



Reflexion der Projektarbeit - Zusammenfassung und Ausblick

BundleUp

31.08.2022

*Stadt- und klimagerechte Letzte Meile-Lösungen
im Immobilienbestand*

Teil 12: Reflexion der Projektarbeit – Zusammenfassung und Ausblick

Impressum

Bearbeitung

Dipl.-Ing. Nina Hangebruch

Abbildungen

Sophie Weidig, Titel

Herausgeber

Fachgebiet Stadt- und Regionalplanung
Fakultät Raumplanung
Technische Universität Dortmund
August-Schmidt-Straße 10
44227 Dortmund
Fon: +49 (0) 231/7 55-22 58
srp.rp@tu-dortmund.de
www.raumplanung.tu-dortmund.de/srp

Reflexion

Anlass, Ziel und Lösungsansätze

Nach rd. zweijähriger Projektlaufzeit lässt sich folgendes Fazit ziehen:

Der Handlungsdruck auf der Letzten Meile hat weiter an Bedeutung gewonnen

Durch die zum Zeitpunkt der Antragstellung nicht absehbare Covid-19-Pandemie hat die Fragestellung des Projekts erheblich an Relevanz gewonnen. Der Zustellverkehr auf der *Letzten Meile* hat sich durch die kontinuierlich steigende Zahl an Online-Bestellungen weiter verschärft.

Der Bedarf an neuen Konzepten für nicht mehr benötigte Einzelhandelsflächen in den Stadtzentren steigt

Verstärkt durch die Pandemie, die Einschränkungen für den stationären Einzelhandel und die weiter steigende Nutzung des Onlinehandels geben immer mehr Einzelhandelsbetriebe ihre Geschäfte auf. Damit einher gehen steigende Ladenleerstände und Funktionsverluste in den Stadtzentren. Die Transformation und Drittverwendung ehemaliger Handelsimmobilien wird vielerorts unausweichlich.

Bundle Points bündeln digitalen und stationären Einzelhandel sowie innovative Lösungen für die Letzte Meile mit neuen Nutzungskonzepten für Transformationsimmobilien

Bundle Points bündeln E-Commerce und lokalen Einzelhandel durch neuartige Warenübergabe- und Versandpunkte. Gleichzeitig werden neue Ansätze zur Reduzierung von Zustellverkehr mit Strategien zur Umnutzung von Immobilien mit Transformationsbedarf zusammengebracht.

Unterschiedliche Standorte brauchen unterschiedliche Konzepte

Durch die Arbeit mit unterschiedlichen Stadt- und Quartierstypen sind drei verschiedene Konzepttypen erarbeitet worden, die anhand von vier Prototypen weiter ausdifferenziert worden sind. Die entwickelten Prototypen variieren vom Umfang sehr: *Pick Up Depots* bieten das umfassendste Angebot, sie bündeln eine Paketabholstation mit zusätzlichen Services für Endkund*innen und umfassen darüber hinaus ein Mikro Depot zur Umverteilung von Sendungen für die *Letzte Meile*. *Pick Up Stores* sind vor allem für klassische Ein-

zelhandelsstandorte in Innenstadt- und Stadtteilzentren geeignet und können gut mit einem Café oder klassischen Handelsnutzungen kombiniert werden. *Pick Up Trailer* bieten einen eingeschränkten Leistungsumfang für weniger stark frequentierte Nahversorgungsstandorte. Durch das mobile Konzept eignen sie sich gut zur Erprobung neuer Standorte.

*Bundle Points müssen für Paketkund*innen einen wirklichen Zusatznutzen bieten, damit sie eine attraktive Alternative zur Haustürzustellung werden*

Bundle Points bedürfen eines umfassenden Serviceangebots damit sie bei potenziellen Nutzer*innen Akzeptanz finden und auf die Bequemlichkeitsvorteile der Haustürzustellung verzichtet wird. Dies betrifft sowohl die Kombination mit anderen Nutzungen, die für die Kund*innen Synergien bieten, als auch die Kopplung der Angebote verschiedener Paketdienste an einem Standort.

Reflexion

Anlass, Ziel und Lösungsansätze

Die verstärkte Kooperation der KEP-Dienste untereinander würde nicht nur Wege für die Haustürzustellung einsparen, sondern Paketabholpunkte auch attraktiver machen

Bisher agieren die verschiedenen KEP-Dienste nur sehr begrenzt miteinander. Der Wettbewerb ist intensiv und kein Unternehmen möchte die *Letzte Meile* zu den Endkund*innen aufgeben. Gleichzeitig könnten durch ein gemeinsames Mikro Depot und eine gebündelte Haustürzustellung erhebliche Zustellverkehre eingespart und Flächenbedarfe reduziert werden. Die gemeinschaftliche Depotnutzung würde zudem Kostenersparnisse ermöglichen. Nicht zuletzt wäre eine verstärkte Kooperation der Paketdienste auch für die Paketkund*innen sehr attraktiv, weil mit einem Weg gleich Sendungen unterschiedlicher Unternehmen abgeholt bzw. retourniert werden könnten. Einige Referenzprojekte weisen in die richtige Richtung, auch wenn noch nicht alle KEP-Dienste für kooperative Lösungen offen sind.

White-Label-Lösungen sind technisch problemlos realisierbar

Bundle Points lassen sich sowohl räumlich als auch rechtlich und technisch gut organisieren. Die Angebote verschiedener Unternehmen, die sich mit softwaregestützten Lösungen für gebündelte Paketabholösungen befassen, zeigen, dass entsprechende Konzepte technisch gut zu bewältigen sind und marktgängige, intelligente Software-Applikationen die Realisierung integrierter Lösungen erleichtern.

Bundle Points brauchen engagierte Pioniere und ein gutes Marketing

Bundle Up war vor allem ein ko-kreatives Denkprojekt. Ob nun auch eine ko-produktive Umsetzung folgt, hängt maßgeblich davon ab, ob es gelingt, Betreiber*innen für die *Bundle Points* zu gewinnen, da aus dem Kreis der Projektpartner*innen bisher nur sehr eingeschränkt Bereitschaft besteht, diese Aufgabe zu übernehmen.

Niedrigschwellige, praxisnahe und kostenfrei zugängliche Informationen wie diese Website mit kurzen Texten, vielen Grafiken und einem Erklärvideo, Umsetzungsempfehlungen und die Vorlage für einen Business Plan sollen die Umsetzung in die Praxis unterstützen, die konkrete Konzeptentwicklung erfordert aber jeweils individuelle Lösungen mit Blick auf den konkreten Standort, das verfolgte Geschäftsmodell sowie die jeweiligen Ziele der Betreibenden.

Die Idee für *Bundle Points* ist sehr neu und noch nicht am Markt etabliert. Das Konzept und der angedachte Leistungsumfang sind nicht zwingend selbsterklärend, sie erfordern ein gutes Marketing und eine engagierte Öffentlichkeitsarbeit. Der Markteintritt verschiedener Start Ups zeigt, dass das Thema durchaus Potenzial hat, die Akzeptanz bei den Paketkund*innen aber noch sehr zögerlich ist.

Reflexion

Anlass, Ziel und Lösungsansätze

*Bundle Points werden nur dann am Markt bestehen können, wenn sie hinreichend Akzeptanz bei den Endkund*innen finden*

Wesentliche Voraussetzungen dazu sind neben dem Nutzungsmix anbieterneutrale Einlieferungsmöglichkeiten für Paketdienste sowie lokale Handels- und Dienstleistungsunternehmen, ein gutes Marketing, in die Alltagswege der Bürger*innen integrierte Standorte und eine anwenderfreundliche IT.

Rechtliche und fiskalische Reglementierungen (Steuerung des Lkw-Verkehrs in den Städten, mögliche Einführung einer Kostenpflicht für die Haustürzustellung etc.) könnten die Einführung und Marktdurchdringung neuer Konzepte für die *Letzte Meile* ebenso erleichtern wie Anschubfinanzierungen für die Realisierung und die längerfristige Erprobung der entwickelten Lösungsansätze.

Experimentelle Nutzungen wie Bundle Points sind als eigenständiges Geschäftsmodell wirtschaftlich noch nicht tragfähig

Bundle Points erfordern entweder eine Co-Finanzierung durch Immobilienbesitzende, Centerbetreibende, Werbegemeinschaften, Kommunen oder öffentliche Förderinstitutionen, sofern keine Integration in etablierte kommerzielle oder öffentliche Nutzungen möglich ist.

Ein Café oder Coworking Space, städtische Angebote und Nutzungen wie eine Stadtinformation oder das Stadtmarketingbüro, ein Rückgabeterminal für Bücher aus der Stadtbibliothek oder ein Depot für die Abholung offizieller Dokumente könnten das Konzept ebenso erweitern wie neuartige Click & Collect- und Showrooming Angebote, ein Logistik-Hub für urbane Lieferdienste, Schließfächer und Self Storage-Boxen oder Ladeschränke für E-Batterien. Mit Blick auf das Zusammenspiel mit dem umgebenden Stadtraum kommt es vor allem darauf an, transparente, öffentlich zugängliche und frequenzstarke Konzepte zu entwickeln, die Synergien für die Zentren bilden.

Bundle Points sind ein idealer Ausgangspunkt für Public Private Partnership

Die Zusammenarbeit von Kommunen und privaten Unternehmen scheint eine gute Basis für die Umsetzung und Erprobung von *Bundle Points*. Kommunen bietet sich so ein Lösungsansatz für drängende Probleme auf der *Letzten Meile* und in den Stadtzentren und Privaten ein neues Geschäftskonzept. Davon können sowohl Immobilieneigentümer*innen und Centerbetreibende, als auch klassische Handelsunternehmen profitieren, die ihr Serviceangebot erweitern möchten und durch den Ausbau ihres Geschäfts zu einem *Pick Up Store* zusätzliche Frequenzen generieren können.

Öffentliche Förderangebote erleichtern die Umsetzung von Bundle Points

Derzeit gibt es ein umfangreiches Angebot verschiedenster Fördergeber für Projekte zur Stärkung der Innenstadtzentren sowie für Maßnahmen zum Klima- und Umweltschutz. Diese Mittel können unter bestimmten Bedingungen auch für die Förderung von Pilotprojekten zur Erprobung von *Bundle Points* genutzt werden.

Reflexion

Design Thinking als methodischer Ansatz

Aus dem für die Beteiligten erstmaligen Einsatz der *Design Thinking* Methode in der transdisziplinären Forschung lässt sich folgendes Fazit ziehen:

Design Thinking ist ein zielführender Ansatz zur Organisation transdisziplinärer, ko-kreativer Arbeitsprozesse

Alle Praxispartner*innen standen der innovativen Vorgehensweise offen gegenüber, auch wenn ihre heterogenen Fachkulturen und Arbeitsstrukturen sowie unterschiedliche Haltungen und Erwartungen mit Blick auf die Bereitschaft zum (Mit-)Machen, die Prozessstrukturen und die Umsetzungsreife der Prototypen spürbar waren.

Über das *Design Thinking* konnten das hohe Maß an Inter- und Transdisziplinarität und die unterschiedlichen Sichtweisen der Partner*innen zielführend in die ko-kreative Konzeptentwicklung eingebracht werden.

Die konkrete Praxisrelevanz ist maßgeblich für die Mitarbeit in transformativen Denkprojekten

Der Aufbau neuer Netzwerke und transdisziplinärer Arbeitsstrukturen gestaltete sich durch die gute Vernetzung der IHK unkompliziert. Obwohl ein reines Denkprojekt ohne unmittelbaren Interventionsanspruch für die assoziierten Partner*innen zunächst ungewöhnlich war, wurde durch die Dringlichkeit des Projektthemas eine hohe Motivation für das Projekt erzielt.

Die Diskussion in den verschiedenen Workshops und Gesprächsrunden gestaltete sich durch die heterogene Gruppenzusammensetzung und die Praxisrelevanz des Projekts lebendig und vielschichtig, auch wenn sie überwiegend online geführt wurde. Etwa zwei Drittel der rd. 20 Praxispartner*innen arbeiteten aktiv und auch über die regelmäßigen Treffen im Plenum hinaus mit, nur ein*e Beteiligte*r ist aufgrund eines Marktaustritts vorzeitig aus dem Projekt ausgeschieden.

Mit Design Thinking können neue Themen platziert werden, für die Bearbeitung braucht es aber Verantwortliche, die auch jenseits von Workshops aktiv sind

Die spezielle Projektkonstellation bot den Praxispartner*innen eine unkomplizierte Möglichkeit zur Annäherung an ein relativ neues, komplexes Thema.

Durch die finanzielle Förderung des Personaleinsatzes seitens der IHK und der TU Dortmund konnten die Praxispartner*innen maßgeblich entlastet werden, weil Inhalte jenseits der Treffen im Plenum und in Workshops vertieft, Arbeitsprozesse strukturiert und vorangetrieben, Ergebnisse aufbereitet und ein Netzwerk mit umsetzungsrelevanten Akteur*innen gebildet wurde.

Design Thinking weist eine hohe Eignung für transformative Forschungsprojekte auf

Nach den Erfahrungen im Projekt *Bundle Up* ist *Design Thinking* als Methode für die transformative Forschung in multidisziplinären Akteurskontexten vielfältig einsetzbar – insbesondere in Stadtentwicklungsprozessen. Gemeinsam mit den Praxispartner*innen ist es gelungen, über Visionen und Prototypen konkretes Wissen für nachhaltige *Letzte Meile*-Lösungen und neue Nutzungskonzepte für Transformationsimmobilien aufzubauen.

Die sorgfältige Beobachtung und Analyse von Veränderungsprozessen, die transdisziplinäre Herangehensweise unter Einbindung der relevanten Stakeholder, die konsequente Fokussierung auf mögliche Nutzende sowie das visuelle Denken und grafische Kommunizieren führen zu einem hohen Maß an Übertragbarkeit des *Design Thinking*-Ansatzes in Stadtentwicklungsprozesse. Die Grenzen des *Design Thinking* sind dem Projektansatz immanent, sie liegen dort, wo der Denkprozess endet und die Umsetzung beginnt.

Auch reine Denkprojekte können transformative Wirkung entfalten

Durch die transdisziplinäre Akteurskonstellation, das *Design Thinking* als für fast alle Partner*innen neuartige Methode der Prozessgestaltung sowie die gemeinsame Arbeit an innovativen Lösungsstrategien, hat das Denkprojekt auch ohne unmittelbare Umsetzung eine transformative Wirkung und wertvolle Impulse für den Praxiseinsatz entfaltet. Bei vielen Praxispartner*innen ist das Projektthema unmittelbar auf die Agenda gerückt.

Zudem hat das unkonventionelle Projekt – in unterschiedlicher Ausprägung – eine Offenheit zum Experimentieren geschaffen: Einige Immobilieneigentümer*innen haben sich nicht nur aktiv in die Konzipierung der Prototypen eingebracht, sondern auch avisiert, Flächen zum Testen neuartiger Konzepte und Nutzungskonstellationen zur Verfügung zu stellen.

Transformative Forschungsmethoden können Lehre und Praxis verbinden

Durch die Einbindung in die Lehre an der TU Dortmund und der Ruhr Universität Bochum konnten die Studierenden ihre Methodenkompetenz erweitern. Die angehenden RaumpLANER*innen machten im Sommersemester 2021 in Kleingruppen jeweils alle sechs Phasen des bisher in die Lehre nicht integrierten *Design Thinking* durch und entwickelten im Rahmen des forschenden Lernens für selbst ausgewählte Standorte Prototypen, die sie im großen Kreis der Projektpartner*innen diskutierten. Später konnten einige Studierende im Rahmen von kleinen Werkverträgen für wenige Wochen in den Projektverbund einsteigen.