



# Centrum för handelsforskning vid Lunds universitet

VERKSAMHETSBERÄTTELSE | 2019







Anders Dahlvigs installationsföreläsning som hedersdoktor vid Lunds universitet i maj 2019.

# Inledning

---

## Centrum för handelsforskning – det sjätte året

Centrum för handelsforskning har nu funnits i sex år och det gångna året har varit en övergång mellan en basfinansiering från Handelsrådet på 5 miljoner kr per år till en finansiering på cirka 1,5 miljoner kr per år (Handelsrådet och Hakon Swenson stiftelsen). Verksamheten har därför delvis förändrats, vi driver inga egna forskningsprojekt utan är en nätverksorganisation som arrangerar forskningsseminarier och workshops samt stöttar nätverkande och ansökningar om forskningsmedel från forskare (från Lunds universitet) kring handel.

Det har varit ett späckat schema på Centrum för handelsforskning under året och det har vi försökt sammanställa nedan. Av innehållet vill jag peka på några saker;

Under året har Centrums forskningsprojekt kring Retail Destination och Retail innovation publicerats i forskningsrapporter. Dessa kan beställas via Handelsrådet (eller laddas ned från Centrums hemsida). Årsrapporten innehåller huvuddragen i den forskning som bedrivits inom dessa projekt.

Två av Centrum för handelsforskningens affilierade forskare – Carys Egan-Wyer och Lisa Källström – har under året framgångsrikt försvarat sina doktorsavhandlingar. Vad dessa handlar om kan du läsa mer om nedan.



Under året har vi arrangerat ett antal uppskattade workshops, riktade mot praktiker. Den första hade fokus på AI (artificiell intelligens) och arrangerades tillsammans med Lunds universitets AI-centrum. På scenen kunde vi bl a se Zalando och Ikea som delade sina erfarenheter, liksom forskare från Lunds universitet.

I maj blev Anders Dahlvig hedersdoktor i Lund och jag hade äran att vara Anders värd inför denna begivenhet. Bl a höll Anders en av de bästa föreläsningar jag hört om handeln och dess utveckling. Lite mer om detta finns längre fram i årsrapporten.

I september fick vi också besked om att Centrum hade två av sju forskningsprojekt som fick medel från Handelsrådet 2019. Projektledare för dessa projekt är Daniel Hellström och Ulf Johansson, och mer om projekten finner du nedan.

Under året blev också Centrum för handelsforskning (med Centrum och Ekonomihögskolan i Lund som sökande) en av sju strategiska satsningar som Lunds universitet gör på Campus Helsingborg. Detta innebär att Centrum disponerar cirka 1 miljon kr per år i fem år. För dessa medel skall vi bygga upp nya forskningsområden, starta forskarskola, bygga upp ett nätverk av gästforskare och ta hand om en internationell vetenskaplig tidskrift inom retailområdet.

Slutligen vill jag också nämna den workshop vi arrangerade på Campus Helsingborg i oktober. Sofia Valentin, Åsa Parsmo, Kristina Bäckström, Christine Jacobsson, Björn Nilsson och jag talade om personalen i den fysiska butiken, vad händer för dem när kundmötets förutsättningar på olika sätt förändras. Mer om detta nedan.

2019 har som sagt varit en övergång för Centrum mellan att bedriva egna forskningsprojekt till att bli mer av en nätverksorganisation. Jag tycker att vi klarat denna övergång alldeles utmärkt och fortsätter att vara en relevant röst i gränslandet mellan forskning och praktik inom handelsområdet. 2020 väntar mer spännande saker, men mer om detta om ett år!

Ulf Johansson  
*Professor och centrumföreståndare*

## Händelser i centrum – ett axplock

### JANUARI – FRAMTIDENS LIVSMEDELSHANDEL OCH KONSUMTION

Livsmedelsvetenskaperna står inför stora utmaningar där begrepp som hållbarhet, säkerhet och hälsa är centrala. Den 31 januari hölls ett välbesökt eftermiddagsseminarium om framtidens livsmedelshandel och konsumtion på Campus Helsingborg. Seminariet var ett samarrangemang mellan Centrum för handelsforskning och det tvärvetenskapliga forumet Food Faculty vid Lunds universitet. Under eftermiddagen presenterade Cecilia Fredriksson och Filippa Säwe det nystartade Formasfinansierade projektet "Marina matresurser på nya marknader" tillsammans med Charlotta Turner och Eva Nordberg Karlsson. Christian Fuentes presenterade en studie av marknader för alternativ mat på temat "It's just like milk, but different", och avslutningsvis gav Annika Wallin inblick i vårt beslutsfattande kring matinköp i butik och på nätet.



### APRIL – ARTIFICIELL INTELLIGENS I HANDELN WORKSHOP

Årets första workshop avhandlade artificiell intelligens med 100-talet forskare och företrädare för näringslivet som anmälda deltagare. Dagen började med en grundkurs i AI från Karl Åström, professor vid Lunds universitet. Inbjuden talare Håkan Jonsson från Zalando berättade om hur hans team analyserar tidigare beteende med hjälp av AI för att skapa bättre beslutsunderlag för inköparna i organisationen. Johan Andersson (INGKA Group Digital) talade bland annat om hur man kan använda AI för identifikation av kunder, för att reducera friktion i kundmötet, för att underlätta produktval och för att skapa inspiration. Till sist pratade Stefan Larsson, jurist, rättssociolog och anställd på Institutionen för Teknik och Samhälle, LTH, om etik, transparens och integritet. Förmiddagen avslutades med en diskussion under ledning av Centrumföreståndare Ulf Johansson.

### APRIL – HÅLLBARHETSVECKA LUNDS UNIVERSITET

Kan mode vara hållbart? Och vad kan vi som konsumenterna göra? Det är frågan som Carys Egan-Wyer diskuterade under hållbarhetsveckan 2019 (8-13 april) i Lund. Hållbarhetsveckan är en återkommande aktivitet vid Lunds universitet. Carys Egan-Wyer är en forskare vid Centrum för handelsforskning som också driver bloggen och instagram Buy Less, Be More. I en interaktiv föreläsning pratade hon om sina personliga upplevelser från ett år utan konsumtion.



### MAJ – ANDERS DAHLVIGS INSTALLATIONSFÖRELÄSNING SOM HEDERSDOKTOR

I en föreläsning anordnad av Centrum för handelsforskning presenterade Anders Dahlvig för 150 personer fyra olika omvandlingar av handeln. Den första gällde handels etablering utanför stadscentrum, på billigare mark, det som vi idag kallar shoppingcentrum eller ensametableringar i externa lägen som ofta Ikeabutiker är. Den andra fasen handlade om globalisering, alltså för handeln både internationell expansion av affären men framförallt möjligheter att handla varor till lägre priser globalt. Den tredje fasen handlar om den etiska dimensionen, granskningen av villkoren för alla de billiga produkter





som säljs hos olika detaljhandlare. Den fjärde handlar om digitaliseringen och e-handeln, där fysiska butiker utmanas av varor som säljs utan fysisk närvaro i form av en butik. Här utmanar nya affärsmodeller de etablerade som oftast har en fysisk närvaro på en fysisk plats som grund.



#### JULI – EUROPEISK KONFERENS KRING DETALJHANDEL

Forskare från Centrum för handelsforskning vid Lunds universitet deltog och presenterade sina forskningsresultat på en konferens i Zaragoza. Konferensen var 20:e årgången av EAERCD – en europeisk konferens kring detaljhandel (i bred bemärkelse) som samlar cirka 100 forskare från hela världen vartannat år. Konferensen drog besökare från de flesta europeiska länderna men även en del icke-europeiska forskare.

#### AUGUSTI – THE NORDIC ACADEMY OF MANAGEMENT CONFERENCE

I augusti arrangerade Nordiska Företagsekonomiska Föreningen (NFF) för 25:e gången "The Nordic Academy of Management Conference". Konferensen ägde denna gång rum på universitetet i Vaasa, Finland, och samlade forskare inom en rad olika företagsekonomiska ämnesområden. Kristina Bäckström deltog och presenterade ett papper som hon skrivit tillsammans med Ulf Johansson, med titeln "Digitalization and in-store service encounters: Challenges and changes for frontline employees".

#### SEPTEMBER – TVÅ NYA FORSKNINGSPROJEKT

I oktober knöts två nya projekt till Centrum för handelsforskning med finansiering av Handelsrådet. Daniel Hellström och Pernilla Derwik har tilldelats medel till att utforska hur informellt lärande inom handeln går till i praktiken. Projektet sker tillsammans med Ica, Ikea, Nowaste Logistics och Oriflame Cosmetics. Framöver startar Ulf Johansson, Jens Hultman och den brittiska detaljhandelsforskaren Steve Burt ett forskningsprojekt om nya icke försäljningsbaserade butikskoncept. Projektet kommer att bedrivas tillsammans med bl a Ikea och Clas Ohlson, men en rad andra organisationer både i Sverige och i Storbritannien kommer också att delta.

#### OKTOBER – WORKSHOP KRING PERSONALENS ROLL I FRAMTIDENS FYSISKA BUTIK

Den fysiska butiken är föremål för omfattande förändring. Servicemötet i butiken är i förändring och butikspersonalen står inför betydande utmaningar. Därför bjöds ett åttioal

personer in till en workshop på Mindpark i Helsingborg där personalens roll i framtidens fysiska butik diskuterades för att hjälpa att möta handelns främsta utmaningar. Ulf Johansson och Kristina Bäckström från Centrum för handelsforskning var först ut med att presentera sina första resultat från projektet där de studerat fem svenska företag och personalens roll vid kundmöte. Sedan visade konsulten och grundaren av CX First Sofia Valentin analyser och resultat från projekt som visar på skillnader mellan olika kundbehov. Efter fika och mingel följde två spännande presentationer där åhörarna fick en bild av hur handeln arbetar med personal- och säljcoaching. Först ut var Björn C Nilsson som arbetar med kundinteraktion och säljcoaching på Clas Ohlson. Därefter presenterade Christine Jacobsson hur Coop arbetar med att skapa framtidens kundmöte.



#### NOVEMBER – BLACK FRIDAY

Många forskare från Centrum för handelsforskning bjöds av olika medier in till att diskutera hållbarhetsfrågor i samband med Black Friday och Singles Day. I ett debattinlägg publicerat i Sydsvenskan diskuterade Centrums forskare Christian Fuentes om Black Friday skulle kunna vara ett tillfälle för handlare att visa att de står för hållbarhet.



# Nya doktorer

## NÄR EXTREM TRÄNING BLIR KONSUMTION

Att löpning har klara hälsoeffekter råder det inget tvivel om. Men vad är det egentligen som driver en ultralöpare att satsa på att springa extremt långt? Enligt Carys Egan-Wyer handlar det delvis om en sorts konsumtion – och att bygga det personliga varumärket.

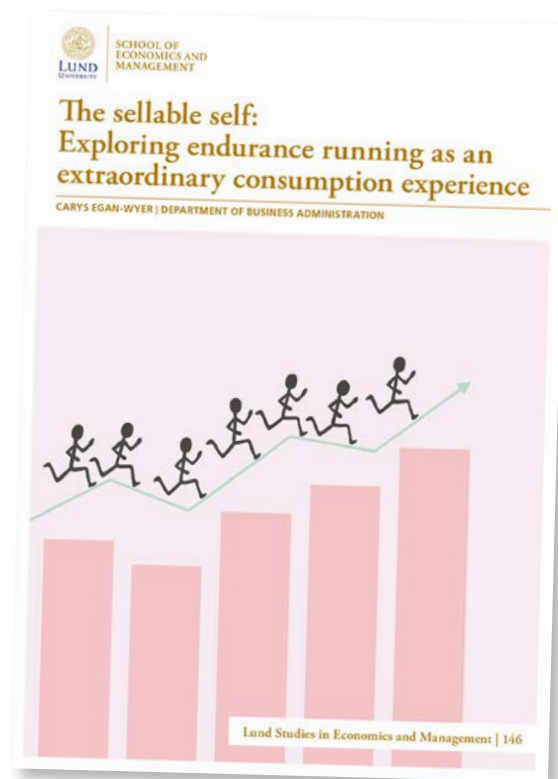
Precis som hennes engelskklingande namn antyder, har Carys Egan-Wyer en brittisk bakgrund. Hon växte upp i London, där hon har studerat på London School of Economics och arbetat som managementkonsult på PwC.

Hon gav sig därefter ut för att resa runt i världen och har hunnit leva och arbeta i sex länder. Under denna resperiod träffade hon en svensk man, vilket gjorde att hon till slut bosatte sig i Sverige för snart tio år sedan.

Här ville hon satsa på akademiska studier, och så småningom forskning på Lunds universitet. Det dök upp en möjlighet att rikta in sig på "consumer culture theory" – sociokulturell marknadsföring – och hon valde att satsa på det.

Carys Egan-Wyer har varit affilierad forskare vid Centrum för handelsforskning sedan 2016, och i höstas lade hon fram sin avhandling: "The sellable self: Exploring endurance running as an extraordinary consumption experience".

– För ett par decennier sedan var träning något vi ägnade oss åt för att må bättre eller bli snyggare. Nu har det blivit en betydligt mer publik aktivitet; vi visar gärna upp träningen i sig, säger hon.



Hon har riktat sig in på de löpare som springer extremt långa lopp eller deltar i uthållighetstävlingar som Ironman.

– Jag hade en teori om att det har övergått till att handla mer om konsumtion, och jag märkte snart att utövarna gärna talar om sin träning i finansiella termer. De ser det som att de "investerar tid" och att det är något som "lönar sig" – alltså en form av ROI, return on investment.

Det är inte heller ovanligt att den som deltar i sådana lopp och tävlingar tar upp det på sin cv; det blir ett bevis på att man klarar tuffa utmaningar, vilket i sin tur bygger det personliga varumärket, konstaterar Carys Egan-Wyer.

– Men om vi även på fritiden ägnar oss åt att mäta hur bra vi presterar så blir det mer som ett jobb. Då får vi aldrig den mentala återhämtning som vi behöver. Och det kan mycket väl vara en anledning till att vi i Sverige har problem med utbrändhet och höga stressnivåer, trots att många av oss ser ut att ha en bra balans i livet.

Den här attityden till träningen blir alltså ett sätt att konsumera upplevelser, menar hon.

– I framtidens handel måste man vara medveten om denna förskjutning från att konsumera produkter. Det behövs nya strategier och erbjudanden för att attrahera denna målgrupp.

Text: Peter Wiklund



## SÅ BLIR EN PLATS ATTRAKTIV

Vad är det som gör att man trivs där man bor och lever – det vill säga, vad gör en plats attraktiv? Det handlar till stor del om samskapande, där såväl kommun och ideell sektor som företagare och invånare måste vara engagerade, konstaterar Lisa Källström.

Lisa Källström har sin akademiska hemvist på Högskolan Kristianstad, men eftersom de inte har några examensrättigheter på forskarnivå blev det naturligt för henne att söka sig till Lunds universitet när hon bestämde sig för att doktorera. Hon fick en doktorandtjänst 2012 och ville rikta in sig på ett ämne som kunde genomföras i nära samarbete med någon eller några aktörer "ute i verkligheten".

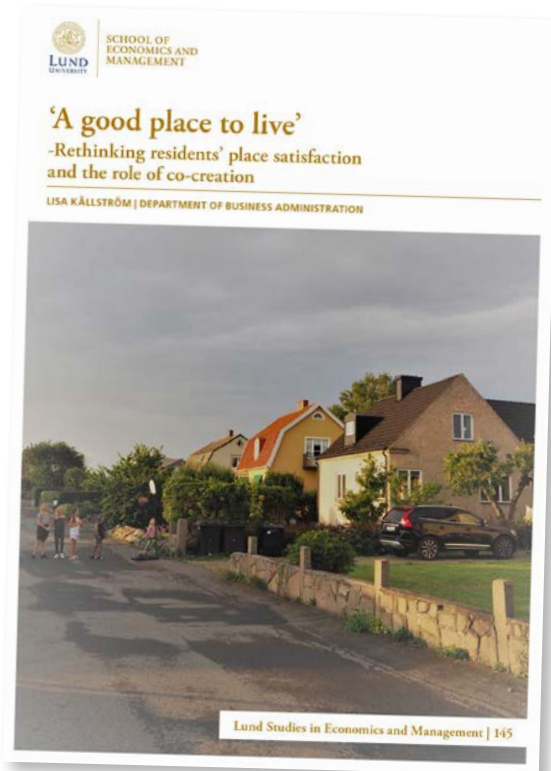
– Valet föll på att studera hur platsattraktivitet fungerar, vilket jag visste att kommunerna runt Kristianstad också var intresserade av, säger hon.

Under hösten 2019 lade hon så fram sin avhandling "A good place to live – rethinking residents' place satisfaction and the role of co-creation". Där konstaterar hon bland annat att det finns ett tydligt behov av samskapande för att göra en plats attraktiv. En kommun kan skapa olika förutsättningar till detta, men för att lyckas fullt ut måste alla aktörer som finns på och runt platsen medverka.

– Exempelvis kan invånarna på platsen tillföra ett tydligt värde, framför allt genom att vara delaktiga och aktivt bidra till sådant som gemenskap, mångfald och atmosfär.

Handeln har också en viktig roll i detta samskapande, enligt Lisa Källström.

– Det måste finnas ett handelsutbud lätt tillgängligt, det är en nödvändig del i en plats som ska vara attraktiv. Handeln kan skapa en aktivitet och bidra till att platsen känns vital och levande.



Lisa Källström berättar att hennes forskning har mötts av stort intresse och nyfikenhet ute i kommunerna.

– Det här är något som engagerar många, och jag är säker på att de kommer att kunna dra nytta av forskningsresultaten i bland annat sin medborgardialog, säger hon.

Text: Peter Wiklund



Under 2019 har forskningen som gjorts inom programmen *Retail Destination* och *Retail Innovation* publicerats i flera forskningsrapporter. Nedan sammanfattas de viktigaste slutsatserna.

## 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 belyst hur olika aktörer och samhällliga processer kan kopplas till olika konsumtionsmiljöer. I programmet har vi bedrivit forskning kring överetableringar av handelsplatser och köpcenter. Vi har undersökt externhandels expansion i förhållande till stadskärnans och shoppinggatans speciella logik, och vi har speciellt intresserat oss för själva stadskärnan som attraktiv destination. 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. Vidare har vi undersökt

**"De övergivna butikslokalerna fylls idag snabbt upp med verksamheter kopplade till service, tjänster, möten och upplevelser."**

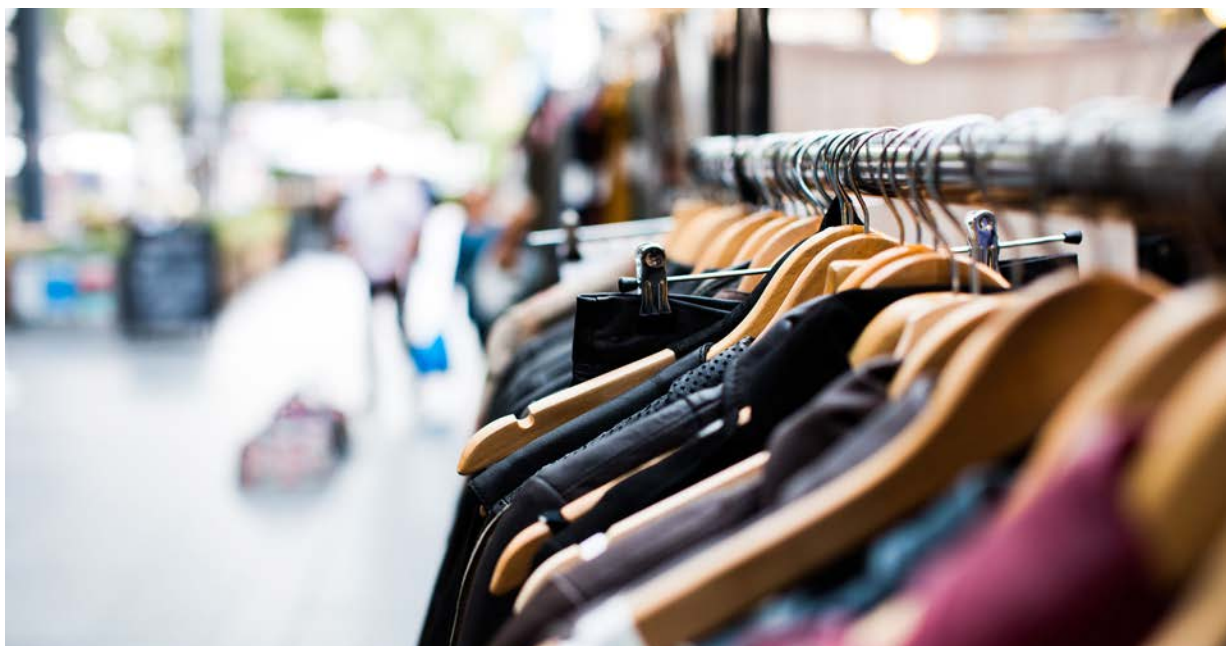
på vilket sätt olika åtgärder vad gäller skillnader i innerstad och externa handelsplatser resulterat i kundvärde och försäljning. Vi har även fört in historiska perspektiv på relationen mellan stad och handel. Under de två senaste decennierna har vi sett hur en stor del av den traditionella handeln 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 inte alltid en miljö som främst var dominerad av butiker.

Vi har även fokuserat alternativa handelsplatser och vilka funktioner secondhand- och bilståndsbutiker fyller som destination. Här flätas nya former för handel samman med komplexa och kulturhistoriska fenomen som återbruk och välgörenhet. Idag finns också en efterfrågan på ett lokalt och unikt handelsutbud som skiljer sig från kedjebutikernas mer eller mindre globala sortiment. Andra viktiga frågor för forskargruppen har varit butikens rumslighet i förhållande till digitalisering, nya butiksformat och dess konsekvenser för handlare och konsumenter.

Forskningsprogrammet 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 har analyser av plats och lokalisering genererat viktig kunskap som kan utvecklas till långsiktiga verktyg för hållbar handel och samhällsplanering.

*Cecilia Fredriksson*





## Tema: Retail Innovation

Forskningsprogrammet "Retail innovation" pågick 2016-2018 och 2019 kom resultatrapporten "Innovation i handeln" ut i Handelsrådets rapportserie. Forskningsprogrammet har fokuserat kring olika fenomen som på ett eller annat sätt kan länkas till innovation i handeln.

Syftet med programmet och den slutliga rapporten var att belysa behovet av innovation och innovationsarbete i handeln, samt att lyfta fram vad innovation kan innebära, och vilka utmaningar och möjligheter som innovation och innovationsarbete kan ge. Forskningen har haft en bred ansats och varit tvärvetenskaplig och tillämpad till sin natur. Efter tre år kan vi konstatera att det fortfarande behövs forskning om innovation i en handelskontext och att handeln står inför såväl möjligheter som utmaningar inom området. En generell

**"Forskningen i programmet konstaterar att nya plattformar förskjuter maktförhållandena inom sektorn och att nya affärsmodeller bildas."**

slutsats är att det behövs ett systematiskt angreppssätt och ett strategiskt förhållningssätt för handelns långsiktiga och hållbara framtid. För att klara detta är det viktigt för handeln att effektivisera det operativa, samtidigt som det strategiskt innovativa behöver utvecklas – och det är en utmaning att i samma organisation klara både ock, det som inom forskningen kallas "duala strategier".

En annan utmaning i handeln är de nya plattformar som uppstår genom multikanalslösningar och nya betalningslösningar. Forskningen i programmet konstaterar att nya plattformar förskjuter maktförhållandena inom sektorn och att nya affärs-

modeller bildas. Dessa nya modeller innehåller i högre grad än tidigare serviceinnovationer, vilket gör att såväl forskning som handel behöver bli bättre på att förstå och implementera denna typ av innovationer.

**"Studierna som gjorts inom programmet visar att handeln har goda förutsättningar att arbeta med innovation om arbetet systematiseras och struktureras."**

Studierna som gjorts inom programmet visar att handeln har goda förutsättningar att arbeta med innovation om arbetet systematiseras och struktureras. Handeln ligger närmast användarna i försörjningskedjan och har daglig kontakt med dem som drar nytta av innovationerna – nämligen konsumenterna. Varje dag möter personal i handeln, konsumenter i handeln och där utbyts mycket kunskap som kan ligga till grund för ett strukturerat innovationsarbete. Forskningen ser att en sådan struktur kan ge butikspersonalen större handlingsutrymme för att till exempel kunna ta emot kunders synpunkter och klagomål som sedan kan omsättas till input i innovationsarbetet.

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

*Annika Olsson*



## Affilierade projekt – ett axplock

Centrum för handelsforsknings verksamhet har sedan 2019 delvis förändrats. Vi driver inga egna forskningsprojekt utan är en nätverksorganisation som arrangerar forskningsseminarier och workshops samt stöttar nätverkande och ansökningar om forskningsmedel från forskare (från Lunds universitet) kring handel. Här hittar du ett axplock av våra affilierade forskningsprojekt.

### Dagligvaruhandelns lagerlogistik: Beslutsfaktorer och dynamiska förändringsförmågor vid transformation mot omnikanal

Transformationen mot omnikanaler innebär att handelsföretag måste designa sina nätverk och hanteringsnoder situationsanpassat till olika kontexter. Även om det inte finns någon bästa lösning, har vi observerat att sortering får en allt viktigare roll i omnikanallogistik. I dagligvaruhandlars OFC används sortering för att hantera olika typer av målkonflikter och avvägningar mellan olika hanteringsaktiviteter, men också för att hantera olika typer av logik styrs av t.ex. den sändande noden, hanteringspunkten, butiker, fordon samt konsumenter. Man måste därför besluta när olika typer av sortering passar bäst, och hur den bäst utförs i olika situationer. En annan aspekt gäller varför olika typer av sortering bör automatiseras och vilken typ av automatisering som passar olika typer av sortering. Olika automationslösningar passar bäst i olika sammanhang. Dagligvaruhandlare väljer därför olika framtida logistiklösningar, men också olika typer av implementeringar och utrullningsplaner. Intressant är att förstå de skäl som styr olika transformationsplaner, samt de olika utmaningar och fördelar som de medför. Denna studie syftar alltså till att utveckla kunskap om dagligvaruhandelns omnikanalstransformation av lagerlogistik, speciellt avseende viktiga beslutsfaktorer och dynamiska förändringsförmågor. De centrala forskningsfrågorna är följande:

1. Vilka beslutsfaktorer påverkar och motiverar olika logistikkonfigurationer under dagligvaruhandlars transformation mot omnikanallogistik?
2. Vad påverkar när olika typer av sortering är bäst, och vilken typ av automatisering är lämplig för sortering i olika situationer?
3. Hur påverkar olika dynamiska förändringsförmågor transformationen av lagerlogistik i förändringen mot omnikanalshandel?

*Projekttagare:* Ebba Eriksson, Joakim Kembro, Andreas Norrman

*Projektid:* 2020-2022

*Finansiär:* Hakon Swenson Stiftelsen

### Att framtidssäkra den fysiska butiken via nya butiksformat – hur utvärdera nya butiksformat?

Projektets utgångspunkt är att den fysiska butiken förändras och flera handelskedjor testar nya butiksformat som showroom, pop-up-stores etc. Dessa format kompletterar den

traditionella fysiska butiken och ger möjlighet för anpassning till nya kundbehov. Den traditionella butiken utvärderas på försäljning, men de nya formaten måste utvärderas och styras utifrån andra variabler. Men vilka då? Och hur? Detta projekt ger svar på dessa frågor genom studier av etablerade och nya handelsföretag samt kunder i Sverige och i Storbritannien.

*Projekttagare:* Ulf Johansson, Jens Hultman, Steve Burt

*Projektid:* 2019-2021

*Finansiär:* Handelsrådet

### Innovation i handeln

Vi har 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 handelns förmåga till innovation är god, men att begreppet innovation inte används och att ansvaret är otydligt.

*Projekttagare:* Ulf Johansson, Annika Olsson, Sofia Ritzen, Malin Olander

*Projektid:* 2020-2022

*Finansiär:* Vinnova

### Personalens roll i servicemötet: Utmaningar och förändringsarbete för handelns personal

Diskussionen om hur den framtida fysiska butiken skall se ut är ett dominerande drag i debatten kring svensk (och utländsk) detaljhandel. På senare år har ökad digitalisering och nya handelskanaler förändrat butikens förutsättningar; med ökad kunskap och förändrade beteenden hos kunderna som följd. Vi vet redan att personalens roll är avgörande för kundernas upplevelser, till det positiva eller till det negativa. Men vi behöver mer kunskap om vilka utmaningar personalen ställs inför i mötet med dagens kunder. I detta forskningsprojekt riktas fokus mot personalens roll under servicemötet i den fysiska butiken: Hur ser kraven från dagens kunder ut och hur kommer dessa till uttryck i butiken? Vilka förutsättningar har personalen – och vilka förutsättningar behöver de – för att kunna möta nya kundkrav och kundbeteenden? Detta är frågor som projektet kommer att utforska, genom studier i fem stora svenska detaljhandelsföretag från olika branscher. Studien innebär datainsamling i butik, men också på central nivå i organisationen – för att få kunskap om de organisatoriska förutsättningar som har betydelse för personalens förmåga att hantera dagens servicemöten.

*Projekttagare:* Ulf Johansson, Kristina Bäckström, Jens Nordfält

*Projektid:* 2018-2020

*Finansiär:* Handelsrådet



### **Framgångsrik kompetensutveckling på jobbet – informellt lärande i handeln**

Kompetensutveckling av anställda är en nödvändig förutsättning för företag att framgångsrikt möta morgondagens krav och utmaningar. Dessutom bidrar kompetensutveckling till att de anställda trivs bättre, helt enkelt för att vi växer som människor när vi lär oss något nytt och mår bra när vi känner att vi behärskar det vi förväntas klara av. Tyvärr upplever många handelsanställda att de inte får den kompetensutveckling som de behöver. Majoriteten av den kompetensutveckling som trots allt sker handlar om informellt lärande på jobbet. Kunskapen kring lärande på jobbet är dessvärre mycket begränsad och potentialen till förbättringar är omfattande. Projektets syfte är att utforska hur informellt lärande går till i praktiken, och sprida kunskap kring hur olika lärandemetoder kan bidra till kompetensutveckling. Målet är att tillsammans med medverkande företag och dess anställda identifiera framgångsrika lärandemetoder och på så sätt förbättra både kompetensförsörjning och möjligheterna att varje individ kan nå sin fulla potential, samt för företag att framgångsrikt stödja sådant lärande på jobbet. Forskningsprojektet kretsar kring att förstå "hur" snarare än "vad" man lär sig, och fokus ligger på mekanismerna för lärandet. Lärande är en komplex process som sker i samverkan med sin omgivning, och lärandemekanismerna är det som hjälper oss att förstå hur själva lärandet går till. Ett utmärkande drag i projektet är att vi studerar lärandet i specifika professioner och inte generellt i en organisation eller för en individ, eftersom olika professioner har olika kompetensbehov och därmed sina egna unika bakomliggande lärandemekanismer.

*Projekttagare:* Daniel Hellström, Pernilla Derwik

*Projektid:* 2020-2022

*Finansier:* Handelsrådet

### **Customer Expectations of Unattended Home Delivery Service in Grocery Retail**

Omni-channel retail has grown tremendously in recent years, particularly in the grocery sector, making Sweden the Nordic country with the largest online presence. The rapid growth poses challenges to last mile deliveries, which are often described as complicated, costly and inefficient. Therefore, various emerging technologies and innovations have been explored in recent years, particularly with regards to goods reception solutions. These solutions include among for example self-service technologies, smart locks, collection and delivery points, and reception boxes. Despite the growing body of literature, previous research does not capture how the customers create expectations, experience and eventually value in relation to such technology. Thus, this research project aims to explore, understand and report consumers' expectations of unattended delivery systems.

*Projekttagare:* Mary Catherine Osman, Daniel Hellström, John Olsson, Yulia Vakulenko

*Projektid:* 2019-2020

### **Towards zero emission last mile distribution in omni-channel retail**

Last mile logistics is an emerging research area with growing interest from scholars and practitioners, especially over the past five years. The rapid growth is mainly driven by increasing urbanization and population growth, e-commerce development, changing consumer behavior, innovation, and growing attention to sustainability. Many definitions of last mile logistics exist, yet a common view is that it concerns the last stretch of the supply chain from the last distribution center to the recipient's preferred destination point. The last mile is often described as one of the most expensive, inefficient, and polluting parts of the supply chain. Therefore, a fast and efficient transition towards more sustainable last mile distribution is required. Little is known about the transition towards zero emission last mile distribution, therefore a more comprehensive understanding of this transition is required. The aim of this dissertation project is to contribute to enhanced understanding of the transition towards net-zero emission last mile distribution in omni-channel retail and its effects.

*Projekttagare:* John Olsson, Daniel Hellström, Henrik Pålsson

*Projektid:* 2018-2023

### **Towards Sustainable Supply Chain Practices – Investigating Packaging Efficiency**

The purpose of this project is to highlight the volume and weight losses created by packaging occurring along the entire supply chain, and make assessments of their magnitude.

*Projekttagare:* Noor Faizawati Badarudin, Daniel Hellström, Henrik Pålsson

*Projektid:* 2019-2022

### **Multichannel Retailing**

*Projekttagare:* Ulf Johansson, Jens Hultman, Jonathan Reynolds, Steve Burt, John Dawson

*Finansier:* Företagsekonomiska institutionen, Ekonomihögskolan, Lunds universitet

### **Operatörsneutrala paketautomater för ökad service och tillgänglighet i gles- och landsbygder**

*Projekttagare:* Klas Hjort, Daniel Hellström, Per-Olof Hedvall, Yulia Vakulenko, Patrik Rydén

*Projektid:* Börjar 2020

*Finansier:* Tillväxtverket

# Människorna i centrum

## STYRGRUPP

<b>ULF JOHANSSON</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN, CENTRUMFÖRESTÅNDARE
<b>KRISTINA BÄCKSTRÖM</b>	CAMPUS HELSINGBORG, BITRÄDANDE FÖRESTÅNDARE
<b>CARYS EGAN-WYER</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN, BITRÄDANDE FÖRESTÅNDARE
<b>CHRISTIAN FUENTES</b>	CAMPUS HELSINGBORG, BITRÄDANDE FÖRESTÅNDARE
<b>DANIEL HELLSTRÖM</b>	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA, BITRÄDANDE FÖRESTÅNDARE

<b>MATTHIAS LEHNER</b>	THE INTERNATIONAL INSTITUTE FOR INDUSTRIAL ENVIRONMENTAL ECONOMICS, IIIIEE
<b>JONAS NORDSTRÖM</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN
<b>ANDREAS NORRMAN</b>	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
<b>MALIN OLANDER ROESE</b>	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
<b>ANNIKA OLSSON</b>	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
<b>HENRIK STERNBERG</b>	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
<b>ANETTE SVINGSTEDT</b>	CAMPUS HELSINGBORG
<b>VERONIKA TARNOVSKAYA</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN
<b>OLA THUFVESSON</b>	CAMPUS HELSINGBORG
<b>BURAK TUNCA</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN
<b>SOFIA ULVER</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN
<b>ANNIKA WALLIN</b>	HUMANISTISKA OCH TEOLOGISKA FAKULTETERNA
<b>PHILIP WARKANDER</b>	CAMPUS HELSINGBORG
<b>ERIK WENGSTRÖM</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN
<b>HANNA WITTRÖCK</b>	SAMHÄLLSVETENSKAPLIGA FAKULTETEN

## AFFILIERADE FORSKARE

<b>JOHAN ANSELMSSON</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN
<b>BRITT ARONSSON</b>	CAMPUS HELSINGBORG
<b>JON BERTILSSON</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN
<b>MICHAEL BJÖRN</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN
<b>JAVIER CENAMOR</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN
<b>ANNETTE CERNE</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN
<b>PERNILLA DERWIK</b>	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
<b>IDA DE WIT SANDSTRÖM</b>	CAMPUS HELSINGBORG
<b>ULF ELG</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN
<b>LENA ESKILSSON</b>	CAMPUS HELSINGBORG
<b>CECILIA FREDRIKSSON</b>	CAMPUS HELSINGBORG
<b>KERSTIN GIDLÖF</b>	HUMANISTISKA OCH TEOLOGISKA FAKULTETERNA
<b>CLARA GUSTAFSSON</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN
<b>KLAS HJORT</b>	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
<b>NILS HOLMBERG</b>	CAMPUS HELSINGBORG
<b>JENS HULTMAN</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN
<b>JOHAN JANSSON</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN
<b>MATS JOHNSON</b>	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
<b>JOAKIM KEMBRO</b>	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
<b>LISA KÄLLSTRÖM</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN
<b>MAGNUS LAGNEVIK</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN
<b>STEFAN LARSSON</b>	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA

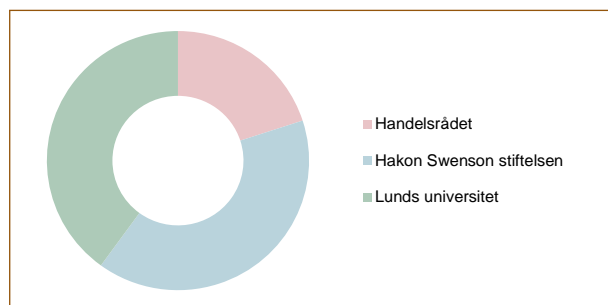
## AFFILIERADE DOKTORANDER

<b>DEVIM UMUT ASLAN</b>	CAMPUS HELSINGBORG
<b>EBBA ERIKSSON</b>	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
<b>STEFAN KARLSSON</b>	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
<b>MARCUS KLASSON</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN
<b>RUI LIU</b>	CAMPUS HELSINGBORG
<b>ANNABELL MERKEL</b>	CAMPUS HELSINGBORG
<b>JOHN OLSSON</b>	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
<b>KARLA MARIE PAREDES</b>	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
<b>CARIN REHNCRONA</b>	CAMPUS HELSINGBORG
<b>ANNA SPITZKAT</b>	CAMPUS HELSINGBORG
<b>YULIA VAKULENKO</b>	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
<b>AXEL WELINDER</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN
<b>JÖRGEN WETTBO</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN

TOTALT ANTAL KVINNOR: 25, TOTALT ANTAL MÄN: 30

# Finansiering

## FORSKNINGSANSLAG VID CENTRUM FÖR HANDELSFORSKNING



Centrum för handelsforsknings basfinansiering från Handelsrådet på 5 miljoner kr per år gick ut 2018. Under 2019 hade vi en finansiering på cirka 2,5 miljoner kr per år från Handelsrådet, Hakon Swenson stiftelsen och Lunds universitet. Den använde vi för att arrangera forskningsseminarier och workshops samt för att stötta nätverkande och ansökningar om forskningsmedel kring handel.





Forskare från Centrum för handelsforskning träffar Martin Lundquist, bitr. centrumchef på Sten & Ström på Emporia i Malmö, september 2019 (foto från godsmottagningen).

# Populärvetenskapliga presentationer och synlighet i media – ett axplock

Hur ser framtidens handel ut? Digitaliserad handel förändrar både varuflödet och kundmötet	Seminarium för Tarkett försäljningsorganisation	Januari	Ulf Johansson
It's just like milk, but different! Om skapanden av marknader för alternativ mat	Presentation vid Framtidens livsmedelshandel och konsumtion, Lund Food Faculty	Januari	Christian Fuentes
Can fashion be sustainable?	American Women's Club of Malmö	Januari	Carys Egan-Wyer
Cirkulär ekonomi är viktigt – mindre konsumtion viktigare	Hallandsposten	Februari	Johan Jansson
Med handel i centrum – att möta en bransch i förändring	Kristianstads kommun frukostseminarium	Februari	Jens Hultman
What will retail look like in the future?	Seminarium för Elfa system	Februari	Ulf Johansson
Framtidens butik/handelsplats. Hur ser framtidens butik ut och vem driver den? En scenarioanalys av framtida handelsplatser	Föredrag för Handelsföreningen, Växjö	Februari	Ulf Johansson
Nya affärsmöjligheter i framtidens stad	Svensk Handel	Februari	Daniel Hellström & John Olsson
Hur ser framtidens handel ut? Digitaliserad handel förändrar både varuflödet och kundmötet	Föredrag för Handelsföreningen, Sundsvall	Mars	Ulf Johansson
Artificiell intelligens (AI) i handeln	Centrum för handelsforskning vid Lunds universitet, Helsingborg	April	Ulf Johansson
Handels Innovation	Rotary Kärnan, Helsingborg	April	Annika Olsson
Can fashion be sustainable?	Sustainability Week Lund 2019	April	Carys Egan-Wyer
Så löser vi stadens digitala utmaningar	Presentation vid Campus Helsingborg	April	Daniel Hellström & Klas Hjort
Roundtable: Innovation and customer insight in supply chain	Council for Supply Chain Management Professionals Symposium, Helsingborg	Maj	Pernilla Derwik, Daniel Hellström, John Olsson & Yulia Vakulenko
An exploration of online fulfilment centres in omni-channel grocery retail	Hakon Swenson board, Högskolan Kristianstad	Maj	Ebba Eriksson
Last mile hack	Logistics and e-commerce Hackathon, Helsingborg	Maj	Yulia Vakulenko
Forma din egen lagerstrategi	Sammanfattning av rapporten Lagerlogistik hos svenska handelsföretag i Logistikmagasinet	Juni	Andreas Norrman & Joakim Kembro
Consumption and identity	Executive Sales Development Network på Sydsvenska Industri- och Handelskammaren, Malmö	Juni	Carys Egan-Wyer
Hållbarhet i detaljhandeln	Radiointervju P4 Malmöhus	Augusti	Christian Fuentes
Omnikanal och framtidens lager	Intervju i Supply Chain Effect tidning	Augusti	Joakim Kembro & Andreas Norrman
Den framtida fysiska butiken – överlevnad genom relevans?	Retail House Frukostseminarium	September	Jens Hultman
Framtidens fysiska butik	Bokmässan, Göteborg	September	Jens Hultman
Innovation i handeln	Frukostseminarium arrangerat av HUI/Handelsrådet, Stockholm	September	Annika Olsson



Förpackningar för hållbar utveckling	Bokmässan, Göteborg	September	Daniel Hellström & Annika Olsson
Hållbarhetsmärknings? Medialt ljus på Vindpinad	Intervju i Utemagasinet	September	Christian Fuentes
Framtidens fysiska butik – finns den?	Tjänstemannaföreningen Kristianstad	Oktober	Jens Hultman
Grocery retail: trends and opportunities	Frukostseminarium arrangerat av 'Have it all', Malmö	Oktober	Karla Marie B. Paredes
Framtidens stadskärna – hur ser den ut?	Föredrag för Helsingborgs handelsförening	Oktober	Ulf Johansson
Hur arbetar vi med strategi i en turbulent och komplex tid?	Workshop vid MIL-Institute	Oktober	Ulf Johansson
Personalens roll i servicemötet. Utmaningar och förändringsarbete för handelns personal	Centrum för handelsforskning vid Lunds universitet, Helsingborg	Oktober	Kristina Bäckström & Ulf Johansson
Konsumtionshögtider och överkonsumtion	Radiointervju P4 Malmöhus	Oktober	Christian Fuentes
Konsumenternas ställning på digitaliserade och datadrivna marknader	Konsumentverkets Vetenskapliga Råds seminarium	Oktober	Stefan Larsson
Paneldiskussion	Trendspaning i Malmö, arrangerat av Handelsrådet	November	Ola Thufvesson
AI, kundanpassning och tillit	Frukostseminarium arrangerat av Handelsrådet	November	Stefan Larsson
Digital och hållbart? Nya sätt att handla mat	Campus Open, Lund University	November	Christian Fuentes & Emma Samsioe
Logistik – en framtidsbransch eller har det bästa redan varit?	Svenska Mässan Logistik	November	Ulf Johansson
E-handel kan faktiskt vara bättre för miljön	Ehandel	November	Klas Hjort
Butiken som marknadsföringskanal	Trendspaning i Malmö, Handelsrådet, Malmö	November	Jens Nordfält
Kommunernas strategi gör att stadskärnornas butiker och shoppare missgynnas	Debattartikel i Sydsvenskan	November	Johan Anselmsson & Ulf Johansson
Consumer culture – a story of sustainability and identity	Superfredag arrangerat av Media Evolution, Malmö	November	Carys Egan-Wyer
Ifrågasätt den ohållbara köphysterin	Debattartikel i Sydsvenskan på Black Friday	November	Christian Fuentes & Emma Samsioe
Personalens roll i servicemötet. Utmaningar och förändringsarbete för handelns personal	Systembolagets verksamhetsledning	December	Ulf Johansson
Kreatörmiljöer – verktyg för levande stadsrum	Centrum för handelsforskning, Helsingborg	December	Ida de Wit Sandström
Hur ska vi minska luften i paketen?	PostNord, Sverige	December	Daniel Hellström
Helsingborg Live om klimatet	Debatt arrangerat av Helsingborgs Dagblad och Helsingborg Stad	December	Christian Fuentes
Vad – och hur – kommer vi att äta i framtiden?	Tekniken och Framtidens konsumtion, YouTube	December	Michael Björn
Är vi lyckligare med fem gånger så många kläder?	Intervju i samband med Climate and Consumption debatt arrangerat av Helsingborgs Dagblad och Helsingborg Stad	December	Christian Fuentes
Kreatörmiljöer	Forskningsseminarium, Kulturens rum och kreativitetens villkor (CROCUS), Helsingborg	December	Marie Ledendal & Ida de Wit Sandström

# Publikationer

## TIDSKRIFTSARTIKLAR

Anselmsson, J, Tunca, B (2019) **Exciting on Facebook or competent in the newspaper? Media effects on consumers' perceptions of brands in the fashion category.** *Journal of Marketing Communications* 25(7) 720-737

Batingan Paredes, K M, Olsson, A, Olander Roese, M, Johansson, U, Ritzén, S (2019) **Organizational climate for innovation and creativity – a study in Swedish retail organizations.** *International Review of Retail Distribution & Consumer Research* 29(3) 243-261

Cenamor, J, Parida, V, Wincent, J (2019) **How entrepreneurial SMEs compete through digital platforms: The roles of digital platform capability, network capability and ambidexterity.** *Journal of Business Research* 100 196-206

Curtis, S, Lehner, M (2019) **Defining the Sharing Economy for Sustainability.** *Sustainability* 11(3) 567

**We expect a further shift towards more online-only decisions and purchasing and this is something to which retailers will need to adapt.**

Ewerhard, A C, Sisovsky, K, Johansson, U (2019) **Consumer decision-making of slow moving consumer goods in the age of multi-channels.** *International Review of Retail, Distribution and Consumer Research* 29(1) 1-22

Denver, S, Nordström, J, Christensen, T (2019) **Is an Increase in Organic Consumption Accompanied by A Healthier Diet? A Comparison of Changes in Eating Habits among Danish Consumers.** *Journal of Food Products Marketing* 25(5) 479-499

Eriksson, E, Norrman, A; Kembro, J (2019) **Contextual adaptation of omni-channel grocery retailers' online fulfillment centres.** *International Journal of Retail & Distribution Management* 47(12) 1232-1250

Ewerhard, A C, Sisovsky, K, Johansson, U (2019) **Consumer decision-making of slow moving consumer goods in the age of multi-channels.** *International Review of Retail, Distribution and Consumer Research* 29(1) 1-22

Fuentes, C (2019) **Smart consumers come undone: Breakdowns in the process of digital agencing.** *Journal of Marketing Management* 35(15-16) 1542-1562

Fuentes, C, Hagberg, J, Kjellberg, H (2019) **Soundtracking: Music listening practices in the digital age.** *European Journal of Marketing* 53(3) 483-503

Fuentes, C, Sörum, N (2019) **Agencing ethical consumers: Smartphone apps and the socio-material reconfigura-**

**tion of everyday life.** *Consumption Markets and Culture* 22(2) 131-156

Fuentes, C, Enarsson, P, Kristoffersson, L (2019) **Unpacking Package Free Shopping: Alternative retailing and the reinvention of the practice of shopping.** *Journal of Retailing and Consumer Services* 59 258-265

Olsson, J, Hellström, D, Pålsson, H (2019) **Exploring past achievements in last mile logistics research: A literature review.** 31ST NOFOMA Conference, Oslo, Norge

Hjort, K, Hellström, D, Karlsson, S, Oghazi, P (2019) **Typology of practices for managing consumer returns in internet retailing.** *International Journal of Physical Distribution and Logistics Management* 49(7) 767-790

Hultman, J (red.) (2019) **Selected papers from the 6th NRWC Conference 2018.** *International Review of Retail Distribution & Consumer Research* 29(3) 241-242

Kembro, J, & Norrman, A (2019) **Exploring trends, implications and challenges for logistics information systems in omni-channels: Swedish retailers' perception.** *International Journal of Retail & Distribution Management* 47(4) 384-411

Kembro, J, Norrman, A (2019) **Warehouse configuration in omni-channel retailing: a multiple case study.** *International Journal of Retail & Distribution Management*

Källström, L, Hultman, J (2019) **Place satisfaction revisited: residents' perceptions of "a good place to live".** *Journal of Place Management and Development* 12(3) 274-290

Källström, L, Persson, S, Westergren, J (2019) **The role of place in city centre retailing.** *Place Branding and Public Diplomacy.*

**As shown in our analysis, frenzy shopping is a mode of shopping in which the conventional rules of shopping (and indeed civilized behavior) are temporarily suspended.**

Spitzkat, A, Fuentes, C (2019) **Here today, gone tomorrow: The organization of temporary retailscapes and the creation of frenzy shopping.** *Journal of Retailing and Consumer Services* 49 198-207

Lappeman, J, Orpwood, T, Russell, M, Zeller, T, Jansson, J (2019) **Personal Values and Willingness to Pay for Fair Trade Coffee in Cape Town, South Africa.** *Journal of Cleaner Production* 239, 118012

Lundin, S, Liu, R (2019) **"Where and how do you buy medicines?" A pilot survey of consumption strategies among the public in Sweden.** *Journal of Public Health*

Olsson, J, Hellström, D, Pålsson, H (2019) **Framework of Last Mile Logistics Research: A Systematic Review of the Literature.** Sustainability 11(24) 7131

Prockl, G, Williger, B, Tampe, M, Vakulenko, V, Hellström, D (2019) **Rural supply chain management: a multidimensional framework for future research in Europe.** International Journal of Business and Systems Research

Spitzkat, A, Fuentes, C (2019) **Here today, gone tomorrow: The organization of temporary retailscapes and the creation of frenzy shopping.** Journal of Retailing and Consumer Services 49 198–207

Tunca, B, Anselmsson, J (2019) **'You are where you shop': Examining stereotypes about town center shoppers.** Journal of Retailing and Consumer Services 51 242-252

Ulver, S (2019) **From Mundane to Socially Significant Consumption: An Analysis of How Foodie Identity Work Spurs Market Formation.** Journal of Macromarketing 39(1) 53-70

Vakulenko, V, Oghazi, P, Hellström, D (2019) **Innovative framework for self-service kiosks: Integrating customer value knowledge.** Journal of Innovation & Knowledge 4(4) 262-268

Vakulenko, V, Shams, P, Hellström, D, Hjort, K (2019) **Online retail experience and customer satisfaction: The mediating role of last mile delivery.** The International Review of Retail, Distribution and Consumer research 29(3) 306-320

Vakulenko, V, Shams, P, Hellström, D, Hjort, K (2019) **Service innovation in e-commerce last mile delivery: Mapping the e-customer journey.** Journal of Business Research 101 461-468

Warkander, P (2019) **'I make no money. I'm broke': A study on the organisation of work in the contemporary Swedish fashion industry.** International Journal of Fashion Studies 6(1) 25-40

Wikström, F, Verghese, K, Auras, R, Olsson, A, Williams, H, Wever, R, Grönman, K, Kvalvåg Pettersen, M, Möller, H, Soukka, R (2019) **Packaging Strategies That Save Food: A Research Agenda for 2030.** Journal of Industrial Ecology 23(3) 532-540

Zvolska, L, Lehner, M, Voytenko Palgan, Y, Mont, O, Plepys, A (2019) **Urban sharing in smart cities: the cases of Berlin and London.** Local Environment 24(7) 628-645

#### KONFERENSARTIKLAR OCH ABSTRACTS

Aslan, D U (2019) **Making of a Community of Learning at the Times of Solitude.** Lund University's Teaching and Learning Conference 2019: Interdisciplinary pedagogy in higher education, Lund, Sverige

Aslan, D U (2019) **Modes of Shopping Constituting a Local Street: A video-ethnography of shopping as a practice.** 14th Conference of the European Sociological

Association: Europe and Beyond: Boundaries, Barriers and Belonging, Manchester, Storbritannien

Bäckström, K, Johansson, U, Burt, S (2019) **The customer meeting in the physical retail store. What is the role of the personnel in the future?** 20th EAERCD conference, Zaragoza, Spanien

Bäckström, K, Johansson, U (2019) **Digitalization and in-store service encounters: Challenges and changes for frontline employees.** 25th Nordic Academy of Management (NFF) Conference, Vaasa, Finland

Fuentes, C, Samsioe, E (2019) **When digital devices come home for dinner: Devising food consumption.** ESA 2019, Manchester, Storbritannien

Norrmann, A, Kembro, J (2019) **Omni-channel warehousing: Implications of contextual factors for different retailer profiles' configurations.** NOFOMA, Oslo, Norge

**E-retailers that specialize in a wide range of product groups should consider providing their customers with several delivery options.**

Vakulenko, V, Shams, P, Hellström, D, Hjort, K (2019) Service innovation in e-commerce last mile delivery: Mapping the e-customer journey. Journal of Business Research 101 461-468

Sullivan, K, Rennstam, J, Bertilsson, J (2019) **Auditioning for Amazon: The dark side of place branding and corporate domination.** 2nd International and interdisciplinary conference on Discourse and Communication in Professional contexts, Aalborg, Danmark

Ulver, S (2019) **Brands in Counter-Democracy: How Brands Perform Political Polarization in Counter-Democratic Consumer Culture.** The Association for Consumer Research Conference, Atlanta, Georgia, USA

Vakulenko, Y, Salvador, D, Hellström, D (2019) **Quantification of the delivery experience on online customer experience satisfaction.** Thought Leadership Conference on Metrics and Analytics in Retailing (Georgia State University & Journal of Retailing), Atlanta, Georgia, USA

Vakulenko, Y, Olsson, J (2019) **Why would I even need statistics? A systematic literature review of statistics anxiety among students.** Lund University's Teaching and Learning Conference, Lund, Sverige

#### BÖCKER

Egan-Wyer, C (2019) **The Sellable Self: Exploring endurance running as an extraordinary consumption experience.** PhD Thesis. Lund, Media-Tryck

Eriksson, E (2019) **An exploration of online fulfilment centres in omni-channel grocery retail.** Licentiate Thesis. Lund, Media-Tryck



Kembro, J, Norrman, A (2019) **Omnikanal-handelns lagerlogistik – trender, utmaningar och lösningar bland svenska handelsföretags lager- och materialhantering.** Stockholm, Handelsrådet

Källström, L (2019) **'A good place to live' – Rethinking residents' place satisfaction and the role of co-creation.** PhD Thesis. Lund, Media-Tryck

Vakulenko, Y (2019) **Exploring customer value in parcel lockers. An initial qualitative investigation.** Licentiate Thesis. Lund, Media-Tryck

#### BOKKAPITEL

Fredriksson, C (2019) **Att handla med hjärtat: Kulturella perspektiv på alternativa handelsplatser.** I: B. Johansson, M. Peterson McIntyre & N. Sörum (red.) *Konsumtionskultur: Innebörder och praktiker: En vänbok till Helene Brembeck.* Göteborg & Stockholm: Makadam förlag 175-194

Gustafsson, C (2019) **Sonic Branding: From Brand Image to Brand Imagination.** I: M. Grimshaw, M. Walther-Hansen & M. Knakkegaard (red.) *The Oxford Handbook of Sound & Imagination.* Oxford: Oxford University Press

Jansson, J, Eckerberg, K, Nilsson, J, Stål, H (2019) **Perspectives on sustainability in Sweden: Stuck between two paradigms?** I: T. Graap, A. Ingólfssdóttir & L. Øfjord Blaxekjær (red.) *The Future of the North – Sustainability in Nordic Countries Analysis and Critical Comparison.* Metropolis Verlag

Ulver, S, Huntzinger, A, Lindblom, K, Olsson Björk, E, Paus, M (2019) **The Social Ethics of Craft Consumption - The case of craft beer in a regulated market.** I: R. Capitello & N. Maehle (red.) *Case Studies in the Beer Sector.* Elsevier

Ulver, S (2019) **Market Wonderland: An essay about a statist individualist consumer culture.** I: S. Askegaard & J. Ostberg (red.) *Nordic Consumer Culture: State, Market and Consumers.* Palgrave Macmillan 49-70

#### RAPPORTER

Fredriksson, C, Anselmsson, J, Aslan, D U, Fuentes, C, Källström, L, Thufvesson, O (2019) **Retail Destination.** Stockholm, Handelsrådets rapportserie 2019:5

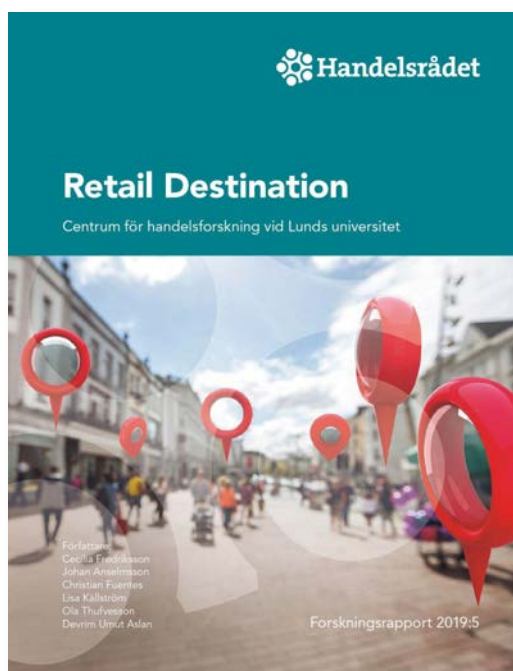
**Användningen av smartphones kan alltså göra shoppingturen mer lustbetonad, men den nya tekniken kan också stå i vägen för själva shoppingen.**

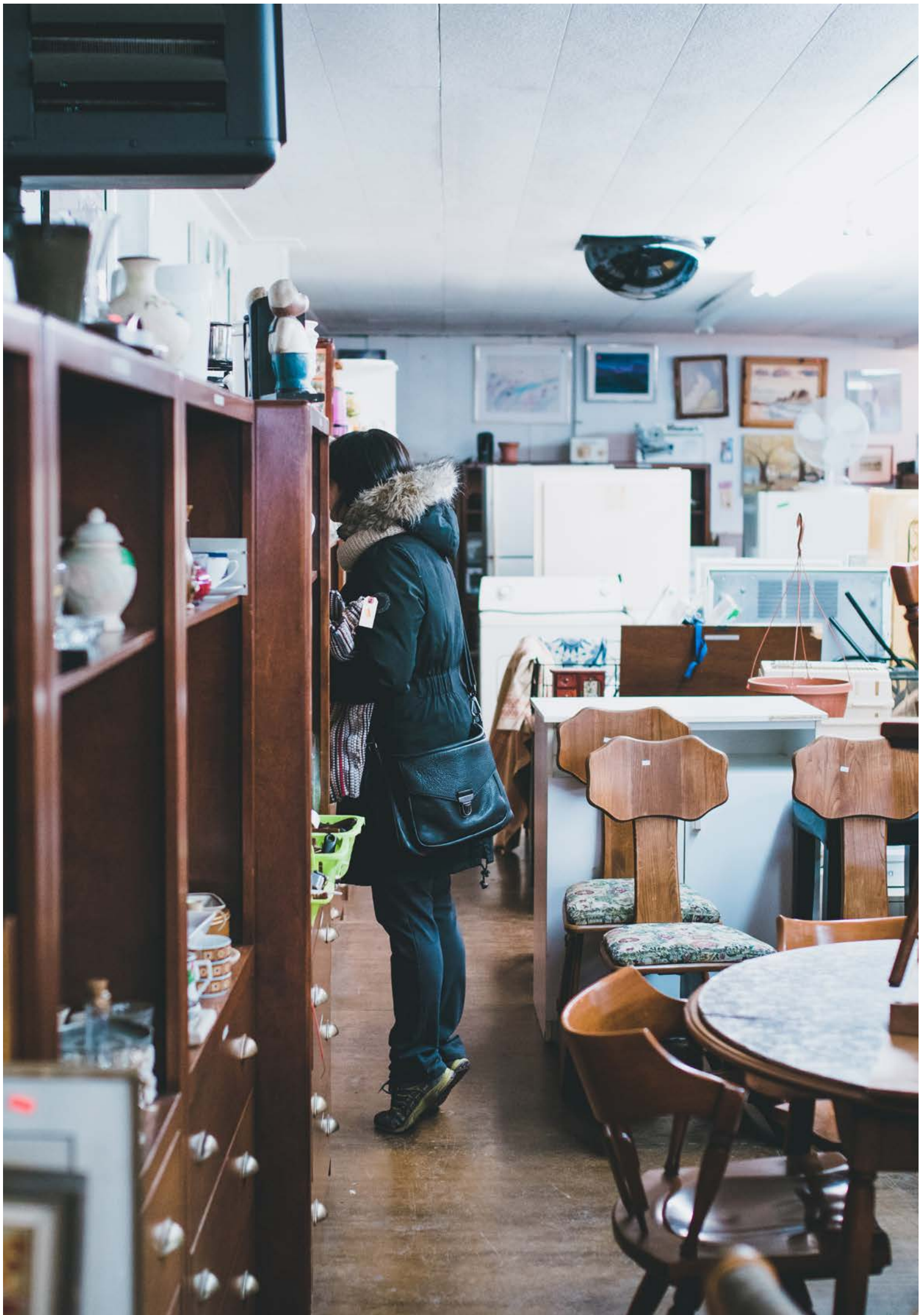
Fredriksson, C, Anselmsson, J, Aslan, D U, Fuentes, C, Källström, L, Thufvesson, O (2019) *Retail Destination.* Handelsrådets rapportserie 2019:5

Kembro, J, Norrman, A (2019) **Lagerlogistik hos svenska handelsföretag.** Stockholm, Handelsrådets rapportserie 2019:01

Lehner, M, Schoonover, H, Mont, O, Bradley, K, Kamb, A, Svenfelt, Å (2019) **Att inreda hållbart: En kartläggning av vad hållbar heminredning kan innebära.** Stockholm, KTH - Mistra Sustainable Consumption

Olsson, A, Elg, U, Hultman, J, Johansson, U, Batingan Paredes, K M, Rehncrona, C, Svingstedt, A, Welinder, A (2019) **Innovation i handeln.** Stockholm, Handelsrådets rapportserie 2019:4







**LUNDS**  
UNIVERSITET



Centrum för handelsforskning  
Lunds universitet  
Box 118  
221 00 Lund  
[www.handel.lu.se](http://www.handel.lu.se)