

# **CROWD-DELIVERY ALS NEUES LIEFERKONZEPT ZUR STÄRKUNG DES „LOKALEN MARKTPLATZES“**

**Linda Dörrzapf, Martin Berger, Gert Breiffuss, Elias Remele**

TU Wien | Verkehrssystemplanung

Evolaris GmbH

# Städtische, verkehrliche Herausforderungen

**3,3 Milliarden Euro** Umsatz im österreichischen Online-Handel in 2015

**+ 7 %** mehr als im Vorjahr

**1/2** des Geldes geht an ausländische Firmen

**↓** Umsatzeinbußen des stationären Einzelhandels



# Was sind die Herausforderungen der (Innen-)Städte?



Lokaler Marktplatz/  
stationärer Handel  
verliert an  
Bedeutung



Mehr Bestellungen  
über das Internet  
(Multi-Channel  
Marketing)



Anstieg des  
Lieferverkehrs

# Crowd Delivery als Ansatz für...

- ... die Verknüpfung von ...



Lokaler/ stationärer  
Handel



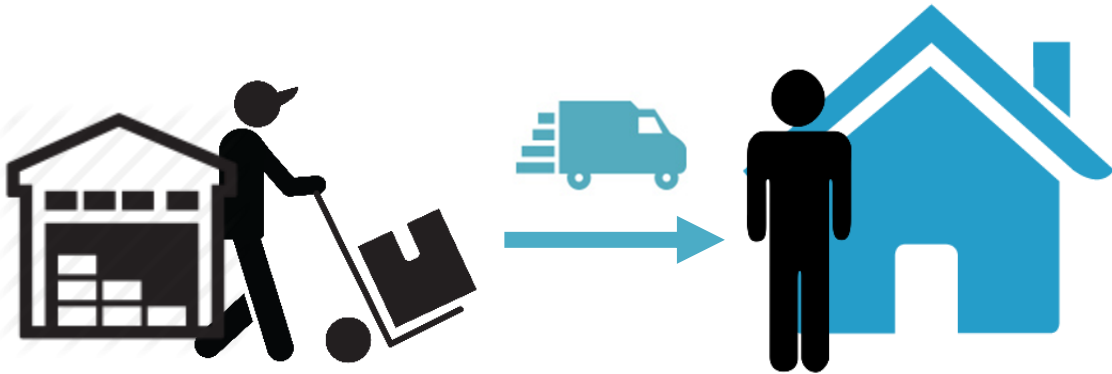
Multi-Chanel Marketing



Nachhaltiger Zustellung

# Was ist Crowd Delivery?

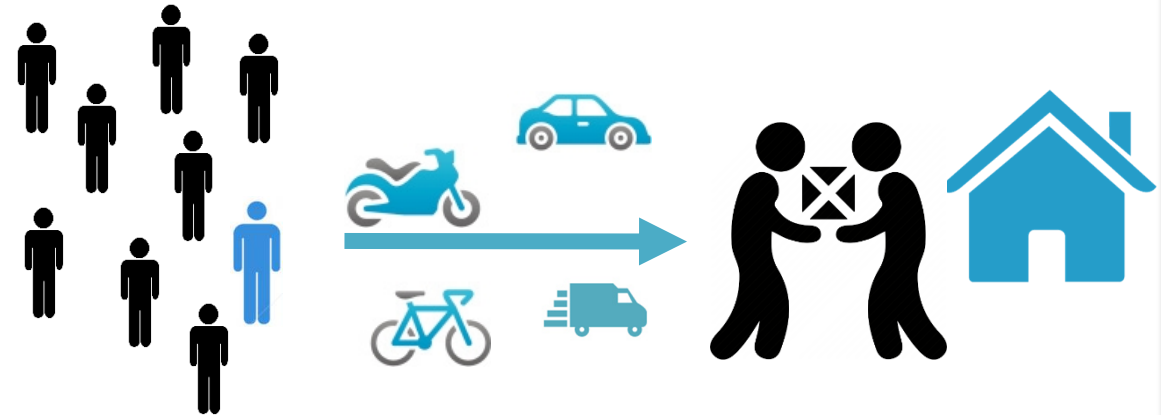
## KLASSISCHES LIEFERKONZEPT



Lieferant

Kunde

## CROWD DELIVERY ALS MITBRINGSERVICE



Privatpersonen/  
Community

Zustellung

# Was ist eine Crowd?

Netzwerk von  
freiwilligen Personen

kritische Masse

gemeinsame Identität



<https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Crowdtesting.jpg>

Vertrauen

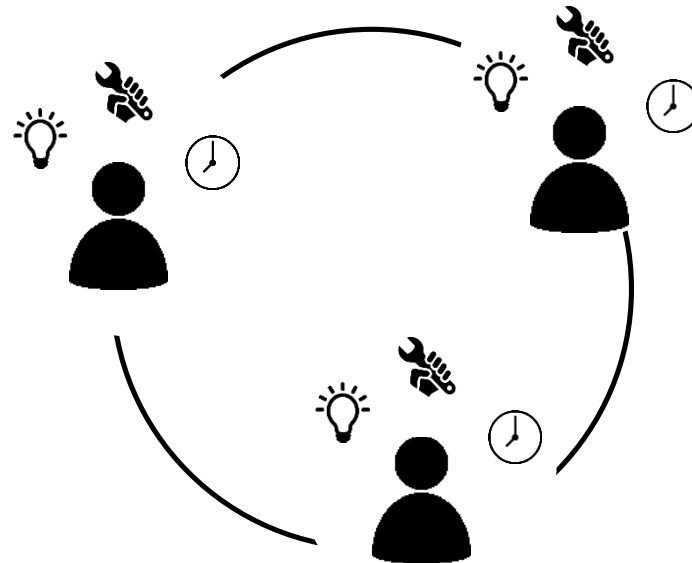
Aufgabe

großes Potenzial an  
verschiedenen  
Kompetenzen und  
Ressourcen

Vernetzung,  
Koordination

# Crowd Delivery als...

- ... Zuverdienst und Nebentätigkeit (z.B. Taskrabbit, Clickworker, Amazon Mechanical Turk)
- ... Teil des kollaborativen Konsums und Nachbarschaftshilfe



Verfügung stellen  
von  
Kompetenzen,  
Arbeitskraft und -  
zeit

# Crowd-basierte Lieferkonzepte

- *BringBee* (CH)



- Checkrobin (AT)



- *Atalanda* (DE)



- *Frag nebenan (Nachbarschaftshilfe)* (AT)

- *PiggyBee* (weltweit)



- ...



# EMPIRISCHE UNTERSUCHUNG CROWD DELIVERY

## WAS BRAUCHT DIE “CROWD”?

# Sample Beschreibung

Evolaris User Panel ~ 500 User



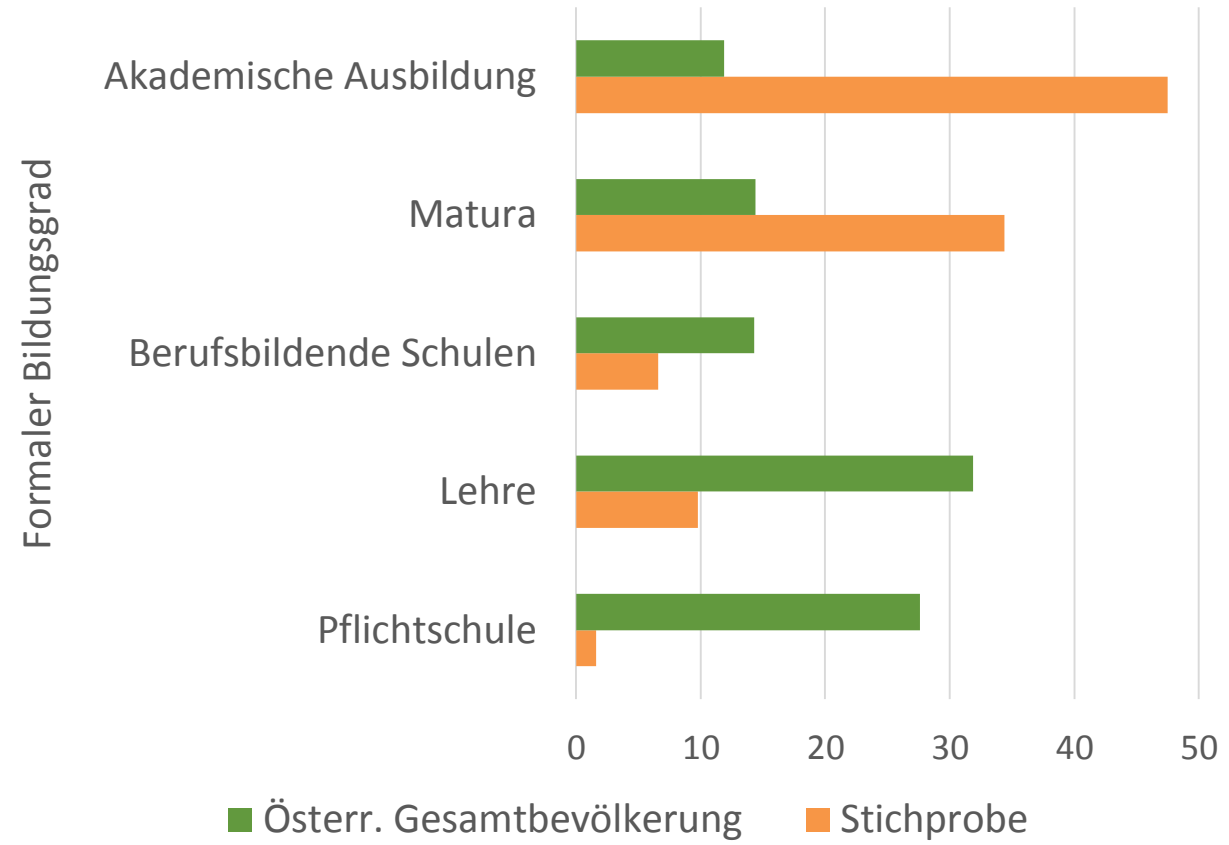
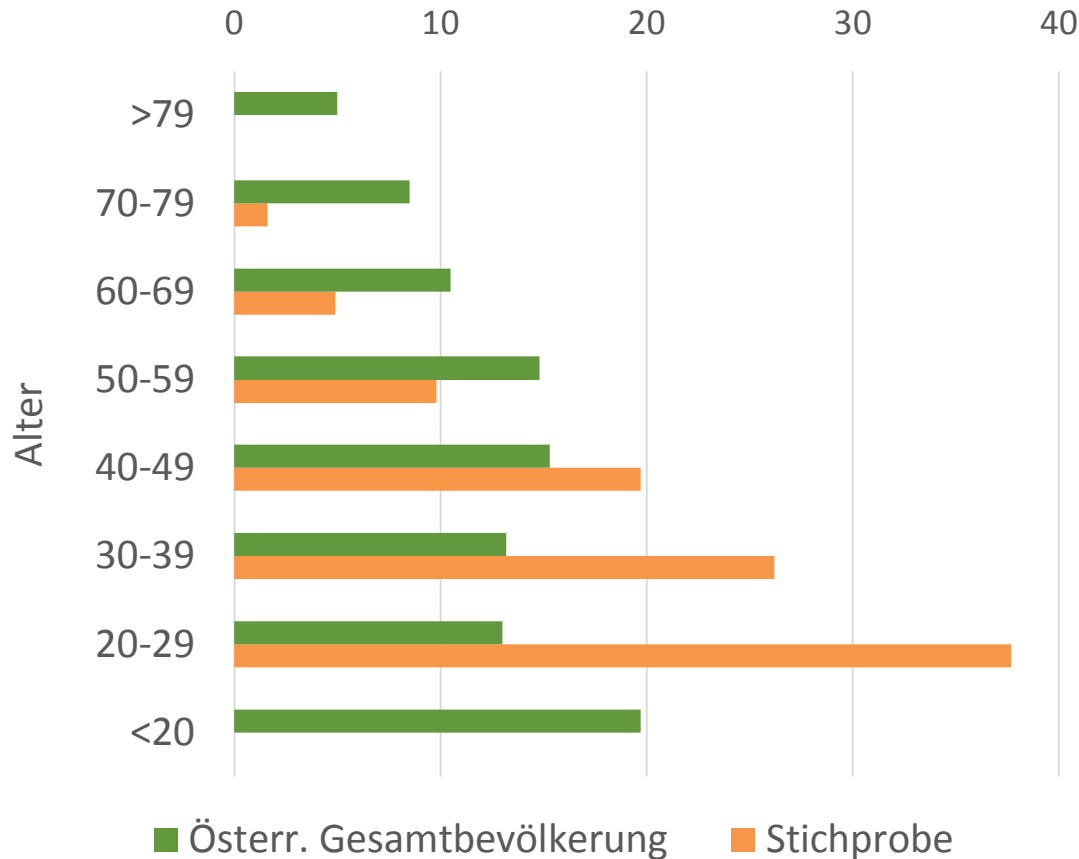
61 Vollständige Fragebögen



32



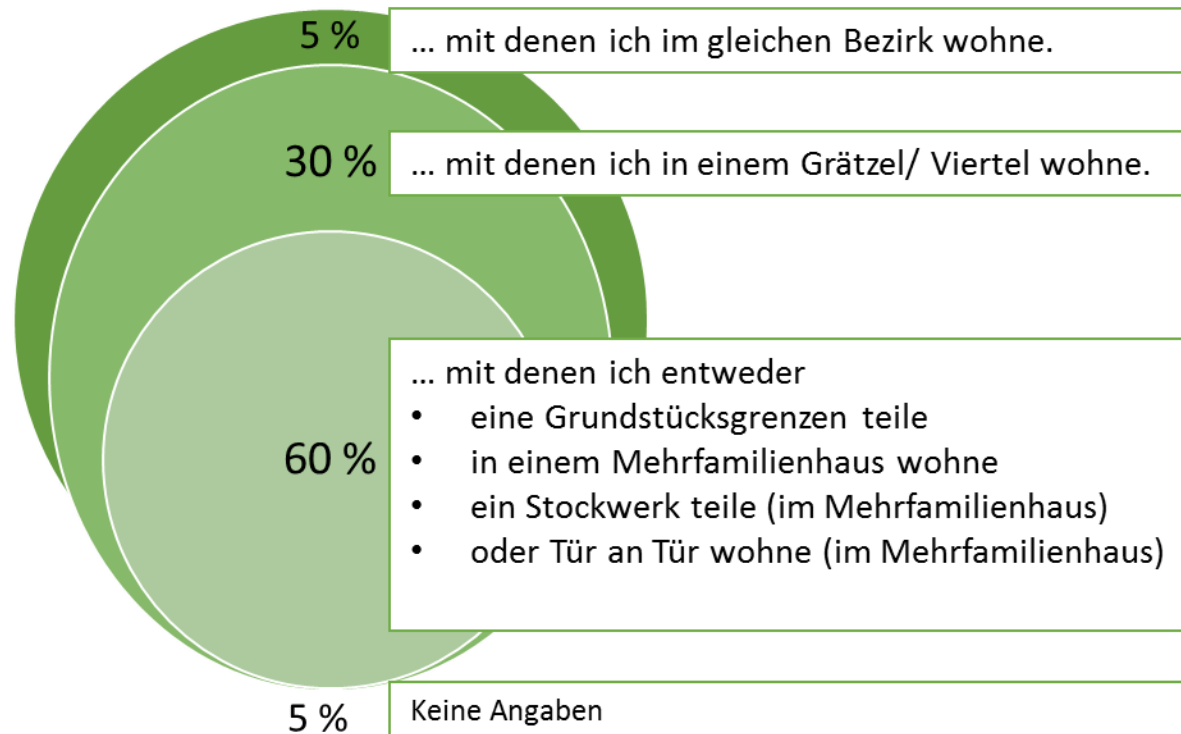
29



Stichprobenszusammensetzung [n = 61] im Vergleich zur österreichischen Gesamtbevölkerung (in %)

# Welche räumliche Ausprägung hat Nachbarschaft für Sie?

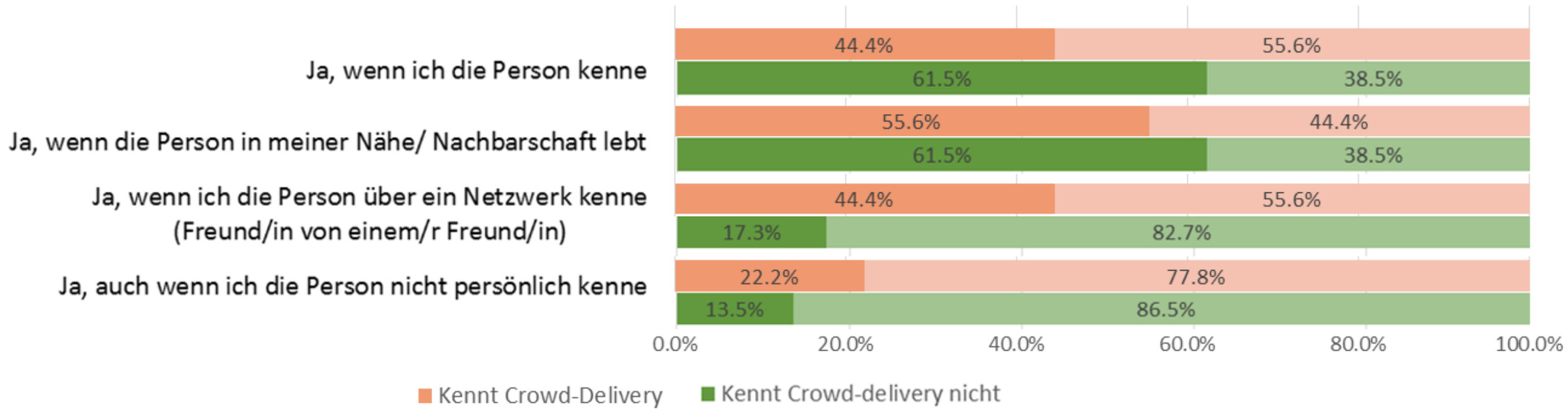
Nachbarn, sind für mich Menschen, ...



Nachbarschaft für Crowd-Delivery wichtig, da

- kurze Wege für den „Mitbringer“
- eventuell soziale Kontakte bereits vorhanden

# Mitbringbereitschaft und soziale Nähe



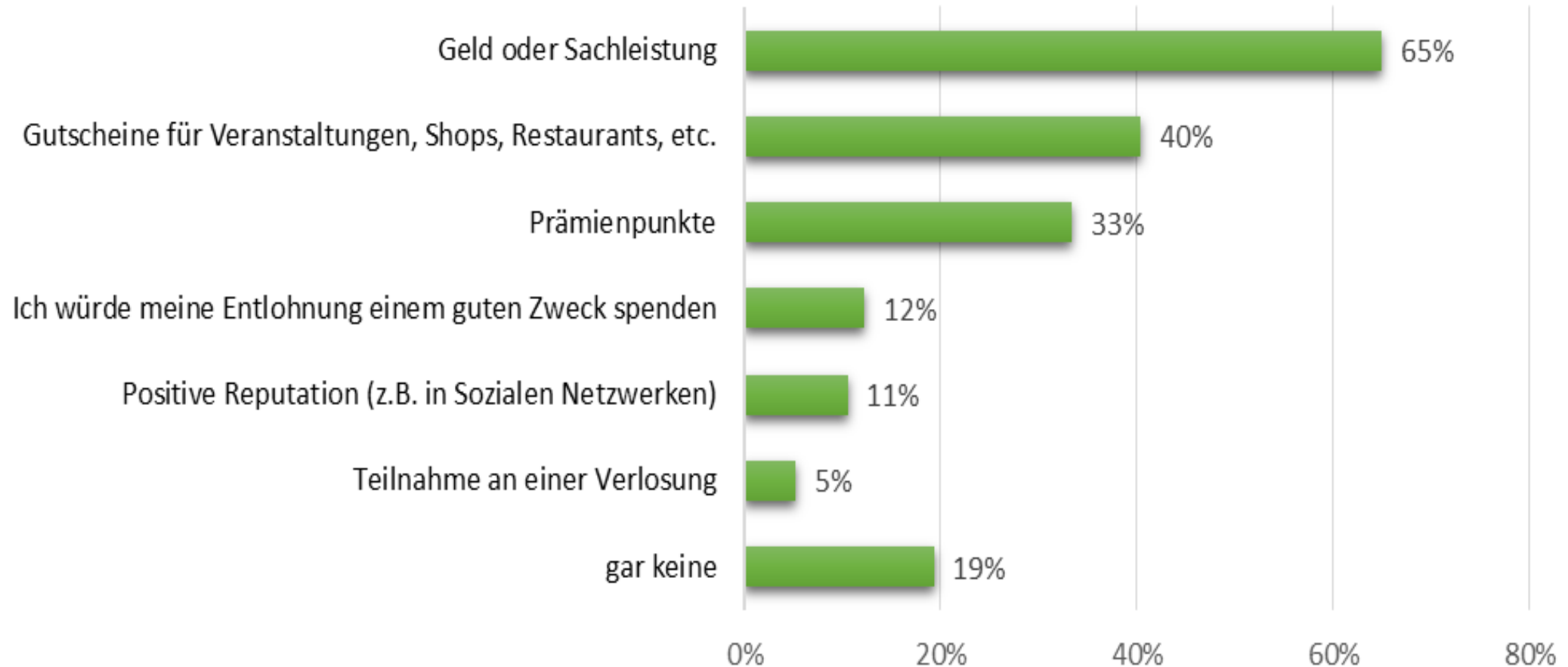
  
**61,5%**

Würden Personen etwas mitbringen,  
die sie persönlich kennen

  
**13,5%**

der Personen, denen Crowd-Delivery  
unbekannt ist, würden unbekannte Person  
beliefern

# Gewünschte Incentivierung

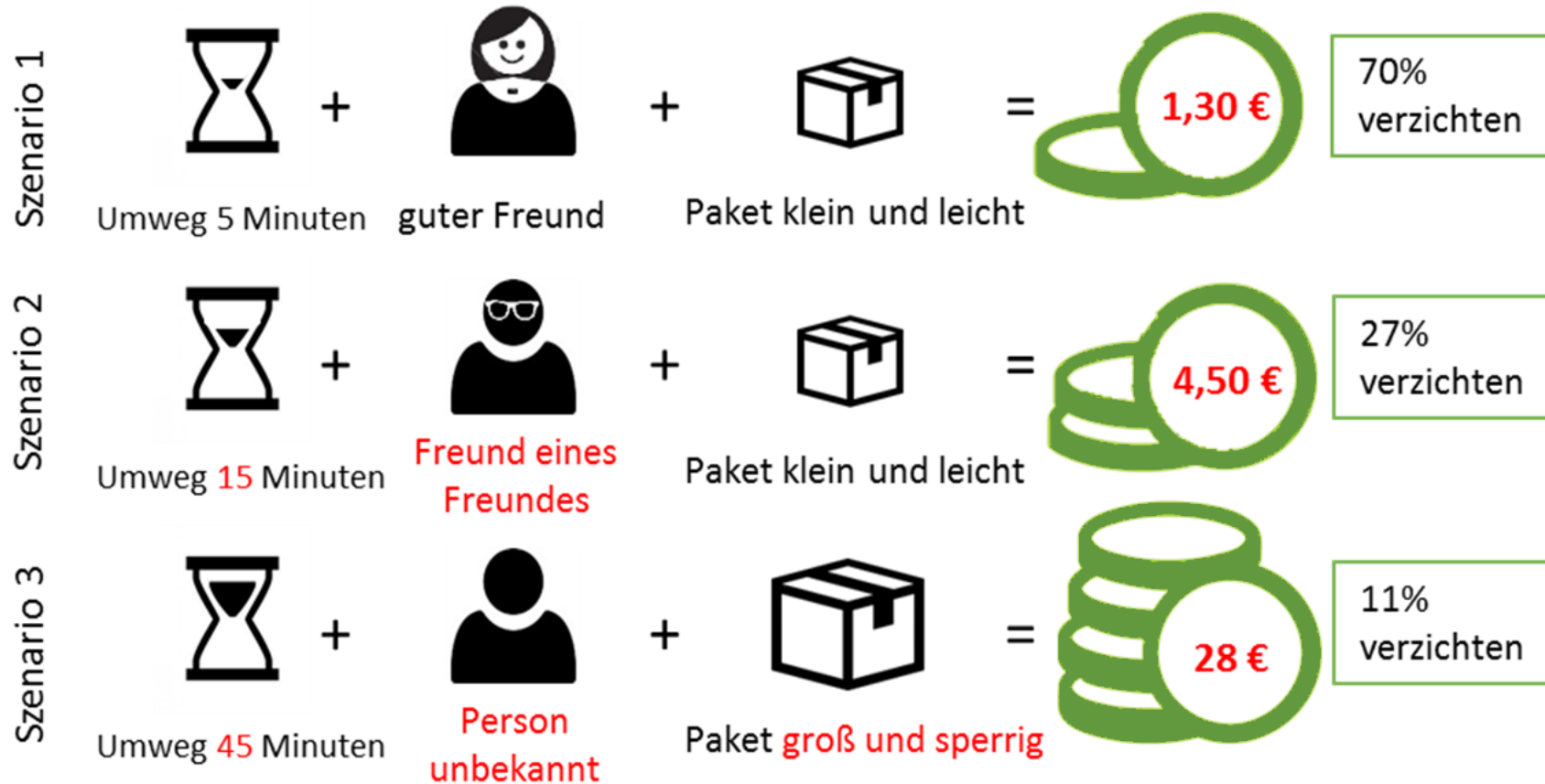


**65%** möchten eine monetäre Vergütung



**19%** würden komplett verzichten

# Durchschnittliche, geforderte Entlohnung bei drei Szenarien



- Höhe der Entlohnung wird bei bestehenden Crowd-Delivery-Konzepten sehr unterschiedlich gehandhabt
- ggf. abhängig vom Warenpreis (z.B. 10% des Warenpreises bei BringBee)

# Wie setzt sich die Crowd für das Lieferkonzept zusammen?

- „Nachbarschaftshelfer“ (ca. 60% der Befragten) (aber Incentivierung erforderlich )



FAHRRAD-AFINE (25%)



FUSS & ÖV  
(20% & 13%)



AUTO-ORIENTIERTE (50%)

- Professionelle Kurier: „Abfedern“ der Crowd, um Lieferengpässen entgegenzuwirken

Br*iiii*ings



# Use Cases

## PHASE 1

10 Angebote („Boxen“)  
Auslieferung durch Fahrrad-Kurier-  
Unternehmen



Testlauf Dezember 2016



Crowd einbinden

## PHASE 2

Angebote ausweiten  
Erste Crowd-Lieferanten  
einbeziehen?

Angebot ausweiten



## PHASE 3

Angebotsplattform  
Professionelle Kuriere springen zum  
„Abfedern“ der Crowd ein

## PHASE 1

### Das Beste der Innenstadt - zusammengestellt

---

Briings ist ein innovativer Lieferservice, der ausgewählte Produkte der Grazer Innenstadt in Paketen zusammenstellt. Die Pakete sind einfach per Click zu bestellen und werden mit dem Fahrrad geliefert.



## Das Beste der Innenstadt

- zusammengestellt

---

- Biiings liefert eine Kombination von Produkten, die letztlich die Grazer Innenstadt ausmachen
- Angebot,
  - das Händler nur gemeinsam erbringen können
  - das lokal und einzigartig ist; das Erlebnis der Grazer Innenstadt widerspiegelt



## PHASE 1

### Paket 1: Meeting

---

- 4-10 Wagner Brezeln o. Ä.
- 4-10 frische Säfte von Hauptplatz
- 1 Blumen
- Etwas Süßes vielleicht Jodl / Linzbichler
- Kaffee von Tribeka
- ...



ini



## PHASE 1

### Paket 2: Familie

---

- LUNA MUM Magazin von Moser
- Handgeschöpfte Schokolade
- Baby Outfit von Gerstner
- Spielzeugschachtel
- Mützenmafia



## PHASE 1

### Paket 3: So richtig echt entspannt

---

- Hausspezialität Tee
- Apotheke
- Teesieb
- Nähzeug Stoffwerkstadt
- Duftkerze
- besonderes Magazin



*izi*



## Das Beste der Innenstadt

- zusammengestellt

---

- Pakete können saisonal variiert werden
- Erzeugen zusätzliche Frequenz
- Erzeugen Sichtbarkeit für die einzigartige Vielfalt der Innenstadt



## Zusammenfassung und weitere Schritte:

- Crowd-Delivery ermöglicht umwelt- und ressourcenschonendes „Mitbringen“
  - Einsparung von Wegen
  - Kombination mit dem Fahrrad als Transportmittel
  - Einbindung der lokalen Bevölkerung
- Stationären Einzelhandel stärken
- Verknüpfung stationärer + online Handel





## Zusammenfassung und weitere Schritte:

- Mitbring-Idee verbreiten
- Etablierung einer Gemeinschaft mit
  - starken persönlichen Bindungen und/oder
  - Belohnungssystem
- Händlerbefragung / Feedback zum Angebot
- Umsetzen der ersten Pakete



# Brüiings

DANKE FÜR DIE AUFMERKSAMKEIT

DI Linda Dörrzapf

Technische Universität Wien  
Fachbereich für Verkehrssystemplanung

[linda.doerrzapf@tuwien.ac.at](mailto:linda.doerrzapf@tuwien.ac.at)