



***Digital oder stationär? Das muss kein Gegensatz sein. Fakt ist, dass die zunehmende Digitalisierung der Gesellschaft das Kaufverhalten der Menschen ändert. Der „traditionelle“ Handel verliert seine Umsätze zunehmend an den Online-Handel. Durch die wachsenden Leerstände steht die Attraktivität der Innenstädte auf dem Spiel. Darauf muss der lokale Einzelhandel reagieren. Wir stellen das Shopping Lab Aachen vor.***

**Update: Das Projekt „Shopping Lab Aachen“ wurde im Februar 2019 beendet.**

Welche Chancen stecken darin? Welche Möglichkeiten bieten neue Technologien? Welche Lösung passt auf welches Handelsunternehmen? In Aachen werden diese Fragen in einem Zukunftsforum für den lokalen Einzelhandel, dem Shopping Lab Aachen, lösungsorientiert in Angriff genommen.

Die Initiative ist ein Gemeinschaftsprojekt von Akteuren der Wirtschaft, Wissenschaft und öffentlichen Hand in Aachen. Die Wirtschaftsförderung hat sich mit ihrem Konzept beim NRW-weiten Projektauftrag „Digitalen und stationären Einzelhandel zusammendenken“ beworben und die Förderung erhalten. Das Shopping Lab Aachen ist eine Zwischennutzung, die ab Mai 2018 im Erdgeschoss eines leerstehenden Kaufhauses ihren Platz gefunden hat. Ein Immobilienentwickler hat das Gebäude erworben und stellt die Fläche während der Konzeptphase für das Zukunftsforum zur Verfügung.

Die Innenausstattung ist aus Spanplatten selbst gemacht und transportiert authentisch die Botschaft eines temporären Innovationsraumes, in dem der Einzelhandel quer gedacht werden kann.



## Was ist das Shopping Lab Aachen?

Die Kernbotschaft des Shopping Labs ist die Vielschichtigkeit der Digitalisierung des Handels. Viele Händler/innen denken bei Digitalisierung nur an Onlineshops und klagen dann über ihre Chancenlosigkeit mit einem Verweis auf den Branchenriesen Amazon. Sie nehmen die Digitalisierung des Handels mit einer negativen und eingeschränkten Sichtweise wahr und resignieren dadurch.

Im Gegensatz dazu zeigt das Shopping Lab, dass die Anwendung digitaler Technologien im Handel facettenreicher und im kleineren Maßstab umsetzbar ist. Durch diese Aufklärungsarbeit wird die Digitalisierung für den inhabergeführten Händler/innen attraktiv und verständlicher.

## Anschauen, probieren, prototypen...

Das Shopping Lab verfolgt hierzu zwei Ansätze. Auf der einen Seite finden sich im Lab mehrere Stationen mit digitalen Technologien, die dem stationären Handel einen Mehrwert bringen können. Durch diesen „Museums-Charakter“ erhalten die Händler/innen die Chance, digitale Technologien wie in einer Ausstellung anzuschauen - und bei Bedarf zu vertiefen.

An dieser Stelle kommt die andere Funktion des Shopping Labs ins Spiel. Durch zahlreiche Veranstaltungen kommen Akteure des stationären Handels zusammen, um bspw. gemeinsam an 3D-Druck Workshops teilzunehmen.

Im ersten Schritt sind die Veranstaltungen verbraucherorientiert, um mehr über die Wünsche und Erwartungen der Kunden/innen zu erfahren. In darauf folgenden Veranstaltungen setzen Ladeninhaber/innen die gesammelten Ideen prototypisch um.

## Ziel: Neue Horizonte, neue Konzepte

Als Ergebnis können sich z.B. eine Buchhändlerin und ein Café-Besitzer zusammenschließen, um dem Online-Buchhandel zu trotzen, in dem sie den Einkauf in der realen Welt mit einem Erlebnis verknüpfen. Café-Besucher/innen finden beim Entspannen eine Lesecke vor und können diese Bücher direkt im Café kaufen.

Diese Verfügbarkeit im Hier und Jetzt, am besten verknüpft mit einem Erlebnis, kennzeichnet den Handel von morgen. Handel bedeutet immer weniger, einfach die großen Produktionsmengen von diversen Herstellern an Verbraucher/innen zu verteilen, sondern vielmehr rund um diese „Warenverteilung“ ein attraktives Einkaufserlebnis zu schaffen.

## Beispiele für die Digitalisierung des Handels

Lokaler Handel oder E-Commerce? Beides.



*smart emma* ist ein Forschungsprojekt zum Aufbau einer digitalen Kooperations- und Online-Shopping-Plattform für regionale Händler und Verbraucher in Aachen. Über die Plattform sollen Kunden die Möglichkeit erhalten, ihren individuellen Warenkorb durch die Kombination der Produkte verschiedener Händler zusammen zu stellen und bis zur Haustür geliefert zu bekommen.

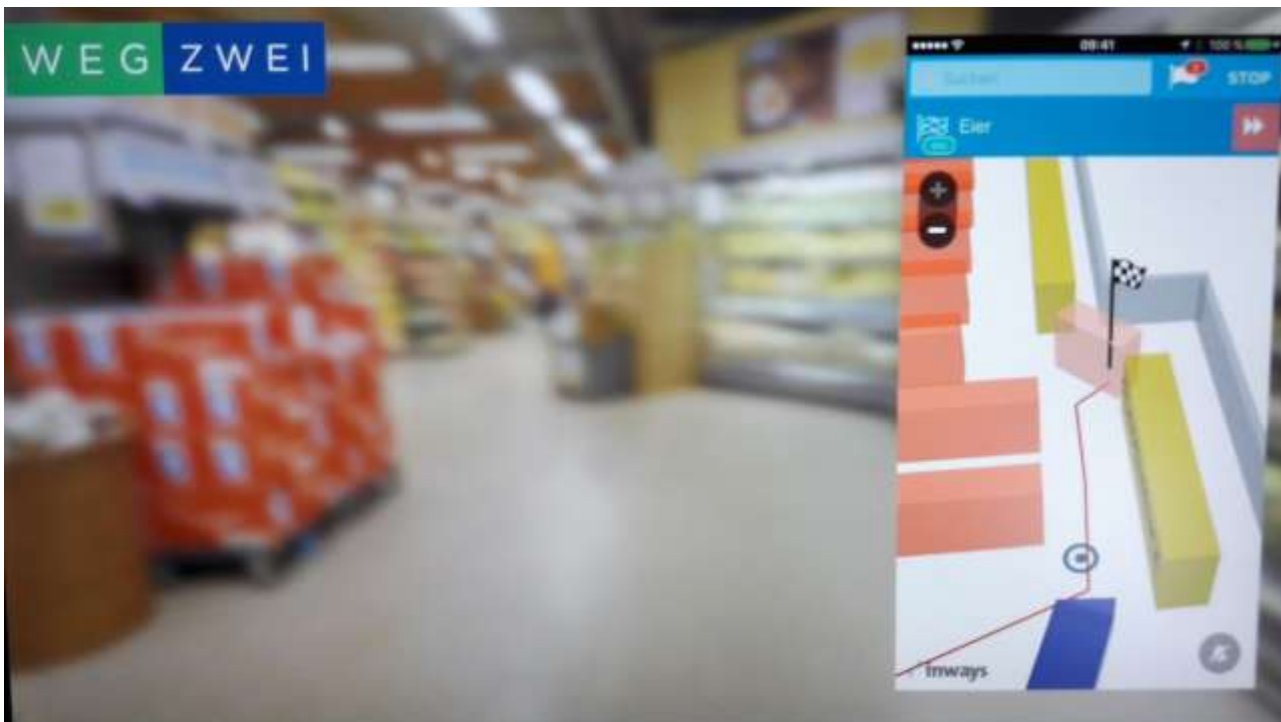
Gleichzeitig werden die Händler über die Plattform, sowie Business Intelligence Anwendungen zum individuellen Online-Vertrieb Ihrer Produkte befähigt. Die Lieferung der Waren erfolgt umweltfreundlich durch elektrische Lasten-Fahrräder.

3D-Druck zum Anfassen



Das Institut für werkzeuglose Fertigung (IwF GmbH), ein An-Institut der Fachhochschule Aachen zeigt die Möglichkeiten des 3D-Drucks und entwickelt mit Händlern neue Geschäftsmodelle, um den 3D-Druck in das eigene stationäre Geschäft zu integrieren.

Wegzwei - Navigation für Gebäude



Wegzwei ist Navigation und Routenplanung für Gebäude. Nach Eingabe des Ziels startet die Navigation von A nach B. Die Einkaufsliste für den Supermarkt kann bereits zu Hause angelegt werden, um vor Ort die App zu starten und mit der besten Route mit Hilfe von Sprachanweisungen und einer 3D-Karte von Produkt zu Produkt navigiert zu werden. Ton und Vibration warnen vor möglichem Anecken.

Die App ist bereits im [App Store](#) und bei Google Play erhältlich und im EDEKA Center Hatlé der bei Mobau Baustoff Union Aachen zu testen. [Link](#)

X-Press Pay



X-Press Pay vereinfacht den Bezahlprozess: Kunden/innen laden die App, berühren mit ihrem Smartphone das Etikett des Produktes, bestätigen den Kauf und verlassen das Geschäft ohne Schlange zu stehen. Die Bezahlung erfolgt per PayPal oder Kreditkarte. Insbesondere bei inhabergeführten Einzelgeschäften können die Ladenbesitzer/innen die dadurch eingesparte Zeit an der Kasse, für die Beratung ihrer Kunden/innen nutzen.

Das Shopping Lab im Aachener Stadtzentrum präsentiert die Zukunft des Handels und ist ein Ort zum Staunen, zum Austauschen, Netzwerken, Weiterbilden oder auch zum Kaffee trinken. Für viele stellt sich die Frage, warum das Shopping Lab zeitlich begrenzt ist. An der schlechten Resonanz kann es nicht liegen, denn bisher waren die Veranstaltungen sehr gut besucht.

## Wie geht es weiter?

Tatsächlich war das Shopping Lab aber von vornherein als eine Art Pop-up-Store geplant, um die Akteure des Einzelhandels für das Thema Digitalisierung aufzuwecken und zu begeistern. Mit der zeitlichen Knappheit forciert sich die Aufmerksamkeit auf das Thema ins Hier und Jetzt.

Auch wenn das Shopping Lab an sich nur temporär ist, arbeitet die Aachener Wirtschaftsförderung bereits an neuen Konzepten, in welchen die Idee dieses Zukunftsforums für den Einzelhandel in einer anderen Art und Weise umgesetzt werden soll.

## Kurzinfos

Das Shopping Lab Aachen auf [Google Maps](#)

Projektmanager des Shopping Lab Aachen (Wirtschaftsförderung Aachen): Jannik Wendorff

Das Shopping Lab Aachen auf [Twitter](#) und [Facebook](#)



Dimitri Ravin ist Herausgeber von [Urban Digital](#), einem Blog über die Auswirkungen der Digitalisierung auf unsere Städte. Er studiert Stadt- und Raumplanung an der Technischen Universität Dortmund. Als studentischer Mitarbeiter für Angelegenheiten der digitalen Transformation bei der Wirtschaftsförderung der Stadt Dortmund organisiert er unter anderem die [Digitale Woche Dortmund](#). Kontakt: [info@urban-digital.de](mailto:info@urban-digital.de) | [Xing](#) | [Twitter](#)

*Fotorechte: © Shopping Lab Aachen, tlw. eigene Aufnahmen*