

# Einkaufen in Aachen

## Vom Chillen bis zur Digitalisierung

### In Aachen ziehen Handel und Stadtverwaltung an einem Strang.

Bereits 2015 hatten die Partner nach einem Aufruf von Oberbürgermeister Marcel Philipp vereinbart, in einer gemeinsamen Initiative Marketing für den Einkaufsstandort Aachen zu betreiben. Seitdem hat sich eine Marke etabliert, die unter dem Label „Einkaufen in Aachen“ ein umfassendes Informationsangebot incl. einer Datenbank mit mehr als 500 Geschäften und zahlreichen Geschäfts- und Inhaberporträts der Aachener Innenstadt anbietet. Die Marke ist in Web und Sozialen Medien vertreten, präsentiert sich in zahlreichen Aktionen, schafft Sichtbarkeit für neue und bewährte Angebote und hat den Anspruch, die Besucherfrequenz zu erhöhen. Sie konzentriert sich auf die Innenstadt und sieht ihre Zielgruppe in einem Radius von 60 km. Das Stadtmarketing ist aktives Mitglied im strategischen Steuerungskreis.

Wie in allen Städten hat auch der Handel in Aachen Probleme mit der starken Konkurrenz des Onlinehandels. Umso wichtiger ist es, gemeinsam zu handeln und die Attraktivität des lokalen Handels zu steigern. Primär ist jeder Händler selbst dafür verantwortlich, sein Angebot den geänderten Bedürfnissen von Kund\*innen anzupassen, dazu gehören Erlebnisqualitäten und besondere Serviceangebote. Die Initiative kann mit Einzelaktionen die Aufenthaltsqualität in der Stadt steigern, Frequenzen erhöhen und Aufmerksamkeit erregen – zum Beispiel mit Angeboten wie der Liegestuhllaktion „Aachen nimmt Platz“ oder der romantischen Lichtaktion im Winter, die den Elisengarten zum zentralen Erholungsraum im Zentrum der Einkaufswege machen. Darüberhinaus werden alle Mittel der crossmedialen Werbung ausgereizt, auch in Belgien und den Niederlanden.

Zahlen im Überblick: Facebook hatte 2017 106.000 Nutzer\*innen, 2018 stieg die Zahl auf 112.000. Allein der Facebook-Adventskalender wurde 11.600 mal besucht, Gewinnspiele erzeugten 35.000 Teilnahmen. Die Zahl der Newsletter-Abonnements stieg von 350 auf 1.000.

Zuletzt unterstützte „Einkaufen in Aachen“ über die bisherigen Aufgaben hinaus auch das von der städtischen Wirtschaftsförderung eingerichtete „Shopping Lab“ dabei, die Händlerschaft mit den Möglichkeiten der Digitalisierung vertraut zu machen.

[www.aachen-shopping.de](http://www.aachen-shopping.de)



© acclivis marketing / büro G29



Device by © 4zevar / Fotolia

oben: Die beliebte Liegestuhllaktion erfreut Einheimische ebenso wie Aachen-Besucher\*innen.  
Mitte: Der Pocket-Stadtplan erscheint auch in englischer Version. Die serviceorientierte Webseite ist viersprachig angelegt.  
unten: Beim Design des Shopping Labs stand das Stadtmarketing beratend zur Seite.



© acclivis marketing / büro G29