

Landeshauptstadt Hannover
Fachbereich Planen und Stadtentwicklung
OE 61.15/ Flächennutzungsplanung

GEFÖRDERT VOM



**Bundesministerium
für Bildung
und Forschung**

FKZ: 03SF0547

Ergebnisse der deutschlandweiten Befragung zum logistikauslösenden Verhalten von Privatpersonen

des Forschungsprojekts USEfUL



Inhaltsverzeichnis

1 Befragung	3
2 Forschungsprojekt USEfUL	3
3 Hintergrund der Befragung	4
4 Persönliche Angaben der Befragten	5
5 Bewertung neuer Trends und Angebote	9
6 Eigene und ausgelöste Mobilität	15
7 Private Paketbestellungen	22
8 Fazit	24
Verzeichnis der Karte und Grafiken	25

1 Befragung

Im Rahmen des Förderprojektes USEfUL (Untersuchungs-, Simulations- und Evaluations-Tool für Urbane Logistik) wurde von Juni bis August 2018 eine deutschlandweite Online-Befragung zu dem Thema: „Logistikauslösendes Verhalten von Privatpersonen“ durchgeführt. Zusätzlich erhielten die Bürger*innen durch den Projektstand bei der Veranstaltung „Autofreier Sonntag Hannover“ am 3. Juni 2018 die Möglichkeit, vor Ort dieselben Fragen auf einem Papierfragebogen auszufüllen. Dies sollte insbesondere Bürger*innen ohne Internetzugang die Möglichkeit geben, ebenfalls an der Umfrage teilzunehmen. Die Bürgerbefragung erhielt einen Rücklauf von 1.300 Fragebögen. Die Anzahl der Teilnehmenden kann je nach Frage variieren, wenn einzelne Fragen nicht beantwortet wurden.

2 Forschungsprojekt USEfUL

Die Landeshauptstadt Hannover hat aufgrund ihrer logistischen Bedeutung innerhalb Europas und Deutschlands hervorragende Voraussetzungen, um das Thema der urbanen Logistik zu besetzen und weiter zu entwickeln. Mit Partnern aus Wirtschaft und Wissenschaft wurde daher im Jahr 2017 die „Projektinitiative Urbane Logistik“ ins Leben gerufen. Mit dem Ziel, Hannover bis 2030 in eine Kompetenzregion für urbane Logistik zu verwandeln. Im Zuge dessen werden innerhalb der Projektinitiative diverse Handlungsfelder bearbeitet, die sich darauf konzentrieren, die Logistik stadtverträglich, innovativ und emissionsfrei zu gestalten.

Aus der „Projektinitiative Urbane Logistik“ heraus, startete im September 2017 das kooperative Forschungsprojekt USEfUL. Die Landeshauptstadt Hannover leitet das Projekt und führt es gemeinsam mit ihren Verbundpartnern Leibniz Universität Hannover, Technische Universität Carolo-Wilhelmina zu Braunschweig, Hochschule Hannover und Volkswagen AG durch. Das vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) geförderte Projekt (Förderkennziffer 03SF0547), befasst sich mit der Entwicklung einer Web-Applikation, mit der Logistikkonzepte simuliert und optimiert werden, sowie deren Auswirkungen auf den Gesamtverkehr aufgezeigt werden können. Das Projekt soll seinem Akronym gerecht werden und „nützlich“ sein: Insbesondere Politiker und Kommunen sollen die Web-Applikation verwenden, um entsprechend ihrer definierten Nachhaltigkeitsziele, effektive Maßnahmen zu identifizieren. Mit der Umsetzung der identifizierten Logistikkonzepte, soll die innerstädtische Logistik beispielsweise leiser werden und geringere Schadstoffemissionen aufweisen. Dadurch

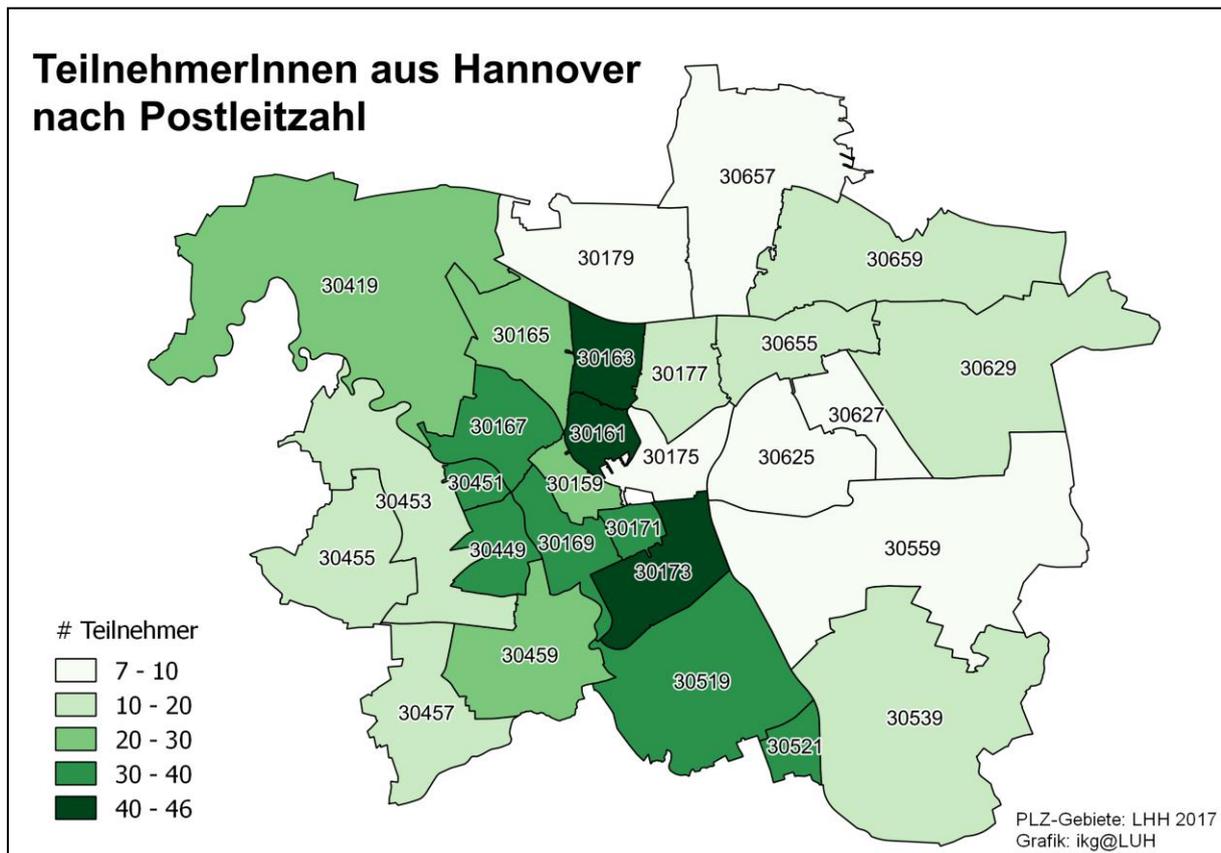
könnten Städte für die Bürger*innen lebenswerter werden. Ein weiterer Fokus der Projektgruppe ist es, das von der EU gesetzte Ziel zu erreichen, die urbane Logistik bis 2030 weitestgehend CO2-frei zu gestalten.

Die Zusammensetzung der Projektpartner im Forschungsprojekt USEfUL bringt Kommune, Wissenschaft und Wirtschaft zusammen und strebt den Austausch von Ideen und Fachwissen an. Die Landeshauptstadt Hannover leitet das Projekt und führt es gemeinsam mit ihren Verbundpartnern Leibniz Universität Hannover, Technische Universität Carolo-Wilhelmina zu Braunschweig, Hochschule Hannover und Volkswagen AG durch.

3 Hintergrund der Befragung

Für die Analyse des logistikrelevanten Mobilitätsbedürfnisses wurden im Forschungsprojekt USEfUL Bürger*innen deutscher Städte mittels einer Befragung eingebunden. Ziel dieser Befragung war die Erlangung von Basiswissen zu der Thematik der täglichen Versorgung und den damit verbundenen Mobilitätsanforderungen und –bedürfnissen. Darüber hinaus wurden Erkenntnisse über die Akzeptanz bezüglich moderner Mobilitäts- und Logistikangebote erhoben.

An der Umfrage haben sich deutschlandweit insgesamt 1.300 Bürger*innen beteiligt. Mit 696 Bürger*innen gaben über die Hälfte der Teilnehmenden bei der Befragung an, dass sie aus dem Stadtgebiet der Landeshauptstadt Hannover kommen. Die Landeshauptstadt Hannover hat durch die Herausgabe einer Pressemitteilung auf die Umfrage aufmerksam gemacht, die von zahlreichen deutschlandweiten und insbesondere lokalen Medien aufgegriffen wurde. Wie die Karte „Teilnehmende aus Hannover nach Postleitzahl“ zeigt, konnte mit der Umfrage jedes der Postleitzahlgebiete Hannovers erreicht werden. Die größte Anzahl an Rückmeldungen wurde in den einwohnerstarken Postleitzahlgebieten 30161, 30163 und 30173 mit jeweils über 40 Befragten erreicht.



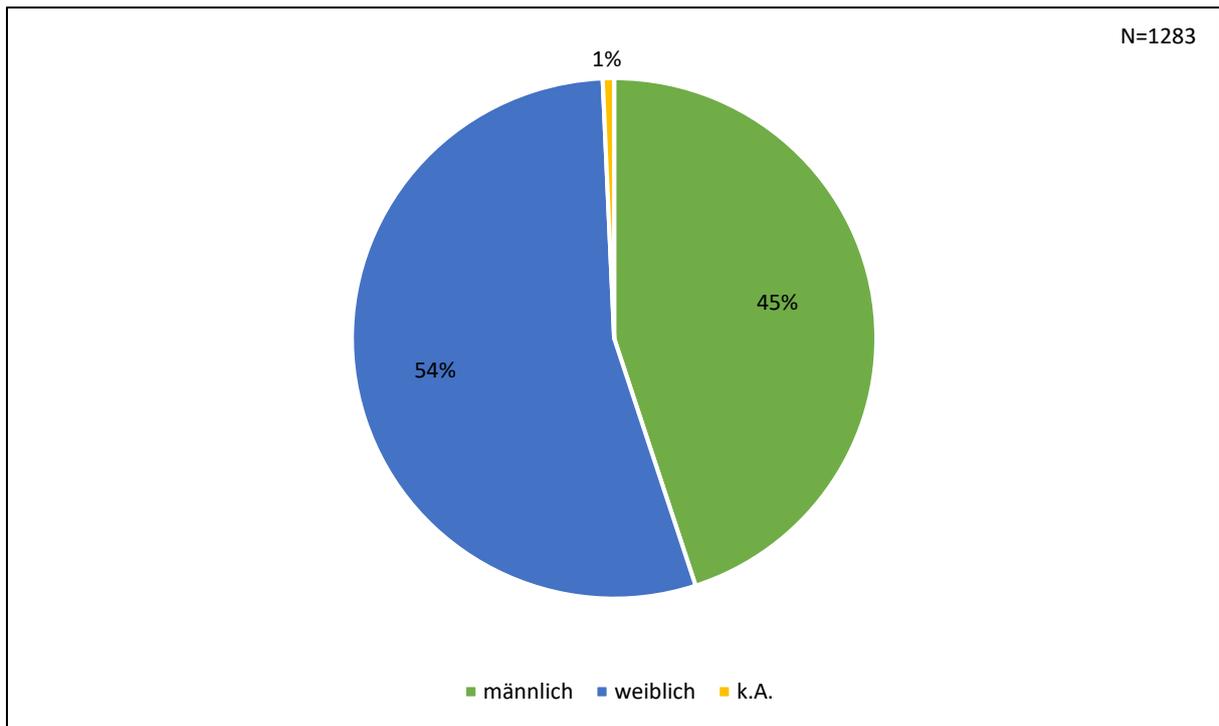
Karte: Teilnehmende aus Hannover nach Postleitzahl

4 Persönliche Angaben der Befragten

Durch die Erhebung von persönlichen Daten können bessere Angaben zu einer möglichen Repräsentativität der Befragung erlangt werden. Weiterhin können über diese Daten genauere Schlüsse in Bezug auf das Mobilitätsverhalten und die Mobilitätsbedürfnisse bestimmter Bevölkerungsgruppen abgeleitet werden, sodass bspw. die Akzeptanz von Logistikkonzepten einzelnen Alters- oder Beschäftigungsgruppen zugeordnet werden kann.

Frage 1: Bitte geben Sie ihr Geschlecht an.

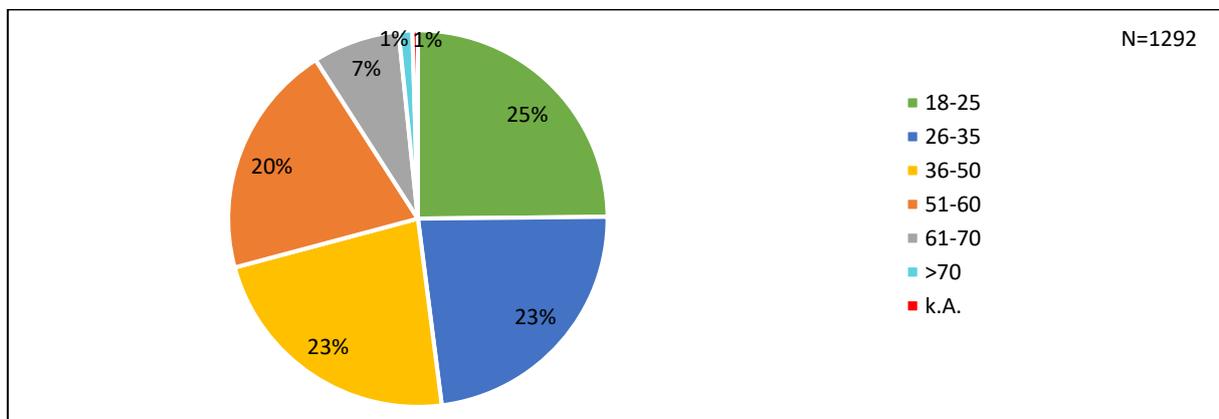
Die Geschlechterverteilung der Befragten ist insgesamt sehr ausgeglichen (s. Grafik 1). 54 % der Befragten geben an, weiblich zu sein, während 45 % angeben, männlich zu sein. Lediglich 1 % der Teilnehmenden machen zum Geschlecht keine Angabe.



Grafik 1: Geschlechterverteilung der Befragten

Frage 2: Bitte geben Sie Ihr Alter an.

Die Altersverteilung zeigt, dass mit der Befragung alle definierten Altersgruppen erreicht wurden (s. Grafik 2). Ein Viertel der Befragten ist im Alter zwischen 18 und 25 Jahren. Die Altersgruppen „26 - 35 Jahre“ und „36 - 50 Jahre“ sind jeweils mit 23 % der Teilnehmer*innen vertreten, während ein Fünftel der Befragten zwischen 51 und 60 Jahren alt ist. Den kleinsten Teilnehmerkreis bilden die Altersgruppen „61 - 70 Jahre“ und „> 70 Jahre“. Es ist zu beachten, dass dieser Anteil im Vergleich zur Gesamtbevölkerung unterrepräsentiert ist.



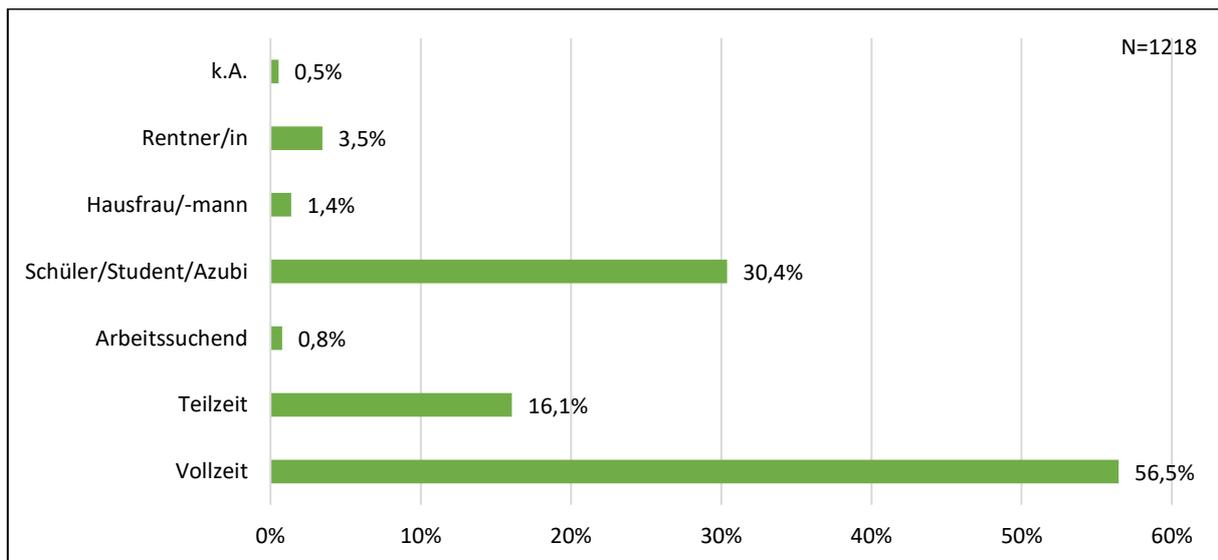
Grafik 2: Altersverteilung der Befragten

Frage 3: Welcher Tätigkeit gehen Sie aktuell nach?

Bei der Frage nach der aktuellen Tätigkeit (s. Grafik 3) sind Mehrfachnennungen möglich. Die Gesamtsumme der Anteile liegt daher über 100 %.

Mit einem Anteil von 56,5 % gibt über die Hälfte der Befragten an, in Vollzeit zu arbeiten. Rund 30 % der Befragten ordnen sich in die Gruppe „Schüler/Studenten/Azubi“ zu, während 16 % der Teilnehmenden in Teilzeit beschäftigt ist. „Rentner*innen“ sind mit 3,5 % vertreten. Die geringsten Anteile fallen auf die Gruppe der „Hausfrauen und –männer“ (1,4 %) sowie auf die Gruppe der „Arbeitssuchenden“ (0,8 %).

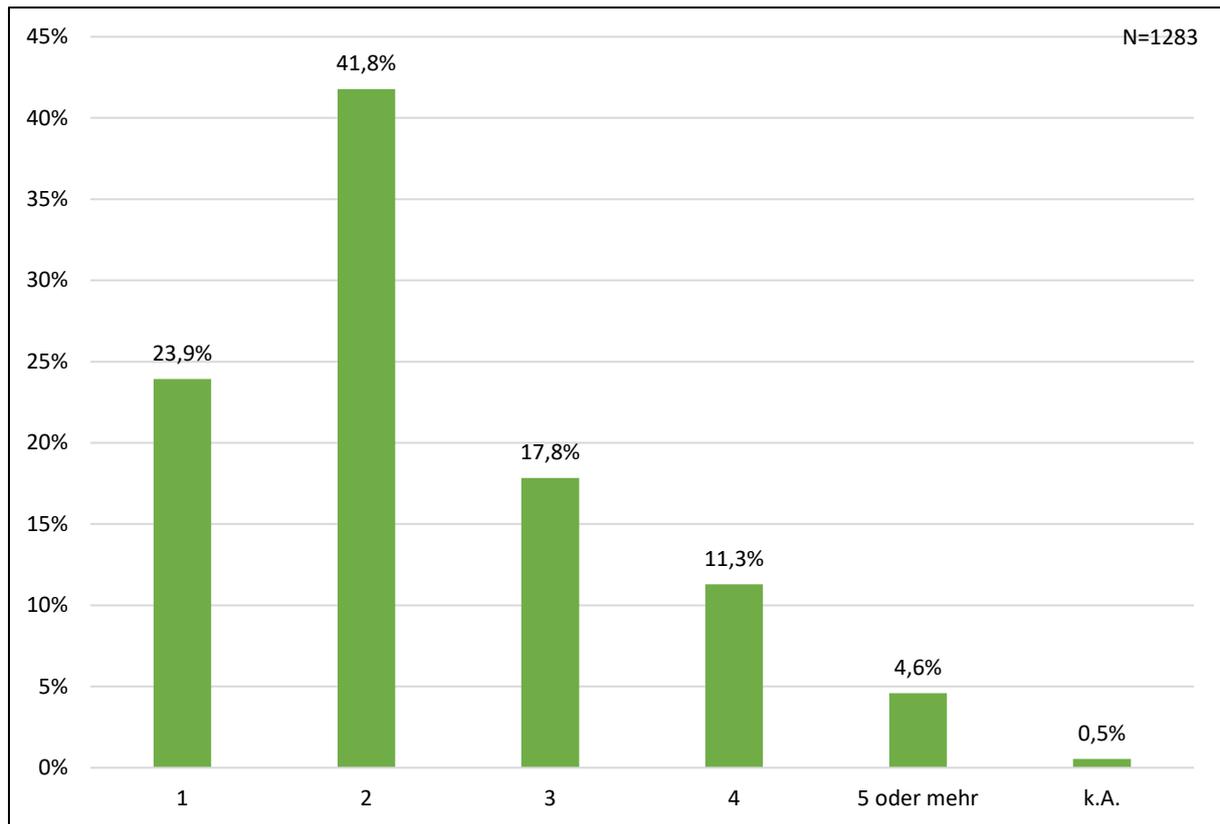
Insgesamt zeigt die Verteilung der Tätigkeiten, dass die Umfrage alle Beschäftigungsgruppen erreichen konnte. Die Verteilung legt dennoch nahe, dass insbesondere die Gruppe der „Schüler*innen/Studenten*innen/Auszubildenden“ leicht überrepräsentiert ist, während die Gruppe der „Rentner*innen“ unterrepräsentiert ist.



Grafik 3: Beschäftigungsverteilung der Befragten

Frage 4: Wie viele Personen leben insgesamt in ihrem Haushalt?

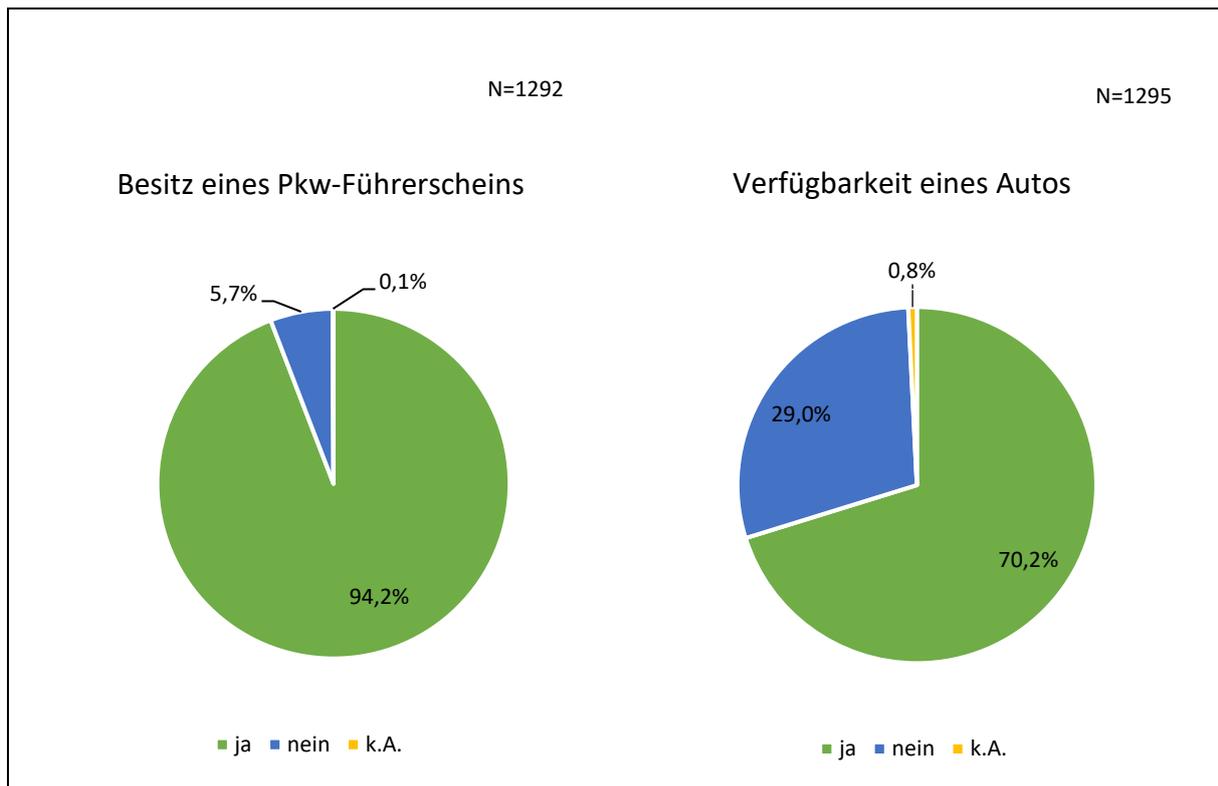
Rund 42 % der Befragten geben an, in einem 2-Personen-Haushalt zu leben. Es folgen der 1-Personen-Haushalt mit ca. 24 % und der 3-Personen-Haushalt mit ca. 18 % der Befragten. Die geringsten Anteile entfallen auf die 4-Personen-Haushalte (ca. 11 %) und Haushalten mit „5 oder mehr Personen“ (4,6 %) (s. Grafik 4).



Grafik 4: Haushaltsgrößen der Befragten

Frage 5 und 6: Sind Sie im Besitz eines Führerscheins und steht Ihnen ein Pkw zur Verfügung?

Die Grafik 5 zeigt, dass 94,2 % der Teilnehmenden im Besitz eines Pkw-Führerscheins sind. Lediglich 5,7 % der Befragten geben an, keinen Pkw-Führerschein zu besitzen. Der überwiegende Anteil gibt an, dass ihnen mindestens ein Auto zur regelmäßigen Nutzung zur Verfügung steht (70,2 %). Dabei stehen 29 % der Befragten kein Auto zur regelmäßigen Nutzung zur Verfügung.



Grafik 5: Besitz eines Pkw-Führerscheins und Verfügbarkeit eines Autos der Befragten

5 Bewertung neuer Trends und Angebote

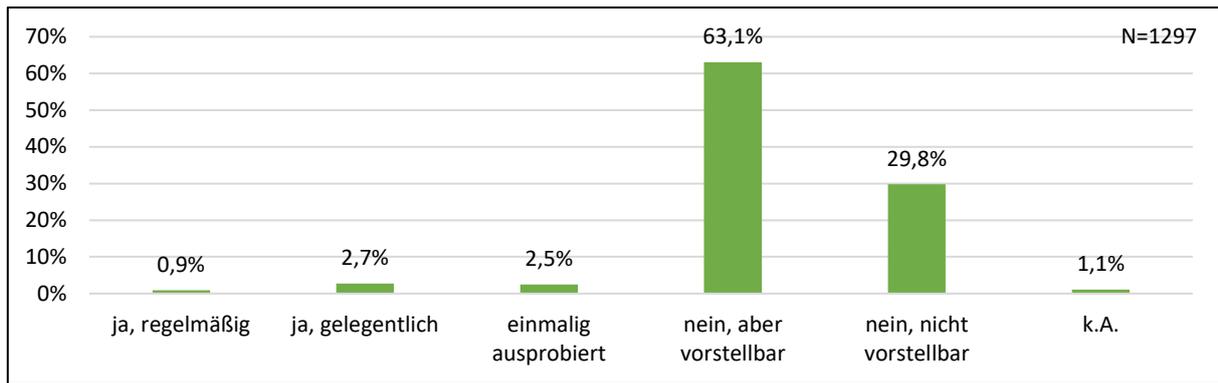
Die Bewertung der Bürger*innen bezüglich neuer Logistiktrends und -angebote gibt wesentliche Aufschlüsse über deren Akzeptanz und aktuellen Verbreitung in der Bevölkerung. Durch die Rückmeldungen können zukünftige Handlungsbedarfe dargestellt und quantifiziert werden.

Alle Antworten in dieser Kategorie beziehen sich auf die Frage:

„Nutzen Sie die folgenden Mobilitäts- und Logistikangebote?“

Frage 7: Ausleihe von Lastenfahrrädern

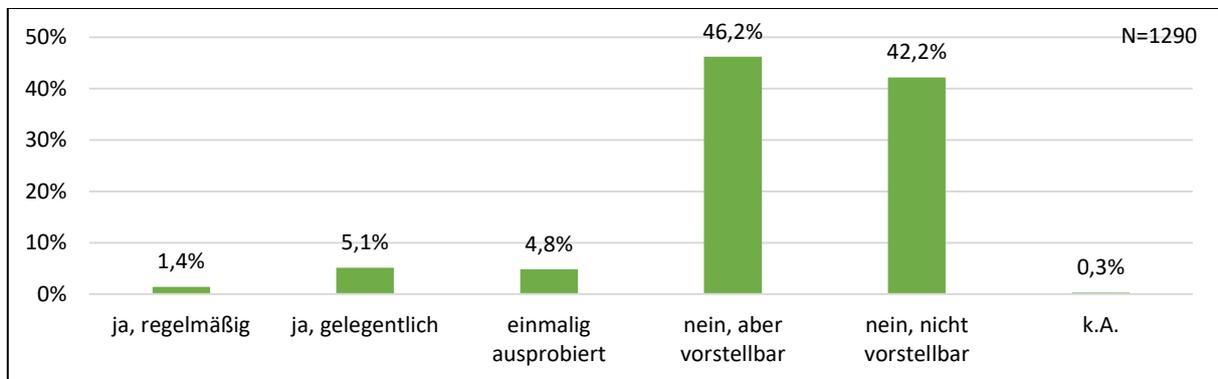
Die Auswertung der Befragungsergebnisse zeigt, dass etwa 3 % der Befragten bereits regelmäßig oder gelegentlich Lastenfahrräder für den privaten Gebrauch ausleihen. Darüber hinaus haben etwa 3 % die Ausleihe von Lastenfahrrädern einmalig ausprobiert. Ein Großteil der Befragten nutzt dieses Angebot allerdings noch nicht. Über 60 % der Teilnehmenden können sich jedoch eine Nutzung zukünftig vorstellen, während die Nutzung für rund 30 % auch in Zukunft nicht vorstellbar ist (s. Grafik 6).



Grafik 6: Ausleihverhalten von Lastenfahrrädern

Frage 8: Lebensmittellieferungen aus dem Online-Supermarkt

Grafik 7 zeigt erste Erkenntnisse über die Akzeptanz der Lebensmittellieferungen aus dem Online-Supermarkt („E-Grocery“) auf. Etwa 7 % der Befragten nutzen dieses Angebot bereits regelmäßig oder gelegentlich, während etwa 5 % das Angebot einmalig ausprobiert haben. Knapp 90 % der Befragten nutzten bisher noch keine Lebensmittellieferung aus dem Online-Supermarkt. Jedoch können sich 46 % der Befragten eine Nutzung in Zukunft vorstellen.

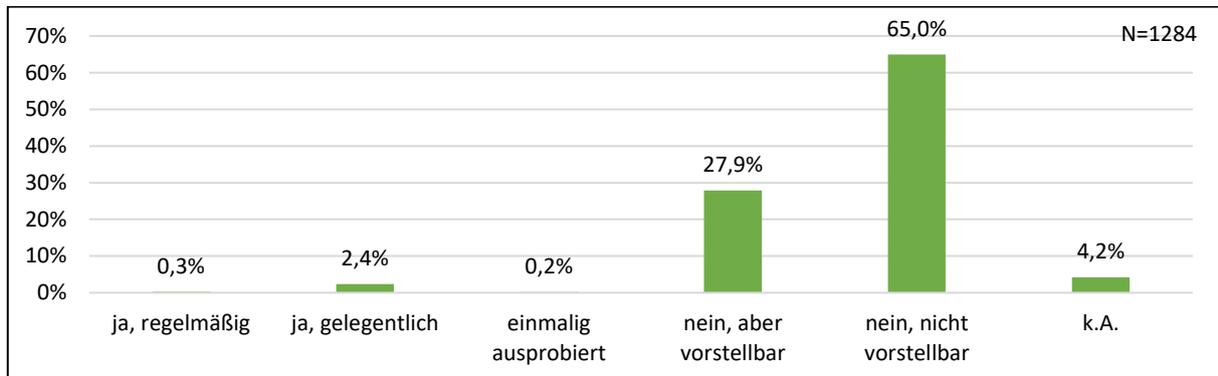


Grafik 7: Lebensmittellieferungen aus dem Online-Supermarkt

Frage 9: Paketlieferungen in den Kofferraum des privaten Pkw

Wie der Grafik 8 zu entnehmen ist, werden Paketlieferungen in den Kofferraum des privaten Pkw momentan noch nicht von der Bevölkerung angenommen. Knapp 3 % der Teilnehmenden geben an, dieses Angebot zu nutzen oder es zumindest ausprobiert zu haben. Über 90 % nutzen das Angebot jedoch noch nicht. Dies kann auch darauf zurückzuführen sein, dass eine Hardware-Komponente für das private Fahrzeug notwendig ist, die es den Liefernden

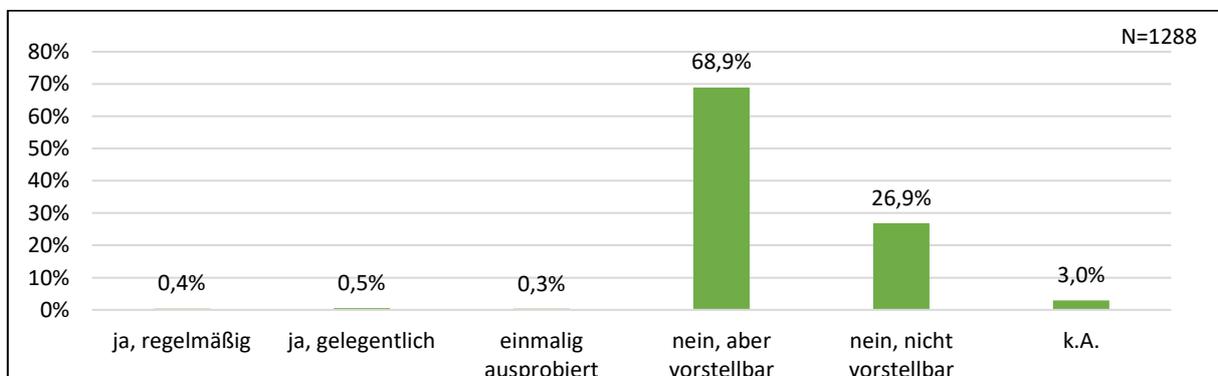
ermöglicht, dort ein Paket abzulegen. Etwa 28 % der Befragten können sich eine Paketlieferung in den Kofferraum jedoch in Zukunft vorstellen.



Grafik 8: Paketlieferungen in den Kofferraum des privaten Pkw

Frage 10: Aufklappbare Spezialkästen zur Paketannahme vor der Wohnungstür (im Gebäude)

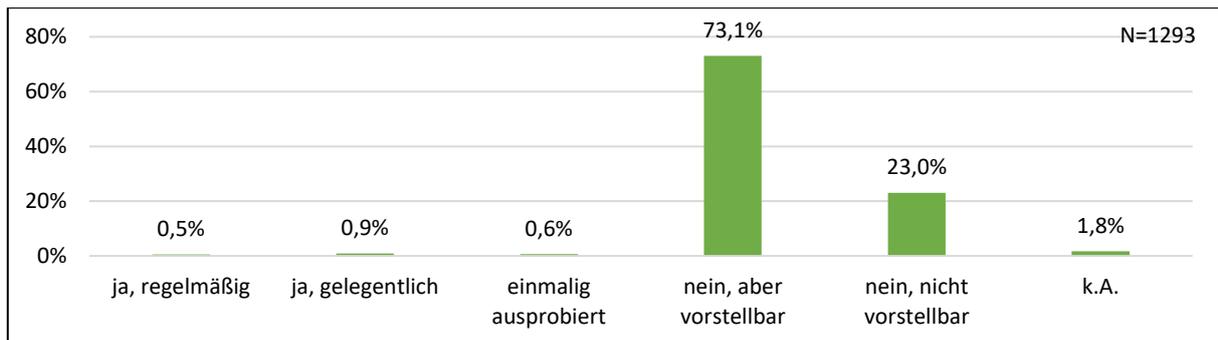
Aufklappbare Spezialkästen vor der Wohnungstür könnten die Zustellung der Pakete in Zukunft erleichtern. Diese Kästen können beispielsweise an der Wohnungstür in einem Mehrfamilienhaus befestigt werden, sodass der aufklappbare Spezialkasten von Lieferanten mit einem mittleren oder mehreren kleinen Paketen befüllt und verriegelt werden kann. Der *die Empfänger*in kann durch Eingabe eines Codes die Pakete entnehmen. Wie Grafik 9 zeigt, sind solche Kästen momentan jedoch nicht sehr weit verbreitet. Etwa 1 % der befragten Bürger*innen nutzen die Spezialkästen an der Wohnungstür regelmäßig oder gelegentlich oder haben diese zumindest einmalig ausprobiert. Fast 70 % der Teilnehmenden könnten sich eine Nutzung der Spezialkästen in Zukunft vorstellen.



Grafik 9: Aufklappbare Spezialkästen zur Paketannahme vor der Wohnungstür (im Gebäude)

Frage 11: Spezialkästen zur Paketannahme vor der Haustür (vor dem Gebäude)

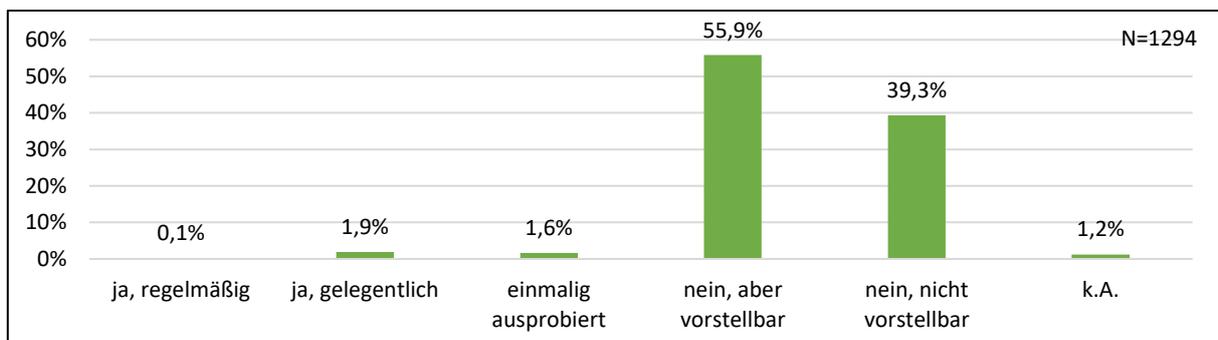
Wie bei den Spezialkästen vor der Wohnungstür (s. Frage 10), werden auch Spezialkästen vor dem Gebäude mit etwa 2 % wenig genutzt. Jedoch bestätigt sich auch hier, dass ein Großteil der Befragten (hier sogar 73 %) sich die Nutzung eines solchen Kastens vorstellen kann. Lediglich 23 % der Befragten geben an, dass sie sich ein solches Angebot nicht vorstellen können (s. Grafik 10).



Grafik 10: Spezialkästen zur Paketannahme vor der Haustür (vor dem Gebäude)

Frage 12: Taggleicher Lieferservice für in der Innenstadt selbst gekaufte Waren (ggf. mit Aufpreis)

Einen Lieferservice, welcher die in der Innenstadt selbst gekauften Waren ggf. mit Aufpreis am selben Tag zur Kundschaft nach Hause liefert, nutzen mit etwa 4 % nur relativ wenige der befragten Bürger*innen. Dies kann darauf zurückzuführen sein, dass dieser Service bisher nur in sehr wenigen Städten in Deutschland angeboten wird. Die Auswertung der Ergebnisse zeigt dennoch, dass sich über die Hälfte der Teilnehmenden einen solchen Service durchaus vorstellen kann. Dem entgegen stehen ca. 40 % der Teilnehmer*innen, die sich einen solchen Service auch in Zukunft nicht vorstellen können (Grafik 11).



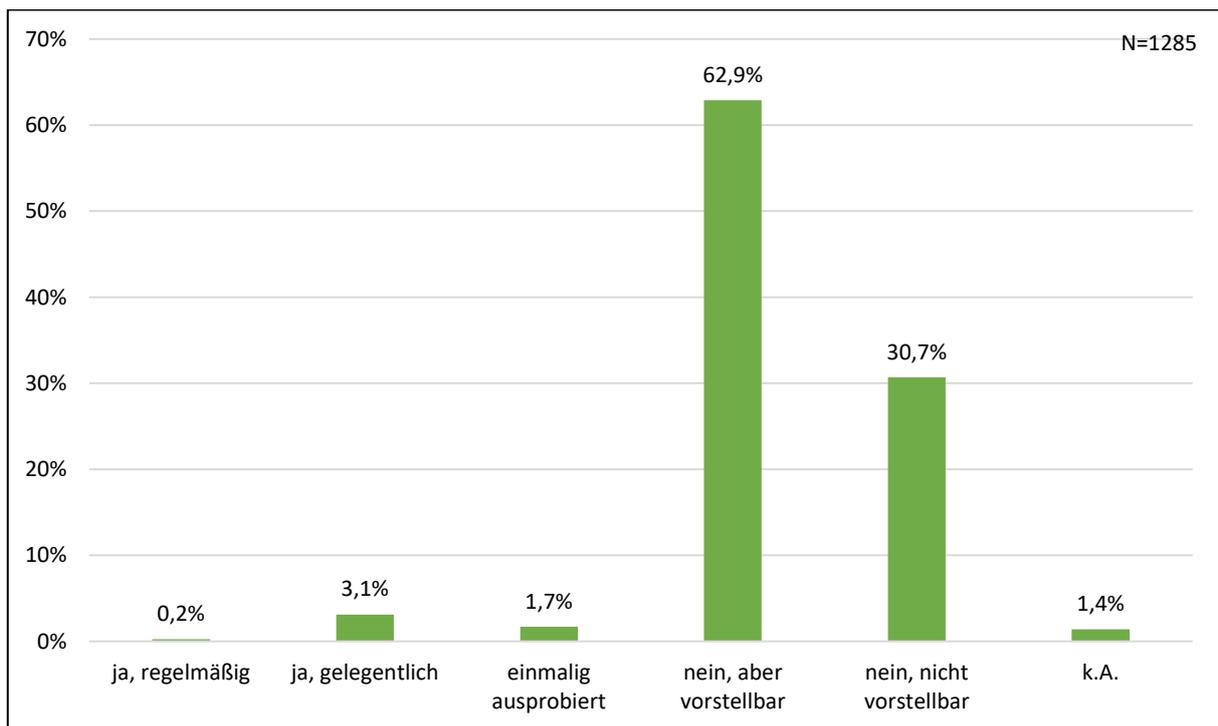
Grafik 11: Taggleicher Lieferservice für in der Innenstadt selbst gekaufte Waren (ggf. mit Aufpreis)

Frage 13: Taggleicher Lieferservice für aus der Innenstadt bestellte Waren (ggf. mit Aufpreis)

Ebenso wie ein Lieferservice für vor Ort selbst gekaufte Waren, gibt es bereits Plattformen, auf denen Waren von Geschäften aus der Innenstadt bestellt und taggleich an den gewünschten Ort geliefert werden. Der Unterschied zur Online-Bestellung ist, dass der lokale Einzelhandel unterstützt werden kann. Insgesamt geben ca. 5 % der Befragten an, einen solchen Service regelmäßig, gelegentlich oder zumindest einmalig genutzt zu haben.

Dies kann darauf zurückzuführen sein, dass dieser Service bisher nur in wenigen Städten in Deutschland angeboten wird und dass selbst dann nicht alle Geschäfte in der Innenstadt teilnehmen, sodass der Mehrwert für die Kundschaft heute ggf. noch nicht groß genug ist.

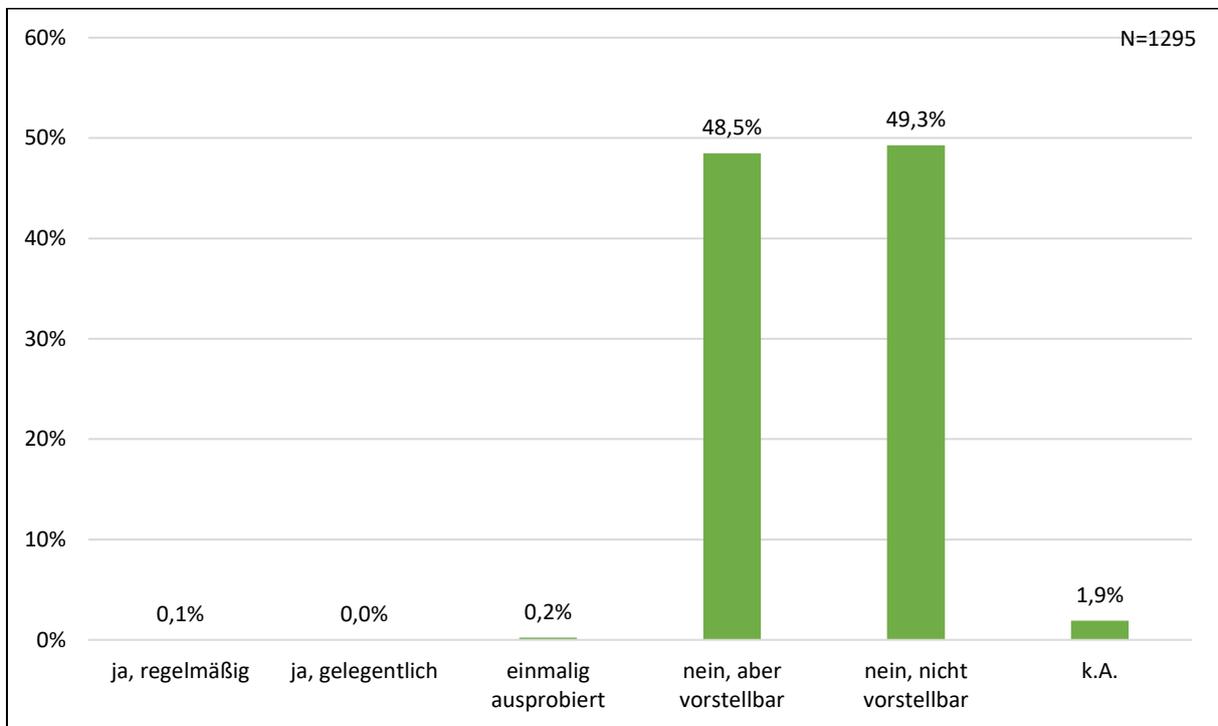
Für die Zukunft können sich hingegen fast zwei Drittel der Befragten vorstellen, einen Lieferservice dieser Art zu nutzen, während nur 30 % der Teilnehmenden sich die Nutzung des Angebots auch in Zukunft nicht vorstellen können (s. Grafik 12).



Grafik 12: Taggleicher Lieferservice für aus der Innenstadt bestellte Waren (ggf. mit Aufpreis)

Frage 14: Lieferroboter/ -drohnen

Lieferroboter und –drohnen könnten ein innovatives Transportmittel der Zukunft sein. In Deutschland sind bisher ausschließlich Pilotprojekte bekannt, in denen eine Zustellung mit diesen Transportmitteln erprobt wird. Daher ist eine Nutzung in Deutschland bisher nur als Testperson möglich. Diese Tatsache erklärt, warum lediglich 0,3 % der Befragten das Angebot regelmäßig oder einmalig genutzt haben. Die Akzeptanz eines solchen Zustellkonzeptes ist auch in der Bevölkerung umstritten. Nur etwa die Hälfte der Befragten kann sich vorstellen, in Zukunft darauf zurückzugreifen. Eine Sendungszustellung durch den Einsatz eines Lieferroboters oder einer Lieferdrohne, ist für die andere Hälfte der Befragten nicht vorstellbar (s. Grafik 13).



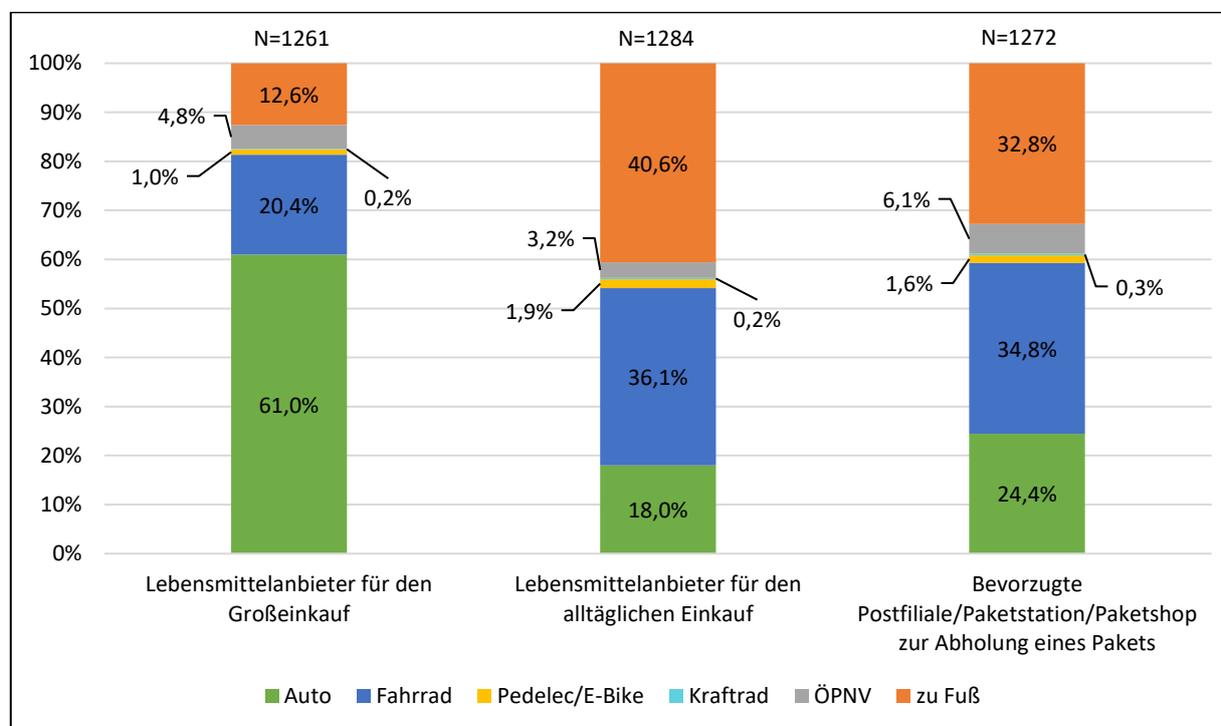
Grafik 13: Lieferroboter/ -drohnen

6 Eigene und ausgelöste Mobilität

In diesem Abschnitt soll das Mobilitätsverhalten und die durch Einkäufe oder Bestellungen ausgelöste Mobilität der Befragten untersucht werden. Die Auswertung ermöglicht es, die logistikrelevante Mobilität zu quantifizieren und daraus Konzepte für die Verbesserung von Logistikprozessen im Stadtgebiet abzuleiten.

Frage 15: Bitte geben Sie an, mit welchen Verkehrsmitteln Sie die drei angegebenen Ziele am häufigsten erreichen.

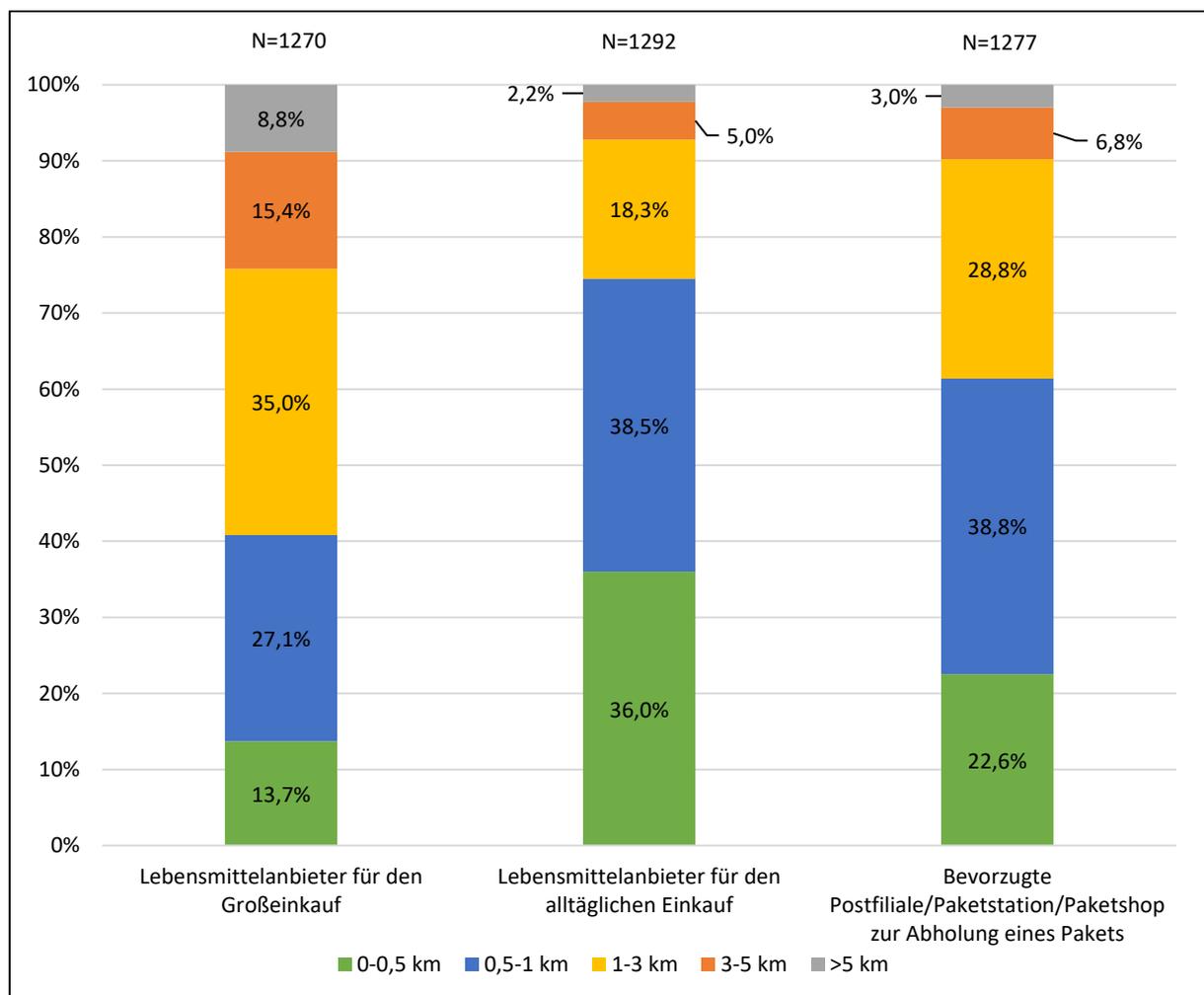
Die Auswertung der Umfrage zeigt, dass die Verkehrsmittelwahl stark davon abhängt, welches Ziel angesteuert wird. Während der Lebensmittelanbieter für den Großeinkauf von 61 % der Befragten in der Regel mit dem Auto aufgesucht wird, nutzen lediglich 18 % der Teilnehmenden das Auto für den alltäglichen Einkauf von Lebensmitteln. Dieser wird am häufigsten zu Fuß (ca. 40 %) oder mit dem Fahrrad (ca. 36 %) erledigt. Die Verteilung der verwendeten Verkehrsmittel, um eine Postfiliale, eine Paketstation oder einen Paketshop zur Abholung eines Pakets aufzusuchen, ähnelt der für den alltäglichen Einkauf, wobei die Befragten bei dieser Tätigkeit etwas häufiger das Auto nehmen, anstatt zu Fuß zu gehen (s. Grafik 14).



Grafik 14: Verkehrsmittelwahl der Befragten zur Erreichung bestimmter Ziele

Frage 16: Bitte schätzen Sie ab, wie weit die drei Ziele von ihrem Wohnort entfernt liegen.

Die Entfernungen der Lebensmittelanbieter für den Großeinkauf bzw. für den alltäglichen Einkauf unterscheiden sich im Durchschnitt. So ist der Lebensmittelanbieter für den Großeinkauf regelmäßig weiter entfernt, als der Lebensmittelanbieter für den alltäglichen Einkauf. Während fast drei Viertel der Teilnehmenden ihren Lebensmittelanbieter für den alltäglichen Einkauf in einer Entfernung von maximal einem Kilometer finden, gilt dies beim Lebensmittelanbieter für den Großeinkauf lediglich für rund 40 % der Befragten. Von knapp einem Viertel der Befragten werden für einen Lebensmittel-Großeinkauf sogar Distanzen von über drei Kilometer zurückgelegt. Die bevorzugte Postfiliale/ Paketstation/ Paketshop befindet sich bei über 60 % der Befragten in einer Entfernung von maximal einem Kilometer, wohingegen knapp 40 % der Befragten Entfernungen über einen Kilometer auf sich nehmen, um ein Paket abzuholen (s. Grafik 15).

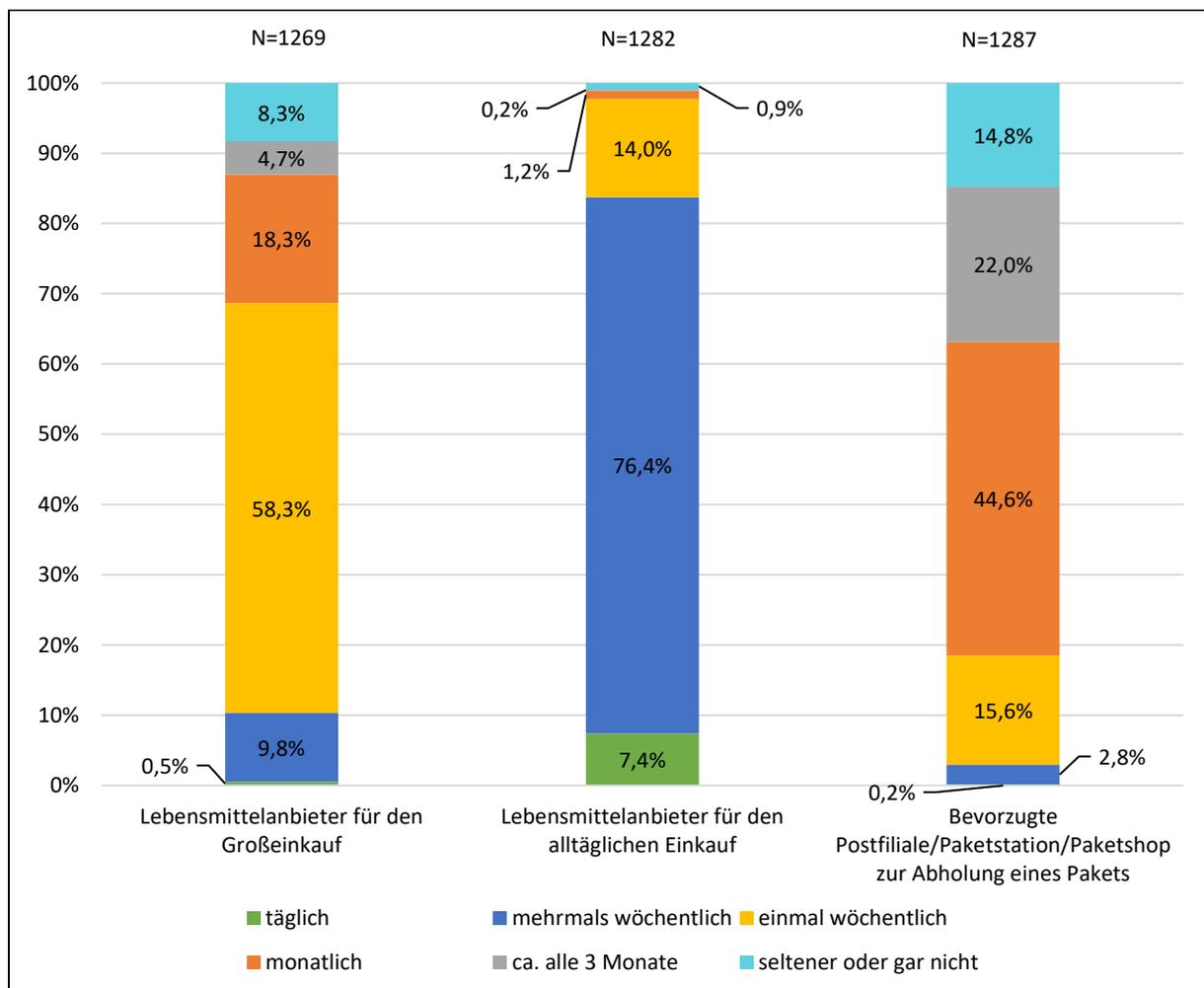


Grafik 15: Entfernungen bestimmter Ziele

Frage 17: Bitte geben Sie an, wie häufig Sie die drei Ziele Aufsuchen.

Die Häufigkeitsverteilung des Aufsuchens der drei untersuchten Ziele zeigt deutliche Unterschiede auf. Während knapp 60 % der Befragten den Lebensmittelanbieter für den Großeinkauf einmal wöchentlich und knapp 20 % sogar nur monatlich ansteuert, wird der Lebensmittelanbieter für den alltäglichen Einkauf von drei Viertel der Befragten mehrmals wöchentlich aufgesucht.

Sehr unterschiedlich sind die Angaben der Befragten bei der Häufigkeit des Aufsuchens einer Postfiliale, einer Paketstation bzw. eines Paketshops. Während knapp 20 % der Befragten dieses Ziel einmal wöchentlich bis hin zu täglich aufsuchen, geben knapp 45 % an, diesen Gang monatlich zu erledigen. Über 35 % suchen dieses Ziel hingegen lediglich einmal pro Quartal oder sogar seltener auf (s. Grafik 16).

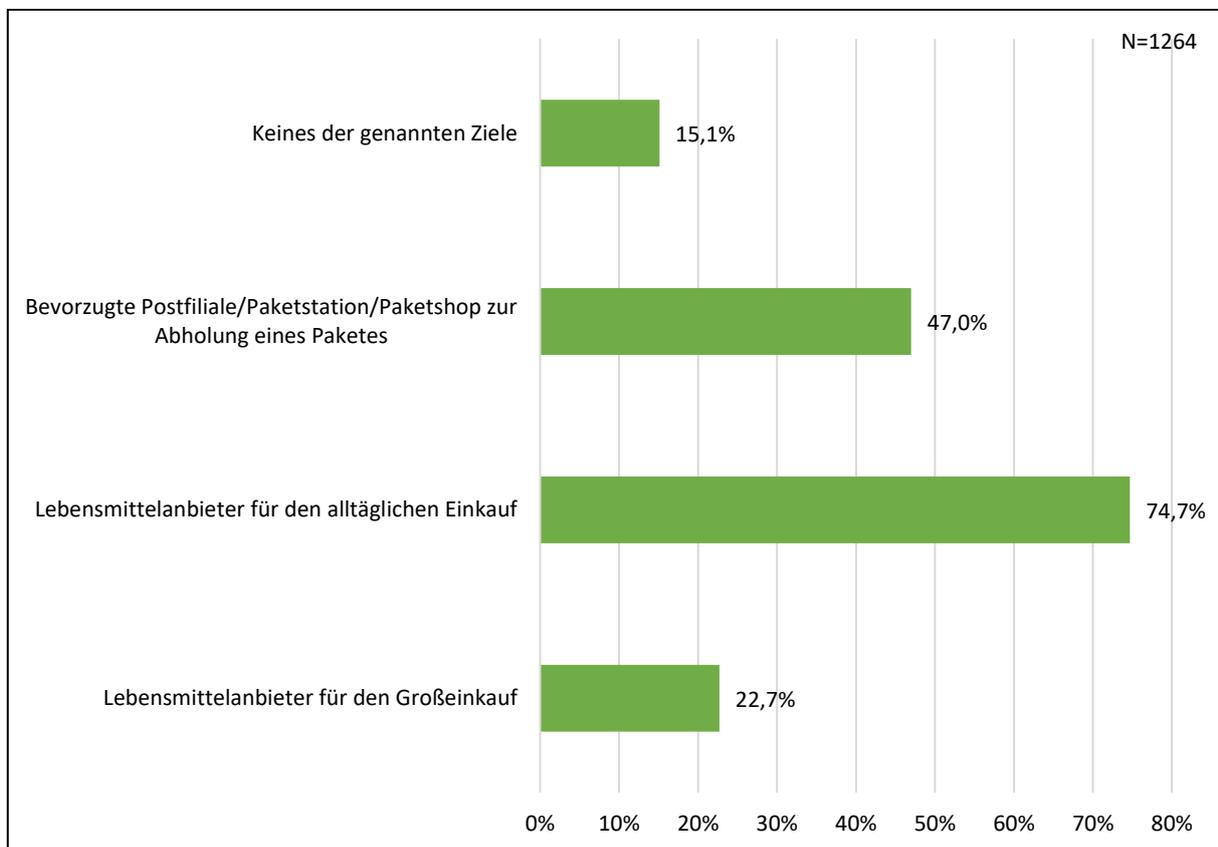


Grafik 16: Häufigkeit des Aufsuchens bestimmter Ziele

Frage 18: Bitte kreuzen Sie die Ziele an, die Sie regelmäßig mit ihrem Arbeitsweg kombinieren. (Mehrfachnennung möglich)

Die Kombination des Arbeitsweges mit dem Aufsuchen von Einkaufsläden oder dem Besuch einer Postfiliale/Paketstation/Paketshops, erspart einzelne Wege und optimiert somit die individuellen Tagespläne.

Fast drei Viertel der Befragten geben an, den Besuch beim Lebensmittelanbieter für den alltäglichen Einkauf regelmäßig mit dem Arbeitsweg zu kombinieren. Auch den Besuch bei der bevorzugten Postfiliale/Paketstation/Paketshop kombinieren fast die Hälfte der Teilnehmenden mit dem Arbeitsweg, während der Lebensmittelanbieter für den Großeinkauf noch von etwas mehr als 20 % mit dem Arbeitsweg kombiniert wird (s. Grafik 17).



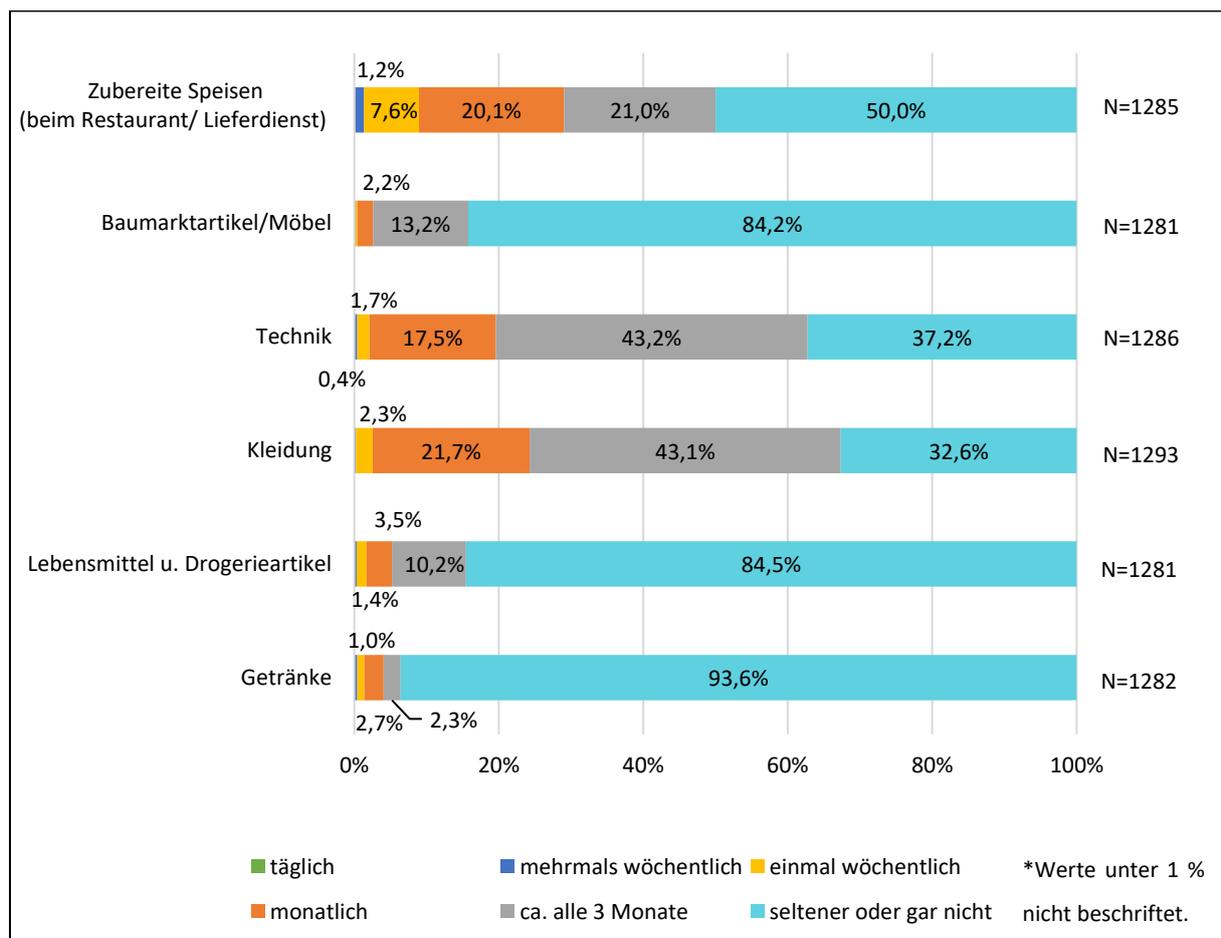
Grafik 17: Kombination bestimmter Ziele mit dem Arbeitsweg

Frage 19: Wie häufig bestellen Sie für Ihren gesamten Haushalt Waren der ausgewählten Produktgruppen online oder telefonisch zur Lieferung?

Grafik 18 zeigt, dass die Häufigkeit der Warenbestellung im Haushalt je nach Produktgruppe stark variiert. Knapp 9 % der Befragten bestellen einmal oder mehrmals wöchentlich „Zubereitete Speisen“, wohingegen 20 % eine solche Bestellung monatlich durchführen. Über 70 % bestellen ca. alle drei Monate oder seltener Produkte aus dieser Kategorie.

Neben der Produktgruppe „Zubereitete Speisen“ werden „Kleidung“ und „Technik“ am häufigsten bestellt. Jeweils 43 % der Befragten bestellen ca. alle drei Monate und etwa 20 % monatlich Produkte aus den Kategorien Kleidung sowie Technik.

„Baumarktartikel und Möbel“ werden ebenso wie „Lebensmittel und Drogerieartikel“ sowie „Getränke“ selten bestellt. In Bezug auf diese Produktgruppen geben jeweils mindestens 84 % der Befragten an, eine Bestellung seltener als alle drei Monate auszuführen.



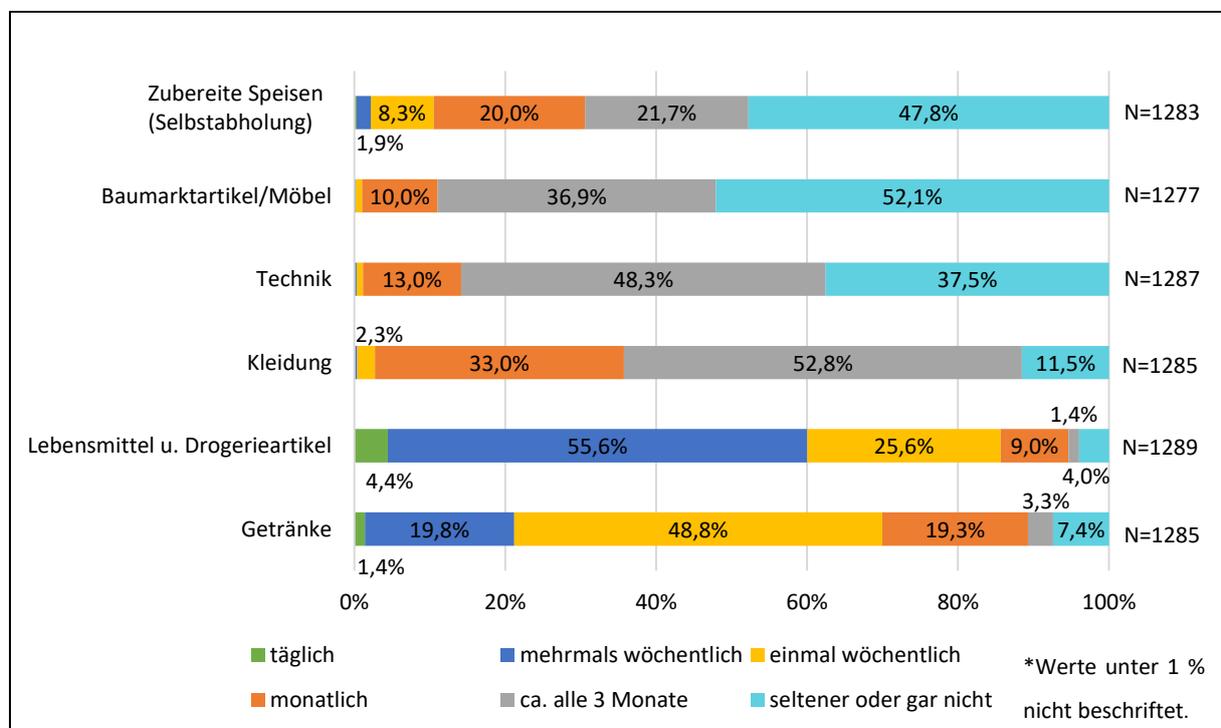
Grafik 18: Häufigkeit der Warenbestellung zur Lieferung bestimmter Produktgruppen für den gesamten Haushalt

Frage 20: Bitte geben Sie an, wie häufig Sie die folgenden Produkte für ihren gesamten Haushalt einkaufen (ohne Online- und Telefonbestellungen).

Im Vergleich zu Frage 19 wird bei dieser Frage auf die Häufigkeit des durch den Haushalt selbst durchgeführten Wareneinkaufs abgezielt. Die Häufigkeit des Wareneinkaufs eines Haushalts variiert bei den Befragten stark zwischen den Produktgruppen.

Am häufigsten werden die Produktgruppen „Lebensmittel u. Drogerieartikel“ und nachfolgend die Produktgruppe „Getränke“ angegeben. 60 % der Befragten geben an, dass sie Lebensmittel und Drogerieartikel mehrmals wöchentlich oder sogar täglich im stationären Handel kaufen. Getränke werden durch knapp 50 % der Befragten einmal wöchentlich gekauft, wobei über 20 % Getränke sogar mehrmals wöchentlich bis täglich kaufen. In einer Folgebefragung wäre es relevant zwischen dem täglichen Kauf von beispielsweise einer Flasche und dem Wochen- bzw. Monateinkauf von Getränken zu unterscheiden, um so eine differenziertere Auswertung zu erhalten.

Bis zu knapp 90 % der Befragten geben an, die Produktgruppen „Baumarktartikel/ Möbel“, „Technik“, „Kleidung“ sowie „Zubereitete Speisen“ ca. alle drei Monate oder seltener einzukaufen (s. Grafik 19).



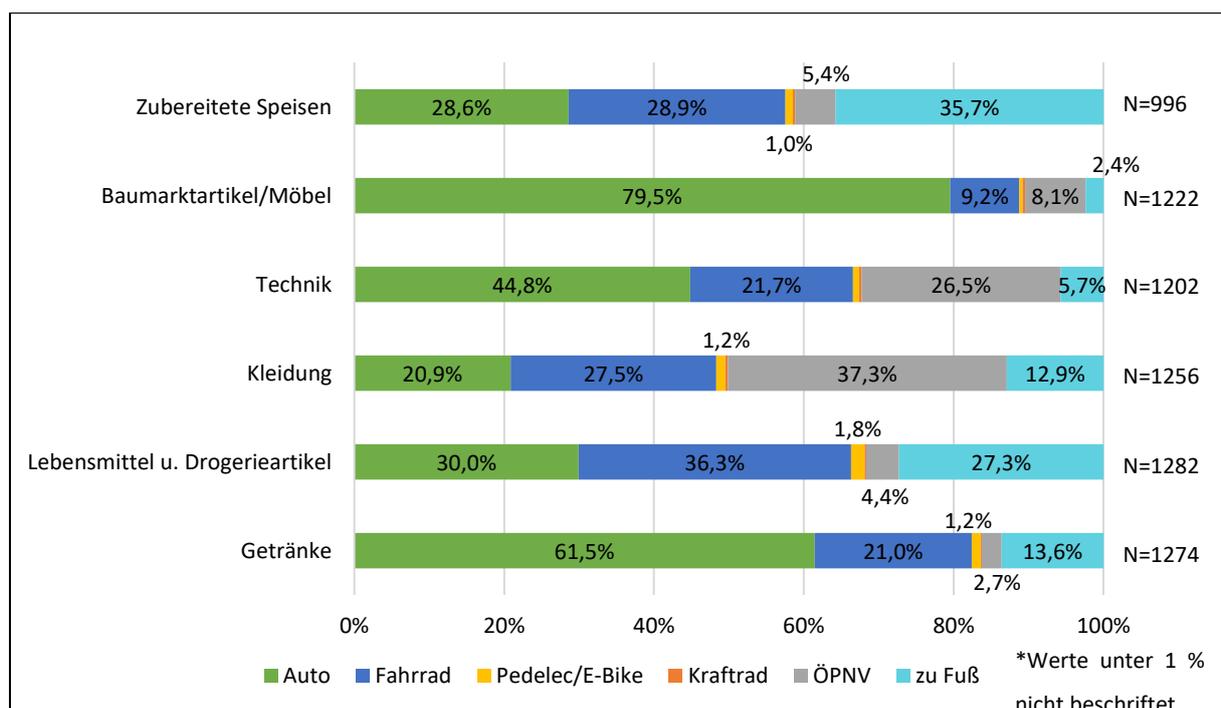
Grafik 19: Häufigkeit des Wareneinkaufs im gesamten Haushalt (ohne Online- und Telefonbestellungen)

Frage 21: Welches Verkehrsmittel bevorzugen Sie für den Haushaltseinkauf dieser Produkte (ohne Online- und Telefonbestellung)?

Diese Frage ergänzt Grafik 19, indem nun erfragt wird, welche Verkehrsmittel für den Haushaltseinkauf genutzt werden. Je Produktgruppe konnte ein Verkehrsmittel gewählt werden, mit dem der Einkauf am häufigsten durchgeführt wird.

Die beiden am häufigsten eingekauften Produktgruppen „Lebensmittel u. Drogerieartikel“ sowie „Getränke“ (s. Grafik 19) unterscheiden sich deutlich in der Verkehrsmittelwahl (s. Grafik 20). Über 60 % der Befragten geben an, Getränke mit dem Auto einzukaufen, während bei der Produktgruppe „Lebensmittel u. Drogerieartikel“ nur 30 % der Teilnehmenden das Auto als Verkehrsmittel zum Einkauf wählen.

Der Einkauf von sperrigen und schweren Waren wie „Baumarktartikeln und Möbeln“ oder „Getränken“ wird von bis 80 % der Befragten mit dem Auto durchgeführt. Dahingegen ist das Fahrrad in der Produktgruppe „Lebensmittel u. Drogerieartikel“ mit über 35 % das am häufigsten verwendete Verkehrsmittel. Auffällig ist, dass „Zubereitete Speisen“ mit über 35 % am häufigsten zu Fuß eingekauft werden. Der öffentliche Personennahverkehr (ÖPNV) stellt in der Produktgruppe „Kleidung“ mit knapp 40 % der Befragten das am häufigsten verwendete Verkehrsmittel dar. Jeweils unter 2 % verwenden Pedelecs/E-Bikes oder Krafträder für den Einkauf der einzelnen Produktgruppen.



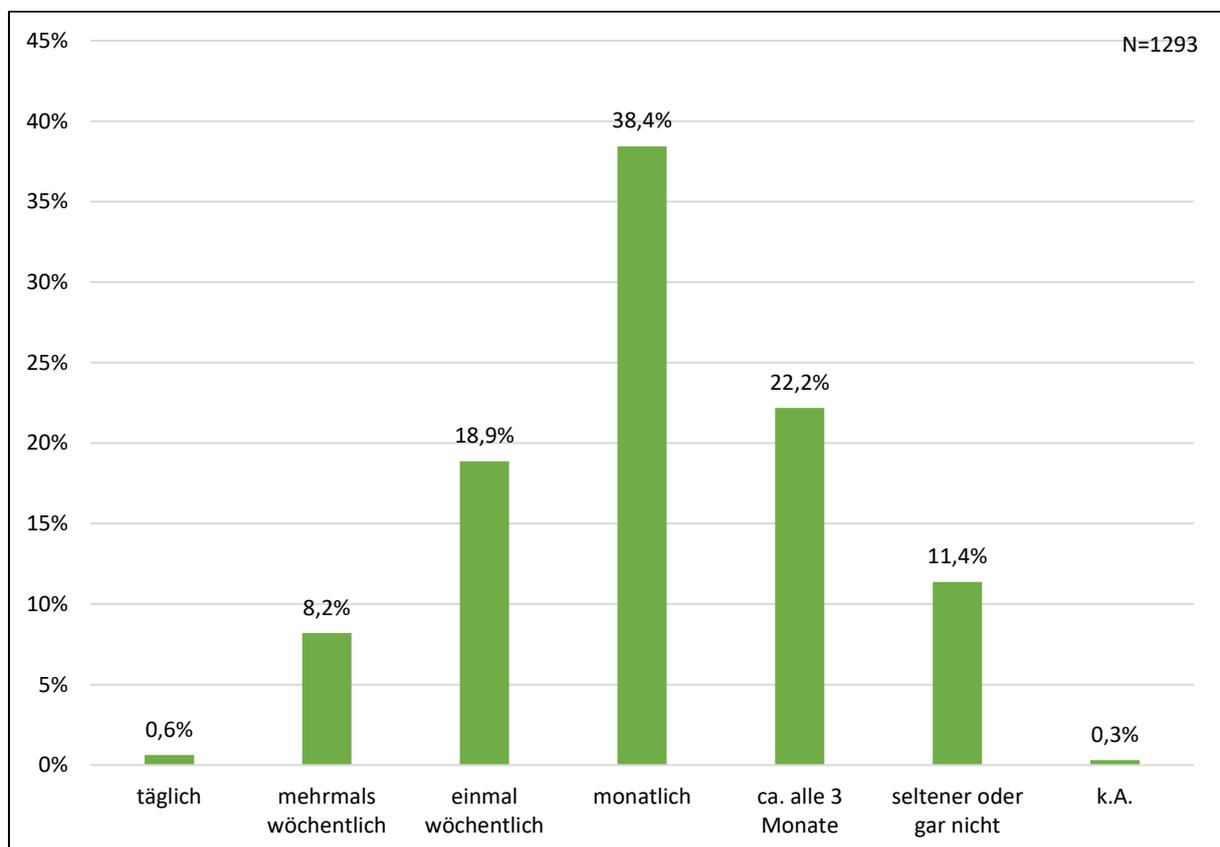
Grafik 20: Bevorzugte Verkehrsmittel für den Einkauf bestimmter Produktgruppen

7 Private Paketbestellungen

In diesem Teil der Umfrage werden Fragen mit konkretem Bezug zu Paketbestellungen gestellt. Die Auswertung der Ergebnisse liefert ein besseres Verständnis bezüglich der Häufigkeiten sowie der Annahmeorte von privaten Paketlieferungen.

Frage 22: Wie häufig erhalten Sie eine private Paketlieferung?

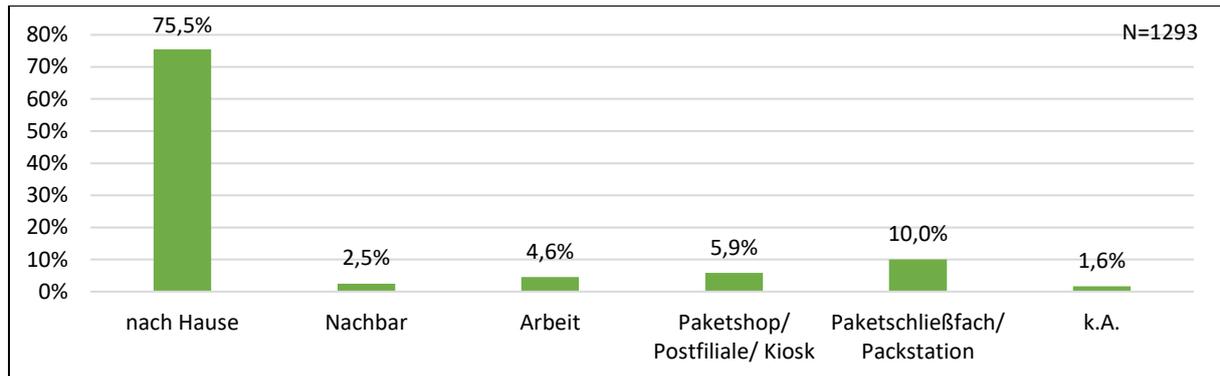
Die Häufigkeit der privaten Paketlieferung ähnelt einer Normalverteilung. So erhalten knapp 30 % der Befragten einmal wöchentlich bis zu täglich eine private Paketlieferung. Mit fast 40 % gibt ein Großteil der Befragten an, monatlich eine private Paketlieferung zu erhalten, während ein Anteil von über 30 % etwa alle drei Monate oder sogar seltener ein Paket per Lieferung erhält.



Grafik 21: Häufigkeit des Erhalts privater Paketlieferungen

Frage 23: Wohin bestellen Sie Ihr Paket am häufigsten?

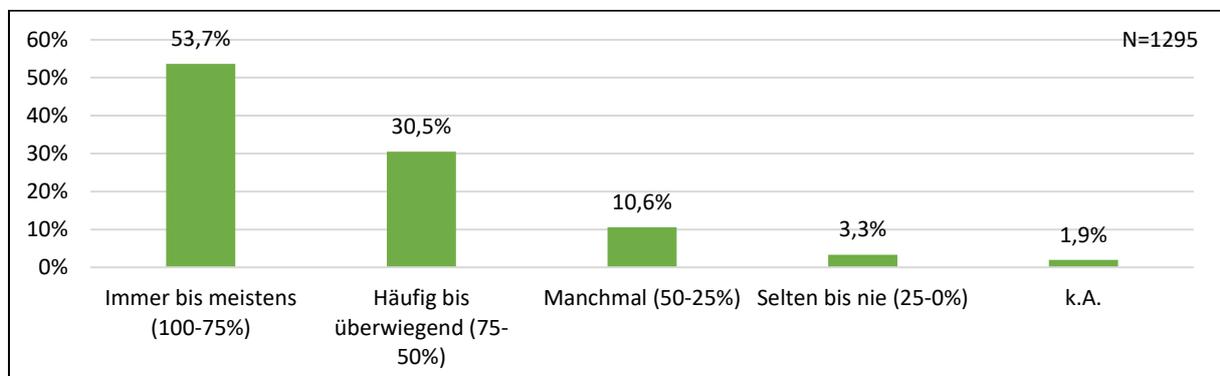
Die Grafik 22 zeigt auf, dass drei Viertel aller Teilnehmer*innen ihre Pakete am häufigsten nach Hause bestellen. Zumindest 10 % der Befragten bevorzugen ein Paketschließfach wie eine Packstation als Lieferadresse. Weitere beliebte Annahmorte sind der Paketshop/ die Postfiliale/ der Kiosk (ca. 6 %) oder die Arbeit (ca. 5 %). Unter 3 % der Befragten geben als Lieferadresse den*die Nachbar*in an.



Grafik 22: Annahmorte der privaten Bestellungen der Befragten

Frage 24: Wie häufig werden diese Pakete tatsächlich dorthin geliefert?

Nur etwa über 50 % der Befragten geben an, dass das Paket „immer bis meistens (100 – 75 %)“ dorthin geliefert wird, wohin es auch bestellt wurde. Bei 30 % der Teilnehmenden kommt das Paket immerhin noch „häufig bis überwiegend (75 – 50 %)“ dort an, während bei 10 % der Befragten das Paket „manchmal (50 – 25 %)“ an die Lieferadresse geliefert wird. Etwa 3 % geben an, dass das Paket „selten bis nie (25 – 0 %)“ dorthin geliefert wird, wohin es bestellt wurde (s. Grafik 23).



Grafik 23: Zustellquote am ausgewählten Annahmorte

8 Fazit

Die Umfrage zum logistikrelevanten Mobilitätsverhalten von Privatpersonen erreicht dank eines Rücklaufs von insgesamt 1.300 Teilnehmenden einen breiten Querschnitt der Bevölkerung. Mit einer Anzahl von fast 700 Bürger*innen stammt ein Großteil der Befragten direkt aus der Landeshauptstadt Hannover. Es ist darauf hinzuweisen, dass es sich nicht um eine Repräsentativbefragung handelt, da die Personen vorab nicht nach Alter- und Geschlecht ausgewählt wurden. Somit kann die Alters- und Beschäftigungsverteilung der Befragten von repräsentativen Statistiken abweichen. Beispielsweise ist die Gruppe der Schüler*innen/Studenten*innen/Auszubildenden leicht überrepräsentiert, während die Gruppe der Rentner*innen sowie Bürger*innen in höheren Altersklassen unterrepräsentiert ist.

Für das Forschungsprojekt USEFUL ermöglichen die Umfrageergebnisse dennoch wichtige Erkenntnisse bezüglich des logistikrelevanten Mobilitätsverhalten der Privatpersonen. In Verbindung mit weiteren, repräsentativen Studien (z.B. Mobilität in Deutschland 2017) können mithilfe der Ergebnisse wesentliche Versorgungszusammenhänge für die Entwicklung und Erprobung innovativer Logistikkonzepte abgeleitet werden.

Die Befragung der Teilnehmer*innen nach aktuellen und zukunftsweisenden Logistikangeboten ermöglicht USEFUL einen Überblick über die Akzeptanz der Bürger*innen, gegenüber diversen Logistikkonzepten und Pilotprojekten, zu erhalten. Der Entwicklung einer stadtverträglichen, emissionsarmen und intelligenten urbanen Logistik konnte mithilfe der Bürger*innenbefragung somit ein Stück nähergekommen werden.

Verzeichnis der Karte und Grafiken

Karte:

Karte: Teilnehmende aus Hannover nach Postleitzahl

Grafiken:

Grafik 1: Geschlechterverteilung der Befragten

Grafik 2: Altersverteilung der Befragten

Grafik 3: Beschäftigungsverteilung der Befragten

Grafik 4: Haushaltsgrößen der Befragten

Grafik 5: Besitz eines Pkw- Führerscheins und Verfügbarkeit eines Autos der Befragten

Grafik 6: Ausleihverhalten von Lastenfahrrädern

Grafik 7: Lebensmittellieferungen aus dem Online-Supermarkt

Grafik 8: Paketlieferungen in den Kofferraum des privaten Pkw

Grafik 9: Aufklappbare Spezialkästen zur Paketannahme vor der Wohnungstür (im Gebäude)

Grafik 10: Spezialkästen zur Paketannahme vor der Haustür (vor dem Gebäude)

Grafik 11: Taggleicher Lieferservice für in der Innenstadt selbst gekaufte Waren (ggf. mit Aufpreis)

Grafik 12: Taggleicher Lieferservice für aus der Innenstadt bestellte Waren (ggf. mit Aufpreis)

Grafik 13: Lieferroboter/ -drohnen

Grafik 14: Verkehrsmittelwahl der Befragten zur Erreichung bestimmter Ziele

Grafik 15: Entfernungen bestimmter Ziele

Grafik 16: Häufigkeit des Aufsuchens bestimmter Ziele

Grafik 17: Kombination bestimmter Ziele mit dem Arbeitsweg

Grafik 18: Häufigkeit der Warenbestellung zur Lieferung bestimmter Produktgruppen für den gesamten Haushalt

Grafik 19: Häufigkeit des Wareneinkaufs im gesamten Haushalt (ohne Online- und Telefonbestellungen)

Grafik 20: Bevorzugte Verkehrsmittel für den Einkauf bestimmter Produktgruppen

Grafik 21: Häufigkeit des Erhalts privater Paketlieferungen

Grafik 22: Annahmeorte der privaten Bestellungen der Befragten

Grafik 23: Zustellquote am ausgewählten Annahmeort