

marketing⁺

UNIVERSITÄT SIEGEN

Masterseminar

„Stationärer Einzelhandel und Digitalisierung – Passt das überhaupt zusammen?“

Univ.-Prof. Dr. Hanna Schramm-Klein

Dr. Gerhard Wagner

Theresia Mennekes, M. Sc.

Tobias Röding, M. Sc.

Lernziele des Seminars

- praxisrelevante **Problemstellung** verstehen
- wissenschaftliche **Literatur** recherchieren und aufarbeiten
- empirische **Forschung durchführen**
- **Analyseverfahren** auswählen und anwenden
- relevante **Erkenntnisse generieren**
- **Implikationen** ausarbeiten
- **Vorbereitung** auf Abschlussarbeit (an der Professur für Marketing und Handel)

Empirische Untersuchung

- Ziel: Beantwortung von Forschungsfragen mittels empirischer Datenerhebung
- Methodik: Online-Experiment (standardisierter Fragebogen)
Feldexperiment (standardisierter Fragebogen)
- Aufgabe: Erhebung, Aufbereitung & Auswertung von Daten
Erstellung einer Hausarbeit & einer Präsentation

Übergeordnete Forschungsfragen

1. Forschungsfrage:

Wie wirken sich Kompetenzdefizite auf lokalen Shopping-Plattformen auf die Beurteilung des Einzelhändlers und der präsentierten Produktmarke aus?

(Online-Experiment: N = 100, je Teilnehmer)

2. Forschungsfrage:

Welche Effekte hat die technologiegestützte Beratung am POS auf die wahrgenommene Kompetenz des Verkäufers?

(Feldexperiment: N = 25, je Teilnehmer)

1. Forschungsfrage: Kompetenzdefizite auf lokalen Shopping-Plattformen



Hier suchen...

Kategorien Teilnehmer Themenwelt Service

REWE 190G GL-PESTO ROSSO VEGAN



REWE 190G GL-PESTO ROSSO VEGAN

Zutaten: Antioxidationsmittel sulfit

🕒 Regionaler Liefersdienst (heute)

📅 Reservierung & Abholung innerhalb von 24 Stunden

Anzahl 1

1,59 € inkl. MwSt

Grundpreis: 8,37 € pro 1 kg

 In die Einkaufstüte

Artikelbeschreibung

pesto

1. Forschungsfrage: Kompetenzdefizite auf lokalen Shopping-Plattformen

The screenshot displays the REWE online shopping interface. At the top, the REWE logo is on the left, and navigation links for 'Dein REWE Markt', 'Abholservice', and 'REWE Deine Küche' are in the center. On the right, there are links for 'rewe.de', 'Anmelden', 'PLZ 57072', and a 'PAYBACK' button. Below the navigation bar is a search bar with the text 'Suche' and a magnifying glass icon. To the right of the search bar are icons for 'Abholtermin wählen', 'Favoriten 0 Artikel', and 'Warenkorb 0,00 €'. Below the search bar is a horizontal menu with 'Alle Produkte', 'Meine Produkte', 'Angebote', and 'Themenwelten'. Below the menu is a breadcrumb trail: 'Nahrungsmittel > Kochhilfen & Gewürze > Soßen & Bindemittel > Pastasoßen'. The main content area features a product image of a jar of 'REWE Beste Wahl Pesto Rosso vegan 190g' on the left. To the right of the image is the product title, 'REWE Beste Wahl Pesto Rosso vegan 190g', followed by 'von REWE Beste Wahl' and 'Zubereitung aus getrockneten Tomaten und Basilikum, vegan'. On the far right, the product details are shown: 'Art.-Nr. 2344352', a price of '1,49 €', and '190g (100 g = 0,78 €)'. Below the price is a heart icon, a minus sign, the number '1', and a plus sign. A green button labeled 'In den Warenkorb' is below the price. At the bottom right, there is a 'PAYBACK' button and a '1 °P pro 2 Euro Warenwert' offer.

Zutaten und Allergene

Zutaten: Getrocknete Tomaten 39% (Tomaten, Salz, Säuerungsmittel Citronensäure, Antioxidationsmittel Ascorbinsäure), Sonnenblumenöl, Tomatenpulpe 7%, Basilikum 7%, Olivenöl 2,5%, Zucker, Salz, Pinienkerne, Knoblauch, Weissig, Antioxidationsmittel Ascorbinsäure, Säuerungsmittel Milchsäure*. *nicht tierischen Ursprungs

1. Forschungsfrage: Kompetenzdefizite auf lokalen Shopping-Plattformen



Hier suchen...

Kategorien Teilnehmer Themenwelt Service

REWE Beste Wahl Pesto Rosso vegan 190g



REWE Beste Wahl Pesto Rosso vegan 190g

Zutaten: Getrocknete Tomaten 39%, Sonnenblumenöl, Tomatenpulpe 7%, Basilikum 7%, Olivenöl 2,5%, Zucker, Salz, Pinienkerne, Knoblauch, Weinessig, Antioxidationsmittel Ascorbinsäure, Säuerungsmittel Milchsäure.

Regionaler Liefersdienst (heute)

Reservierung & Abholung innerhalb von 24 Stunden

Anzahl 1

1,59 € inkl. MwSt

Grundpreis: 8,37 € pro 1 kg



In die Einkaufstüte

Artikelbeschreibung

Zubereitung aus getrockneten Tomaten und Basilikum, vegan



1. Forschungsfrage: Kompetenzdefizite auf lokalen Shopping-Plattformen

Lokaso
in Siegen

Hier suchen:

Kategorien Teilnehmer Themenwelt Service

REWE 190G GL-PESTO ROSSO VEGAN

Zutaten: Antioxidationsmittel sulfid
⌚ Regionaler Lieferdienst (heute)
📦 Reservierung & Abholung Innerhalb von 24 Stunden

Anzahl 1

1,59 € inkl. MwSt
Grundpreis: 8,37 € pro 1 kg

In die Einkaufstüte

pesto

Artikelbeschreibung

VS.

Lokaso
in Siegen

Hier suchen:

Kategorien Teilnehmer Themenwelt Service

REWE Beste Wahl Pesto Rosso vegan 190g

Zutaten: Getrocknete Tomaten 39%, Sonnenblumenöl, Tomatenpulpe 7%, Basilikum 7%, Olivenöl 2,5%, Zucker, Salz, Pinienkerne, Knoblauch, Weinessig, Antioxidationsmittel Ascorbinsäure, Säuerungsmittel Milchsäure.

⌚ Regionaler Lieferdienst (heute)
📦 Reservierung & Abholung Innerhalb von 24 Stunden

Anzahl 1

1,59 € inkl. MwSt
Grundpreis: 8,37 € pro 1 kg

In die Einkaufstüte

Zubereitung aus getrockneten Tomaten und Basilikum, vegan

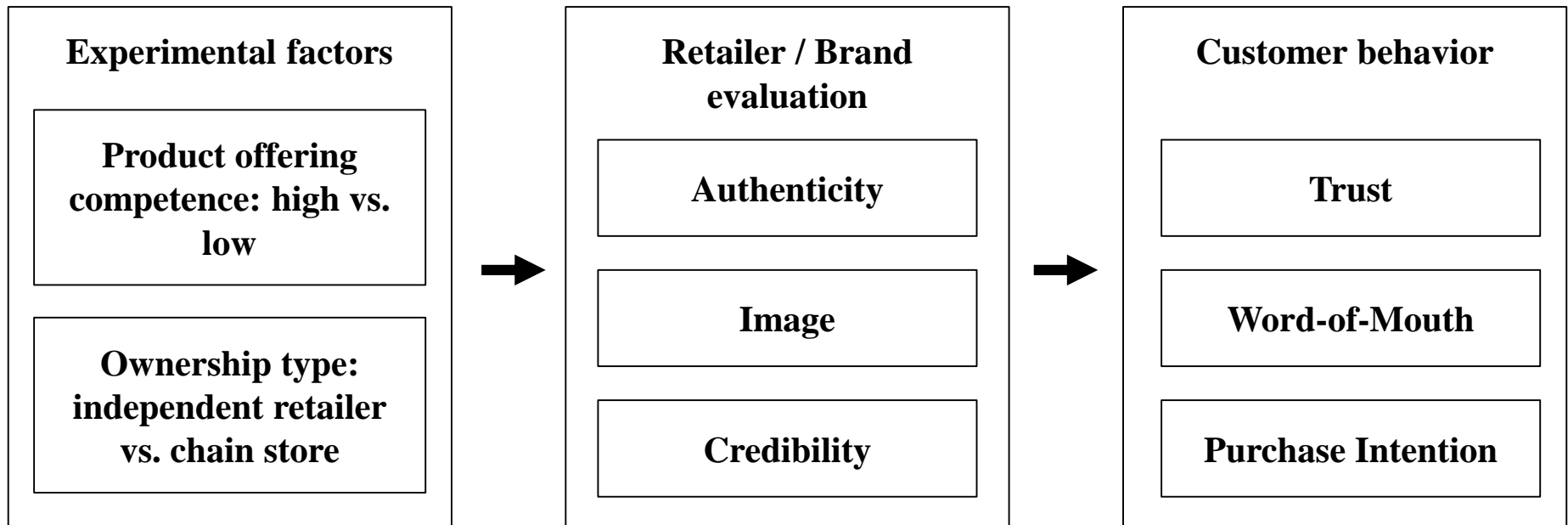
Artikelbeschreibung

Produktangebot (Händler vs. Hersteller)

- **Markenauthentizität**
- **Markenimage**
- **Vertrauen**
- **Glaubwürdigkeit**
- **Weiterempfehlung**
- **Kaufintention**



1. Forschungsfrage: Kompetenzdefizite auf lokalen Shopping-Plattformen – Forschungsmodell



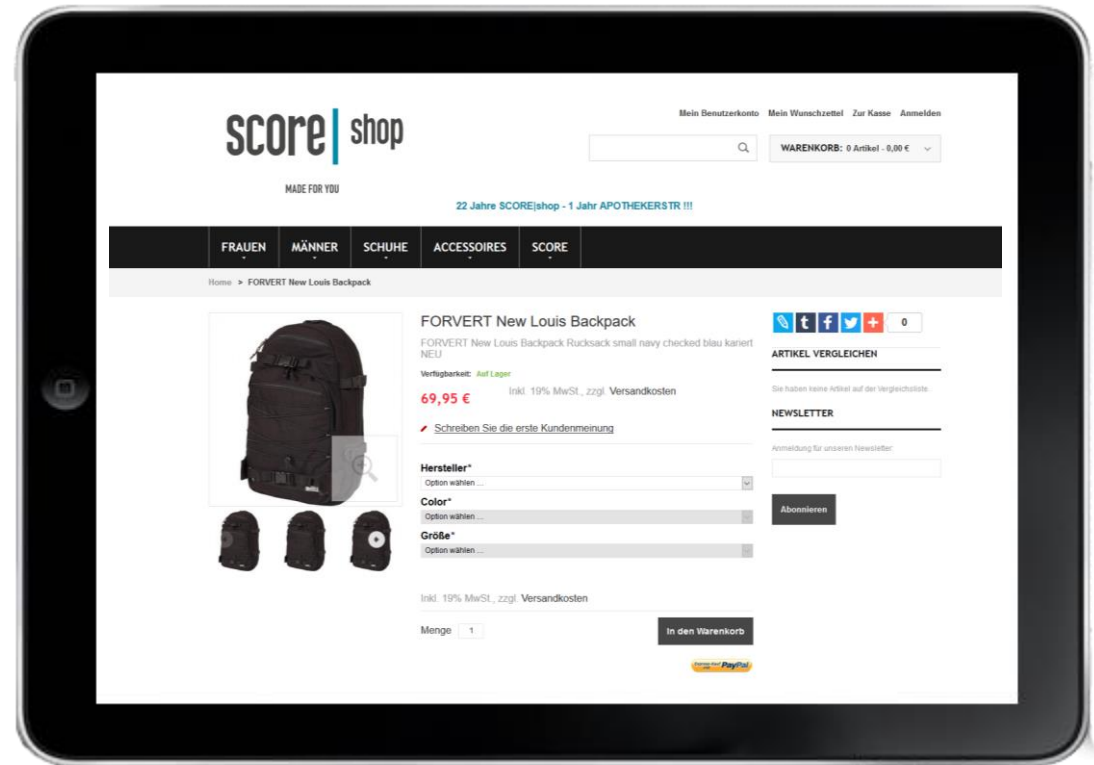
2. Forschungsfrage: Effekte technologiestützter POS-Beratung



Quelle: Galeria Kaufhof 2018.



2. Forschungsfrage: Effekte technologiegestützter POS-Beratung – Stimuli



Beratung (mit / ohne Tablet)

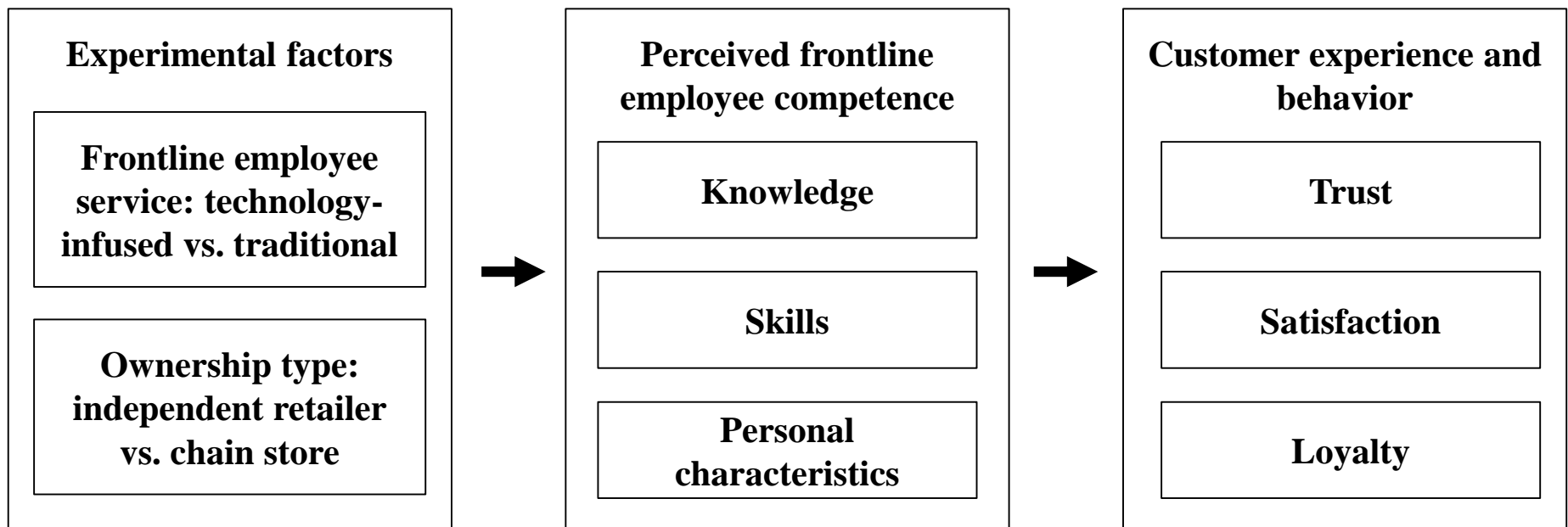
- Preis
- Material
- Verfügbare Farben
- Volumen
- Gewicht
- Extras

2. Forschungsfrage: Effekte technologie- gestützter POS-Beratung – Szenario





2. Forschungsfrage: Effekte technologiegestützter POS-Beratung – Forschungsmodell



Seminararbeit



Präferenzen für Forschungsfrage

E-Mail mit **Präferenz*** der Forschungsfrage bis **16.10.2018 (10 Uhr)** an:

info@marketing.uni-siegen.de

Format: **MastersemiarWS1819_Name_Matrikel-Nummer_Forschungsfrage_X**

**Sollten nicht alle Präferenzen berücksichtigt werden können, entscheidet das Losverfahren.*

Seminarthemen

Individuelle Themen werden auf Basis der finalen Forschungsmodelle abgeleitet, z.B.:

Themenstellungen zu Forschungsfrage 1:

- Effekte von Kompetenzdefiziten von filialisierten Händlern auf das Markenimage der Herstellermarke.
- Einfluss der Markenauthentizität von unabhängigen Händlern auf die Kaufintention einer Herstellermarke.

Themenstellungen zu Forschungsfrage 2:

- Effekte der technologie-gestützten POS-Beratung auf die wahrgenommene Mitarbeiterkompetenz bei einem unabhängigen Händler.
- Einfluss der wahrgenommene Mitarbeiterkompetenz bei einem filialisierten Händler auf die Kundenzufriedenheit.

Zeitlicher Ablauf

09.10.2018	Einführung in das Thema & Organisatorisches Literaturrecherche, Einarbeitung in die Forschungsfragen
bis 16.10.2018	Themenpräferenzen äußern (bis 10:00 Uhr)
19.10.2018	Bekanntgabe der Themenzuteilung
ab 23.10.2018	Datenerhebungsphase (6 Wochen: bis 04.12.2018)
XX.12.2018	Methodenkurs: Datenauswertung mit SPSS
29.01.2019	Blockveranstaltung I: Zwischenpräsentation
30.01.2019	Blockveranstaltung II: Zwischenpräsentation

Abgabetermine

Seminararbeiten

Datum: **01.04.2019**

Uhrzeit: **bis 12:00 Uhr**

Abgabeort: Postfach (Unteres Schloß)
Sekretariat (9.00 - 12.00 Uhr)

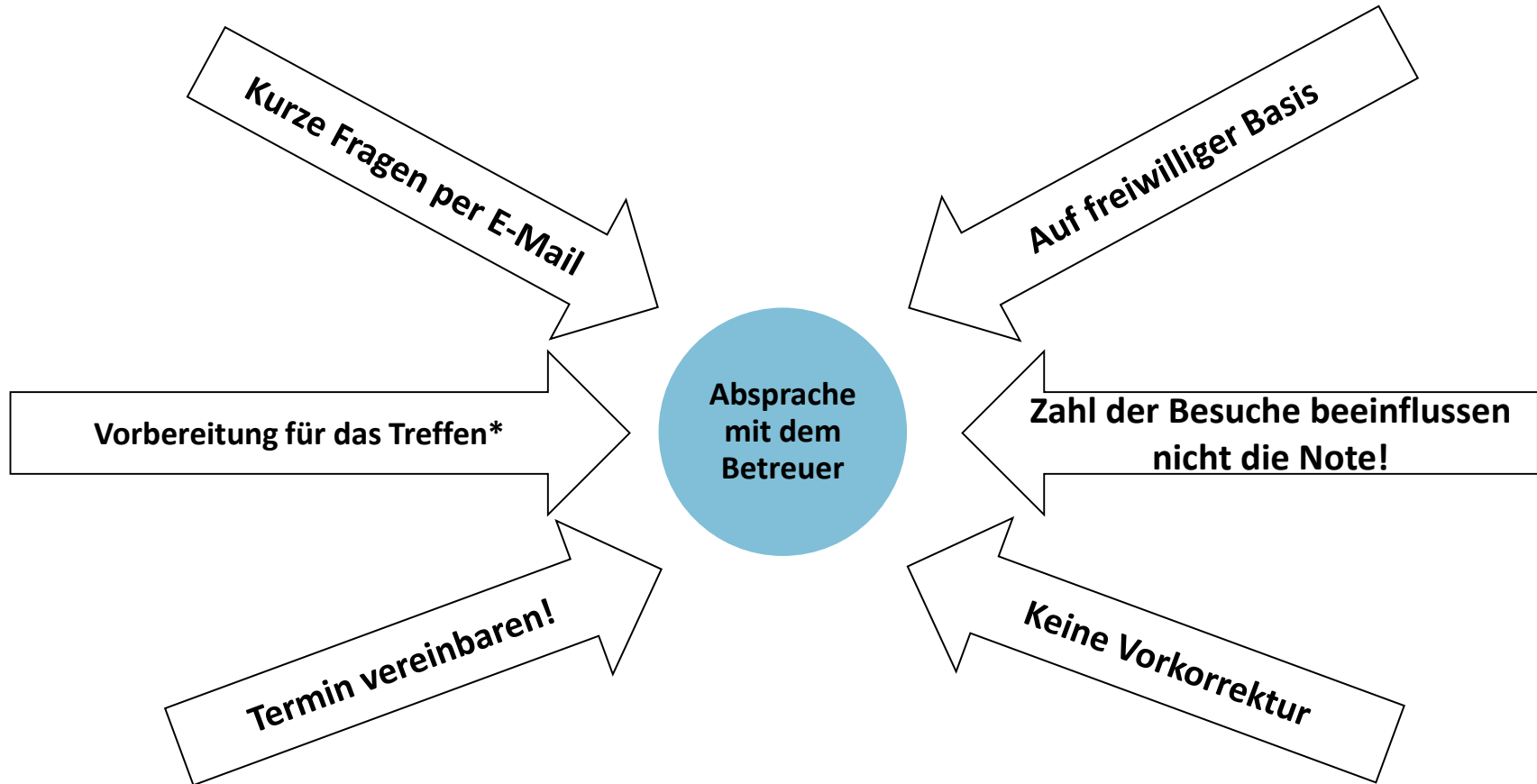
Form: 2 x Ausdruck (Heftstreifen)
+ digitale Version per E-Mail an
info@marketing.uni-siegen.de
Dateien sind wie folgt zu benennen:
Bachelorseminar_Nachname_WS1819

Präsentationen

als PPT(X) und PDF
bis **28.01.2019 (12:00 Uhr)**
an info@marketing.uni-siegen.de

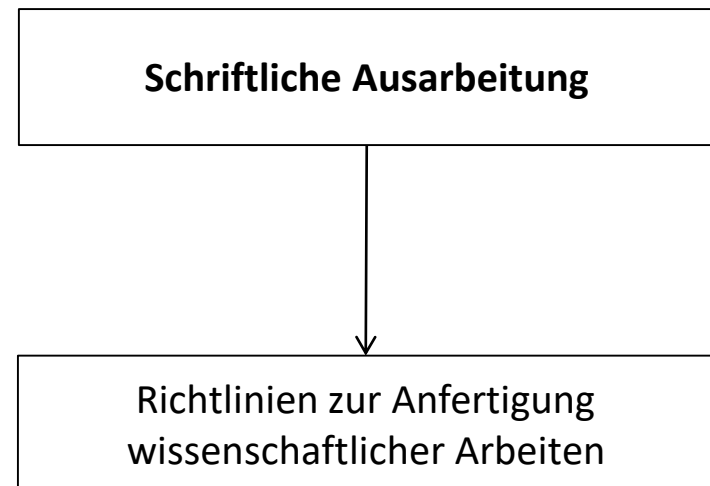
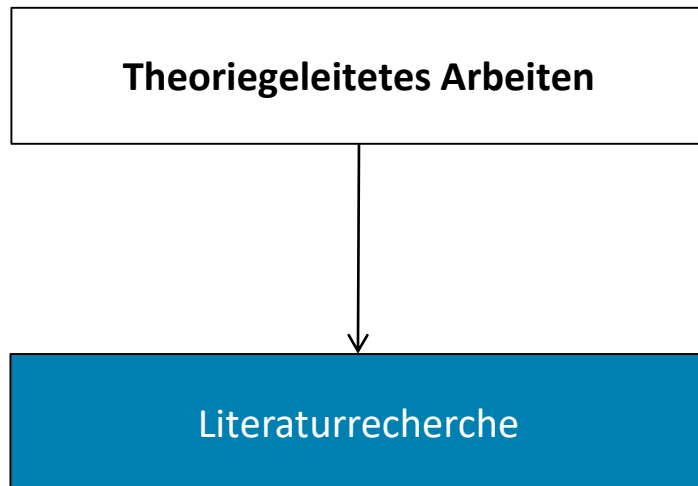


Betreuungstermine

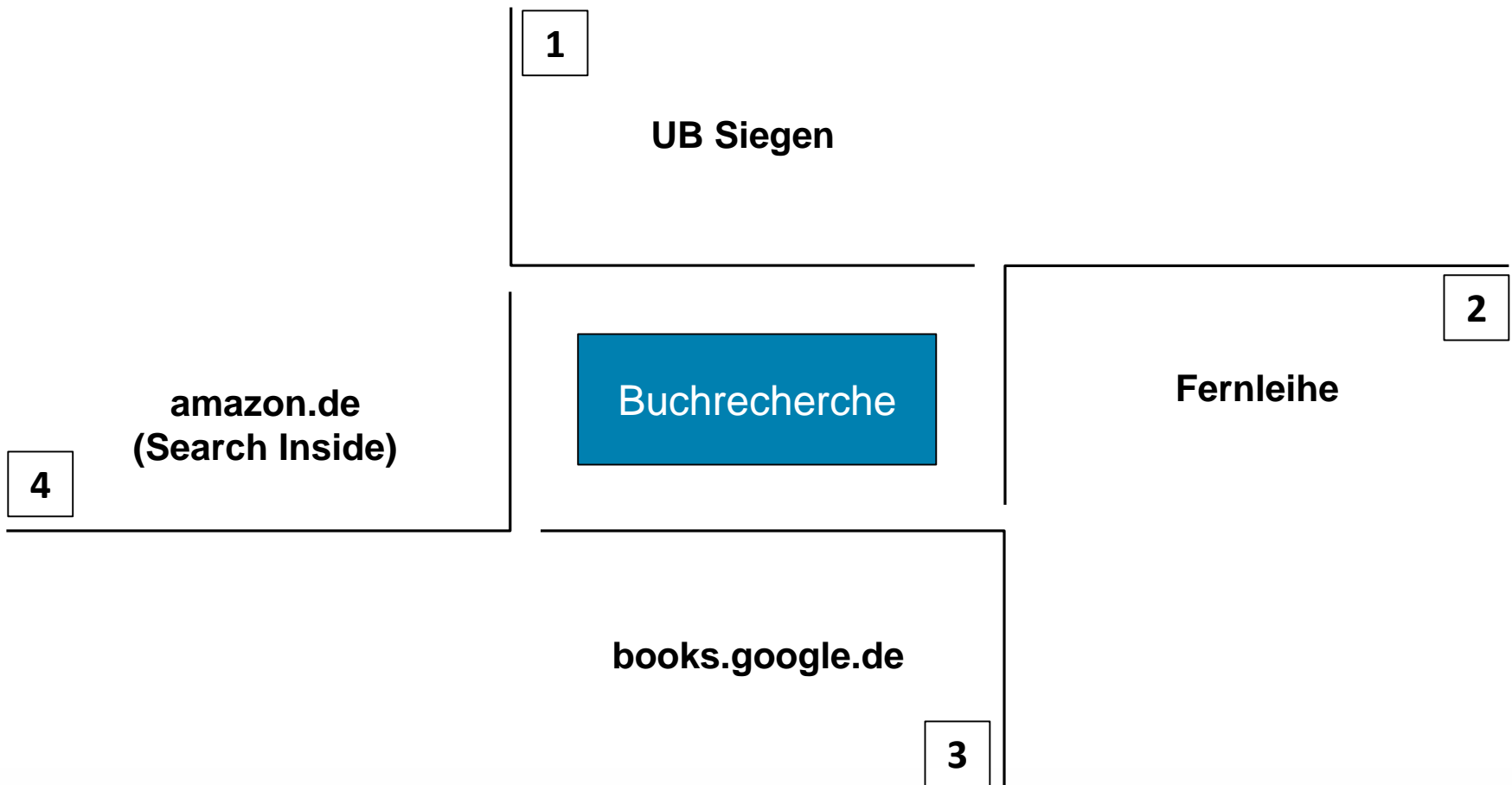


* Gliederung und Fragen vorab per E-Mail

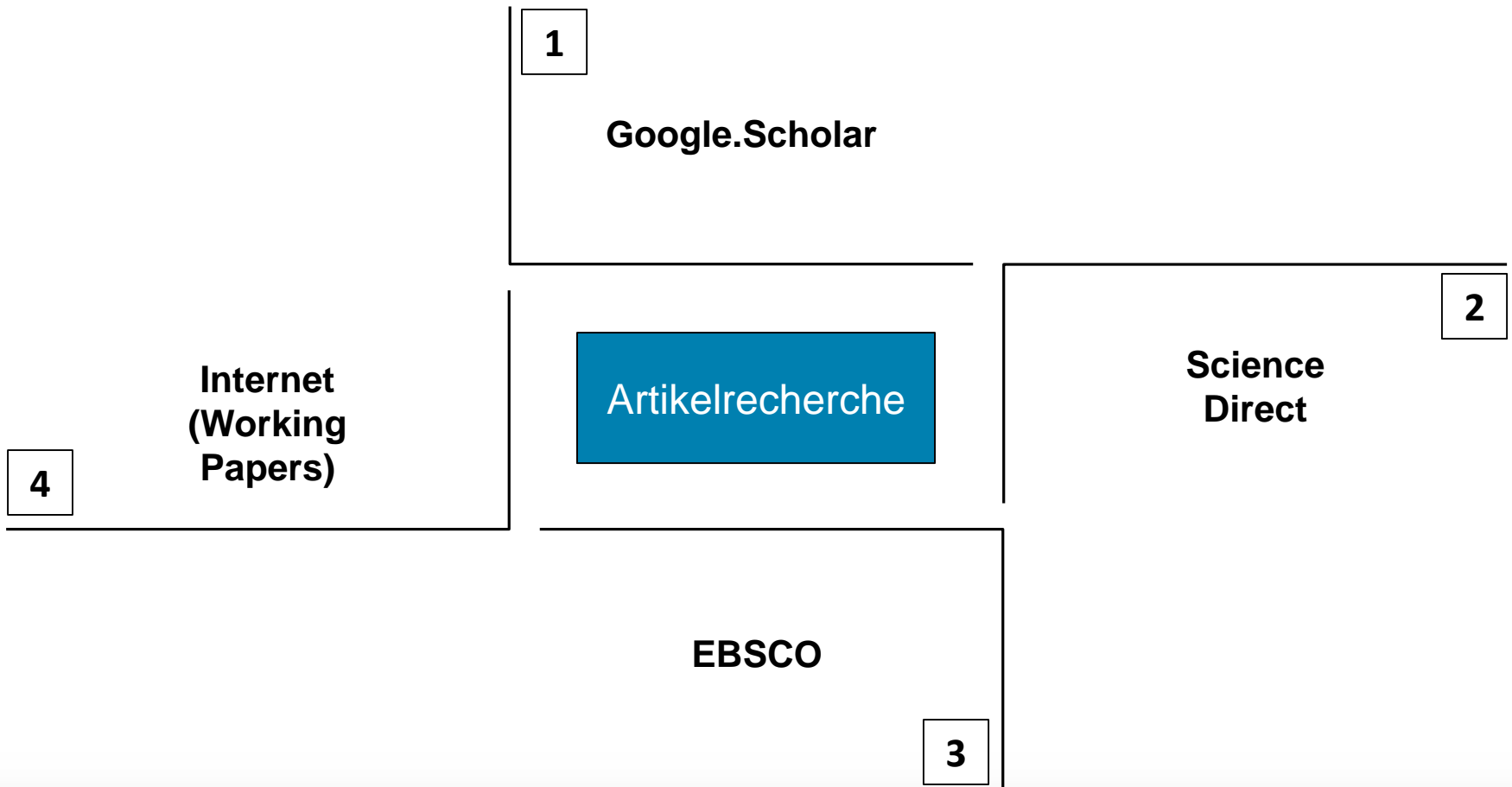
Anforderungen an das wissenschaftliche Arbeiten (I)



Literaturrecherche (I): Bücher



Literaturrecherche (II): Fachartikel



Literaturrecherche (III): Google Scholar

The screenshot shows the Google Scholar search interface. The search bar contains the query "brick" + "mortar" + "retail", which is circled in red. Below the search bar, the results are displayed. The left sidebar contains filters for "Artikel", "Meine Bibliothek", "Beliebige Zeit" (with options for 2016, 2015, 2012), "Nach Relevanz sortieren", "Nach Datum sortieren", "Web-Suche", "Seiten auf Deutsch", "Patente einschließen", "Zitate einschließen", and "Alert erstellen". The main results area shows several articles, each with a title, author information, abstract snippet, and citation count. The first article is "Web-based targeted advertising in a brick-and-mortar retail establishment using online customer information" by XD Huang, WH Gates, and EJ Horvitz. The second is "A framework for cyber-enhanced retailing: Integrating e-commerce retailing with brick-and-mortar retailing" by JR Otto and QB Chung. The third is "Integrating brick and mortar locations with e-commerce: Understanding synergy opportunities" by C Steinfield, T Adelaar, and Y Lai. The fourth is "Consumer derived utilitarian value and channel utilization in a multi-channel retail context" by SM Noble, DA Griffith, and MG Weinberger. The fifth is "Typologies of e-commerce retail failures and recovery strategies" by S Baron, K Harris, D Elliott, and LP Forbes. The fifth article's citation count, "Zitiert von: 154", is circled in red. The search results also include a tip about language settings and a search button.

Web Bilder Mehr...

Google "brick" + "mortar" + "retail" 🔍

Scholar Ungefähr 26.600 Ergebnisse (0,05 Sek.)

Artikel **Tip:** Suchen Sie nur nach Ergebnissen auf **Deutsch**. Sie können Ihre Sprache in den Scholar-Einstellungen festlegen.

Meine Bibliothek **Web-based targeted advertising in a brick-and-mortar retail establishment using online customer information**
[XD Huang](#), [WH Gates](#), [EJ Horvitz](#)... - US Patent App. 11/ ... , 2006 - Google Patents
Architecture for presenting advertisements in realtime in **retail** establishments. A sensor component includes sensors for collecting information about a customer or group of customers as they move through the store. The sensors can include capability for image ...
Zitiert von: 81 Ähnliche Artikel Alle 2 Versionen Zitieren Speichern

Beliebige Zeit
Seit 2016
Seit 2015
Seit 2012
Zeitraum wählen...

Nach Relevanz sortieren
Nach Datum sortieren

Web-Suche
Seiten auf Deutsch

Patente einschließen
 Zitate einschließen

Alert erstellen

A framework for cyber-enhanced retailing: Integrating e-commerce retailing with brick-and-mortar retailing [PDF] von [researchgate.net](#)
[JR Otto](#), [QB Chung](#) - Electronic Markets, 2000 - Taylor & Francis
... Nonetheless, it is unlikely that Inter- net retailing will supplant any more than a modest amount of traditional (or physical, **brick-and-mortar**) **retail**- ing. ... **Brick-and-mortar** costs: The costs for the physical **retail** space will be more expensive in the case of a traditional **retail** store. ...
Zitiert von: 100 Ähnliche Artikel Alle 5 Versionen Zitieren Speichern

Integrating brick and mortar locations with e-commerce: Understanding synergy opportunities [PDF] von [msu.edu](#)
[C Steinfield](#), [T Adelaar](#), [Y Lai](#) - System Sciences, 2002. HICSS. ... , 2002 - [ieeexplore.ieee.org](#)
... This does not signal the end of e-commerce, however. Rather, a number of traditional enterprises have moved to integrate e- commerce into their channel mix, using the Internet to supplement **brick** and **mortar** **retail** channels [7, 11, 13, 20, 23]. ...
Zitiert von: 78 Ähnliche Artikel Alle 18 Versionen Zitieren Speichern

Consumer derived utilitarian value and channel utilization in a multi-channel retail context [PDF] von [researchgate.net](#)
[SM Noble](#), [DA Griffith](#), [MG Weinberger](#) - Journal of Business Research, 2005 - Elsevier
... Furthermore, the relative benefit/cost ratio regarding information attainment of the **brick** and **mortar** **retail** channel is lowest as for many purchases only limited information is available to the consumer via packaging. Although ...
Zitiert von: 152 Ähnliche Artikel Alle 9 Versionen Web of Science: 29 Zitieren Speichern

Typologies of e-commerce retail failures and recovery strategies [PDF] von [emeraldinsight.com](#)
[S Baron](#), [K Harris](#), [D Elliott](#), [LP Forbes](#)... - Journal of Services ... , 2005 - [emeraldinsight.com](#)
... In addition, these typologies are compared to previous findings in traditional **brick** and **mortar** **retail** settings (Kelley et al., 1993). Finally, we discuss our findings and offer managerial and research implications. The study. ... Comparison with **brick** and **mortar** **retail** settings ...
Zitiert von: 154 Ähnliche Artikel Alle 2 Versionen Zitieren Speichern

Literaturrecherche (IV): Quellensuche

Stichwörter

Synonyme
Übersetzungen

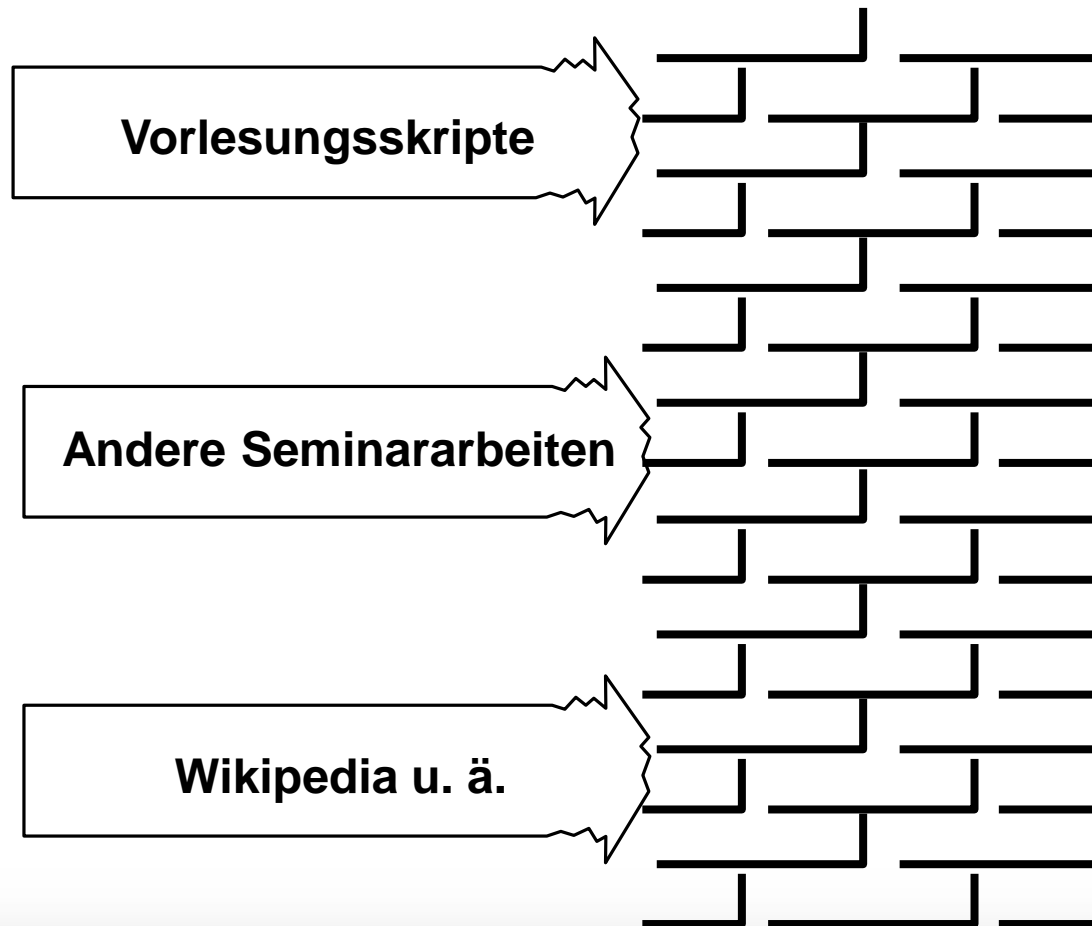
Rückwärtssuche

Ausgangspunkt
Einstiegsliteratur

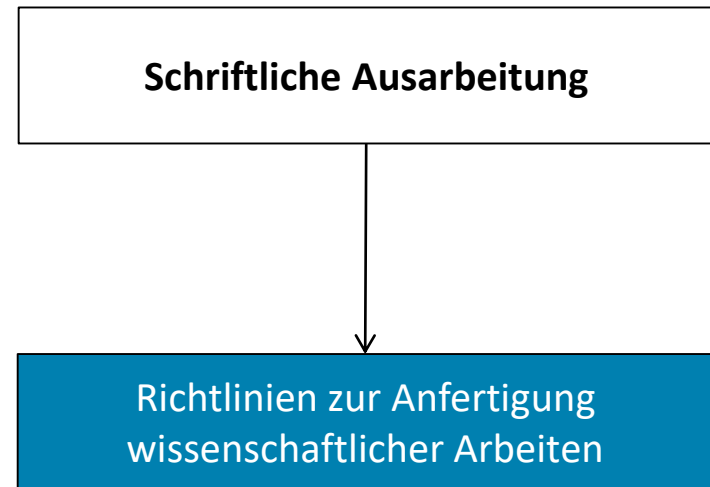
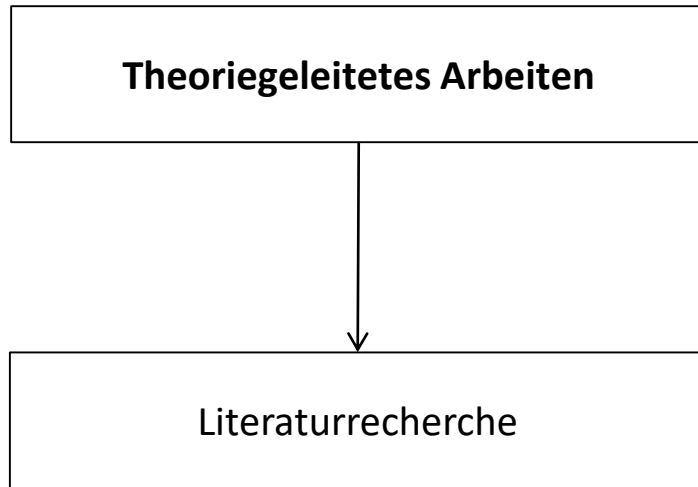
- Analyse der verwendeten Quellen in dieser Literatur
- Analyse der genannten Autoren in dieser Literatur (weitere Veröffentlichungen dieser Autoren zu dem Thema)

Recherche der für das eigene Thema relevanten Quellen und Beschaffung der entsprechenden Literatur

Literaturrecherche (VI): Nicht zitierfähige Quellen



Anforderungen an das wissenschaftliche Arbeiten (II)



Richtlinien und Leitfaden

**Richtlinien
zur Anfertigung
wissenschaftlicher Arbeiten**

**Leitfaden für
Praktikumsberichte, Seminar-, Bachelor-, Master- und Diplomarbeiten
am Lehrstuhl für Marketing**

Stand: Oktober 2013

-I-

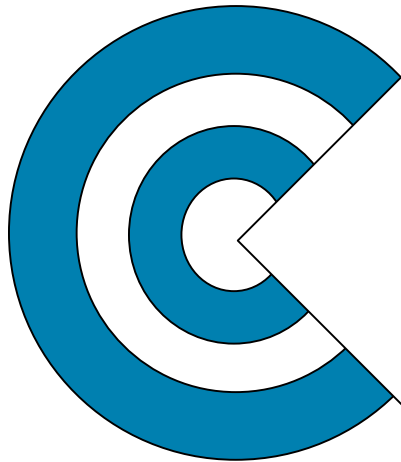
Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	I
Abbildungsverzeichnis	II
Tabellenverzeichnis	III
Abkürzungsverzeichnis	IV
1 Einführung	1
1.1 Relevanz und Zielsetzung der Richtlinien	1
1.2 Aufbau des Leitfadens	1
2 Bewerbungsverfahren und Anforderungen	1
2.1 Bewerbungsverfahren und Konsequenzen der Missachtung	1
2.2 Inhaltliche Absprachen mit dem Betreuer	2
2.3 Inhaltliche Anforderungen an eine wissenschaftliche Arbeit	3
2.4 Literaturrecherche	4
3 Umgang mit fremdem Gedankengut	6
3.1 Grundsätzliches	6
3.1.1 Pflicht	6
3.1.2 Übernahme von Texten	7
3.1.3 Sinngemäße Wiedergabe fremder Texte	8
3.1.4 Wiedergabe von Tabellen, Diagrammen und Abbildungen	9
3.2 Zusammenhänge im laufenden Text	10
3.3 Formulierungen	11
3.4 Bestandteile einer wissenschaftlichen Arbeit	11
4.1 Titel- bzw. Deckblatt	11
4.1.1 Inhaltsverzeichnis	11
4.1.2 Sonstige Verzeichnisse	12
4.1.3 Sonstige Verzeichnisse	12
4.1.4 Aufbau konzeptioneller Arbeiten	12
4.1.4.1 Aufbau empirischer Untersuchungen	13
4.1.4.2 Zweck und Aufbau empirischer Untersuchungen	13
4.1.5 Literaturverzeichnis	15
4.1.6 Anhang	20
4.1.7 Eidesstattliche Erklärung und Sperrvermerk	20
4.2 Formaler Aufbau einer wissenschaftlichen Arbeit	21
4.3 Hinweise zur Anzahl und Form abzugebender Abschlussarbeiten	22
4.4 Besonderheiten Praktikumsbericht	23
4.5 Besonderheiten Forschungsprojekt	24
5 Schlussbemerkungen	24
Literaturverzeichnis	26
Anhang	29
A Deckblattbeispiel für Seminararbeiten	29
B Deckblattbeispiel für Bachelor-, Master- bzw. Diplomarbeiten	30
C Musterformulierungen für eine Eidesstattliche Erklärung	31

UPDATE

Quelle: Richtlinien zur Anfertigung wissenschaftlicher Arbeiten 2018.

Umfang, Inhalt und Abgabe der Seminararbeit



Umfang: 15 Seiten

Zzgl.: Gliederung

Deckblatt

Anhang

Literaturverzeichnis

Abgabe: Ausdruck (2 Exemplare) &

Digital (E-Mail)

Aufbau einer empirischen wissenschaftlichen Arbeit

Einleitung (Relevanz, Problemstellung)

Theoretischer Teil (Konzepte, Theorien, Modelle)

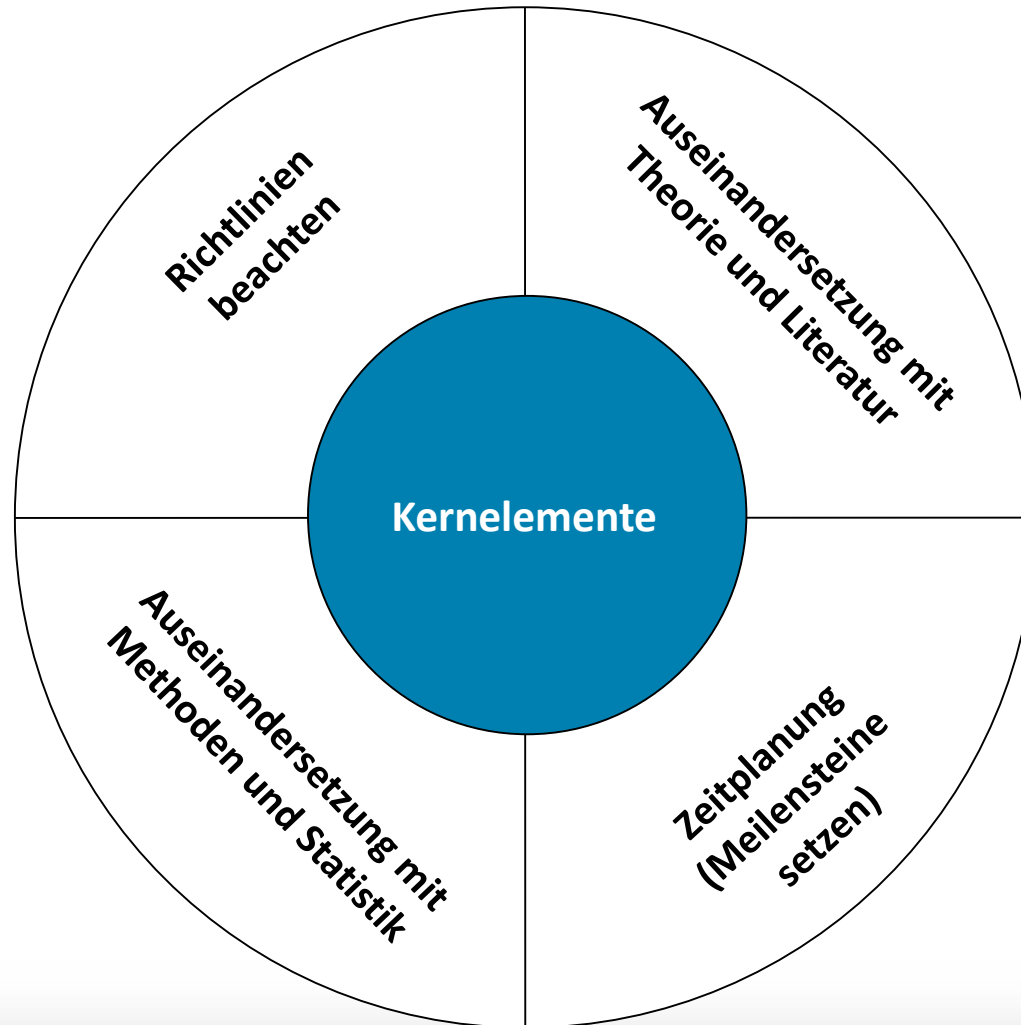
Methodischer Teil (Untersuchungsdesign, Materialien, Apparate)

Ergebnisteil (Analyseverfahren, Resultate, Erkenntnisse)

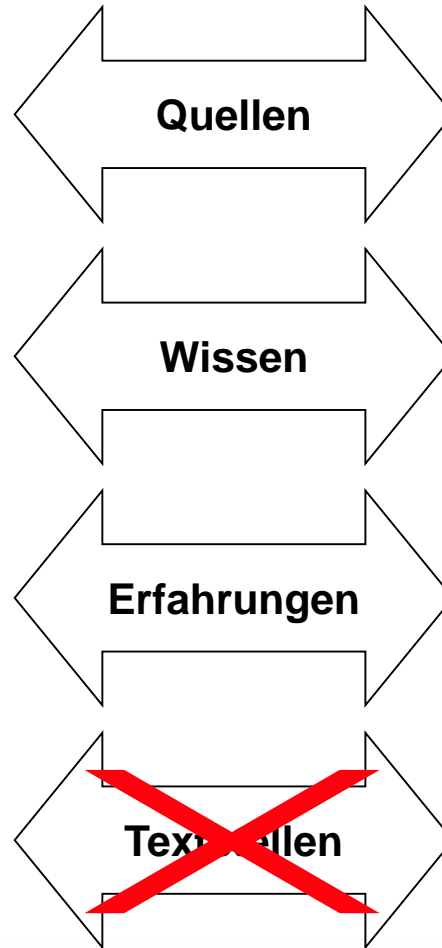
Fazit (Diskussion, Implikationen, Limitationen, Forschungsbedarf)

Quelle: vgl. Richtlinien zur Anfertigung wissenschaftlicher Arbeiten 2018.

Damit Ihre Arbeit eine runde Sache wird ...



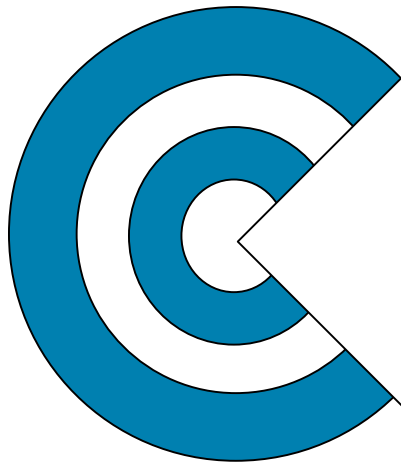
Kooperation mit Kommilitonen ist erwünscht



Präsentation



Zwischenpräsentation



Inhalt: **Aktueller Stand der
Forschungsarbeit**

Ziel: **Feedback einholen**

Abgabe: **Digital (E-Mail)
*.pdf oder *.pptx**

Umfang: **t.b.a.**

Inhaltliche Anforderungen

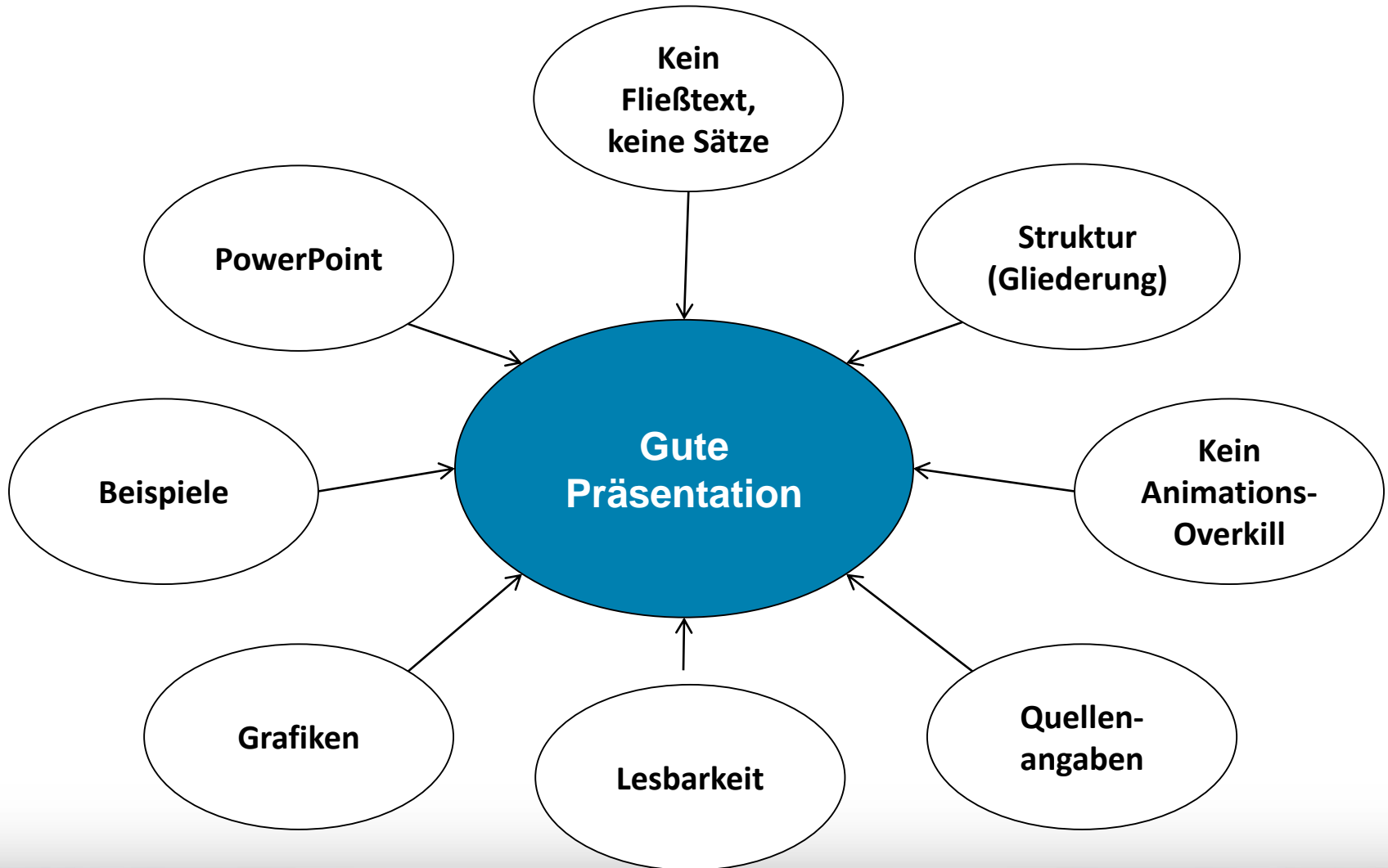


Setzen Sie
Schwerpunkte

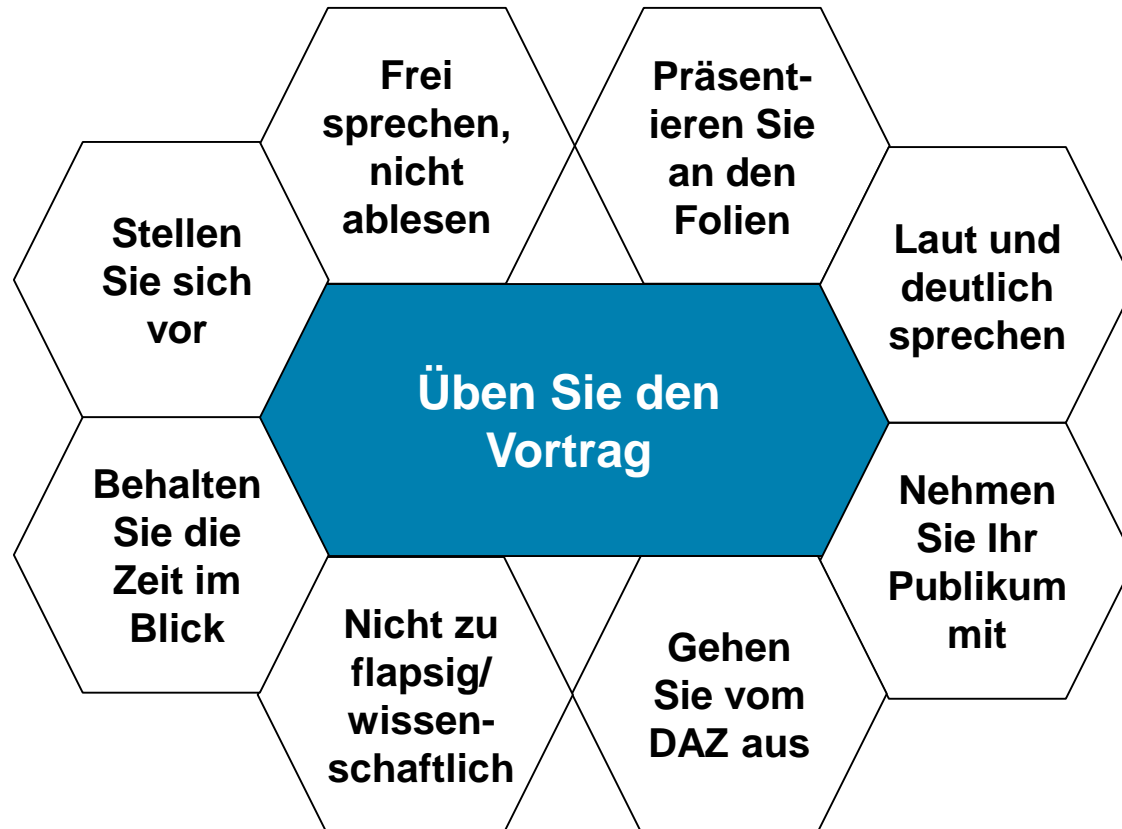


Veranschaulichen
Sie Ihre
Erkenntnisse

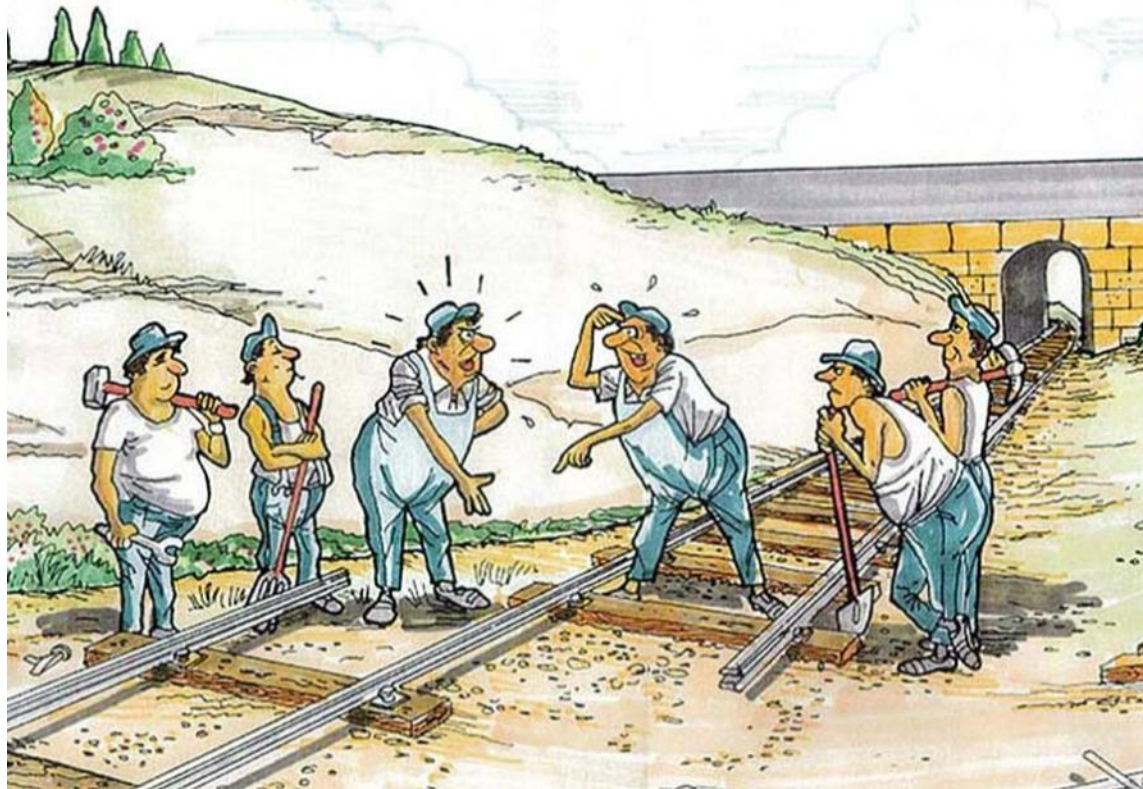
Foliengestaltung



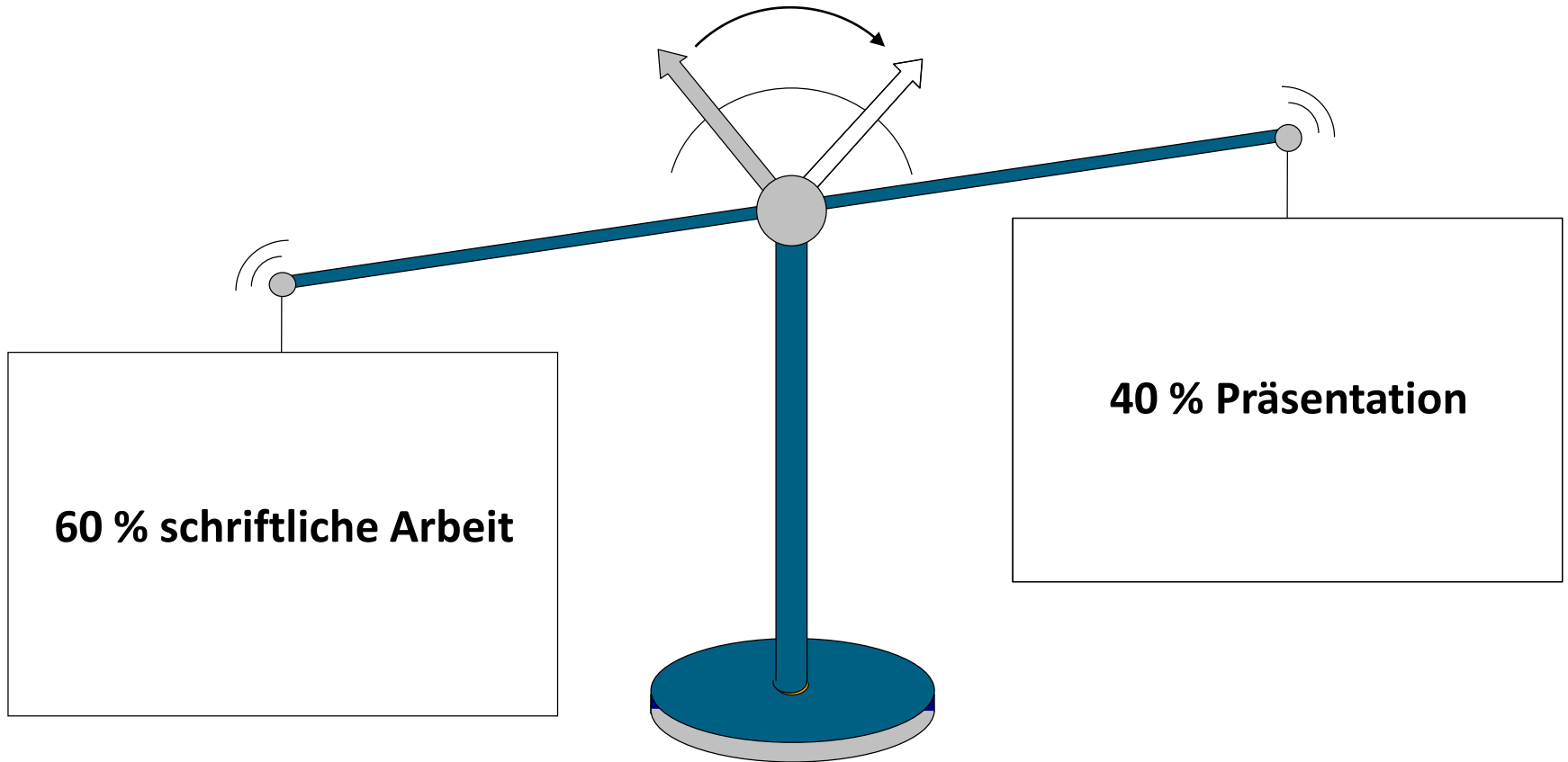
Anforderungen an Ihren Vortrag



Bewertung der Seminarleistung



Verrechnung der Seminarleistung



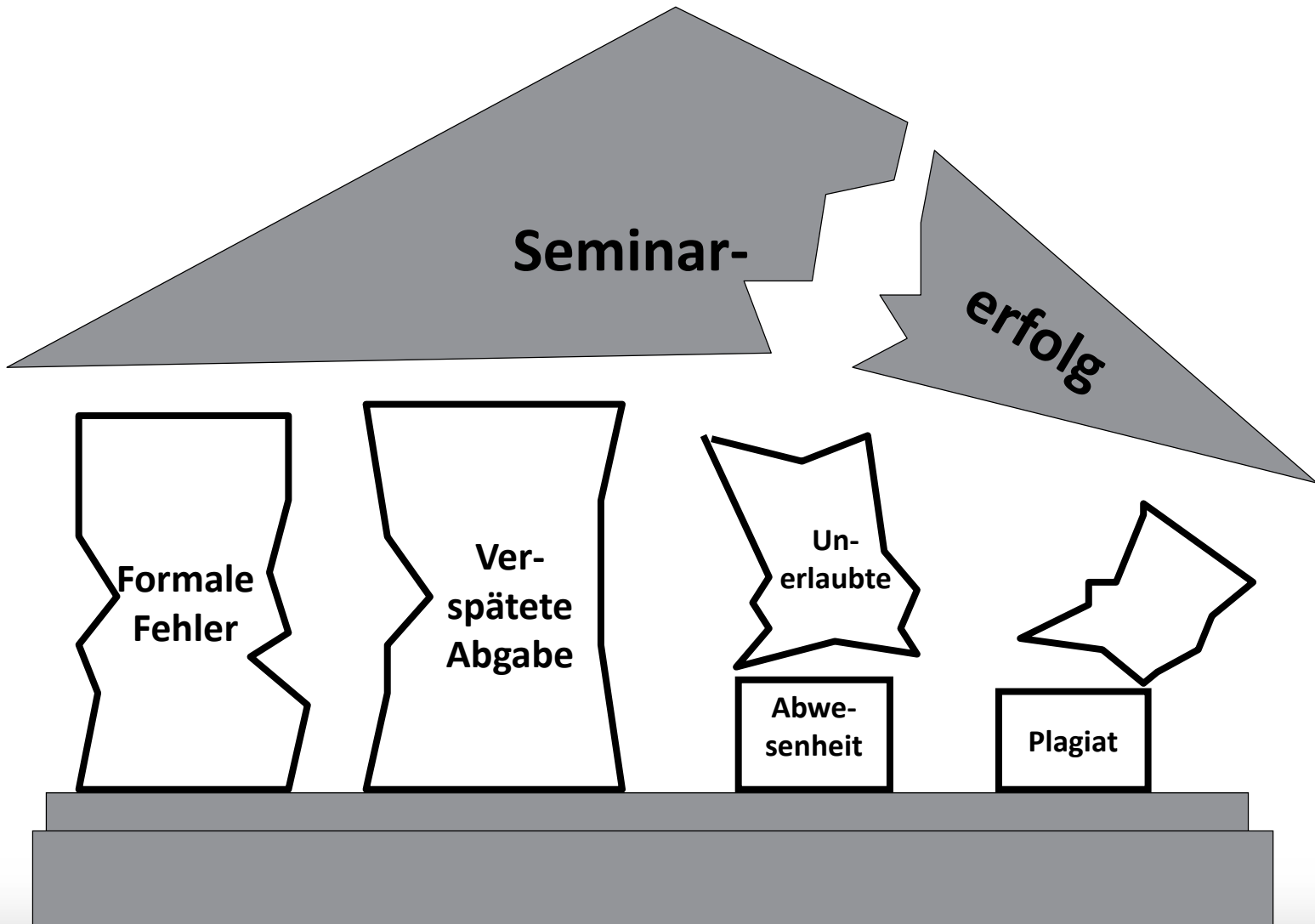
Beide Teilleistungen müssen mindestens mit 4,0 abgeschlossen werden.

Beurteilungskriterien für Ihre Arbeit

Inhalt
Formale Korrektheit
Literaturaufarbeitung
Methodische Vorgehensweise

Quelle: vgl. Richtlinien zur Anfertigung wissenschaftlicher Arbeiten 2018.

Knock-Outs



Noch Fragen?

