

# „Salz in der Suppe“ soll den Bummel weiter würzen

## Pro Ascheberg zieht Bilanz: Neues Konzept ist angekommen

-tani- **ASCHEBERG.** Mit einem neuen Konzept kam der „Zauberhafte Advent“ am vergangenen Sonntag daher. Die Familien wurden dabei in den Mittelpunkt gerückt.

„Und der Plan ging auf“, brachte es die Kaufmannschaft Pro Ascheberg bei ihrer Nachbesprechung am Dienstagabend in der Gaststätte Surmann auf den Punkt. Mehr noch. Ascheberg wurde wieder und neu entdeckt. Zwei faszinierende Varianten die sich da auftaten. „Denn es kamen viele Neubürger durch die Kinderaktionen“, hatten nicht nur Sandra Neve und Barbara Stiens viele neue Gesichter ausmachen können. Das Kinderstationsspiel, das sich wie ein roter Faden durch den Nachmittag zog, war sozusagen das „Salz in der Suppe“. Eltern und Großeltern ließen sich begeistert vom Nachwuchs mitreißen. Und viele Gäste landeten dadurch in Geschäften „wo wir vorher noch nie drin waren.“

Doch auch eine kleine Kehrseite der Medaille brachte diese Neuerung mit sich: Die Besinnlichkeit litt ein wenig. Dafür war es recht trubelig. Aber diese Facette des neuen Weihnachtsbummels nahmen die Kaufleute gerne in Kauf. „Man ist es einfach nicht gewöhnt, so viele Menschen auf einmal im Laden stehen zu haben“, brachte es Frank Neuhaus auf einen Nenner. Gleichzei-



**Sandra Neve** (li.) als Hauptmotor und die Mitglieder von Pro Ascheberg zogen einen positive Bilanz.

Foto: tani

tig benannte er damit auch den positiven Nebeneffekt des neuen Konzepts: In allen Geschäften war richtig etwas los, wenngleich sich dieser Betrieb nicht überall in den Kassen bemerkbar machte.

»Wir wollen durch den Zauberhaften Advent zeigen, wie lebenswert Ascheberg ist.«

Barbara Vollmer

Das allerdings, da waren sich die meisten Mitglieder einig, dürfe auch nicht die Maxime sein. „Man muss das als Werbetag sehen“, bilanzierten Barbara Vollmer und Daniela Jürgens. Vollmer ergänzte zudem: „Vielmehr wollen wir gerade auch in Zeiten des immer höher frequentierten Internetkonsums durch Aktionen wie diesen

neuen „Zauberhaften Advent“ zeigen, wie lebenswert Ascheberg ist.“ Und das war eindeutig gelungen.

Ein dickes Lob gebührte dabei Werbewartin Sandra Neve, als Hauptmotor der neuen Veranstaltung. Der Erfolg motiviert. Stehen bleiben will man auf keinen Fall. Vielmehr konnten hier und da auch noch Verbesserungsvorschläge gemacht werden. So sollen Aktionen außerhalb des Kinderangebotes separat angekündigt werden, um darauf aufmerksam zu machen. Weiterhin waren die Sternchenaufkleber, die als Stempel beim Stationsspiel dienen, zu klein. „Da müssen größere her.“ Die mehr als zufriedenstellende Neuerung soll außerdem Ansporn sein, den Weihnachtsbummel künftig für Ascheberg so populär zu machen, wie es die Italienische Nacht schon ist.