

Fr, 16. Sep. 2011
Aachener Zeitung - Stadt / Lokales / Seite 19

Bindung des Kunden entscheidet

Vortrag beim **Business Club Aachen-Maastricht** zur Einkaufsstadt Aachen

Aachen. Was macht eine Einkaufsstadt attraktiv? Und vor allem: Wie kann Aachen zu einer attraktiven Einkaufsstadt werden? Diese Fragen versuchte Walter Wiese, Geschäftsführer von Architektur Consulting, in seinem Vortrag zum Thema „Quo vadis – Einkaufsstadt Aachen?“ beim Business Club Aachen-Maastricht zu beantworten.

Entscheidend für den Erfolg eines Geschäfts sei nicht die Lage, sondern die Fähigkeit der Eigentümer, eine Bindung zu den Kunden herzustellen – zum Beispiel durch eine nette, persönliche Bedienung,

sagt Wiese. Zwar gibt es in Aachen circa 2000 Einzelhändler, also eine relativ hohe Verkaufsfläche pro Einwohner, jedoch fehle es oft an Qualität. Viele Aachener würden lieber in anderen Städten einkaufen.

Ein Problem sei der Kaiserplatz. Mit seinen leeren Geschäften und der Ruinenlandschaft der Baustelle biete er ein trostloses Bild. „An dieser wichtigen Stelle braucht die Stadt ein florierendes Shopping Center“, sagt Wiese. Die Investoren hätten eine Verpflichtung gegenüber Stadt und Bürgern. Und: Der Kunde von heute wolle mor-

gens einkaufen, mittags eine Latte Macchiato trinken und abends Konzertkarten bestellen. Um Aachens Attraktivität zu steigern, sollten Einkaufsstrassen daher gezielt mit Gastronomieplätzen und Orten von hohem Unterhaltungswert verbunden werden.

Problematisch sieht Wiese auch die Entwicklung der autofreien Zonen. Kunden würden durch den Mangel an Parkplätzen in der Stadt davon abgehalten. Wiese hofft aber auf Verbesserungen, um in ein paar Jahren sagen zu können: „Willkommen in der Einkaufsstadt Aachen“. (aht)

 DRUCKEN  SCHLIESSEN