



Centrum för handelsforskning vid Lunds universitet

VERKSAMHETSBERÄTTELSE | 2017





Hela workshopserien har varit mitt i prick för oss. Intressanta talare och bra gruppdiskussioner runt borden. Tack för att vi fick vara med!

Ylva Skoogh, Integrate



Inledning

Centrum för handelsforskning – det fjärde året

Det är nu fyra år sedan Centrum för handelsforskning startade och under vårt fjärde år har vi i alla dimensioner utvecklat och expanderat vår verksamhet. De forskningsprogram som vi startade 2016 – retail destination och retail innovation – har nu börjat producera resultat som presenterats på både vetenskapliga konferenser och konferenser för praktiker.

Överhuvudtaget har spridande av resultat varit ett starkt inslag detta år och det gäller både spridning till praktiker och spridning till den vetenskapliga världen. Tillsammans med Handelsrådet arrangerade Centrum för handelsforskning tre workshops kring den fysiska butiken under 2017; i maj runt digitalisering, i september kring upplevelser och slutligen i november kring hållbarhet. Som inledare i dessa workshops ingick bl.a. forskare från Centrum, men också från Göteborgs universitet, Handelshögskolan i Stockholm, EADA i Barcelona, Oxford University och London College of Fashion. Resultat från dessa workshops – där cirka 150 praktiker också deltog – har publicerats via video och hemsidor men kommer också sammanfattas i en bok under 2018.



Centrum arrangerade också – inom ramen för Lunds universitet – välbesökta seminarier i Almdalen 2017. Temat var vad som skall hända med handeln i våra städer framöver och kring nödvändigheten med förpackningar.

Centrums verksamhet är fortfarande unik i den bemärkelse att vi i samtliga forskningsprogram arbetar tvärvetenskapligt, d.v.s. att forskare från alla de discipliner som är representerade i Centrum finns med i varje forskningsprogram. Detta garanterar en mera mångsidig belysning av de forskningsproblem som vi tar oss an. När vi söker finansiering efter 2018 upplever vi allt oftare att just detta faktum upplevs som en positiv faktor. Det är logiskt att tvärvetenskap innebär en möjlighet att vara bredare och kunna erbjuda flera perspektiv på ett fenomen. Det är roligt att våra intressenter också upplever detta som något positivt.

Vi skall verka både i förhållande till forskare och i förhållande till forskningen (andra forskare och det vetenskapliga samhället). Som framgår av årsrapporten är våra forskares förmåga att både vara attraktiva i förhållande till näringen som t.ex. föredragshållare (se urvalet under rubriken populärvetenskapliga presentationer längre fram i rapporten) och också vara produktiva i att publicera högkvalitativ forskning (se listan i slutet av rapporten) tydlig. Detta lovar gott för framtiden att det vi gör är relevant både för praktiker och för andra forskare.

Men trots alla framgångar så finns det nya mål att nå under 2018 – och också för framtiden efter 2018. Vår grundfinansiering från Handelsrådet sträcker sig t.o.m. 2018. Att hitta finansiering för tiden efter 2018 är en stor och ny utmaning som vi jobbar intensivt med

Med vänliga hälsningar

Ulf Johansson

Händelser i centrum – ett axplock

JUBILEUMSFÖRELÄSNING OCH FÖREDRAG VID LUNDS UNIVERSITETS 350-ÅRSJUBILEUM

Under året firade Lunds universitet sitt 350-årsjubileum. Ulf Johansson höll en jubileumsföreläsning om digitalisering av handeln och Cecilia Fredriksson höll ett föredrag om hållbarhet, köpstopp och alternativ konsumtion vid en heldag om hållbarhet som arrangerades i samband med att Lunds universitet firade sitt 350-årsjubileum.

FRUKOSTSEMINARIE OM NYA BUTIKSFORMAT

Jens Hultman presenterade sin forskning avseende utvecklingen av nya butiksformat vid ett frukostseminarium i Göteborg där Michael O'Rourke, Manager Physical Touchpoints inom IKEA globalt, kommenterade utifrån ett näringslivsperspektiv. Frukostseminariet arrangerades av HUI Research, Handelsrådet och Centre for Retailing vid Göteborgs universitet.



WORKSHOP OM E-HANDELNS LOGISTIKUTMANINGAR

Centrum för handelsforskning arrangerade en välbesökt workshop om e-handels logistikutmaningar. Ett flertal föredrag om framväxten av nya format och affärsmodeller, utmaningar kring lager och distribution i multikanalshandel. Handelsnäringsnämnden representerades av Logistikchefen på Byggmax Niklas Hamberg som gav deltagarna en djupgående inblick i hur de arbetar med att utveckla sin e-handelslogistik.



LICENTIATAVHANDLING OM KOMPETENS INOM SUPPLY CHAIN MANAGEMENT

Pernilla Derwik försvarade sin licentiatavhandling med titeln "Exploring competence and learning behavior in supply chain management", i vilken hon både kartlagt och analyserat den kompetens som finns i befintlig forskningslitteratur, men även identifierat den kompetens som faktiskt används i praktiken. Pernillas forskning har varit finansierad av Centrum för handelsforskning.

CENTRUM FÖR HANDELSFORSKNING I ALMEDALEN

Ulf Johansson och Annika Olsson representerade Centrum för handelsforskning under Almedalsveckan sommaren 2017. Ulf var inledare och deltog i en paneldebatt under rubriken "Förnuft och känsla – hur kommer framtidens handel att se ut?" och Annika pratade i Studio P1 från Almedalsscenen under rubriken "Förpackningar – ett nödvändigt ont?".



SAMARBETE MED LÄROSÄTEN I STORBRIANNIEN

Under året har Centrum fortsatt att utveckla och vårda våra internationella samarbeten. Några exempel från 2017 är Ulf Johanssons och Jens Hultmans samarbete med Stirling University, och deltagande av Matteo Monteccis (London College of Fashion), Ana Roncha (London College of Fashion), Alexis Mavromatis (EADA), Jonathan Reynolds (Oxford University) vid våra workshops om den framtida fysiska butiken.

Workshops

Under 2017 har Centrum för handelsforskning tillsammans med Handelsrådet anordnat tre workshops kring den fysiska butiken med tre olika teman; digitalisering, upplevelser och hållbarhet.

FRAMTIDENS FYSISKA BUTIK OCH DIGITALISERING

Gamla Biskopshuset i Lund

E-handels tillväxt är stark, men vi vet också att inom överskådlig tid kommer den fysiska butiken fortfarande vara den där flest handlar. Samtidigt är de flesta eniga om att en förändring av den fysiska butiken kommer och behöver genomföras, inte minst för att hantera en kund med en mobiltelefon i hand. Mycket har att göra med att minska glappet mot online-butiken, andra har att göra med ökat serviceinnehåll. Och inte minst handlade det om att handeln behöver öka sin kundorientering och kunskap om digitalisering. Under dagen varvades gruppdiskussioner med korta föredrag av talare från Sverige och utlandet. David Anklew som arbetar med business management vid Telia sa så här om workshoppen;

- Jag tyckte att det här var över förväntan, och att workshopformatet var mycket givande för alla vid bordet. En insikt från dagen är att det här med digitalisering handlar både om hårda och mjuka faktorer, och att det fullkomligt haglar med olika digitaliseringslösningar och strategier nuförtiden. Utmaningen för handeln blir att välja med omsorg samt sluta kopiera andra och istället digitalisera utifrån sitt eget DNA.



FRAMTIDENS FYSISKA BUTIKER OCH UPPLEVELSER

World Trade Centre i Stockholm

Även denna gång varvades korta föredrag med gruppdiskussioner i mindre grupper med samtalsledare vid varje bord. En slutsats av workshoppen är att den fysiska butiken behöver kunna skapa upplevelser som skapar engagemang hos kunden. Flera olika teman diskuterades, men tema kring innovation och att tänka nytt (re-imagine) dominerade. Vissa ser den framtida fysiska butiken mera som en logistikcentral,



andra pratar om att den fysiska butiken är duktig på att ta vara på en av fem fördelar som den har, nämligen jobba med bekvämlighet, omedelbarhet, upplevelser, problemlösning och skapande av värde. Även här kom handels bristande kundfokus upp, och det inifrån och ut-tänkade som dominerar i en bransch där man varit van vid att dra nytta av ett platsmonopol – dit människor sedan fick förflytta sig om man ville köpa det som erbjöds.

FRAMTIDENS FYSISKA BUTIKER OCH HÅLLBARHET

Mindpark i Helsingborg

Temat för den tredje workshoppen var hållbarhet och ett femtiotal deltagare hade slutit upp i Helsingborg. Jens Hultman, koordinator för Centrum för handelsforskning, modererade workshoppen. Deltagarna fick en mångbottnad insikt i frågan om vad hållbarhet är för handeln, då den täcker in alltifrån användning, transporter, återvinning, tillverkning, produktion, butiksverksamhet, försäljning och kommunikation. En stor del av handels miljömässiga avtryck kan spåras tillbaka till produktionen av varor och transporten fram till försäljningsmarknaden. Hållbar handel är en strategiskt viktig fråga för handeln där det handlar om att konsumera mindre, men också om att konsumera rätt produkter och konsumera på rätt sätt – och här har handeln en viktig roll som plattform för förändring.

- Hela workshopserien har varit mitt i prick för oss. Intressanta talare och bra gruppdiskussioner runt borden. Tack för att vi fick vara med! säger Ylva Skoogh, som har varit med på samtliga tre workshops kring Framtidens butik, och som arbetar som partner och strategirådgivare på Integrate – ett konsultföretag inom hållbarhet i handel och besöksnäring.



ÖVERGRIPANDE TEMAN

Centrum för handelsforskning vid Lunds universitet är ett tvärvetenskapligt excel-lenscentrum. Under 2017 har forskningen fokuserat på två teman: *Retail Destination*

och *Retail Innovation*. Båda är starkt förknippade med vårt övergripande fokus på varuflödet och kundmötet, två avgörande delar för en fungerande och effektiv handel.

Tema: Retail Destination

Forskningsprogrammet "Retail Destination" tar utgångspunkt i relationen mellan handel och plats. När handel tar plats aktiveras en mängd olika processer och aktörer. Programmet fokuserar teman som etableringsfrågor, butiksformat, förändrade konsumtionsmönster, logistik, stads- och platsutveckling. Relationen mellan handel och plats studeras ur olika perspektiv och programmet undersöker hur butiken, shoppinggatan, stadskärnan, gallerian, secondhand-butiken, köpcentret och staden fungerar som olika former av destinationer med sina specifika utmaningar och möjligheter. Hur kan vi förstå och beskriva olika handelsplatser? Hur kan vi förklara de skilda förutsättningar och praktiker som kopplas till specifika destinationer för handel? Hur blir en stad eller en plats en attraktiv shoppingdestination?

"Relationen mellan handel och plats studeras ur olika perspektiv och programmet undersöker hur butiken, shoppinggatan, stadskärnan, gallerian, secondhand-butiken, köpcentret och staden fungerar som olika former av destinationer med sina specifika utmaningar och möjligheter."

Forskargruppen delar ett övergripande intresse för hur olika handelsplatser etableras och de aktiva forskarna medverkar ofta i konferenser, press och media. Programmet är organiserat i ett antal studier som fokuserar olika retaildestinationer ur skilda perspektiv. Vi arbetar med studier kring stadens, stadskärnans och köpcentrets attraktionskraft, studier av konsumenten och servicemötet i den fysiska butiken, studier av digitalisering och e-handelslösningar i relation till handel, plats och logistik samt studier som belyser olika former av alternativa handelsplatser.

Programmet fortsätter att bedriva forskning kring överetableringar av handelsplatser och köpcenter, och vi ser idag hur äldre köpcenter försöker överleva genom att investera i förändrad design, butiksmix och ombyggnationer. Programmets pågående studier visar att det finns ett tydligt samband mellan tunga investeringar och försäljningstillväxt där effekterna ser ut att vara tydligast för de köpcenter som är lokaliserade i stadskärnan. För närvarande görs en liknande studie på svenska stadskärnor.

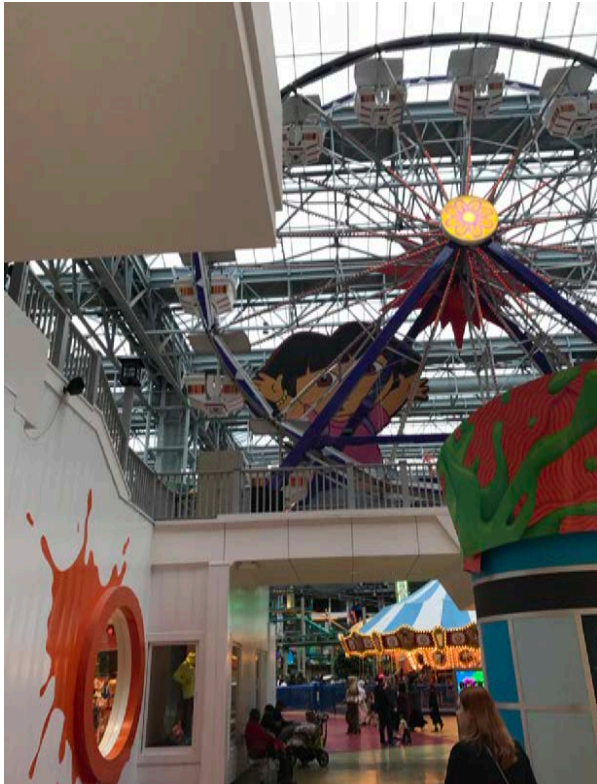


Studier av relationen mellan destination, digitalisering och olika e-handelslösningar har konkretiserats med hjälp av insamling av transaktionsdata kring hur konsumenter i glesbygd och tätort handlar på nätet och hur de väljer leveransservice. Nästa steg är att koppla transaktionsdata med demografisk data för placering av exempelvis paketautomater på olika uthämtningsplatser. Under året har det även gjorts en kvantitativ kartläggning och mätning av vilka slags handelsplatser svenska konsumenter besöker under ett år. Här är vi speciellt intresserade av relationen mellan traditionella och alternativa handelsplatser, samt vilka praktiker som är kopplade till de olika handelsplatserna.

Forskargruppen arbetar vidare i olika konstellationer med ett varierat kvalitativt och kvantitativt material med fokus på tvärvetenskapligt författande av ett antal internationella journalartiklar. Flera internationella journalartiklar har publicerats och nyligen har en antologi getts ut i bokform där flera av programmets forskare ingår som medförfattare. Boken "Handelsstad i omvandling" har redigerats av Devrim Umut Aslan och Cecilia Fredriksson. Bokens elva bidrag belyser handel i förhållande till stadsliv, konsumtionskultur och digitalisering. Bidragen bygger på olika metoder och skilda forskningsmaterial. En central utgångspunkt har varit att hitta angreppssätt som kan användas för att belysa den komplexitet som finns inom handeln.

Cecilia Fredriksson

Tema: Retail Innovation



Forskningsprogrammet "Retail innovation" startades för att forskare – och praktiker – såg ett behov av att förstå hur handeln skulle kunna möta de utmaningar som knacker på när digitaliseringen slår till med full kraft, när hemleveranser och returer ska fungera i praktiken och inte enbart digitalt, när "Black Friday" möts av "White Monday" och "Green Friday" och när konsumenter ändrar beteende och utmanar handelns traditioner.

"Att ta tillvara den kunskap som finns hos butikspersonal i innovationsarbetet på ett strukturerat sätt framstår som centralt."

Inom forskningstemat retail innovation har vi både studerat hur handeln arbetar med innovation och förändring på den strategiska och centrala nivån i organisationen och hur innovation och förändring skapas i butiksleden och kanske till och med av konsumenterna som besöker butiken. Teman som innovationsförmåga, innovationsledning, betallösningar, hållbarhetskommunikation och implementering, samt konsumentens roll i innovation har varit aktuella i vår forskargrupp. Preliminära resultat visar att handels förmåga till innovation är god, men att begreppet innovation inte används och att ansvaret är otydligt. Vidare ser vi att butikspersonalen är en kritisk resurs. Ändå finns sparsamt med aktuell forskning om frontpersonalens roll och branschen brister i användning av den kunskap som uppstår i varje kundmöte i alla butiker. Att ta tillvara den kunskap som finns hos butikspersonal i inno-



vationsarbetet på ett strukturerat sätt framstår som centralt. Det är också tydligt att kunskap och strategier som skapas i ledningsfunktioner inte alltid kommer butikspersonalen tillgodo och därmed finns en kommunikativ svårighet att operationalisera ledningens strategier på butiksgolvet.

Kopplat till denna fråga är frågan om organisering för innovation. Vi har sett att organisationer ofta har svårt att hantera den kombination mellan struktur och flexibilitet som litteraturen talar om. Det blir antingen mycket struktur och lite flexibilitet eller mycket flexibilitet där alla deltar när de kan men väldigt lite struktur. Vi kan ana en utmaning i att organisera för att fånga upp möjligheter till innovation i en verksamhet som är både centralstyrd och decentraliserad.

Forskargruppen består av forskare och doktorander med olika bakgrund och olika kompetenser. Forskarna och doktoranderna kommer från Institutionen för designvetenskaper på Lunds Tekniska Högskola, Företagsekonomiska institutionen vid Ekonomihögskolan vid Lunds universitet och Institutionen för tjänstvetenskaper vid Campus Helsingborg. Genom den tvärvetenskapliga sammansättningen i gruppen kan vi förstå och förklara handeln ur olika perspektiv. Vi har också samverkat med handelns olika aktörer och sett dem starta förändringar och reflektera kring sin egen verksamhet baserat på våra forskningsresultat.

Annika Olsson och Ulf Johansson



SALE

H&M

SALE
UP TO
70%
OFF

MID
SEASON

SALE
H&M

Ny bok om förvandlingen av handeln i våra städer



Cecilia Fredriksson och Devrim Umut Aslan.

Professor Cecilia Fredriksson, som är knuten till Centrum för handelsforskning vid Lunds universitet, har tillsammans med doktoranden Devrim Umut Aslan ansvarat för boken "Handelsstad i förvandling" som gavs ut i slutet av 2017. Bland bokens olika kapitelförfattare finns en rad forskare vid Lunds universitet, men Cecilia Fredriksson hoppas att boken ska kunna vara tillräckligt lättillgänglig för att nå läsare utanför akademien också.

– Det finns en mångfald av aktörer som har stort inflytande över dagens handel, utöver konsumenter och handlare är till exempel fastighetsutvecklare, stadsplanerare och kommunala näringslivsutvecklare i högsta grad viktiga för utvecklingen. Jag är övertygad om att de kan ha stort utbyte av den forskning som vi redogör för i boken, säger hon.

Ett av ämnena som behandlas är hur handeln gestaltas, det vill säga vad det är för handel vi möter när vi kommer till en viss plats; vilka butiker och annan typ av handel som vi har tillgång till.

– Det är inte något som sker slumpmässigt, utan det finns olika agendor, kulturer och sätt att tänka på som påverkar denna gestaltning.

De olika aktörerna inom handeln kan många gånger ha skilda intressen som styr hur handeln hanteras och utvecklas, menar hon.

– Genom att skapa en medvetenhet om detta så blir det lättare att hitta samverkansmodeller. Att kunna bidra till det är en av förhoppningarna med vår forskning.

Handel har en mycket viktig roll i dagens samhälle, konstaterar Cecilia Fredriksson.

– Det är inte enbart frågan om utbyte av pengar och produkter, för handeln är också – och har alltid varit – en arena för möten mellan människor. Handeln kan bidra till att särskilja grupper, likväl som det kan vara något som främjar gemenskap. Den kan alltså fungera för att öka såväl segregation som integration, säger hon.

En av de viktiga förändringarna under senare tid är att handelsplatser har växt fram och tagit ett stort utrymme i konsumtionen, något som har satt stark prägel på konsumtionsmönstren.

– Dels förändrar det förstås hur vi rör oss när vi ska handla. Men det har också haft effekter på stadskärnorna.

Då syftar hon inte enbart på den givna konsekvensen att cityhandeln blir av med en del kundunderlag, utan att stadskärnorna har styrts åt att bli ett tydligt alternativ till handelsplatserna.

– Det kan leda till en polarisering, eftersom det i första hand etableras livsstilsbutiker i cityhandeln och är betydligt mindre av dagligvaruhandel. Det gäller att inte enbart se till estetik eller att skapa mysiga stadskärnor, utan att ta hänsyn till mer grundläggande värden. Mixen av handlare är har stor betydelse för den viktiga mångfalden i staden.

“Det är helt klart en utmaning att kunna tillmötesgå kundernas olika förväntningar, speciellt när förväntningarna också blir allt mer individuella.”

Något annat som blir belyst i boken är hur handeln påverkar geografin, det vill säga styr hur städerna ser ut.

– Det medför att när man ska planera för handel gäller det att tänka långsiktigt och strategiskt. Det görs många kommunala handelsutredningar, men det skulle nog finnas vinster med en ökad samordning.

Ytterligare en faktor som i allra högsta grad påverkar städernas handel är att konsumtionskulturen är i stark förändring.

– Det handlar bland annat om att konsumenterna har stora krav på transparens, eftersom de blir allt kunnigare och mer upplysta. Etik har ökat i betydelse för många konsumenter, vilket gör att de ställer krav på transparens hos handlarna och leverantörerna.

Dessutom är teknikutvecklingen något som ger starka återverkningar inom handeln, med en snabbt ökande mobilitet hos konsumenterna.

– Det är helt klart en utmaning att kunna tillmötesgå kundernas olika förväntningar, speciellt när förväntningarna också blir allt mer individuella.

Den kanske största utmaningen för handlarna när det gäller konsumentbeteende är nog ändå de växande tendenserna till konsumtionskritik, alltså att en del inte vill handla alls, menar Cecilia Fredriksson.

– Det är givetvis svårt att ha en beredskap för alla möjliga nya beteenden och önskemål, men en tydlig trend som handlare behöver vara beredda på att bemöta är att komplettera sitt utbud av produkter med att erbjuda olika typer av tjänster, säger hon.

Människorna i centrum

STYRGRUPP

CECILIA FREDRIKSSON	PROFESSOR, CAMPUS HELSINGBORG
JENS HULTMAN	DOCENT, EKONOMIHÖGSKOLAN, CENTRUMKOORDINATOR
ULF JOHANSSON	PROFESSOR, EKONOMIHÖGSKOLAN, CENTRUMFÖRESTÅNDARE
ANNIKA OLSSON	PROFESSOR, LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA



Styrgruppen, fr.v. Annika Olsson, Cecilia Fredriksson, Ulf Johansson och Jens Hultman.

REFERENSGRUPP

PETRA ALBUSCHUS	DIREKTÖR HR, ICA-KONCERNEN
JOHN DAWSON	PROFESSOR EMERITUS VID UNIVERSITY OF EDINBURGH
PETER JELKEBY	VVD, CLAS OHLSON
THERESE MÖLLER	HR-SPECIALIST, LAGAR & AVTAL, IKEA
ROBERT OLSSON	HR-CHEF, BERGENDAHLS FOOD
PIA SANDIN	VD, MALMÖ CITYSAMVERKAN
JEANETTE SÖDERBERG	RETAIL MANAGER CENTRAL EUROPE, IKEA

PROFESSORER

ULF ELG	EKONOMIHÖGSKOLAN
CECILIA FREDRIKSSON	CAMPUS HELSINGBORG
ULF JOHANSSON	EKONOMIHÖGSKOLAN
ANNIKA OLSSON	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA

FORSKARE

JOHAN ANSELMSSON	EKONOMIHÖGSKOLAN
CHRISTIAN FUENTES	CAMPUS HELSINGBORG
KLAS HJORT	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
JENS HULTMAN	EKONOMIHÖGSKOLAN
ANETTE SVINGSTEDT	CAMPUS HELSINGBORG

DOKTORANDER

KARLA MARIE PAREDES	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
CARIN REHNCRONA	CAMPUS HELSINGBORG
AXEL WELINDER	EKONOMIHÖGSKOLAN

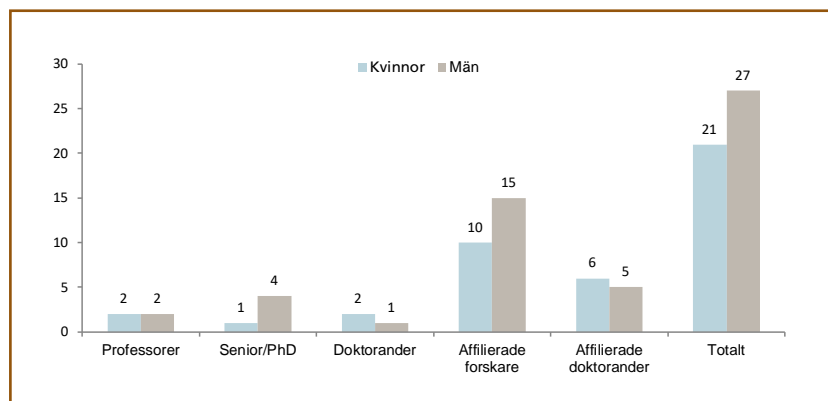
AFFILIERADE FORSKARE

JON BERTILSSON	EKONOMIHÖGSKOLAN
MICHAEL BJÖRN	EKONOMIHÖGSKOLAN
KRISTINA BÄCKSTRÖM	CAMPUS HELSINGBORG
JAVIER CENAMOR	EKONOMIHÖGSKOLAN
ANNETTE CERNE	EKONOMIHÖGSKOLAN
LENA ESKILSSON	CAMPUS HELSINGBORG
KERSTIN GIDLÖF	HUMANISTISKA OCH TEOLOGISKA FAKULTETERNA
CLARA GUSTAFSSON	EKONOMIHÖGSKOLAN
DANIEL HELLSTRÖM	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
NILS HOLMBERG	CAMPUS HELSINGBORG
JOHAN JANSSON	EKONOMIHÖGSKOLAN
MATS JOHNSON	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
JOAKIM KEMBRO	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
MAGNUS LAGNEVIK	EKONOMIHÖGSKOLAN
MATTHIAS LEHNER	THE INTERNATIONAL INSTITUTE FOR INDUSTRIAL ENVIRONMENTAL ECONOMICS, IIIIE

JONAS NORDSTRÖM	EKONOMIHÖGSKOLAN
ANDREAS NORRMAN	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
MALIN OLANDER ROESE	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
HENRIK STERNBERG	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
VERONIKA TARNOVSKAYA	EKONOMIHÖGSKOLAN
OLA THUFVSSON	CAMPUS HELSINGBORG
SOFIA ULVER	EKONOMIHÖGSKOLAN
ANNIKA WALLIN	HUMANISTISKA OCH TEOLOGISKA FAKULTETERNA
PHILIP WARKANDER	CAMPUS HELSINGBORG
HANNA WITTRÖCK	SAMHÄLLSVETENSKAPLIGA FAKULTETEN

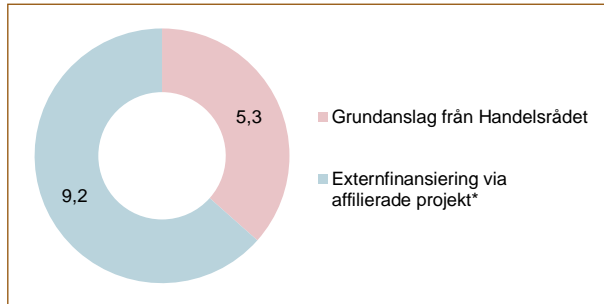
AFFILIERADE DOKTORANDER

DEVIRIM UMUT ASLAN	CAMPUS HELSINGBORG
PERNILLA DERWIK	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
IDA DE WIT SANDSTRÖM	CAMPUS HELSINGBORG
CARYS EGAN-WYER	EKONOMIHÖGSKOLAN
EBBA ERIKSSON	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
STEFAN KARLSSON	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
MARCUS KLASSON	EKONOMIHÖGSKOLAN
LISA KÄLLSTRÖM	EKONOMIHÖGSKOLAN
YULIA VAKULENKO	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
FRANCISCO VALENCIA	EKONOMIHÖGSKOLAN
JÖRGEN WETTBO	EKONOMIHÖGSKOLAN



Finansiering

FORSKNINGSANSLAG VID CENTRUM FÖR HANDELSFORSKNING (MSEK)



*) Finansierade av bland annat Hakon Swenson Stiftelsen, Handelsrådet, Familjen Kamprads Stiftelse, Handelsbankens Forskningsstiftelser, Ragnar Söderbergs Stiftelse och Vinnova.



Populärvetenskapliga presentationer och synlighet i media – ett axplock

Event och varumärkesbyggande – kan det vara ngt?	Skånska Branschrådet, Malmö	januari	Ulf Johansson
Malmöberättelser och Brytningspunkterna	Malmö Näringslivsgala 2017, Malmö	februari	Sofia Ulver
Mobiltelefonen blir shoppingkamrat	Centrum för Handelsforskning vid Lunds Universitet	februari	Christian Fuentes
Konsumentreturer	E-handelns logistikutmaningar workshop, IKDC Lund	mars	Daniel Hellström, Pejvak Oghazi, Klas Hjort, Stefan Karlsson
E-handel – summering och framåtblick	E-handelns logistikutmaningar workshop, IKDC Lund	mars	Ulf Johansson
Hållbar konsumtion mellan krav och kreativitet	Stilmedveten på Regionmuseet i Kristianstad	april	Cecilia Fredriksson
Hållbar konsumtion: Att förstå och förändra hushållens vardagspraktiker	Helsingborgs stad	april	Christian Fuentes
Upplevelser i den fysiska butiken: En jämförelse mellan detaljhandlars och konsumenters perspektiv 2006-2016	Research seminar, HUI, Göteborg	april	Kristina Bäckström
Økologiske varer er dyrere end konventionelle – men er det dyrere at være en økologisk forbruger?	Økologi og Erhverv	april	Jonas Nordström
Om hållbarhet, köpstopp och alternativ konsumtion	Lunds universitets 350 årsjubileum	maj	Cecilia Fredriksson
Managing packaging design for sustainable development	Packbridge Research Forum, Malmö	maj	Daniel Hellström
From Consumer to Activist	AdDay 2017, Stockholm	maj	Sofia Ulver
Nya regler för försäljning av plastpåsar i handeln	Sydsvenskan och Helsingborgs Dagblad	juni	Jens Hultman
It's just like milk, but different!	Blog, Journal of Marketing Management	juni	Christian Fuentes
Mobilshopping för oss stressade	Göteborgs Posten	juli	Christian Fuentes
Förpackningen – ett nödvändigt ont?	Almedalen	juli	Marcus Klasson, Annika Olsson
Hur ser handelns framtid ut?	Almedalen	juli	Ulf Johansson
Framtidens handel	Bjuvs och Trelleborgs bibliotek	september	Ulf Johansson
Key Note: Omni-channel and material handling	Consafe Logistics Annual Customer Conference	september	Andreas Norrman
Paketautomat i glesbygd	Tillväxtverket, Nationell serviceträff, Stockholm	september	Klas Hjort
Forskning med nytta för handelsnäringen	Forskningsinblick, Handelsrådet, Stockholm	oktober	Stefan Karlsson och Daniel Hellström
Boksläpp av Handelsstad i förvandling	Frukostklubben – Markandsföreningen i Helsingborgregionen, Helsingborg	oktober	Devrim Umut Aslan och Cecilia Fredriksson
Konsumentreturer	D-Fokus Logistik, Svensk Digital Handel, Borås	oktober	Klas Hjort och Daniel Hellström
The Art of Selling Sustainable Food	Livsmedelsforum 2017, Malmö	oktober	Sofia Ulver
Handelns digitalisering	Trender i handeln workshop, Handelsrådet, Malmö	november	Jens Hultman
Var kommer handeln att äga rum i framtiden?	Livsmedelsakademin, Ventil, Malmö	november	Ulf Johansson
Rekordhandel – trots klimatlarm	Nordvästra Skånes Tidningar	november	Christian Fuentes
E-handel från Kina	Sveriges Radio P1 Morgon	december	Jens Hultman
Att handla med hjärtat – kulturella perspektiv på alternativa handelsplatser	Kulturhistoriska seminariet, Institution för kulturvetenskaper	december	Cecilia Fredriksson
Shopping på Söder är som en resa till 30-talet	Helsingborgs Dagblad	december	Devrim Umut Aslan

Publikationer

TIDSKRIFTSARTIKLAR

Anselmsson, J, Burt, S, Tunca, B (2017) **An Integrated Retailer Image and Brand Equity Framework: Re-examining, Extending, and Restructuring Retailer Brand Equity.** Journal of Retailing and Consumer Services, 38, 194-203

Anselmsson, J, Tunca, B (2017) **Exciting on Facebook or competent in the newspaper?: Media effects on consumers' perceptions of brands in the fashion category.** Journal of Marketing Communications, 1-18

Anselmsson, J, Tunca, B (2017) **An Integrated Retailer Image and Brand Equity Framework: Re-examining, Extending, and Restructuring Retailer Brand Equity.** Journal of Retailing and Consumer Services, 38, 194-203.

Bäckström, K, Johansson, U (2017) **An exploration of consumers' experiences in physical stores: Comparing consumers' and retailers' perspectives in past and present time.** The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research, 27, 3, 241-259

Interestingly, our results suggest that consumers' in-store experiences to a large extent are created by the same aspects today as ten years ago (e.g. personnel, layout, atmosphere).

Bäckström, K & Johansson, U (2017) An exploration of consumers' experiences in physical stores: Comparing consumers' and retailers' perspectives in past and present time. The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research, 27, 3, 241-259

Burt, S, Johansson, U, Dawson, J (2017) **Dissecting Embeddedness in International Retailing.** Journal of Economic Geography, 17, 685-707

Denver, S, Nordström, J, Christensen, T (2017) **Der er lidt dyrere at være en økologisk forbruger – men ikke kun på grund af merpriserne.** Tidsskrift for Landøkonomi, 203, 47-54

Derwik, P, Hellström, D (2017) **Competence in supply chain management: A systematic review.** Supply Chain Management: An International Journal, 22, 2, 200-218

Fuentes, C, Fuentes, M (2017) **Making a Market for Alternatives: Marketing devices and the qualification of a vegan milk substitute.** Journal of Marketing Management, 33, 7-8, 529-555

Fuentes, C, Svingstedt, A (2017) **Mobile Phones and the Practice of Shopping: A study of how young adults use smartphones to shop.** Journal of Retail and Consumer Services, 38, 3, 136-146

Fuentes, C, Bäckström, K, Svingstedt, A (2017) **Smartphones and the Reconfiguration of Retailscapes: Stores, Shopping, and Digitalization.** Journal of Retail and Consumer Services, 39, 270-278

Gidlöf, K, Anikin, A, Lingonblad, M, Wallin, A (2017) **Looking is buying. How visual attention and choice are affected by consumer preferences and properties of the supermarket shelf.** Appetite, 116, 29-38

As markets change and there is a need for growth by attracting new customers, format development will probably emerge as the new battle ground for many single-format retailers.

Hultman, J, Johansson, U, Wispeler, A, Wolf, L (2017) Exploring store format development and its influence on store image and store clientele – the case of IKEA's development of an inner-city store format. The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research, 27, 3, 227-240

Hulthén, H, Näslund, D, Norrman, A (2017) **Challenges of Measuring Performance of the Sales and Operations Planning Process.** Operations and Supply Chain Management: An International Journal, 10, 1, 4-16

Hultman, J, Johansson, U, Wispeler, A, Wolf, L (2017) **Exploring store format development and its influence on store image and store clientele – the case of IKEA's development of an inner-city store format.** The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research, 27, 3, 227-240

Lorenzini, G, Mostaghel, R, Hellström, D **Drivers of pharmaceutical packaging innovation: A customer-supplier relationship case study.** Journal of Business Research (forthcoming)

Sternberg, H, Norrman, A (2017) **The physical internet – review, analysis and future research agenda.** International Journal of Physical Distribution and Logistics Management, 47, 8, 736-762

Stål, H, Jansson, J (2017) **Sustainable Consumption and Value Propositions: Exploring Product-Service System Practices Among Swedish Fashion Firms.** Sustainable Development, 25, 6, 546-558

Vakulenko, Y, Hellström, D, Hjort, K **What's in the parcel locker? Exploring customer value in e-commerce last mile delivery.** Journal of Business Research (forthcoming)

Zhao, C, Johnsson, M, He, M (2017) **Data Mining with Clustering Algorithms to Reduce Packaging Costs: A Case Study.** Packaging Technology and Science, 30, 5, 173-193

KONFERENSARTIKLAR OCH ABSTRACTS

Anselmsson, J (2017) **Välkomna till årets KEFU-dag**. KEFU-dagen 2017, 13 juni, Lund, Sverige

Anselmsson, J, Westerdahl, S, Öhman, P, Öberg, M (2017) **Dåliga affärer? Om innerstadshandeln och företagsökonomi**. Föreningen Företags ekonomi i Sverige (FEKIS) konferens, 18 november, Malmö, Sverige

Cerne, A, Elg, U (2017) **Institutional logics shaping corporate social responsibility in retailer - supplier relationships on emerging markets**. European Association for Education and Research in Commercial Distribution (EAERCD), 4-6 juli, Dublin, Irland

Fredriksson, C, Aslan, D (2017) **Managing green consumers**. Société Internationale d'Ethnologie et de Folklore (SIEF) Congress, mars, Göttingen, Tyskland

Gidlöf, K, Nyström, M, Wallin, A (2017) **The influence of top-down and bottom-up factors on visual attention throughout the consumer decision making process**. European Group of Process Tracing Studies (EGPROC), 22-24 juni, Galway, Irland

Hjort, K, Hellström, D, Karlsson, S, Oghazi, P (2017) **Exploring practices for managing product returns in Internet retailing**. NOFOMA, 8 juni, Lund, Sverige

Jansson, J, Marell, A, Nordlund, A (2017) **Continued adoption of eco-innovations: Effects of attitudes, norms and technology optimism**. 46th European Marketing Academy Conference (EMAC), 23-26 maj, Groningen, Nederländerna

Johansson, U, Burt, S, Dawson, J, Hultman, J (2017) **Standardisation vs adaptation in international retailing - IKEA in China ten years later**. European Association for Education and Research in Commercial Distribution (EAERCD), 4-6 juli, Dublin, Irland

Kembro, J, Norrman, A (2017) **Trends in omnichannel logistics - a survey study with Swedish retailers**. NOFOMA, 8 juni, Lund, Sverige

Lorenzini, G, Olsson, A, Larsson, A (2017) **User involvement in pharmaceutical packaging design - a case study**. Proceedings of the International Conference on Engineering Design, ICED. Design Society, 8, 41-50

Norrman, A, Kembro, J (2017) **Warehousing trends and challenges in omni-channel logistics**. Interdisciplinary Conference on Production, Logistics and Traffic, 25-26 september, Darmstadt, Tyskland

Rehncrona, C (2017) **Retailers' Choice and Usage of Payment Systems**. ACRA Annual Conference, 29 mars - 1 april, Minneapolis, USA

Vakulenko, Y, Hellström, D, Hjort, K (2017) **What's in the parcel locker? Exploring customer value in e-commerce last mile delivery**. Global Innovation and Knowledge (GIKA), 28 juni, Lisbon, Portugal

Welinder, A (2017) **Drivers and barriers when implementing an integrated sustainability agenda - the case of IKEA**. European Association for Education and Research in Commercial Distribution (EAERCD), 6 juli, Dublin, Irland

BÖCKER/RAPPORTER

Aslan, D, Fredriksson, C (red.) (2017) **Handelsstad i Förvandling**. Lund University, Lund

Bertilsson, J, Tarnovskaya, V (red.) (2017) **Brand Theories: Perspectives on Brands and Branding**. Studentlitteratur, Lund

Fredriksson, C, Svingstedt, A, Bäckström, K, Derwik, P, Fuentes, C, Rehncrona, C (2017) **Kunniga kunder ställer nya krav på handeln**. Handelsrådets rapportserie 2017:2

Hellström, D, Olsson, A, Nilsson, F (2017) **Managing Packaging Design for Sustainable Development: A Compass for Strategic Directions**. John Wiley & Sons

Hultman, J, Fuentes, C, Hjort, K, Johansson, U, Tarnovskaya, V (2017) **Handeln rustar för multi-kanal**. Handelsrådets rapportserie: 2017:1

Multikanal är på väg att bli en naturlig del av detaljhandelspraktiken och det är inte om utan hur man använder multikanal som är avgörande.

Hultman, J, Fuentes, C, Hjort, K, Johansson, U, Tarnovskaya, V (2017) *Handeln rustar för multi-kanal*. Handelsrådets rapportserie: 2017:1

Derwik, P (2017) **Exploring competence and learning behavior in supply chain management**. (Doctoral dissertation) Department of Packaging Logistics, Lund University

BOKKAPITEL

Anselmsson, J (2017) **Loyalty-based Brand Management**. I: Tarnovskaya, V, Bertilsson, J (red.) *Brand Theories: Perspectives on Brands and Branding*, pp. 83-105. Studentlitteratur AB, Lund

Anselmsson, J, Bondesson, N (2017) **Brand Equity and the Brand Value Chain: What it is and How to Use it in Practice**. I: Tarnovskaya, V, Bertilsson, J (red.) *Brand Theories: Perspectives on Brands and Branding*, pp. 65-81. Studentlitteratur AB, Lund

Aslan, D (2017) **Shopping på en lokal handelsgata**. I: Aslan, D, Fredriksson, C (red.) *Handelsstad i Förvandling*, pp. 61-71. Lund University, Lund

Aslan, D (2017) **Multikanalhandel i stadskärnan och dess utmaningar**. I: Aslan, D, Fredriksson, C (red.) *Handelsstad i Förvandling*, pp. 123-131. Lund University, Lund

Aslan, D, Fredriksson, C (2017) **Handelsstad i förvandling: Stadsliv, konsumtion och digitalisering**. I: Aslan, D, Fredriksson, C (red.) Handelsstad i Förvandling, pp. 9-20. Lund University, Lund

Aslan, D, Fredriksson, C (2017) **Jakten på den perfekta julklappen**. I: Aslan, D, Fredriksson, C (red.) Handelsstad i Förvandling, pp. 93-107. Lund University, Lund

Aslan, D, Fredriksson, C (2017) **Den hållbara handelsstaden: Om konsten att hantera gröna konsumenter**. I: Aslan, D, Fredriksson, C (red.) Handelsstad i Förvandling, pp. 109-120. Lund University, Lund

Man kan fundera vidare över om alternativ konsumtion och köpstopp är en övergående livsstilstrend, en ny form av statusmarkör för de välbeställda eller ett uttryck för en mer djupgående samhällsförändring.

Fredriksson, C (2017) Alternativa konsumtionsstrategier. I: Fredriksson, C, Svingstedt, A (red) Kunniga kunder ställer nya krav på handeln. Handelsrådets rapportserie 2017:2

Aslan, D, Fredriksson, C (2017) **Om konsten att hantera gröna konsumenter**. I: Aslan, D, Fredriksson, C (red.) Handelsstad i förvandling. Lund University, Lund

Bertilsson, J (2017) **Consumer-brand Relationships**. I: Bertilsson, J, Tarnovskaya, V (red.) Brand Theories: Perspectives on Brands and Branding, pp. 165-184. Studentlitteratur, Lund

Bäckström, K (2017) **Köpets dynamik: Om föränderlighet och spontanitet i konsumenters köpbeteende**. I: Aslan, D, Fredriksson, C (red.) Handelsstad i förvandling, pp. 75-84. Lunds University, Lund

Eskilsson, L, Månsson, M (2017) **Film Tourism collaborations: a critical analysis of INTERREG destination development projects**. I: Lundberg, C, Ziakas, V (red.) The Routledge Handbook on Popular Culture and Tourism. Routledge

Eskilsson, L, Thufvesson, O (2017) **Gågatubesökaren I semestertid: Vem, varför, hur?** I: Aslan, D, Fredriksson, C (red.) Handelsstad i förvandling, pp. 42-59. Lunds University, Lund

Eskilsson, L, Thufvesson, O (2017) **En studie av transportval vid inköpsresor**. I: Aslan, D, Fredriksson, C (red.) Handelsstad i förvandling, pp. 85-92. Lund University, Lund

Fuentes, C, Svingstedt, S (2017) **Mobilshopping: Nya shoppingpraktiker växer fram**. I: Aslan, D, Fredriksson, C (red.) Handelsstad i förvandling. Lund University, Lund

Fredriksson, C (2017) **När handel tar plats**. I: Aslan, D, Fredriksson, C (red.) Handelsstad i förvandling. Lund University, Lund

Fredriksson, C (2017) **Alternativa konsumtionsstrategier**. I: Fredriksson, C, Svingstedt, A (red) Kunniga kunder ställer nya krav på handeln. Handelsrådets rapportserie 2017:2

Fredriksson, C, Bäckström, K (2017) **Konsumtion mellan vardag och vision**. I: Fredriksson, C, Svingstedt, A (red) Kunniga kunder ställer nya krav på handeln. Handelsrådets rapportserie 2017:2

Klasson, M (2017) **Brand Culture: In Search of Identity**. I: Bertilsson, J, Tarnovskaya, V (red.) Brand Theories: Perspectives on Brands and Branding, pp. 203-222. Studentlitteratur, Lund

Rehncrona, C (2017) **Nya sätt att betala: Hur och varför unga konsumenter tar till sig mobila betalningar**. I: Aslan, D, Fredriksson, C (red.) Handelsstad i förvandling, pp. 145-156. Lund University, Lund

Sörum, N, Fuentes, C (2017) **Write Something!: The shaping of ethical consumption on Facebook**. I: Cochoy, F, Hagberg, J, Petersson McIntyre, M, Sörum, N (red.) Digitalizing Consumption: How Devices Shape Consumer Culture, pp. 144-166. Routledge, New York and London

Tarnovskaya, V (2017) **Corporate Brand Identity and Image: to Align or Separate - This is the Question**. I: Bertilsson, J, Tarnovskaya, V (red.) Brand Theories: Perspectives on Brands and Branding, pp. 45-64. Studentlitteratur, Lund

Tunca, B (2017) **Marketing and Market Research**. I: Emilian, G, Weitkunat, R, Lüdicke, F (red.) Consumer Perception of Product Risks and Benefits, pp. 383-407. Springer International Publishing, New York



LUNDS
UNIVERSITET



Centrum för handelsforskning
Lunds universitet
Box 118
221 00 Lund
www.handel.lu.se