

ECR Academic Student Award 2024

MASTERARBEIT

Lena Stroka

Fachhochschule Salzburg
Studiengang Betriebswirtschaftslehre
Betreuer: FH-Prof. Mag. Dr. Robert Zniva



Titel der Arbeit



Nachhaltige Konzepte im stationären Handel: Eine Analyse des Ladenbaus

Ziel(e) / Forschungsfrage(n)

F1: Mit welchen Maßnahmen kann der Ladenbau im Einzelhandel umfassend nachhaltig gestaltet werden?

F2: Welchen Stellenwert nimmt die Kommunikation des nachhaltigen Ladenbaus bei Kund*innen ein?

Methodik

Mixed-Method-Design

- Qualitative Methodik (F1)
 - Leitfadengeführte Expert*inneninterviews
 - Anzahl: 10 Interviews
 - Branchen: Ladenbau, Lebensmitteleinzelhandel, Lichttechnik, Kühltechnik und Spanplattenproduktion
- Quantitative Methodik (F2)
 - Experimentelle Umfrage mit einem 2×2-Design (unabhängige Variablen: Produktsortiment / Ladenbau, abhängige Variablen: konventionell / nachhaltig)
 - Erhebung: online, Zeitraum über 14 Tage
 - Stichprobe: N= 174, Metropolregion Stuttgart

Ergebnisse: Expert*inneninterviews (F1)

Planung

- Flexibel planen
- Langlebigkeit planen
- Reduktion im Konzept
- Zertifizierungen
- Ideen: Materialmeetings, Material-Ranking, Beratungsdienstleistung für Kund*innen



Bau

- Integration von natürlichen und innovativen Materialien
- Großflächige Bereiche adressieren
- Faire Arbeitsbedingungen
- Ressourcenschonend bauen
- Infrastruktur mitbedenken

Nutzung

- Funktionelle Nutzung
- Digitale Preisschilder
- Smarte Geräte
- LED und Anpassung der Lichtleistung
- Nachhaltige Kühltechnik priorisieren
- Idee: Einkaufswagenservice

Abbau

- Altbestand nutzen

Ergebnisse: Experimentelle Umfrage (F2)

- Die Kombination aus dem nachhaltigen Produktsortiment und dem nachhaltigen Ladenbau stellt die effektivste Kommunikationsmaßnahme dar
- Marketingmaßnahmen mit einem nachhaltigen Ladenbau haben einen größeren positiven Einfluss auf die wahrgenommene Innovationskraft, die wahrgenommene Qualität und das Image als die Werbung mit einem nachhaltigen Produktsortiment
- Resultat: Der nachhaltige Ladenbau stellt einen hinreichenden Motivationsfaktor dar, um die analysierten Maßnahmen tatsächlich in die Praxis umzusetzen

Relevanz für ECR / ECR-Mitgliedsunternehmen



- Politischen Regulierungen, Kostenfaktoren und die steigende Nachfrage der Kund*innen nach nachhaltigen Angeboten zwingt Unternehmen, in allen Bereichen nachhaltig zu handeln
- Der Ladenbau wird dabei oftmals vernachlässigt, speziell gegenüber dem Produktsortiment
- Viele Unternehmen scheinen mit der Komplexität der Thematik zu kämpfen, besonders kleinere und mittlere Unternehmen
- Das Thema weist ein erhebliches Potential für neue Geschäftskonzepte auf, beispielsweise Beratungsangebote

Kontakt Daten



Lena Stroka

- E-Mail:

[lena.stroka@gmail.com](mailto:lana.stroka@gmail.com)

- LinkedIn:

www.linkedin.com/in/lana-stroka