Science2Business Idea-Canvas

HOOU HAW HAMBURG

Überblick über deine wissenschaftliche Arbeit

Annäherung an eine Businessanwendung

1. Dein Forschungsthema

Einfluss der Architektur im Innenstadtbereich auf das Einkaufsverhalten der Konsument*innen

2. Zu lösende Probleme

- Belastbare und vor allem vergleichbare Umsatzzahlen des Einzelhandels
- Rückläufiger Besuch und Konsum von/in Innenstädten zugunsten von Online-Shopping
- Datenerfassung, kritische Menge an Umfageteilnehmer*innen

3. Forschungsfrage(n)

Inwieweit lohnen sich Verbesserungen am (Innen-)Stadtbild (Kosten/Nutzen-Frage)?

4. State-of-the-Art

Projekt »Innenstadt 2030+ | Future Public Space« (Frauenhofer):

- Städte und Kommunen stehen vor massiven Herausforderungen: Handel, Mobilitätsanbietende, Kulturwirtschaft und Gastronomie sind existenzgefährdet
- Innovationsprojekte wie z.B. „Straße der Zukunft"

5. Theorien & Hypothesen

Eine Innenstadt mit ansprechender baulicher Substanz zieht Menschen an und erhöht den Umsatz.

6. Methoden & Technik

Statistische Auswertung der Umfrageergebnisse in Relation zu Investitionskosten

7. Stakeholder

- Institut für Städteplanung und Architektur an der Hochschule
- Handelskammer, Verband der Einzelhändler, Behörde für Stadtentwicklung und Wohnen.

8. Bisherige Ergebnisse

- In Innenstädten mit als ansprechend empfundener Architektur werden signifikant höhere Umsätze erzielt
- Eigenschaften von Innenstädten, die als attraktiv empfunden werden

9. Neue Herausforderungen

- Der Fachkräftemangel erhöht die Personalkosten
- Begrenzte Ressourcen, Krieg, veränderte Lieferketten erhöhen die Kosten für Baustoffe/-materialien

— Investitionskosten müssen variabel angepasst werden

10. Mögliche Anwendungsfelder

- Bauunternehmen können die Methode als Marketingmaßnahme nutzen
- Dienstleistung für Architekt*innen für eine nutzer*innenzentrierte Stadtplanung

11. Business Stakeholder

- Städtische Förderungen
- Baukonzerne

12. Wer hat das Problem?

- Einzelhändler, die in Konkurrenz zu attraktiven Einkaufzentren stehen
- Städte, die dem Verfall der Innenstädte entgegen wirken wollen
- Bauunternehmen, die aktuell kalkulieren und argumentieren müssen
- Architekt*innen, die in Städtischen Bauprojekten Informationen zu Nutzungsgewohnheiten benötigen

13. Nutzer*innen & Kund*innen

- Städte und Gemeinden
- Architekt*innen & Baunternehmende

14. Denkbare Erweiterungen & Möglichkeiten

Welche Faktoren beeinflussen erfolgreiche Industrieparks?

15. Denkbare Produkte & Dienstleistungen

- Individuelle Datenauswertung für bestimmte Orte als Dienstleistung
- Beratungsleistung und innovative Stadtentwicklungskonzepte für Architekturbüros und Bauunternehmende

CC BY 4.0 GründungsService der HAW Hamburg/Science2Startup