UNTERNEHMERISCHE RESILIENZ UND KOOPERATIONEN BEIM EINSATZ VON DIGITALEN MARKETINGTECHNOLOGIEN (VIRTUAL UND AUGMENTED REALITY): EINE ANALYSE DES KLEINSTRUKTURIERTEN ÖSTERREICISCHEN EINZELHANDELS

Projektträger:
New Design University Privatuniversität Gesmbh

Wissenschaftliche Leitung:
Eva Lienbacher

Weitere beteiligte Einrichtungen:
Fachhochschule Salzburg

Forschungsfeld:
Geistes-, Sozial- und Kulturwissenschaften

Förderinstrument: Projekte Grundlagenforschung

Projekt-ID: FTI17-013

Projektbeginn: 01. März 2019

Projektende: folgt

Laufzeit: 30 Monate / beendet

Fördersumme: € 174.000,00

Kurzzusammenfassung:
Wachsender Wettbewerb, neue Akteure und die Einführung digitaler Technologien prägen den heutigen Einzelhandel. Die derzeitige Markt- und Wettbewerbslage drängt den kleinteiligen Einzelhandel immer mehr zurück. Der kleinstrukturierte Einzelhandel muss sich daher mit verändernden Kundenbedürfnissen und technologischen Entwicklungen auseinandersetzen und sein Marketing neu definieren. Für das Überleben im Einzelhandel sind Innovation und Digitalisierung auf mehreren Ebenen unabdingbar. Gerade für den kleinstrukturierten Einzelhandel ist dies eine große Herausforderung, denn die Entrepreneurship Literatur schreibt kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) gegenüber Großunternehmen Defizite hinsichtlich finanzieller und personeller Ressourcen zu. Obwohl eine Reihe von Studien der Einführung und Anwendung digitaler Dienste eindeutige Wettbewerbsvorteile zuschreibt, fehlen Untersuchungen hierzu im kleinstrukturierten Einzelhandel.
Das vorliegende Forschungsprojekt untersucht daher, ob die Einführung von Virtual Reality (VR) und Augmented Reality (AR) als Distributions- und Kommunikationsinstrumente den kleinstrukturierten Einzelhandel resilienter macht. Netzwerke spielen für KMU eine entscheidende Rolle mit Hinblick auf den Zugang zu materiellen und immateriellen Ressourcen. Folglich befasst sich das vorliegende Projekt auch mit den Effekten, die Netzwerke und Kooperationen im Rahmen der Digitalisierung auf die unternehmerische Resilienz haben.
In der Empirie verfolgen wir einen zweistufigen Ansatz: Im qualitativen Teil (Fokusgruppen) werden in mindestens drei Fokusgruppen den HändlerInnen (n = 10 – 12 / Fokusgruppe) AR- und VR-Lösungen vorgestellt. So können Akzeptanz, mögliche organisatorische Herausforderungen, Chance und Risiken, die mit der Einführung und Nutzung von VR / AR sowie mit der Zusammenarbeit mit anderen EinzelhändlernInnen einhergehen, aber auch Auswirkungen auf die unternehmerische Resilienz eruiert werden. Zweitens wird eine quantitative Conjoint-Analyse durchgeführt (n = 300), um das beste Digitalisierungspaket zu ermitteln, einschließlich der Auswirkungen auf die unternehmerische Resilienz.
Mit diesem Projekt werden die FTI-Themenfelder Digitalisierung und Innovation gestärkt. Durch den gewählten empirischen Ansatz erfolgt eine stärkere regionale Verankerung und Sichtbarkeit der NDU in der niederösterreichischen Wirtschaft (kleinstrukturierte EinzelhändlerInnen). Durch die gemeinsame und interdisziplinäre Bearbeitung der Problemstellung durch

die beteiligten Forschungsinstitutionen erfolgt eine stärkere Vernetzung innerhalb der österreichischen Forschungslandschaft. Im Rahmen des Projektes werden zudem JungwissenschaftlerInnen gefördert.
Die Ergebnisse des Forschungsprojekts, die gezielte Disseminationsstrategie sowie konkrete Handlungsempfehlungen tragen dazu bei, regionale Akteure für die Anwendung digitaler Technologien zu sensibilisieren und den kleinstrukturierten Einzelhandel nachhaltig zu stärken.