

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung	1
2 Ausgewählte Grundlagen zum digitalen Wandel im stationären	
Einzelhandel	5
2.1 Ausgewählte Entwicklungen des stationären Einzelhandels	6
2.2 Bedeutung des E-Commerce für den stationären Einzelhandel ...	7
2.3 Smartphones als Treiber der Digitalisierung im stationären Einzelhandel	8
2.4 Wertschöpfungskette des stationären Einzelhandels	9
3 Ausgewählte Taktiken und Technologien im stationären	
Einzelhandel	11
3.1 Physische Distribution	13
3.1.1 Hybrid-Filialen	13
3.1.2 Just-in-Time-Produktion und -Logistik	14
3.1.3 Fallbeispiel: Vollintegrierte Supply Chain (Zara)	15
3.2 Sortimentsgestaltung & -verfügbarkeit	16
3.2.1 Demand Prediction	16
3.2.2 Datengestützte Sortimentsgestaltung	17
3.2.3 Digitale Warenverfügbarkeit	18
3.2.4 Fallbeispiel: Warenverfügbarkeit online (IKEA)	19
3.3 Informationsmanagement, Beratung und Marketing	20
3.3.1 Augmented Reality-Umkleide	20
3.3.2 Location-Based Marketing	21
3.3.3 In-Store Navigation	22
3.3.4 Vertriebskanalübergreifende Produktempfehlungen	23
3.3.5 Fallbeispiel: “fashion connect” Store (bonprix)	24

3.4	Einsatz von verteilter sowie mobiler Technik im Verkauf und Finanztransaktionen	25
3.4.1	Digitale Preisanzeigen	26
3.4.2	Self-Checkout Systeme	27
3.4.3	Walking Cashier	27
3.4.4	Fallbeispiel: Mobile Tablets auf der Fläche (SportScheck)	28
3.5	After Sales-Service und Verbunddienstleistungen	29
3.5.1	Shop & Deliver	29
3.5.2	Click & Collect	30
3.5.3	Click & Return	30
3.5.4	Digitale Buchung von Verbunddienstleistungen	31
3.5.5	Fallbeispiel: Return@Store (Esprit)	32
4	Zentrale Herausforderungen zur Digitalisierung im Einzelhandel ...	35
4.1	Reale Kundenmehrwerte schaffen	35
4.2	Informationssysteme integrieren	36
4.3	Steigende Komplexität bewältigen	37
5	Zusammenfassung und Ausblick	39
	Literatur	43