



Postanschrift:  
Universität Bayreuth  
95440 Bayreuth

Gebäude: B9, Raum 19/20  
Universitätsstraße 30  
95447 Bayreuth

Telefon: 0921 / 55 - 4340  
Telefax: 0921 / 55 - 4342

Internet: <http://www.innodialog.uni-bayreuth.de>  
E-Mail: [daniel.baier@uni-bayreuth.de](mailto:daniel.baier@uni-bayreuth.de)

16. Januar 2017

## Bachelorseminar „Innovations- und Dialogmarketing“ im Sommersemester 2017

In den letzten Jahren hat sich kaum eine Branche so sehr verändert wie der Einzelhandel: Der Anteil der online gekauften Produkte steigt in immer mehr Warengruppen an, immer mehr Ladengeschäfte versuchen am Online-Handel über einen eigenen Online-Shop zu partizipieren oder müssen angesichts der Online-Konkurrenz schließen. Die weite Verbreitung der Smartphones führt inzwischen aber auch dazu, dass die Grenzen zwischen online und offline verschwinden. Erfolgreiche Einzelhändler gehen den Weg vom „Multi-Channel Retailing“ (z.B. stationär, online) zum „Omni-Channel Retailing“: Sie nutzen ihre Online-Aktivitäten nicht nur als weiteren Kommunikations- und Vertriebskanal zum Kunden, sondern integrieren ihre interaktive und ihre Massen-Kommunikation kanalübergreifend.

Im Bachelorseminar wollen wir uns mit diesem Wandel vom „Multi-Channel Retailing“ zum „Omni-Channel Retailing“ beschäftigen. Basis des Seminars bildet eine aktuelle Sonderausgabe des Journal of Retailing zu diesem Thema. In den einzelnen Artikeln dieser Sonderausgabe wird untersucht, welchen Beitrag die einzelnen Kanäle zum Erfolg des Einzelhändlers leisten, wie Kunden über diese verschiedenen Kanäle hinweg sich informieren und einkaufen sowie wie die Einzelhändler auf das veränderte Informations- und Kaufverhalten reagieren (sollten). Jeder Seminarteilnehmer erhält einen Artikel der Sonderausgabe als Basisquelle (Download der Sonderausgabe unter <http://www.sciencedirect.com/science/journal/00224359/91/2>), stellt diese vor dem aktuellen Stand der Forschung zum Thema vor und erläutert die Gegebenheiten anhand weiterer aktueller (wissenschaftlicher) Studien und Praxisbeispiele. Die Veranstaltung erfordert die eigenständige Bearbeitung eines spezifischen Themas unter wissenschaftlichen Gesichtspunkten und auf der Basis der Techniken des wissenschaftlichen Arbeitens (Leitfaden BWL XIV ist zu beachten, vgl. Homepage). Es ist eine schriftliche Seminararbeit zu erstellen. Die Ergebnisse sind im Plenum zu präsentieren und zu verteidigen.

### I. Themenauswahl

Nähere Informationen und Themenerläuterungen werden in der Einführungsveranstaltung bekannt gegeben. Bitte beachten Sie auch die Einführung in die Sonderausgabe und eine weitere aktuelle Sonderausgabe (im Erscheinen) des Journal of Retailing zur „Zukunft des Handels“!

<b>Welchen Beitrag leisten einzelne Kanäle zum Erfolg eines Einzelhändlers?</b>	
1	<b>Welchen Einfluss haben Verkaufsläden auf den Erfolg eines Online-Händlers?</b> Basisquelle: Pauwels, K., Neslin, S.A. (2015): Building With Bricks and Mortar: The Revenue Impact of Opening Physical Stores in a Multichannel Environment, Journal of Retailing, 91, 2, 182-197.
2	<b>Welchen Einfluss hat die On- und Offline-Integration auf den Erfolg eines Händlers?</b> Basisquelle: Cao, L., Li, L. (2015): The Impact of Cross-Channel Integration on Retailers' Sales Growth, Journal of Retailing, 91, 2, 198-216.
3	<b>Welchen Einfluss hat ein Mobil-Shopping-Kanal auf den Erfolg eines Online-Händlers?</b> Basisquelle: Wang, R., Malthouse, E.C., Krishnamurthi, L. (2015): On the Go: How Mobile Shopping Affects Customer Purchase Behavior, Journal of Retailing, 91, 2, 217-234.

4	<b>Wie wirken verschiedene neue Touchpoints auf das Informations- und Kaufverhalten?</b> <u>Basisquelle:</u> Baxendale, S., Macdonald, E.K., Wilson, H.N. (2015): The Impact of Different Touchpoints on Brand Consideration, Journal of Retailing, 91, 2, 235-253.
<b>Wie informieren sich Kunden über verschiedenen Kanäle hinweg, wie kaufen sie ein?</b>	
5	<b>Wie werden neue Kanäle durch Kunden adoptiert?</b> <u>Basisquelle:</u> Bilgicer, T., Jedidi, K., Lehmann, D.R., Neslin, S.A. (2015): Social Contagion and Customer Adoption of New Sales Channels, Journal of Retailing, 91, 2, Pages 254-271.
	<b>Wie wählen Kunden einen Online-Shop im Mehr-Kanal-Umfeld aus?</b> <u>Basisquelle:</u> Melis, K., Campo, K., Breugelmans, E., Lamey, L. (2015): The Impact of the Multi-channel Retail Mix on Online Store Choice: Does Online Experience Matter?, Journal of Retailing, 91, 2, 272-288.
7	<b>Wie unterscheiden sich frühe Adoptoren neuer Kanäle von späteren?</b> <u>Basisquelle:</u> Li, L., Konoş, U., Pauwels, K., Langerak, F. (2015): The Hare and the Tortoise: Do Earlier Adopters of Online Channels Purchase More?, Journal of Retailing, 91, 2, 289-308.
<b>Wie reagieren Einzelhändler auf das veränderte Informations- und Kaufverhalten der Kunden?</b>	
8	<b>Wie helfen Händler Kunden dabei, Informationen kanalübergreifend zu integrieren?</b> <u>Basisquelle:</u> Emrich, O., Paul, M., Rudolph, T. (2015): Shopping Benefits of Multichannel Assortment Integration and the Moderating Role of Retailer Type, Journal of Retailing, 91, 2, 326-342.
9	<b>Weiten weitere Kanäle den Absatz aus oder wird dadurch lediglich substituiert?</b> <u>Basisquelle:</u> Gong, J., Smith, M.D., Telang, R. (2015): Substitution or Promotion? The Impact of Price Discounts on Cross-Channel Sales of Digital Movies, Journal of Retailing, 91, 2, 343-357.
10	<b>Sind Verkaufsläden nur noch der Showroom des Online-Handels?</b> <u>Basisquelle:</u> Rapp, A., Baker, T.L., Bachrach, D.G., Ogilvie, J., Beitelspacher, J.S. (2015): Perceived customer showrooming behavior and the effect on retail salesperson self-efficacy and performance, Journal of Retailing, 91, 2, 358-369

## II. Ablauf

Für den Erhalt des Leistungsnachweises ist die schriftliche Anfertigung und Präsentation einer Seminararbeit und die Teilnahme an allen Terminen (Einführung + Verteidigung) erforderlich. Die Themen werden jeweils bis zu zweimal als Individualarbeit vergeben, die Präsentation erfolgt im Sommersemester gemeinsam im Team. Relevante Termine sind (Änderungen vorbehalten):

- Anmeldung zum Bachelorseminar zwischen dem 23.01. und 29.01. 24 Uhr per email an daniel.baier@uni-bayreuth.de. Es gilt das First-Come First-Served-Prinzip.
- Einführungsveranstaltung und endgültige Themenvergabe (Pflichttermin): Montag, den 30.01.2017, 11:00-12:00 Uhr, Gebäude B9, R24.3
- Konsultationen erfolgen nach Vereinbarung und auf individuelle Nachfrage.
- Abgabe der schriftlichen Seminararbeiten: Freitag, den 26.5.2017, 24 Uhr
- Abgabe der Präsentationen: Freitag, den 02.06.2017, 24 Uhr
- Präsentationstermine (Pflichttermin in Form einer Blockveranstaltung): am 09.06. (Fr) und 10.06. (Sa) (jeweils 8-16 Uhr), je nach Teilnehmerzahl endet die Blockveranstaltung früher

## III. Anmeldung

Die Anmeldung erfolgt durch jeden Teilnehmer selbst (**max. Teilnehmeranzahl: 20**) in CampusOnline. Zusätzlich können vorab Themenwünsche bis 30.01.2017, 24 Uhr per E-Mail an Prof. Baier (daniel.baier@uni-bayreuth.de) unter Angabe dreier gewünschter Themen in absteigender Reihenfolge gerichtet werden: Bezug: Bachelorseminar, Platz 1: Themennummer, Platz 2: ..., Platz 3: ...

**IV. Hinweis:** Ziel der Seminararbeit ist die Beantwortung eines Themas durch:

1. Erarbeiten einer geeigneten Forschungsfrage (Der Titel der Arbeit kann angepasst werden)
2. Lesen, Verstehen, Zusammenfassen von wiss. Quellen passend zum Thema:
  - a. Recherche in sehr guten Zeitschriften (u.a. VHB Jourqual 3), tabellarische Zusammenfassung der Studien aus sehr guten Zeitschriften
  - b. Lesen, Verstehen, Erläutern und Diskussion der drei Top-Quellen (methodisch, inhaltlich beschreiben, begründen warum diese die „Besten“ sind)
3. Ergänzung des Themas um aktuelle Studien und Beispiele
4. „Beantwortung“ der Forschungsfrage vor dem Hintergrund von 1. bis 3.

Weitere Hinweise und Details werden in der Einführungsveranstaltung geklärt. Die Betreuung der Themen erfolgt durch Herrn Prof. Dr. Daniel Baier.