



Centrum för handelsforskning vid Lunds universitet

VERKSAMHETSBERÄTTELSE | 2018





HANDELSSTADEN KRISTIANSTAD

Kommunikation och marknadsföring

Tjänstområde: 40 000 invånare, 100 000 besökare

Vision: "Handelsstaden Kristianstad ska vara en av Sveriges mest framgångsrika handelsstäder och ett stadskärnan är en trygg, levande och attraktiv mötesplats där stadens traditioner möter framtiden."

Inledning

Centrum för handelsforskning – det femte året

Centrum för handelsforskning har nu funnits i fem år och under det gångna året har vi slutfört de forskningsprojekt som vi startade 2016 – Retail Destination och Retail Innovation. Resultat från dessa projekt har under året presenterats på både vetenskapliga konferenser och konferenser för praktiker.

Under året har vi arrangerat ett antal uppskattade workshops, riktade mot praktiker. Den första hade fokus på kundupplevelser och där framträdde bl.a. IKEA och Workshop. Workshopen modererades av Sofia Ulver. Centrum för handelsforskning var också aktiva på Lunds universitets Hållbarhetsvecka med inslag av både Johan Jansson och Jens Hultman. I december arrangerade Centrum för handelsforskning tillsammans med Lunds Handelsförening workshopen Stadskärnans möjligheter och utmaningar. Här redovisades resultat från Retail Destination och fokus var på relationen mellan handel och plats i dåtid och nutid, stadskärnan i sociala medier, stadskärnan och hållbarhet etc.



I samband med Handelsrådets dag i oktober lanserade Centrum och Handelsrådet boken Framtidens fysiska butik. Detta är ett bokprojekt som har sin bas i de tre workshops kring Framtidens fysiska butik (fokus på digitalisering, upplevelser och hållbarhet i den framtida fysiska butiken). Boken har blivit en stor succé och upplagan såldes snart slut. På agendan framöver står en liknande bok med temat Framtidens cityhandel, också det ett brännande ämne i dessa förändringens tider för handeln.

I linje med vårt fokus på Retail Destination och därigenom intresse för cityhandels vara och icke vara samt citycentrums utveckling, gjorde vi ett intressant studiebesök i Kristianstad under året. Kristianstad har länge varit en få städer i Sverige (av Kristianstads storlek) som inte har ett externt köpcentrum av rang. I september 2018 etablerades C4 Shopping utanför Kristianstad med cirka 70 butiker i första etappen (en andra etapp är planerad till hösten 2019). Centrum för handelsforskning kommer att följa utvecklingen i Kristianstad, inte minst vad gäller effekten av etableringen av ett stort köpcentrum på cityhandel och citykärnan i stort.

I och med att 2018 passerat kan Centrum för handelsforskning fira 5 år! Och vi planerar för att fortsätta initiera forskning och sprida information om forskning kring handel till olika intressentgrupper. Med stöd av bl.a. Handelsrådet och Hakon Swenson stiftelsen ser vi framtiden med tillförsikt!

Med vänliga hälsningar

Ulf Johansson
Professor och centrumföreståndare

Händelser i centrum – ett axplock

MARS – WORKSHOP KRING KUNDUPPLEVELSEN

Årets första workshop avhandlade kundupplevelsen med 80-talet forskare och föreläsare för näringslivet som anmälda deltagare. De inbjudna talarna Shawn Roberts och Filip Åhman från konsultföretaget WorkShop berättade om teknikutvecklingens möjligheter i dagens handel medan Marcus McKinley och Maria Møllerskov Jonzon från IKEA Group i sin presentation utgick ifrån de utmaningar som IKEA Group ställs inför kring digitalisering. Förmiddagen avslutades med en diskussion under ledning av trendforskaren Sofia Ulver.



APRIL – HÅLLBARHETSVECKA LUNDS UNIVERSITET

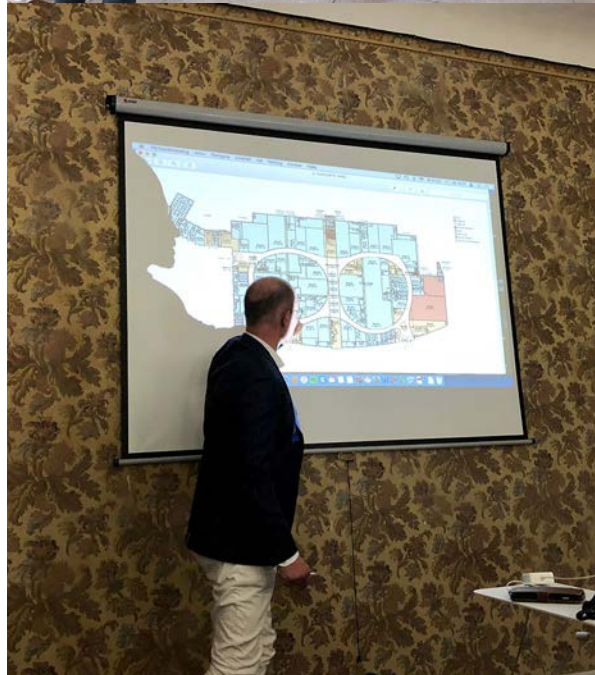
Hur kan företag säkra att tillverkningen av kläder inte förstör miljön och att arbetsvillkoren är acceptabla? Och vad kan vi som konsumenterna göra? Det är frågor som Centrum för handelsforsknings forskare Jens Hultman och Johan Jansson diskuterade under hållbarhetsveckan 2018 (23-27 april) i Lund. Hållbarhetsveckan är en återkommande aktivitet vid Lunds universitet. Vid årets hållbarhetsvecka deltog Jens Hultman i en paneldiskussion, #FashionRevolution: Human Rights and Sustainability in the textile industry, och Johan Jansson presenterade vid workshopen Consumers or Politicians: who are the key drivers of change?

MAJ – NYTT FORSKNINGSPROJEKT

Ett nytt projekt om personalens roll i servicemötet knöts till Centrum för handelsforskning. Projektet finansieras av Handelsrådet. Mer kunskap om vilka utmaningar personalen ställs inför i mötet med dagens kunder behövs, och i detta forskningsprojekt riktas fokus mot personalens roll under servicemötet i den fysiska butiken. Studien innebär datainsamling i butik, men också på central nivå i fem stora svenska detaljhandelsföretag från olika branscher. Ansvariga för projektet är Kristina Bäckström, Ulf Johansson och Jens Nordfält.

MAJ – VÅRA FORSKARE GJORDE STUDIEBESÖK I KRISTIANSTAD

I maj gjorde ett tiotal forskare knutna till Centrum för handelsforskning ett studiebesök i Kristianstad där man bland annat träffade representanter för kommunledning och näringslivskontor och förde diskussion kring centrumhandeln i Kristianstad. Under dagen gjordes även besök på köpcentret Galleria Boulevard och C4 Shopping där diskussioner fördes med respektive centrumledning.



MAJ – INNOVATION I HANDELN WORKSHOP

Innovation är nödvändigt för handelns överlevnad och möte med stora utmaningar. Därför bjöds ett trettiotal personer in till en workshop på Studio i Malmö där innovationsmetoder och designtänkande användes för att hjälpa att möta handelns främsta utmaningar. Retailspecialisten Emma Hernell från United Minds talade om trender i handeln och Professor Ulf Johansson från Centrum för handelsforskning fokuserade på spaningar och utmaningar i sin presentation. Efter lunch ledde Malin Olander Roese en innovationsworkshop med Design Thinking-metoder för handeln, kring de angelägna frågorna.



OKTOBER – LANSERING AV BOKEN FRAMTIDENS BUTIK VID HANDELSRÅDETS DAG

Boken "Framtidens fysiska butik" lanserades vid Handelsrådets dag i Stockholm. I boken ger 17 författare sina bilder av den fysiska butikens framtid under rubrikerna upplevelser, digitalisering och hållbarhet. Boken har rönt stor uppmärksamhet och varit föremål för ett större antal tidningsartiklar och inslag i media.



NOVEMBER – NORDISK FORSKNINGSKONFERENS

I november arrangerades den återkommande nordiska forskningskonferensen NRWC i Reykjavik på Island. Flera forskare från Centrum för handelsforskning vid Lunds universitet deltog på konferensen och presenterade sina forskningsresultat i en rad olika sessioner. Jens Hultman var delaktig i organiseringen av konferensen och var även med och ledde en workshop med doktorander från flera olika länder.

DECEMBER – WORKSHOP STADSKÄRNANS MÖJLIGHETER OCH UTMANINGAR

I december arrangerade Centrum för handelsforskning tillsammans med Lunds Handelsförening en halvdagsworkshop kring stadskärnans möjligheter och utmaningar. Med utgångspunkt från aktuell forskning på temat Retail destination belyste centrals forskare relationen mellan handel och plats i dåtid och nutid, stadskärnan i sociala medier och hur stadskärnan kan främja hållbar matkonsumtion. Ett 70-tal deltagare knöt nya kontakter och reflekterade tillsammans kring olika städers hårda och mjuka värden.

DECEMBER – LICENTIATSEMINARIUM OCH DISPUTATION

I december disputerade centrrets affilierade forskare Ida de Wit Sandström (Tjänstvetenskap) på sin avhandling med titeln: Kärleksaffären: Kvinnor och köpenskap i kustens kommers. Samma månad försvarade Karla Marie B. Paredes (Innovationsteknik) sin licentiatuppsats med titeln: Exploring retail innovation management: perceptions and practices in Swedish retail organizations. Karla Maries projekt har varit finansierat av Centrum för Handelsforskning via Handelsrådet.





Sofia Ulver från Ekonomihögskolan talar under invigningen i mars 2014.

Återblick – Fem år med Centrum för handelsforskning

Med ett femårigt anslag om grundfinansiering (5 MSEK per år 2014-2018) från Handelsrådet etablerades Centrum för handelsforskning vid Lunds universitet. Centret invigdes i akademiska föreningens lokaler i Lund i mars 2014 och har därmed verkat i fem år. Utvecklingen av Centrum för handelsforskning vid Lunds universitet har varit mycket positiv. Lunds universitet har ett stort antal forskare inom handelsområdet, och sedan invigningen har vi arbetat med att samla denna forskning under en gemensam plattform. Forskningsverksamheten vid Centrum för handelsforskning vid Lunds universitet är tvärvetenskaplig och har i huvudsak fokus på handelns varuflöde och kundmöte.

”Centrum för handelsforskning har under sina första fem år samarbetat med ett stort antal handelsföretag i praktiktäna och relevanta forskningsprojekt.”

Merparten av de forskare som varit knutna till Centrum för handelsforskning vid Lunds universitet har sin anställning vid Lunds Tekniska Högskola, Ekonomihögskolan och Campus Helsingborg vid Lunds universitet, men under åren har forskare från andra fakulteter anslutit. Centrums verksamhet har gott rykte såväl nationellt som internationellt och organiserar idag cirka 50 forskare och doktorander vid Lunds universitet som på ett eller annat sätt har forskningsintresse i handeln. Vid etableringen av Centrum för handelsforskning vid Lunds universitet utvecklades ett par långsiktiga målsättningar tillsammans med vår finansiär Handelsrådet. Dessa har varit att:

- Utveckla en varaktig samlingspunkt för såväl forskare som praktiker med intresse för handelsforskning som ska stärka och stimulera handelsforskningen nationellt.
- Utveckla en tvärvetenskaplig forskningsmiljö av internationell toppklass med fokus på handel.
- Utveckla en varaktig samlingspunkt för kunskapsöverföring mellan akademi och handel.
- Verka för samordning av planerad och redan etablerad handelsforskning och handelsrelaterad utbildning som bedrivs vid Lunds universitet.

Forskningen vid Centrum för handelsforskning vid Lunds universitet har, utöver affilierade projekt, varit koncentrerad till fyra forskningsprogram. Under åren 2014-2015 drevs forskningsprogrammen E-handel och Kunniga kunder med Jens Hultman respektive Cecilia Fredriksson som programansvariga. Under åren 2016-2018 har programmen Retail Innovation och Retail Destination drivits med Ulf Johansson/Annika Olsson respektive Cecilia Fredriksson som programansvariga. Programmen har drivits genom ett antal projekt. Varje program har haft forskare knutna till sig.



Centrum för handelsforskning har under sina första fem år samarbetat med ett stort antal handelsföretag i praktiktäna och relevanta forskningsprojekt. Kunskapsspridningen har skett dels via direkta samarbeten med handeln, genom workshops, och genom breda satsningar på kommunikation. Ett exempel på hur vi arbetat med att sprida vår forskning är att vi under 2017 (maj, september och november) genomförde tre välbesökta workshops (ca 80 praktiker som deltagare per workshop) på tre olika teman kring framtidens fysiska butik (digitalisering, upplevelser och hållbarhet) och resultaten från den satsningen redovisades därefter i en bok med titeln Framtidens butik som gavs ut 2018.

Under åren 2014-2018 har forskare knutna till Centrum för handelsforskning publicerat ungefär 100 vetenskapliga artiklar och deltagit i en mängd konferenser. Synligheten i media har varit synnerligen god. Företrädare för handeln och vårt omgivande samhälle har bjudits in till 17 olika workshops där vi kan summera cirka 1000 deltagare. Vår webb har utvecklats under åren för att fungera som plattform för spridning av nyheter och forskningsresultat, och antalet besökare har kontinuerligt ökat under åren med cirka 1300 unika besökare

”Företrädare för handeln och vårt omgivande samhälle har bjudits in till 17 olika workshops där vi kan summera cirka 1000 deltagare.”

under 2014 och cirka 3200 unika besökare under 2018. Ett sätt att driva besökare till vår webb har varit att kontinuerligt skriva inlägg om aktuella frågor i handeln under rubriken Centrum kommenterar.

Centrum för handelsforskning går nu in i en ny fas med ny finansiering, men kommer även fortsättningsvis att arrangera forskarseminarier riktade mot forskare och workshops riktade mot praktiker. Vi kommer att förstärka vår nyhetsrapportering via ett nyhetsbrev, vi kommer också att skapa en fysisk närvaro för Centrum för handelsforskning genom etablering av ett kontor på Campus Helsingborg, men fortsätter att vara ett forskningscentrum med tvärvetenskaplighet i fokus och närvaro på såväl Campus Helsingborg, Ekonomihögskolan som LTH. Vi kommer att arbeta vidare med affilierade forskare som grund för verksamheten. Handelsrådet fortsätter från 2019 att stödja Centrums verksamhet och vi hälsar också Hakon Swenson stiftelsen välkommen som finansiär av vår verksamhet.

Under 2018 har forskningen vid Centrum för handelsforskning 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" har tagit utgångspunkt i relationen mellan handel och plats genom att fokusera teman som etableringsfrågor, logistik, stadsutveckling, butiksformat, förändrade konsumtionsmönster och digitalisering. Vi har intresserat oss för vilka resurser som mobiliseras i tid och rum för att skapa attraktiva handelsplatser, och vi har i olika delstudier belyst hur olika aktörer och samhällliga processer kan kopplas till olika konsumtionsmiljöer. När regioner, städer och stadskärnor omvandlas till destinationer för handel aktiveras och förändras även andra delar av såväl den rumsliga som den sociala miljön. Olika former av digitalisering och e-handelslösningar i relation till handel, plats och logistik skapar nya utmaningar och möjligheter.

Vi har fortsatt intresserat oss för själva stadskärnan som attraktiv destination. Shopping i stadskärnan erbjuder en unik miljö där upplevelsen utanför butiken kompletterar upplevelsen i butik. Vi har mer specifikt studerat platsens roll i marknadsföringen av handeln i stadskärnorna med utgångspunkt från sociala medier för att förstå vilken roll platsen spelar i marknadsföringen av en stadskärna och centrumhandel. I andra delstudier har vi undersökt externhandels expansion i förhållande till stadskärnans och shoppinggatans speciella logik, samt hur äldre köpcenter kan bevara sin konkurrenskraft. Den externa handeln fortsätter att öka och köpcentren blir större, mer externa, påkostade och många talar om överetablering. Många befintliga köpcenter försvarar sig genom exempelvis nyinvestering i ombyggnad, butiksmix, ompositionering eller inglasade gågator. I forskningsprogrammet har vi undersökt på vilket sätt olika åtgärder vad gäller skillnader i innerstad och externa handelsplatser resulterat i kundvärde och försäljning.

Vi har även fört in historiska perspektiv på relationen mellan stad och handel. Drivkrafterna för förändringen sedan mitten av 1990-talet är främst externhandels expansion. Under de två senaste decennierna har vi sett hur en stor del av den traditionella handeln lämnat de svenska stadskärnorna för förmån för externa köpcentra, stormarknader och e-handel. De övergivna butikslokalerna fylls idag snabbt upp med verksamheter kopplade till service, tjänster, möten och upplevelser. Men om vi anlägger ett längre historiskt perspektiv på svenska stadskärnor framträder kanske inte en miljö som främst var dominerad av butiker.

Fortfarande bor även en del av befolkningen utanför städerna. I forskningsprogrammet har vi intresserat oss för hur

tillgänglig e-handeln egentligen är för boende i glesbygd. Här blir service, tjänster och logistik helt avgörande för en fungerande och tillgänglig handel. I andra delstudier har vi fokuserat alternativa handelsplatser och vilka funktioner secondhand- och biståndsbutiker fyller som destination. Här flätas nya former för handel samman med komplexa och kulturhistoriska fenomen som återbruk och välgörenhet. Handeln med begagnade varor rör sig i en gråzon och utgör en viktig del i både stadskärnan och i ytterområdena. Secondhand- och biståndsbutiker har med sin specifika historieskrivning blivit väletablerade företeelser som förknippas med både rationell behovskonsumtion och hedonistisk upplevelshopping. Idag finns också en efterfrågan på ett lokalt och unikt handelsutbud som skiljer sig från kedjebutikernas mer eller mindre globala sortiment.

Viktiga frågor inom forskningsprogrammet har varit butikens rumslighet i förhållande till digitalisering, nya butiksformat och dess konsekvenser för handlare och konsumenter. Vi har undersökt hur konsumenter använder smartphones i den fysiska butiken för att förstå hur konsumenter förhåller sig till butiken som fysiskt rum och vad detta innebär för handlaren och butikslandskapet. Vi har sett hur en ny form av självservice och oberoende skapas genom hur konsumenter använder mobiltelefonen. Detta ställer nya krav på handeln som måste hitta andra sätt att organisera sina butiker. Vi har även undersökt hur fenomen som pop-up-butiker tagit plats som tillfälliga destinationer och skapat ett speciellt butikslandskap med okonventionell organisation och sparsmakad design på otillgängliga platser.

Forskningsprogrammet Retail Destination har initierat nya forskningsfält, ställt nya frågor och undersökt relationen mellan handel och plats från olika perspektiv. Genom att sätta in handelsplatser och etableringsfrågor i ett vidare sammanhang genererar analyser av plats och lokalisering viktig kunskap som kan utvecklas till långsiktiga verktyg för hållbar handel och samhällsplanering.

Forskningsprogrammet Retail Destination vid Centrum för handelsforskning har bestått av forskare och doktorander från Institutionen för service management och tjänstevetenskap vid Campus Helsingborg, Institutionen för designvetenskaper på Lunds Tekniska Högskola, Företagsekonomiska institutionen vid Ekonomihögskolan, Lunds universitet, samt Högskolan i Kristianstad.

Cecilia Fredriksson

Tema: Retail Innovation

Forskningsprogrammet "Retail Innovation" har fokuserat kring olika fenomen som på ett eller annat sätt kan länkas till innovation i handeln. Varför har då detta tema varit så viktigt? Jo, ur ett forskningsperspektiv har vi sett att innovation i handeln är ett relativt utforskat område som i huvudsak fokuserat på resultatet av innovation, såsom olika produkter och tjänster som lanseras i handeln, men mindre på hur handeln faktiskt kan gå till väga för att skapa förändring och förnyelse. Praktiskt tyckte vi oss också se och höra handelns ökade intresse av innovationsarbete och dess akuta behov av att förändras i samma takt, eller gärna fortare än omvärlden.

"...ur ett forskningsperspektiv har vi sett att innovation i handeln är ett relativt utforskat område som i huvudsak fokuserat på resultatet av innovation, såsom olika produkter och tjänster som lanseras i handeln, men mindre på hur handeln faktiskt kan gå till väga för att skapa förändring och förnyelse."

Mycket forskning inom innovationsområdet har sin utgångspunkt i tillverkningsindustrin, som vi genom vår forskning kan konstatera skiljer sig väsentligt från handelns förutsättningar. Forskningen inom Retail Innovationprogrammet har jämfört traditionell innovationsforskning med den innovationsforskning som finns inom servicesektorn, dit handeln hör. Forskare har studerat de olikheter som finns, och konstaterar att service innovation hittills inte rönt så stor uppmärksamhet i forskningen, i synnerhet inte kopplat till detaljhandel. Forskare från service management menar att handelsinnovation bör ses ur ett annat perspektiv än innovation i tillverkningsindustrin, och att det är ett område som behöver utvecklas för att gagna handeln i dess strävan att förändra, förnya och hänga med i omvärldens förändringstakt.

Forskargruppen har också via enkätundersökningar och intervjustudier studerat de förutsättningar som finns för att skapa innovation i handeln, genom att undersöka handelsorganisationers kreativa klimat. I dessa studier har forskningen kommit fram till att det finns goda förutsättningar för att arbeta med innovation i handeln, men att strukturer och kunskap om hur sådant arbete kan systematiseras och bli strategiskt saknas i de studerade handelsorganisationerna. Forskningen visar också att begreppet innovation inte används i någon större utsträckning och att ansvaret för frågan i organisationen är



otydligt. Därför är fortsatt forskning inom området behövlig. I samband med dessa studier har det också framkommit att handelns organisationer ofta har svårt att hantera den kombination mellan struktur och flexibilitet som litteraturen ofta rekommenderar, och som kommer att bli nödvändig för att bibehålla det entreprenöriella operativa klimatet som finns, samtidigt som innovationsarbetet struktureras på strategisk nivå i organisationen.

Vidare ser vi i vår forskning att butikspersonalen, det vill säga medarbetarna i handeln är en kritisk resurs för värdeskapandet, och att de har en avgörande roll i skapandet av serviceinnovationer. Ändå finns sparsamt med aktuell forskning om medarbetarnas roll, och branschens kunskaper brister vad gäller att använda sig av medarbetarnas kompetens i innovationsarbetet. Forskningen menar att butikspersonalen behöver ges större handlingsutrymme, och att det behövs tydliga riktlinjer och strukturer för att kunna ta emot kunders synpunkter och klagomål som sedan kan omsättas till input i innovationsarbetet.

"Vidare ser vi i vår forskning att butikspersonalen, det vill säga medarbetarna i handeln är en kritisk resurs för värdeskapandet och att de har en avgörande roll i skapandet av serviceinnovationer."

Inom ramen för forskningsprogrammet "Retail Innovation" har en forskare också studerat nya betallösningar i ett affärsperspektiv. Det kan konstateras att digitaliseringen kräver att handeln erbjuder sina kunder fler alternativ för betalning och att digitala plattformar med fördel används som bas. Det kan dock noteras att samtidigt som nya betallösningar ger nya möjligheter, förflyttar de också makten från handeln till betaltjänstföretagen.

Forskargruppen i "Retail Innovation" har initierat ett forskningsområde, innovation i handeln, som fokuserat på hur handeln kan arbeta med och förhålla sig till innovation. Sammantaget kan sägas att vi funnit vissa resultat som ger indikationer på vart handeln är på väg inom området innovation, men att det finns mycket kvar att utveckla och lära inom detta område. Forskningen fortsätter nu i nya projekt om innovation i handeln, om personalens roll i butik och om betallösningar och digitalisering.

Forskargruppen i forskningsprogrammet "Retail Innovation" har bestått av forskare från Institutionen för designvetenskap på Lunds Tekniska Högskola, Företagsekonomiska institutionen vid Ekonomihögskolan och Institutionen för tjänstevetenskaper vid Campus Helsingborg, Lunds universitet.

Annika Olsson



Framtidens fysiska butik

Digitalisering, upplevelser och hållbarhet

ULF JOHANSSON (RED.)

CENTRUM FÖR HANDELSFORSKNING | LUNDS UNIVERSITET



Framtidens fysiska butik

Hur ska de fysiska butikerna utformas i framtiden? Den frågan belystes häromåret i föredrag och workshoppar som Centrum för handelsforskning och Handelsrådet arrangerade. Nu har de kunskaper som förmedlades sammanställts i bokform.

“Handeln befinner sig i en tid av förändring.” Så inleds boken Framtidens fysiska butik - Digitalisering, upplevelser och hållbarhet som gavs ut av Centrum för Handelsforskning vid Lunds universitet i oktober 2018. “Förändring” känns dock som ett mildt uttryck i sammanhanget, när bland annat e-handel och ändrade kundbeteenden ställer förutsättningarna på ända för de flesta aktörer i branschen.

– Ja, men det beror på hur du ser det. Det har hänt och händer massor bakom kulisserna, men när det gäller vad kunden möter så är det inga större skillnader från hur det såg ut för 50 år sedan, säger Ulf Johansson, professor i marknadsföring vid Ekonomihögskolan i Lund och redaktör för “Framtidens fysiska butik”.

Det står i alla fall klart att det finns ett stort intresse för de förändringar som pågår och väntar. Det märktes inte minst på mottagandet av boken, konstaterar han.

– Vi tryckte upp 400 exemplar som tog slut direkt. Själv har jag sedan dess kuskat land och rike runt för att prata om de här frågorna i olika sammanhang. Vad är det då för förändringar som det handlar om? I boken ställer de upp tre huvudområden:

- Digitalisering, med bland annat e-handel och mobilanvändning i butiker.
- Upplevelser, där det också kan finnas kopplingar till mobilanvändningen, men där ingår också sådant som kundfokus och tjänsteerbjudanden i handeln.
- Hållbarhet, vilket bland annat handlar om att konsumera mindre eller att konsumera rätt produkter på rätt sätt.

“Men det kan vara värt att komma ihåg att komma ihåg att det fortfarande är 90 procent av detaljhandeln som sker i fysiska butiker, för att få rätt perspektiv på utvecklingen.”

Att e-handeln är på stark frammarsch är ingen nyhet. De senaste två åren är det e-handeln som har stått för nästan all tillväxt inom detaljhandeln.

– Men det kan vara värt att komma ihåg att det fortfarande är 90 procent av detaljhandeln som sker i fysiska butiker, för att få rätt perspektiv på utvecklingen, säger Ulf Johansson. Den ökade mobilanvändningen är en företeelse som innebär både utmaningar och möjligheter för detaljhandeln.

– Det finns en gigantisk utmaning i att många kunder är djupt upptagna med mobilerna när de kommer in i en butik. En butiksinteriör byggs som regel upp utifrån att snabbt kunna visa lockande erbjudanden för kunden – men det går ju förlorat när allt fler kunder stirrar ner i sina telefoner.

Det finns alltså samtidigt flera positiva effekter av mobilanvändningen.

– Den gör att vi stannar längre i butiken, och att vi dessutom blir avbrutna hela tiden – vilket är positivt för köpprocessen. Åtminstone gäller det för dagligvaruhandeln, där distraktionerna gör att vi får starta processen på nytt flera gånger. Det gör i sin tur att vi handlar mer vid butiksbesöket.

Olika former av digitalisering bidrar också till nya möjligheter till kundupplevelser, bland annat genom förbättrad individanpassning.

“Handeln kan, med all den data de har om oss, helt klart bli betydligt mer kundorienterad.”

– Handeln kan, med all den data de har om oss, helt klart bli betydligt mer kundorienterad. Men hittills har de flesta använt informationen till sina egna processer, alltså inte med kunden som utgångspunkt.

En av anledningarna till att man inte har kommit längre inom detta område är enligt Ulf Johansson helt enkelt att den kompetensen saknas på de flesta håll i handeln.

– Avancerade dataanalyser är något helt annat än att vara duktig på att kränga varor. Det är en väldigt traditionell bransch, så det tar tid att på allvar införa något nytt. Men visst kommer det; på Centrum för Handelsforskning arrangerar vi en workshop kring artificiell intelligens i handeln i vår, och det är många som har visat intresse för den.

Vad är det då den fysiska handeln behöver fokusera på för att värna om sin överlevnad? En av de potentiella styrkorna som fysiska butiker har jämfört med e-handeln är möjligheten till kunskapsöverföring i personliga möten.

– Här gäller det dock att verkligen ta tillvara på den möjligheten, för inom e-handeln börjar man satsa på det. Många gånger när du verkar tveka inför ett köp på webben dyker det upp en ruta där du erbjuds direkt hjälp i en chattruta. Ulf Johansson menar att många fysiska butiker i dagens läge har blivit en form av “transaktionsplatser”.

– Det är sällan man känner att man kommer in i ett kunskaps-tempel när man kommer in i en butik, men det är en sådan känsla de borde sikta mot att väcka hos kunderna.

Text: Peter Wiklund

Människorna i centrum

STYRGRUPP

CECILIA FREDRIKSSON	PROFESSOR, CAMPUS HELSINGBORG
JENS HULTMAN	DOCENT, EKONOMIHÖGSKOLAN, CENTRUMKOORDINATOR
ULF JOHANSSON	PROFESSOR, EKONOMIHÖGSKOLAN, CENTRUMFÖRESTÅDARE
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
GEIR HOFF	DIREKTÖR NYA MARKNADER OCH EXPANSION, CLAS OHLSON
THERESE MÖLLER	HR-SPECIALIST, LAGAR & AVTAL, IKEA
ROBERT OLSSON	HR-CHEF, BERGENDAHL'S FOOD
PIA SANDIN	VD, MALMÖ CITYSAMVERKAN
JEANETTE SÖDERBERG	RETAIL MANAGER CENTRAL EUROPE, IKEA

PROFESSORER

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

FORSKARE

CHRISTIAN FUENTES	CAMPUS HELSINGBORG
KLAS HJORT	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
JENS HULTMAN	EKONOMIHÖGSKOLAN

DOKTORANDER

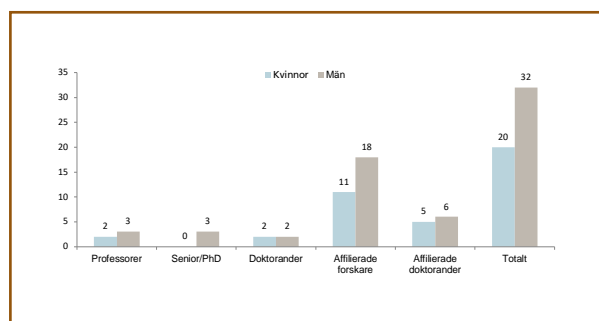
DEVIRIM UMUT ASLAN	CAMPUS HELSINGBORG
KARLA MARIE PAREDES	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
CARIN REHNCRONA	CAMPUS HELSINGBORG
AXEL WELINDER	EKONOMIHÖGSKOLAN

AFFILIERADE FORSKARE

JON BERTILSSON	EKONOMIHÖGSKOLAN
MICHAEL BJÖRN	EKONOMIHÖGSKOLAN
KRISTINA BÄCKSTRÖM	CAMPUS HELSINGBORG
JAVIER CENAMOR	EKONOMIHÖGSKOLAN
ANNETTE CERNE	EKONOMIHÖGSKOLAN
PERNILLA DERWIK	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
IDA DE WIT SANDSTRÖM	CAMPUS HELSINGBORG
KERSTIN GIDLÖF	HUMANISTISKA OCH TEOLOGISKA FAKULTETERNA
CLARA GUSTAFSSON	EKONOMIHÖGSKOLAN
DANIEL HELLSTRÖM	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
NILS HOLMBERG	CAMPUS HELSINGBORG
JOHAN JANSSON	EKONOMIHÖGSKOLAN
MATS JOHNSSON	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
JOAKIM KEMBRO	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
MAGNUS LAGNEVIK	EKONOMIHÖGSKOLAN
STEFAN LARSSON	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
MATTHIAS LEHNER	THE INTERNATIONAL INSTITUTE FOR INDUSTRIAL ENVIRONMENTAL ECONOMICS, IIIEE
JONAS NORDSTRÖM	EKONOMIHÖGSKOLAN
ANDREAS NORRMAN	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
MALIN OLANDER ROESE	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
HENRIK STERNBERG	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
VERONIKA TARNOVSKAYA	EKONOMIHÖGSKOLAN
OLA THUFVESSON	CAMPUS HELSINGBORG
BURAK TUNCA	EKONOMIHÖGSKOLAN
SOFIA ULVER	EKONOMIHÖGSKOLAN
ANNIKA WALLIN	HUMANISTISKA OCH TEOLOGISKA FAKULTETERNA
PHILIP WARKANDER	CAMPUS HELSINGBORG
ERIK WENGSTRÖM	EKONOMIHÖGSKOLAN
HANNA WITTRÖCK	SAMHÄLLSVETENSKAPLIGA FAKULTETEN

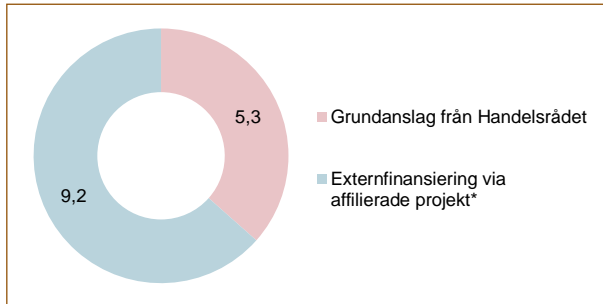
AFFILIERADE DOKTORANDER

DEVIRIM UMUT ASLAN	CAMPUS HELSINGBORG
CARYS EGAN-WYER	EKONOMIHÖGSKOLAN
EBBA ERIKSSON	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
STEFAN KARLSSON	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
MARCUS KLASSON	EKONOMIHÖGSKOLAN
LISA KÄLLSTRÖM	EKONOMIHÖGSKOLAN
JOHN OLSSON	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
ANNA SPITZKAT	CAMPUS HELSINGBORG
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

E-handels snabba utveckling öppnar för nya logistiklösningar	Market	Januari	Jens Hultman
Digitaliseringen förändrar butikens roll	Sydsvenskan	Januari	Marcus Klasson
Hur skapas tillit och transparens på datadrivna marknader	Paneldebatt, Fores, Stockholm	Januari	Stefan Larsson
Returer och leveranser kring e-handel	Godstransportrådet i Skåne & Blekinge, Boozt Ängelholm	Januari	Klas Hjort & Daniel Hellström
The future of retailing. Digital retail changes both flow of goods and customer meeting	Lund university senior faculty meeting	Februari	Ulf Johansson
Trender och utmaningar för materialhantering och lager i omnikanaler	Frukostseminarium i Göteborg arrangerat av HUI Research och Handelsrådet	Februari	Andreas Norrman & Joakim Kembro
Forskaren varnar Ystad: "Kan få det väldigt svårt"	Ystads Allehanda	Februari	Jens Hultman
Forskare: Tuffare för Ikeavaruhuset när e-handeln kommer till Asien	Smålandsposten	Februari	Ulf Johansson
Från butik och e-handel till omnikanal. Trender och utmaningar för logistik och lager	Seminarium på "Stockholmsmarknaden 2018" arrangerat av Fastighetsvärlden	Mars	Andreas Norrman
From dominance to being a rookie; IKEA's multichannel journey	Cass Business School Faculty seminar, London	Mars	Ulf Johansson
Partierna bör redovisa sin etik för digitala kampanjer	Slutreplik, Dagens Nyheter Debatt	Mars	Stefan Larsson et al.
Partier, lova väljarna att avstå från oetiska digitala metoder	Dagens Nyheter Debatt	Mars	Stefan Larsson et al.
Vi måste få veta hur våra personuppgifter används	Dagens Nyheter Debatt	Mars	Stefan Larsson et al.
Fast Fashion vs Slow Fashion	Dunkers Kulturhus, Helsingborg	April	Christian Fuentes & Emma Samsioe
Returer – fälla eller förutsättning?	Ecommerce & Shop tech 2018	April	Daniel Hellström & Klas Hjort
Omnikanal – Så samlar handeln ihop sina flöden	Transportnytt	April	Joakim Kembro & Andreas Norrman
Nytänkande krävs för citybutikens överlevnad	SVT Nyheter Skåne	Maj	Jens Hultman
Triple Helix collaboration in research	Skåne Innovation week	Maj	Annika Olsson
Innovation i handeln	Breakfast seminar Handelsrådet, Stockholm	Maj	Annika Olsson
Fysisk handel eller E-handel – Köpcentrum eller centrumhandel?	Rotary Lund	Maj	Ulf Johansson
Idag integreras artificiell intelligens i människors vardag utan att det finns tillräcklig kunskap om vad det innebär. Lagar och regler släpar efter	Debattinlägg, Sydsvenska dagbladet	Maj	Stefan Larsson et al.
Kampen om den sista milen	INRIKES Magasin	Juni	Klas Hjort
Vi glömmet att jeansen har gjorts av barn	Råd & Rön	Juni	Christian Fuentes
Guldkanten som blev en snara	Tidningen Vi	Juli	Cecilia Fredriksson
Professorn: "Den osmarta kunden åker runt och jagar erbjudanden"	Sydsvenskan	September	Ulf Johansson
Hamburgerjätte tar bort tillsatser	Dagens Nyheter	September	Marcus Klasson
Förståelse kan ge förändring	Umeå Tidning	September	Johan Jansson
Brands on fire – how to adapt to the new market reality of AI platforms	Esomar 2018 Congress, Berlin	September	Michael Björn

Mångdubblar försäljning på kanelbul-lens dag	Svenska Dagbladet	Oktober	Sofia Ulver
Så shoppar du så lite som möjligt under ett år	Lunds Universitets Magasin	Oktober	Carys Egan-Wyer
Breddad AI-forskning kan vägleda politikerna	SvD Debatt	Oktober	Stefan Larsson
Från butik och e-handel till omnikanal. Trender och utmaningar för logistik och lager	Frukostseminarium & workshop, HUI Research och Handelsrådet, Stockholm	Oktober	Andreas Norrman & Joakim Kembro
Företag måste ställa om mot en grönare produktion – men inom vissa ramar	Global Utsikt	Oktober	Johan Jansson
Professorn: Så kan butikerna överleva i centrala Lund	Sydsvenskan	Oktober	Ulf Johansson
Framtidens fysiska butik – digitalisering, upplevelser och hållbarhet	Presentation på Forskningsinblick (Handelsrådet)	Oktober	Ulf Johansson
Konsumtionsidentiteter ur ett genusperspektiv	Seminarium, Konsumentverkets vetenskapliga råd	Oktober	Cecilia Fredriksson
På spaning efter cirkulära ekonomin och hållbara konsumtionen	Klimat, miljö och hållbarhetsserien på Lunds stadsbibliotek	Oktober	Johan Jansson
Ett sätt att förenkla	Nya Wermlandstidningen	Oktober	Cecilia Fredriksson
Why we want the internet	TEDx Karlskrona	November	Michael Björn
The future of retail – retail destination and retail innovation	Presentation at Google, London	November	Ulf Johansson
How will retail take place in the future?	Speech at Tarkett, Copenhagen	November	Ulf Johansson
Så står du emot köphetsen på Black friday – och alla andra dagar	Ystads Allehanda	November	Carys Egan-Wyer
Framtidens fysiska butik	SVT Nyheter	November	Ulf Johansson
Framtidens butik/handelsplats. Hur ser framtidens butik ut och vem driver den? En scenarioanalys av framtida handelsplatser	Presentation på Retail house	November	Ulf Johansson
Innovation i handeln	Campus Open, Helsingborg	November	Annika Olsson
Rusning efter nya tech-innovationer i handelsbranschen	Unionen	November	Ulf Johansson
Från butik och e-handel till omnikanal. Trender och utmaningar för logistik och lager	Seminarium på Logistik&Transport, Logistikmässan i Göteborg	November	Andreas Norrman
Årets julklapp 2018 – här är prylen som tippas vinna	Dagens Nyheter	November	Jens Hultman
Diskussion om Ikeas varsel	Studio Ett, Sveriges Radio	November	Ulf Johansson
Om onödig konsumtion	Expressen TV	November	Cecilia Fredriksson
Minimalism – trend eller växande social rörelse?	Dagens Nyheter	November	Cecilia Fredriksson
Den gröna staden: Om främjandet av hållbar matkonsumtion	Stadskärnans möjligheter och utmaningar workshop, Lund	December	Christian Fuentes
(T)apping Into Consumer Ethics	American Marketing Association	December	Christian Fuentes
För tio år sedan pratade ingen om hållbarhet	Handelsnytt	December	Christian Fuentes
Sex trender om framtidens butiker	Fri Köpenskap	December	Ulf Johansson
Ikeas jakt på ny affärsmodell pausar varuhus	Smålandsposten	December	Jens Hultman

Publikationer

TIDSKRIFTSARTIKLAR

Bertilsson, J, Rennstam, J (2018) **The destructive side of branding: A heuristic model for analyzing the value of branding practice.** *Organization* 25 (2) 260-281

Cenamor, J, Sjödin, D, Parida, V (2018) **Digital Platforms to Enable Servitization: How leading manufacturers leverage digitalization to provide advanced services.** *Management of Innovation & Technology* 3

Cassingier, C, Eksell, J, Månsson, M, Thufvesson, O (2018). **The narrative rhythm of terror: A study of the Stockholm terrorist attack and the "Last Night in Sweden" event.** *International Journal of Tourism Cities* 4 (4) 484-494

Frishammar, J, Cenamor, J, Cavalli-Björkman, H, Hernell, E, Carlsson, J (2018) **Digital strategies for two-sided markets: A case study of shopping malls.** *Decision Support Systems* 108, 1-11

Corporate social responsibility development cannot, and should not, be realized in isolation, but through interaction with stakeholders.

Hultman, J, Elg, U (2018) Developing CSR in retail supplier relationships: a stakeholder interaction approach. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research* 28 (4) 339-359

Fuentes, C, Sörum, N (2018) **Agencing ethical consumers: Smartphone apps and the socio-material reconfiguration of everyday life.** *Consumption Markets and Culture* 22 (2) 131-156

Hagberg, J, Fuentes, C (2018) **Retail formations: Tracing the fluid forms of an online retailer.** *Consumption Markets and Culture* 21 (5) 423-444

Hellström, D, Kembro, J, Norrman, A, Pålsson, H (2018) **Guest editorial for NOFOMA 2017 conference special issue (SI).** *International Journal of Physical Distribution and Logistics Management* 48 (5) 486-487

Hultman, J, Elg, U (2018) **Developing CSR in retail supplier relationships: a stakeholder interaction approach.** *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research* 28 (4) 339-359

Johansson, U, Koch, C, Varga, N, Zhao, F (2018) **Country of ownership change in the premium segment: Consequences for brand image.** *Journal of Product and brand management* 27 (7) 871-883

Kembro, J, Norrman, A, Eriksson, E (2018) **Adapting warehouse operations and design to omni-channel logistics: A literature review and research agenda.** *International*

Journal of Physical Distribution & Logistics Management 48 (9) 890-912

Källström, L, Hultman, J (2018) **Place satisfaction revisited: residents' perceptions of "a good place to live".** *Journal of Place Management and Development*

Larsson, S (2018) **Algorithmic governance and the need for consumer empowerment in data-driven markets.** *Internet Policy Review* 7 (2) 1-12

Oghazi, P, Karlsson, S, Hellström, D, Hjort, K (2018) **Online purchase return policy leniency and purchase decision: Mediating role of consumer trust.** *Journal of Retailing and Consumer Services* 41, 190-200

Olander Røese, M, Ritzén, S (2018) **Innovation i handeln: Om utmaningar och möjligheter med systematisk innovationsledning.** *MGMT Management of Innovation & Technology* 3 (September)

Rehncrona, C (2018) **Young consumers' valuations of new payment services.** *International Journal of Quality and Service Sciences* 10 (4) 384-399

Rehncrona, C (2018) **Power Over Payments: Retailer Steering in Different Channels.** I: Teller, Christoph, Brusset, Xavier, Kotzab Herbert (red.): *Proceedings of the Colloquium on European Research in Retailing (CERR) 2018.* Guildford: University of Surrey.

Tarnovskaya, V, Biedenbach, G (2018) **Corporate rebranding failure and brand meanings in the digital environment.** *Marketing Intelligence and Planning* 36 (4) 455-469

Vakulenko, Y, Hellström, D, Oghazi, P (2018) **Customer value in self-service kiosks: a systematic literature review.** *International Journal of Retail & Distribution Management* 46 (5) 507-527

Small changes in packaging that save food can have a profound impact on sustainable development.

Wikström, F, Verghese, K., Auras, R, Olsson, A, Williams, H, Wever, R, Grönman, K, Kvalvåg Pettersen, M, Möller, H, Soukka, R (2018) **Packaging Strategies That Save Food: A Research Agenda for 2030.** *Journal of Industrial Ecology*

Vakulenko, Y, Hellström, D, Hjort, K (2018) **What's in the parcel locker? Exploring customer value in e-commerce last mile delivery.** *Journal of Business Research* 88, 421-427

Wikström, F, Verghese, K, Auras, R, Olsson, A, Williams, H, Wever, R, Grönman, K, Kvalvåg Pettersen, M, Möller, H, Soukka, R (2018) **Packaging Strategies That Save Food: A Research Agenda for 2030.** *Journal of Industrial Ecology*

Zvolska, L, Lehner, M, Voytenko Palgan, Y, Mont, O, Plelys, A (2018) **Urban sharing in smart cities: the cases of Berlin and London**. Local Environment

KONFERENSARTIKLAR OCH ABSTRACTS

Aslan, DU (2018) **What "makes" local high streets meaningful? A video-ethnography of shopping practice at urban margin**. RGS-IBG Annual International Conference, Cardiff, Storbritannien

Aslan, DU (2018) **Why Local Shopping Streets Matter: A visual ethnographic study of shopping activities**. 34th Nordic Ethnology and Folklore Conference, Uppsala, Sverige

Aslan, DU (2018) Shopping and Praxitopia: **The Place of Local High Streets in Urban Space**, Sociologidagarna 2018, Lund, Sverige

Aslan, DU, Fredriksson, C (2018) **Past and Future Embedded in the Present: A Cultural History of a Local Shopping Street**. "Performance, Politics, and Play" - International Society for Cultural History, New York, USA

Bäckström, K (2018) **The multidimensionality of retail stores: An exploration of technological in-store solutions and customer value**. The 6th Nordic Retail and Wholesale Conference, Reykjavik, Island

Bäckström, K, Johansson, U (2018) **Meeting the needs of a new customer: Organizing and designing the physical store environment**. The 6th Nordic Retail and Wholesale Conference, Reykjavik, Island

Eriksson, E, Norrman, A (2018) **Contextual Adaptation of the Configuration of Grocery Retailers' Online Fulfillment Centres: a Multiple Case Study**. 4th Colloquium on European Research in Retailing 2018, Guildford, Storbritannien

Eriksson, E, Norrman, A, Kembro, J (2018) **Sorting out Omni-channel warehousing configuration challenges: Insights from multiple cases**. The 6th Nordic Retail and Wholesale Conference, Reykjavik, Island

Fuentes, C, Enarsson, P, Kristoffersson, L (2018) **Unpacking Package Free Shopping: Alternative retailing and the reinvention of the practice of shopping**. The 6th Nordic Retail and Wholesale Conference, Reykjavik, Island

Fuentes, C, Hagberg, J, Rawls, M (2018) **Digitalizing Consumer Activism: Concerning, Agencing, and Re-shaping Markets**. International Market Studies Workshop, Köpenhamn, Danmark

Johansson, U, Burt, S, Dawson, J, Reynolds, J, Hultman, J, (2018) **From dominance to rookie; IKEA's multichannel journey**. 4th Colloquium on European Research in Retailing 2018, Guildford, Storbritannien

Johansson, U, Hultman, J, Grimani, I, Privitello, A (2018) **New format vs old formats in retailing: image of pick-up points vs image of full-scale store format**. Academy of

Marketing Conference 2018, Stirling, Storbritannien

Johansson, U, Hultman, J, Dettmering, S, Mues, F (2018) **Personal service and self-service technologies – handling the trade-off in self-service based retailing**. Academy of Marketing Conference 2018, Stirling, Storbritannien

Johansson, U, Bertilsson, J (2018) **Mundane consumer brands and consumer engagement – a new story ahead?** 6th Annual International Colloquium on Branding, Aten, Grekland

Johansson, U (2018) **From providing toolset to working with mindset: The Future of Teaching and Researching Management in a Global World**. 6th Annual International Colloquium on Branding, Aten, Grekland

Johansson, U, Olsson, A, Ritzen, S, Paredes, K, Ohlander Røese, M (2018) **New and old business models in retailing – differences, strengths and weaknesses**. The 6th Nordic Retail and Wholesale Conference, Reykjavik, Island

There is a need to consider other ways of looking into retailing's innovativeness – such as looking into the organizational climate – which may help explain how innovation is enabled in service organizations such as retailers.

Paredes, K.M, Olsson, A, Johansson, U, Olander Røese M, Ritzén, S (2018) Organizational climate for innovation and creativity - a study in Swedish retail organizations. The 6th Nordic Retail and Wholesale Conference, Reykjavik, Island

Johansson, U, Hultman, J, Grimani, I, Privitello, A (2018) **Developing new formats: Consequences for consumer image**. The 6th Nordic Retail and Wholesale Conference, Reykjavik, Island

Johansson, U, Hultman, J, Dettmering, S, Mues, F (2018) **The trade-off between personal service and self-service technology in retail stores**. The 6th Nordic Retail and Wholesale Conference, Reykjavik, Island

Larsson, S (2018) **Law, Society and Digital Platforms: Normative Aspects of Large-scale Data-Driven Tech Companies**. The RCSL-SDJ Lisbon Meeting 2018 "Law and Citizenship Beyond The States", Lisabon, Portugal

Olsson, A, Paredes, KM, Johansson, U, Olander Røese M, Ritzén, S (2018) **Organizational climate for innovation and creativity - a study in Swedish retail organizations**. The 6th Nordic Retail and Wholesale Conference, Reykjavik, Island

Paredes, KM, Olander Røese, M, Olsson, A, Ritzén, S, Johansson, U (2018) **Retail innovation: perceptions, management, and challenges of a systematic approach**. ISPIIM Innovation Conference 2018, Stockholm, Sverige

Prockl, G, Williger, B, Tampe, M, Hellström, D (2018) **Multi-Dimensional Framework Of Rural Supply Chain Management: Moving Towards New Research Perspectives**. NOFOMA Conference, Kolding, Danmark

Spitzkat, A, Fuentes, C (2018) **Here Today, Gone Tomorrow: Organizing temporary retailscapes and the promotion of liquid consumption.** The 6th Nordic Retail and Wholesale Conference, Reykjavik, Island

Vakulenko, Y, Shams, P, Hellström, D, Hjort, K (2018) **Service innovation in e-commerce last mile delivery: mapping e-customer journey.** GIKA2018 conference, Valencia, Spanien

Vakulenko, Y (2018) **Customer Value in Parcel Lockers.** European Logistics Association Doctoral Workshop, Neapel, Italien

Vakulenko, Y, Hellström, D, Hjort, K, Shams, P (2018) **Urban VS rural logistics service quality. Comparing customer satisfaction factors.** NOFOMA Conference, Kolding, Danmark

The narratives from and about lifestyle boutiques point to several knowledge gaps in relation to how aesthetic work is usually understood and discussed.

de Wit Sandström, I (2018) **Kärleksaffären. Kvinnor och köpenskap i kustens kommers.** Doctoral dissertation. Göteborg/Stockholm: Makadam

Vakulenko, Y, Shams, P, Hellström, D, Hjort, K (2018) **Online retail experience and customer satisfaction: Mediating role of last mile delivery.** The 6th Nordic Retail and Wholesale Conference, Reykjavik, Island

Wang, F, Ghauri, PN, Elg, U (2018) **An Inter-firm Perspective on Market, Brand and Entrepreneurial Orientation: the Influence on Performance.** European International Business Academy (EIBA), Poznan, Polen

BÖCKER

de Wit Sandström, I (2018) **Kärleksaffären. Kvinnor och köpenskap i kustens kommers.** Doctoral dissertation. Göteborg/Stockholm: Makadam

Cerne, A (2018) **Moralising Global Markets: The Creativity of International Business Discourse.** Palgrave Macmillan

Johansson, U (red.) (2018) **Framtidens fysiska butik: Digitalisering, upplevelser och hållbarhet.** Lund: Lund University Press

Ledendal, J, Larsson, S, Wernberg, J (2018) **Offentlighet i det digitala samhället: Vidareutnyttjande, sekretess och dataskydd.** Norstedts Juridik AB

Paredes, KM (2018). **Exploring retail innovation management: perceptions and practices in Swedish retail organizations.** Licentiate of Philosophy in Innovation Engineering Licentiate thesis, Faculty of Engineering, Division of Innovation Engineering. Lund: Lund University Press

BOKKAPITEL

Andersson Schwarz, J, Larsson, S (2018) **A Platform Society.** I: S. Larsson & J. Andersson Schwarz (red.) *Developing Platform Economies: A European Policy Landscape.* European Liberal Forum. 114-140

Bjorn, M (2018) **The Adoption of Online Banking in Sweden.** I: R. Teigland et al (red.) *The Rise and Development of FinTech: Accounts of Disruption from Sweden and Beyond.* London and New York: Routledge. 99-108

Bjorn, M (2018) **Är den fjärde förändringsvågen inom handeln här?** I: U. Johansson (red.) *Framtidens fysiska butik: digitalisering, upplevelser och hållbarhet.* Lund: Lund University Press. 57-64

Bäckström, K (2018) **Upplevelser i framtidens butik: En kombination av nya och traditionella värden.** U. Johansson (red.) *Framtidens fysiska butik: digitalisering, upplevelser och hållbarhet.* Lund: Lund University Press

Fredriksson, C, Aslan, DU (2018) **Secondhand Index and the Spirit of Green Vintage Fashion.** I: D. Ryding, C.E. Henninger & M.B. Cano (red.) *Vintage Luxury Fashion.* Palgrave. 133-152

Fuentes, C, Svingstedt, S (2018) **The Practice of Slow Travel: Understanding practitioners' recruitment, careers and defections.** I: L. James, C. Ren & H. Halkier (red.) *Theories of Practice in Tourism.* New York and London: Routledge.

Ghauri, P, Elg, U (2018) **The Impact of Inter-Firm Collaborations on SME Internationalisation.** I: N. Dominguez & U. Mayrhofer (red.) *Key Success Factors of SME Internationalisation: A Cross-Country Perspective (International Business & Management; vol. 34).* Emerald Group Publishing Limited. 41-62

Hultman, J, Elg, U (2018) **Konsumenternas syn på hållbarhetskommunikation i butik.** I: U. Johansson (red.) *Framtidens fysiska butik: digitalisering, upplevelser och hållbarhet.* Lund: Lund University Press. 125-130

Johansson, U (2018) **What will the future physical store look like and who will run them? A scenario analysis on future places of retail.** I: U. Johansson (red.) *Framtidens fysiska butik: digitalisering, upplevelser och hållbarhet.* Lund: Lund University Press

Jansson, J (2018) **Den fysiska butiken i framtiden: Hur kan hållbarhet och digitalisering kombineras för ökat konsumentvärde?** I: U. Johansson (red.) *Framtidens fysiska butik: digitalisering, upplevelser och hållbarhet.* Lund: Lund University Press. 131-137

Nilsson, J, Jansson, J, Hed Vall, G, Modig, F (2018) **The importance of market and entrepreneurial strategic orientations among companies committed to sustainability values and practices.** I: H. Borland, A. Lindgreen, F. Maon, J. Vanhamme, V. Ambrosini & B. Palacios Florencio (red.) *Business Strategies for Sustainability.* Routledge

Katzenbach, C, Larsson, S (2018) **Imagining the Digital Society – Metaphors from the Past and Present**. I: *En-core: The Annual Magazine on Internet and Society Research*. Berlin: The Alexander Humboldt Institute for Internet and Society, Vol. 2017

Larsson, S (2018) **Sju nyanser av transparens: Om artificiell intelligens och ansvaret för digitala plattformars samhällspåverkan**. I: *Plattformssamhället: Den digitala utvecklingens politik, innovation och reglering*. Fores. 277-313

Larsson, S (2018) **Sjyst AI och normativ design**. I: D. Akenine & J. Stier (red.) *Människor och AI: En bok om artificiell intelligens och oss själva*. Stockholm: BoD – Books on Demand. 105-114

Svingstedt, S, Bäckström, K, Fuentes, C (2018) **Digitalisering i handel: mobiltelefoner och den fysiska butiken**. I: U. Johansson (red.) *Framtidens fysiska butik: digitalisering, upplevelser och hållbarhet*. Lund: Lund University Press

RAPPORTER

Ericsson ConsumerLab (2018) **Beyond smartphone shopping – the rise of smart assistants**. Stockholm: Ericsson

Larsson, S (red.) (2018) **Den kvantifierade konsumenten: Om behovet av tillit och transparens på datadrivna marknader**. (Policy Brief) Stockholm: Fores

Larsson, S, Schwarz, A (red.) (2018) **Developing Platform Economies: A European Policy Landscape**. Brussels and Stockholm: European Liberal Forum

Svensson, L, Larsson, S (2018) **Digitalisering av kommunal socialtjänst: En empirisk studie av en organisation och profession i förändring**. Helsingborg: FoU Helsingborg



LUNDS
UNIVERSITET



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