stadtverwaltung und einiger vor allem dank großzügiger Sponsoren geschultert und fand landesweite Beachtung. Flotte Töne fast an jeder Ecke waren zu hören am Samstag des "Swinging Achern" im letzten Sommer. In diesem Jahr waren die Töne und das Zuhörer-Interesse durch den Regen allerdings etwas gedämpfter. Nach anfänglich zögerndem Besuch fanden auch die Feierabend-Treffs beim Brunnen in der Kapellenstraße im Juli und August letzten Jahres immer stärkeres Interesse. Auch in diesem Jahr waren die ersten beiden donnerstäglichen Veranstaltungen stark frequentiert.

Zum verkaufsoffenen Sonntag im November 2002 wurde die AchernCard eingeführt. Mit dieser Bonus-Karte erhalten die Kunden in den Card-Partnergeschäften bis zu 3 % Bonus. Die AchernCard fand zahlreiche Interessenten. Rund 9.500 Karten wurden bis heute ausgegeben und rund 3.000 Bonus-Gutscheine an die Kunden versandt.

Ein besonderes musikalisches Ereignis wurde im Dezember 2003 den AchernCard-Inhabern mit dem Gospel-Konzert in der Oberacherer Kirche geboten. Die St.Stefan-Kirche war bis auf den letzten Platz besetzt. 700 Zuhörer ließen sich von den Darbietungen von Ron Ringwoods Gospel Messengers begeistern.

Viele Aktionen wurden durchgeführt, manche einmalig, viele langlebig dann aber doch aufgegeben, viele variiert aber weitergeführt bis heute, wie die Mai-Mobil-Party (jetzt integriert in den verkaufsoffenen Sonntag) und die Nikolaus-Aktion. Neues wurde entwickelt, wie die verkaufsoffenen Sonntage mit Aktionen auf der Hauptstraße, der Frühjahrs- und Herbstbauernmarkt in Verbindung mit dem langen Samstag, dem 1. Geranienmarkt im Mai 2003 zusammen mit den Marktbeschickern, Swinging Achern und letztlich seit Herbst 2003 die Übernahme der Organisation der Märkte und des Weihnachtsmarktes. Weitere Aktionen sind in Vorbereitung und geplant.

Um das Stadtmarketing weiter voranzubringen und auch das 2002 begonnene City-Managements zu verstärken, hat sich der Werbering geöffnet und wird

Achern Aktiv Verein für Handel u. Gewerbe in Achern e.V.

zusammen mit den Einzelhändlern, Gewerbe, Industrie und der Stadtverwaltung das Image der Stadt mit Herz als Einkaufsstadt fördern.