

Mobilität im Einklang mit Nachhaltigkeit



DHBW-Machbarkeitsstudie zur Mobilitätswende von IKEA

Zu IKEA ohne Auto - geht das? Mit dieser logistischen Frage befasste sich drei Monate lang eine Gruppe angehender Wirtschaftsingenieure der Dualen Hochschule Baden-Württemberg (DHBW) Karlsruhe. Unter der Leitung ihres Professors und Studiengangsleiters Volker Ihle und der Lehrbeauftragten und IKEA Customer Relationship Managerin Jutta König führten die Studierenden eine sozio-demografische Marktanalyse im Großraum Karlsruhe durch und stellten die Kundenerwartungen und -bedürfnisse den Vorstellungen von IKEA gegenüber. Die Ergebnisse wurden jetzt in Form einer Seminararbeit an die IKEA People & Culture Managerin Silke Engesser übereicht. Corona-bedingt musste die Übergabe vor verschlossenen DHBW-Türen und ohne Studierende stattfinden.

Bereits im letzten Frühjahr betonte IKEA Deutschland anlässlich eines öffentlichen Mobilitätsforums, dass in Karlsruhe möglichst viele Besucher mit alternativen Verkehrsmitteln wie Stadtbahn oder Rad in das neue Einrichtungshaus kommen sollen. Mobilität und Nachhaltigkeit sollen gemeinsam mit der Stadt Karlsruhe und den Bürgern in Einklang gebracht werden. Für Volker Ihle bildete dieser Wunsch ein ideales Thema für das Netzwerkseminar, das er gemeinsam mit seinem Kollegen Dirk Eidam vor vier Jahren entwickelt hat. "Die DHBW bringt gerne ihrer Fachkompetenz ein, besonders wenn es um gesellschaftliche Problemlösungen geht. Gleichzeitig sind praxisbezogene Forschungsprojekte die beste Motivation für unsere Studierenden", weiß er aus Erfahrung zu berichten.

Professionelle Erstellung von Fragebögen, systematische Online-Umfragen, Einzelinterviews und ein Gruppeninterview gehörten ebenso zum Instrumentarium der Studierenden wie Gespräche mit Experten des Karlsruher Verkehrsverbunds und der beiden IKEA-Häusern in Hamburg und Berlin, die sich beide in einer vergleichbaren Innenstadt-Lage befinden. "Um belastbare Aussagen zu erhalten ist die Qualität der Befragungen enorm wichtig", betont Jutta König, die die Studierenden bei den Befragungen unterstützte.

Die Ergebnisse der Untersuchung sind eindeutig. 95,8% der Befragten planen momentan, mit dem Auto zum neuen Einrichtungshaus zu kommen. Die meisten von ihnen können sich derzeit "nicht" oder "eher nicht" vorstellen, mit dem Rad, E-Bike oder öffentlichem Nahverkehr zu IKEA zu kommen, obwohl sie ein Mobilitätskonzept für IKEA Karlsruhe als wichtig oder sehr wichtig einstufen. Am offensten sind Personen unter 25 Jahren. Knapp die Hälfte aller Befragten wäre bereit, für einen nachhaltigen Nachhause-Transport einen Aufpreis zu zahlen. Die Schmerzgrenze liegt hierbei für die meisten - insbesondere bei den Jüngeren - bei 5 Euro. Von denen, die dazu nicht bereit wären, würden immerhin 2/3 ihre Meinung ändern, wenn sie dafür bestimmte Vergünstigungen von IKEA bekämen.

Da über 90% der Befragten bereit wären, für eine nachhaltige Lieferung eine verlängerte Wartezeit von bis zu zwei Werktagen in Kauf zu nehmen, empfiehlt das Hochschulteam eine modulare Gestaltung der Transportangebote. Die Kunden könnten dann zwischen Preisaufschlag bei nachhaltigem Transport und Preisminderung bei verlängerter Lieferzeit wählen. Die letzte Variante hätte den Vorteil, dass durch die Transportbündelung die Gesamtstrecke für die Auslieferungen reduziert und die Auslastung der Transporter erhöht wird. Dies würde zu einer ökologischen Verbesserung bei gleichzeitiger Kostensenkung führen. Eine Voraussetzung ist natürlich, dass die Kunden ihren guten Willen auch in die Tat umsetzen.