

Klaus Gutknecht | Dirk Funck | Joachim Stumpf

Innovationsmanagement im Handel

1. Auflage 2014

Rid | Stiftung
Wir stiften Zukunft!

INHALTSVERZEICHNIS

Geleitwort		5
Vorwort		6
Teil A: Rahmenbedingungen des Innovationsmanagements im mittelständischen Einzelhandel		11
1	Die Ausgangslage – Der mittelständische Handel im Wettbewerb Joachim Stumpf	12
2	Innovationsmanagement im mittelständischen Einzelhandel – Statusbericht und Handlungsempfehlungen Klaus Gutknecht, Bettina Maria Schrader, Dirk Funck	40
Teil B: Innovationsfelder		57
3	Innovative Geschäftsmodelle entwickeln – Strategische Antworten auf gravierende Marktveränderungen Klaus Gutknecht	58
4	Innovationsfeld Sortiment Dirk Funck, Robert Waloßek	80
5	Service als Profilierungsfaktor – Durch Exzellenz und Innovation zu nachhaltigem Erfolg Sebastian Deppe	106
6	Prozess-Innovation im Handel durch Lieferservice – Wettbewerbsvorteile durch Same Day Delivery erschließen Franziska Nosbüsch, Klaus Gutknecht	122
7	Innovationsfeld Nachhaltigkeit Dirk Funck, Cornelia Schambeck	156

8	Hybride Verkaufssysteme – Der Handel braucht den Verkäufer 2.0 Philipp Spreer	180
9	Erfolgreich mit digitalem In-Store-Marketing – Ein Leitfaden zur Implementierung von Kiosk-Terminals, Digital Signage und mobilen Assistenten im stationären Handel Philipp Spreer	202
10	Mobile Services im Handel Katrin Kallweit	244
Teil C: Instrumente & Erfolgsfaktoren		269
11	Innovation und Projektmanagement – Ansätze, Methoden und Vorgehensmodelle zur gezielten Umsetzung von Ideen in Innovationen Martin Rothhaar	270
12	Ideen erfolgreich umsetzen – Das Unternehmen verändern. Wie Sie Ihre Mitarbeiter in Change-Prozessen aktivieren Heike Schinnenburg	302
13	Die Kunden einbinden – Crowdsourcing als Open Innovation-Prozess Julia Wrede	320
14	Veränderung als Überlebensregel – Was der Handel von der Evolutionstheorie lernen kann Oliver Hermes	350