



# Centrum för handelsforskning vid Lunds universitet

VERKSAMHETSBERÄTTELSE | 2021







## Inledning

---

### Centrum för handelsforskning – det åttonde året

För oss precis som för många andra har 2021 varit ytterligare ett speciellt år. Corona har utmanat oss, på många olika sätt. Detta år har vi dock varit lite mer förberedda och inövade på att hitta onlinelösningar för t ex de samverkansaktiviteter vi genomfört.

I vanlig ordning har vi på Centrum – med ledningsgruppen, gästforskare och affilierade forskare i kombination – genomfört en rad intressanta och välbesökta seminarier:

- Ett av dessa handlade om AI och avancerad analysteknik. Här deltog en blandning av forskare och praktiker, och bla fick vi inspel från Eleanora Pantano, University of Bristol, Cameron Taylor från Boost och Arno de Caigny, från IÉSEG School of Management liksom affilierade forskaren Yulia Vakulenko från Förpackningslogistik vid LTH.
- Under året fortsatte också arbetet i Retail Practice Leaders group med två möten; ett om hållbar e-handel och ett om kompetensutveckling inom handeln. Båda rapporterade aktuell och pågående forskning inom dessa områden vid Centrum för handelsforskning.
- Automatisering av lager var fokus i ett annat digitalt webinarium som Centrum arrangerade. Här hade vi talare från Consafe och SIB Solutions samt Sigma Connectivity. Till Centrum affilierade forskarna Joakim Kembro och Andreas Norrman presenterade resultat från forskning kring just automation och ny teknologi i smarta lager.
- Det kan vara värt att här också nämna att vi under hösten 2021 genomförde den första workshopen i en serie som fortsätter under 2022. Dessa workshopar är alla på temat Future Themes in Consumption, vilket också är ett pågående bokprojekt vid Centrum. Boken kommer att ges ut av Palgrave Macmillan i början av 2023. Denna gång var temat hållbarhet och seminariet innehöll presentationer från bla Carys Egan-Wyer, från Centrum, Mariana Lopez Davila från IIIIE och Kevin Gelsi från Nudie Jeans. Mer om detta i årsrapporten 2022 – och jag hoppas att ni följer seminarierna om framtida tema i konsumtionen som vi kommer att arrangera under 2022.
- Under året har vi också kunnat gratulera en mångårig medarbetare vid Centrum för hans lyckade försvar av sin doktorsavhandling. Devrim Umut Aslans avhandling heter "Praxitopia – How shopping makes a street vibrant". Det är ett viktigt bidrag inom ett område där många tycker och tänker men sällan får vi se några systematiska studier som den Devrim gjort. Ämnet är cityhandel och Devrim studerade vilken typ av shopping som utförs på en stadsdelsgata och hur dess aktörer skapar en levande plats. Avhandlingen är ett väsentligt bidrag till att förstå varför människor finns på en multikulturell shoppinggata som Södergatan i Helsingborg och hur gatans miljö och dynamik bidrar till att shopping växer fram. Stort grattis till Devrim!
- För våra doktorander – och för vårt doktorandnätverk – har vi fortsatt med publiceringsworkshopar under året, bl a ledda av Jens Nordfält från University of Bath och Eleanora Pantano, University of Bristol, Jack Coffin, University of Manchester och Kat Duffy från the University of Glasgow.



- 
- Sist men inte minst vill jag nämna ett event där vi även i år kopplade ihop utbildningsverksamheten vid Lunds universitet med praktiken. Den 15/12 fick 12 studentgrupper presentera det som de arbetat med under en kurs i multikanal och retail management under hösten, nämligen hur man kan arbeta strategiskt med det som ofta kallas 'last mile logistics'. Presentationerna följdes och kommenterades av ett antal praktiker från ett av våra största och mest internationella detaljhandelsföretag. Detta event var även detta år mycket lyckat och vi hoppas kunna genomföra något liknande nästa år.



Som människor har vi en naturlig strävan tillbaka till det vi betraktar som normalitet. Det blir dock svårare ju längre en förändring håller i sig. En pandemi som präglade 2020-2021 börjar man ana – vågar man skriva det? – ett slut på. En normalitet hägrar, men hur mycket av det som vi varit med om under pandemin som inneburit lärande kommer vi att lyckas hålla i? Kommer antalet resor vi gör att minska, kommer övergången till e-handel att hålla i sig? Hur kommer butikerna att se ut i framtiden; med personal och utan personal? Frågorna är många kring den möjliga förändring som vi smakat på under pandemin. Självt skall jag i alla fall försöka hålla i mitt förändrade beteende vad gäller bl a kommunikation och också försöka påverka andra där det känns som att vi bara faller tillbaka i våra gamla vanor. I utmanande tider kommer de nya lösningarna fram, så har det alltid varit.

Jag hoppas att vi möter er både digitalt och IRL under 2022!

Med bästa hälsningar

Ulf Johansson  
*Professor och centrumföreståndare*



# Händelser i centrum – ett axplock

## APRIL – RETAIL WEEK SPRING 2021

Vecka 15 (12–16 april) stod Centrum för handelsforskning vid Lunds universitet värd för Retail Week, en vecka av evenemang för forskare och andra med ett brett intresse för handel och konsumtion. Evenemangen inkluderade två webinarier för utövare och forskare samt en workshop för doktorander om publicering i vetenskapliga tidskrifter, som du kan läsa mer om nedan.

## APRIL – HUR SER FRAMTIDENS BUTIKSFORMAT UT?

I ett två timmars webinarium diskuterade vi framtidens butiksformat på både engelska och svenska. Edward Moreno Expansion Planning Manager hos Ingka Group pratade om hur IKEA arbetar för att skapa en unik, praktisk och sömlös omni-channel kundupplevelse. Lieselott Liljevik, marknads- & trendanalytiker på ICA Sverige AB talade om två dominerande tendenser vad gäller format. Och slutligen beskrev Emma Samsioe, konsumentforskare vid Centrum för handelsforskning, nya sätt för konsumenter att handla mat.



## APRIL – ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND ADVANCED ANALYTICS

Detta webinarium gav deltagarna en inblick i hur handeln kommer att utvecklas inom en snar framtid. Eleonora Pantano, University of Bristol, diskuterade hur normativa AI-system kan ersätta konsumenternas traditionella inköp. Cameron Taylor beskrev Boost.ai-strategin för att använda utvärderande metoder för att bättre förstå hur människor interagerar med och använder AI-drivna virtuella agenter. Arno de Caigny, IÉSEG School of Management, presenterade forskning som visade i vilken utsträckning konventionella neurala nätverk kan förutsäga prestationer inom handeln för finansiella tjänster. Slutligen beskrev Yulia Vakulenko forskning som använder sig av textutvinningstekniker för att fånga kundupplevelser. Forskningen tittar närmare på bedömningssystem på nätet och tillhörande kommentarer som en modell för kundnöjdhet och en återspeglning av konsumentupplevelsen.



## APRIL – THE JOURNAL SELECTION PROCESS

Vid ett två timmar långt seminarium om publicering och val av tidskrifter fick doktorander med intresse för handel och konsumtion möjlighet att diskutera hur man väljer en tidskrift för publicering av forskningsartiklar. Seminariet hölls av gästforskare från Storbritannien: Jens Nordfält från University of Bath och Eleonora Pantano från University of Bristol. Varje student lämnade in tre frågor om faktorer de hade övervägt när de sökte efter ett lämpligt medium för att publicera sitt arbete. Seminariet byggdes kring dessa frågor och doktoranderna fick möjlighet att diskutera en mängd olika frågor på det här temat sinsemellan och med fakulteten. Exempelvis kretsade diskussionerna kring frågor som rör tidskriftsränkning och prestige, med inriktning på tidskrifter och artikelpassning, liksom redaktörens roll. Även betydelsen av konferenser och särskilda problem diskuterades.

## APRIL – RETAIL PRACTICE LEADERS MEETING

Som en del av Retail week organiserade Centrum för handelsforskning en workshop med ledande representanter från den svenska detaljhandeln; Retail Practice Leaders' Group. Workshopen fokuserade på en viktig handelsutmaning: hållbar e-handel. E-handeln har en enorm möjlighet att bidra till en hållbar utveckling. För att utnyttja denna möjlighet och omvandla e-handeln till ett hållbart system krävs radikala förändringar. Under denna workshop diskuterade vi e-handels inverkan på köpcentra på kort till medellång sikt och vilken typ av hållbarhetsorienterade innovationer som kan stödja denna omställning.

## JUNI – DIGITAL HANDEL INOM VÅRD- OCH OMSORGS-VERKSAMHETER

De utmaningar som vården, socialtjänsten och äldreomsorgen står inför ställer krav på förändring och förnyelse. För att kunna möta medborgarnas behov även i framtiden måste vi ta tillvara digitaliseringens möjligheter. Digital handel av dagligvaror skapar nya möjligheter till förbättringar inom vård och omsorg. Brukaren kan själv från sitt hem aktivt vara med och välja ur sortimentet, och personalen kan istället för att lägga tid på att gå och handla lägga resurser för att förstärka andra delar av verksamheten. I juni diskuterade forskare från Centrum fördelarna och utmaningarna i ett gemensamt webinarium arrangerat av Helsingborgs stad, Lunds universitet/ Campus Helsingborg och Nowaste Logistics AB.



### JUNI – THE FUTURE OF THE PHYSICAL STORE

Onsdagen den 9 juni bjöds Ulf Johansson, föreståndare för Centrum för handelsforskning, och två grupper av framstående studenter från masterprogrammet International Marketing and Brand Management in till Retail Houses Forskarfrukost för att presentera sina visioner om butikshandels framtid. Presentationerna var en del av slutuppgiften på kursen Multichannel Marketing, Retail & Internationalization under 2020 och det var första gången som masterstudenter bjöds in att redogöra för sina resultat vid det prestigefyllda Forskarfrukost-evenemanget.

### OKTOBER – RETAIL WEEK AUTUMN 2021

Vecka 41 (11–15 oktober) stod Centrum för handelsforskning vid Lunds universitet värd för årets andra Retail Week: Precis som under våren innehöll höstens Retail Week evenemang för forskare och utövare med intresse för handel och konsumtion. Evenemangen inkluderade webinarier för utövare och forskare samt en workshop för doktorander; läs mer nedan.

### OKTOBER – FUTURE THEMES IN CONSUMPTION #1 - SUSTAINABILITY

I oktober var Centrum för handelsforskning värd för det första i en serie av tre webinarier på temat Future Themes in Consumption där forskare och handelsutövare diskuterade framtiden för konsumtion och handel ur sina särskilda perspektiv. Temat för detta första webinarium var hållbarhet. Carys Egan-Wyer från Centrum för handelsforskning presenterade forskning om anti-konsumtionstrender, Mariana Lopez Davila från IIIIEE presenterade forskning om reparationsbeteende i Sverige och hur man skapar ett reparationsssamhälle, Réka Ines-Tölg diskuterade klädvårdstjänster och hur de ändrar hur vi värderar kläder och slutligen pratade Kevin Gelsi från Nudie Jeans om Nudies hållbarhetsstrategi. Webbinariet innehöll också en paneldiskussion.



### OKTOBER – FRAMTIDENS LAGER INOM HANDEL

I en spännande halvdagsworkshop presenterade forskare vid Centrum för handelsforskning resultaten av ett forskningsprojekt som handlar om automation och ny teknologi i smarta lager i ett digitalt webinarium. Gästtalare med expertis inom olika nyckelteknologier var också inbjudna. Andreas Anyuru från Consafe Logistics pratade om AI och WMS/informationsplattform för lager. Stefan Borg från SIB Solution fokuserade på videoteknologi, och Mikael Persson från Sigma Connectivity diskuterade 5G och IoT. Webbinariet avslutades med en intressant paneldiskussion.

### OKTOBER – DIGITAL WORKSHOP OM PUBLICERING

I oktober var centret värd för årets andra doktorandseminarium om publicering. Den här gången låg fokus på granskningsprocessen och de närvarande studenterna diskuterade hanteringen av ett manuskript genom hela granskningsprocessen, från inlämning till publicering. Det digitala seminariet arrangerades av gästforskarna Jack Coffin, från University of Manchester, och Kat Duffy, från University of Glasgow, och besöktes av doktorander från Lunds universitet, Karlstads universitet, Högskolan i Borås och Högskolan Kristianstad, som alla tycktes uppskatta erfarenheten. Det fanns gott om tid att ingående ta upp en mängd olika frågor kring granskningsprocessen och studenterna kunde också diskutera specifika kommentarer de hade fått från granskare.

### OKTOBER – RETAIL PRACTICE LEADERS GROUP

I oktober möttes vår Retail Practice Leaders Group för andra gången under 2021. Temat för dagen var Kompetensutveckling inom handeln. Vid mötet presenterade Centrums forskare resultat från pågående forskningsprojekt och det fördes intressanta diskussioner om bland annat olika strategier och drivkrafter för lärande, betydelsen av informellt lärande, och hur mobila plattformar kan påverka medarbetares lärande.

### NOVEMBER – NORDIC RETAIL AND WHOLESALE CONFERENCE

I mitten av november ägde den största nordiska vetenskapliga retailkonferensen rum i Umeå. Många längtade efter en fysisk konferens och antalet deltagare var över 100. Från Centrum för handelsforskning deltog ett stort antal personer och våra forskare höll sammanlagt tio presentationer.

### DECEMBER – LAST-MILE LOGISTIKSPROBLEM

När året närmade sig sitt slut presenterade 12 grupper av framstående studenter på masterprogrammet International Marketing and Brand Management sina innovativa lösningar på ett problem som många samtida återförsäljare står inför, nämligen hur man löser utmaningarna med den sista logistiksträckan på ett hållbart och ekonomiskt bärkraftigt sätt. Studenterna presenterade sina idéer inför panelen av branscheexperter från Ingka Group. Presentationerna ingick i slutuppgiften på kursen Multichannel Marketing, Retail & Internationalization.



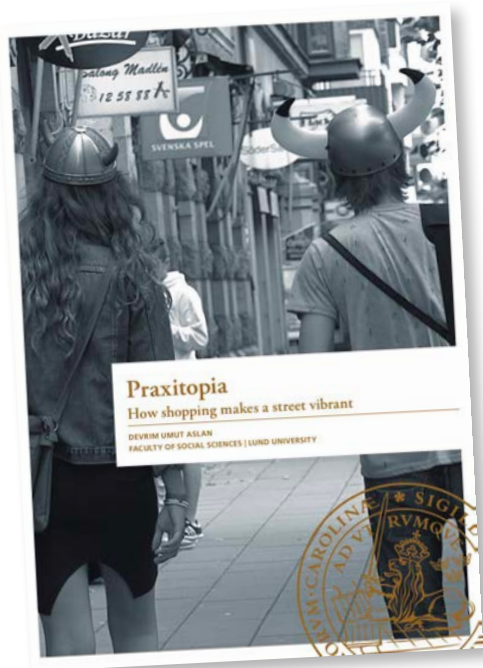
# Ny doktor

## FÖRHÅLLET MELLAN PLATSEN OCH HANDELN

**Shopping bidrar starkt till karaktären på en gata eller ett område. Men utbudet påverkar också shoppingen. Denna växelverkan har Devrim Umut Aslan studerat, genom att bland annat videofilma konsumenter på en gata i Helsingborg.**

Den 24 juni lade Devrim Umut Aslan fram sin avhandling *Praxitopia – how shopping makes a street vibrant*.

– Begreppet *praxitopia* är en kombination av "praxi" och "topia", vilket enkelt översatt betyder "handlingar" respektive "plats". Jag tyckte att det kunde vara ett bra begrepp för att understryka det teoretiska perspektiv som jag använde i min doktorsavhandling, som i grunden innebär en plats som skapas genom sociala praktiker, säger Devrim Umut Aslan.



Han menar att det finns en interaktion, eller ett inbördes förhållande, mellan plats och aktiviteter. Utifrån detta har han studerat hur olika shoppingsätt – "modes of shopping" – påverkar Södergatan i södra Helsingborg.

– Södergatan är huvudgatan i den "stigmatiserade" södra delen, alldeles nära citykärnan. Den typen av shoppinggator har inte förekommit särskilt mycket i handelsforskning hittills. Fokus har istället legat på mer "spektakulära" områdena, som nya köpcentrum, flaggskeppsbutiker, gågator i stadskärnor och e-handel. Ändå är detta en gatutyp som är ytterst vanlig i många städer runt om i världen.

Devrim Umut Aslan identifierade fem olika shoppingsätt på Södergatan: bekvämlighetsshopping, social shopping, vid-sidan-om-shopping, alternativ shopping och budget-shopping.

– Det är framför allt kombinationen av shoppingsätt som påverkar gatumiljön, och bidrar till att göra det till en levande del av staden.

Det är också en mer motståndskraftig shoppingmiljö än till exempel traditionell cityhandel och moderna köpcentrum, menar han.



– En anledning är att miljön är mindre rigid, i betydelsen att det är en lägre tröskel för företag att starta verksamheter här. Det finns en flexibilitet som möjliggör förändring och mångfald.

Samtidigt gäller det förstås att det är "rätt" blandning av verksamheter, som möjliggör en blandning av shoppingsätt, för att det ska bli ett vitalt område. Men vad som är rätt varierar över tid, konstaterar han och pekar som exempel på hur pandemin innebar stora förändringar på våra shoppingmönster.

– Därför är flexibilitet ett nyckelord för exempelvis stadsplanerare som vill skapa goda förutsättningar för den här typen av levande och motståndskraftiga miljöer.

I sin forskning har Devrim Umut Aslan bland annat använt en metod som man sällan stöter på i dessa sammanhang: en "video-etnografisk" metod som innebär att han gör etnografiska studier med hjälp av videoinspelningar. I praktiken har han skuggat deltagarna eller låtit dem guida honom till shopping på gatan, och hela tiden filmat händelseförloppet.

– Det är annars svårt att veta hur man ska närma sig denna handel, för vi vet ju inte vad som händer till vardags. Det är inte lätt att göra intervjuer kring vardagsshopping – det är inget som vi är alltid är medvetna om eller reflekterar över.

Text: Peter Wiklund

## De mest lästa artiklarna

---

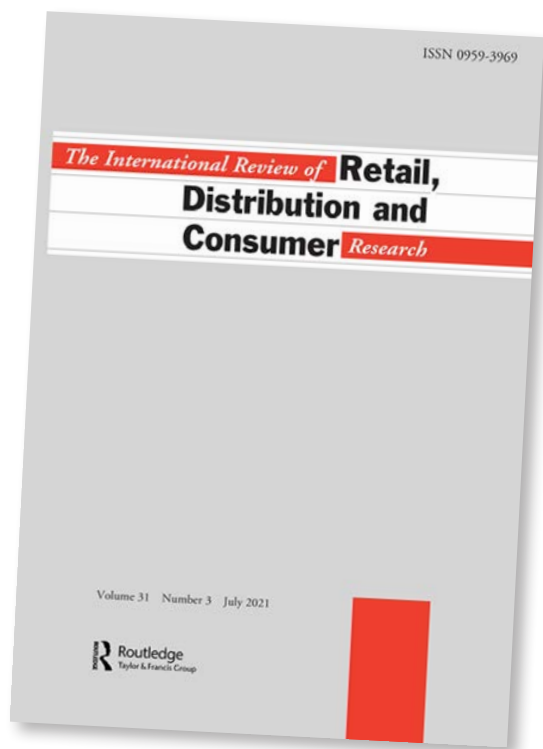
Under 2021 hamnade sju av centrets forskare på topp-listan över de mest lästa artiklarna i *International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*.

Tidskriften uppdaterar listan över sina mest lästa artiklar var 24:e timme, beroende på användarnas beteende. Listan byggs på den kumulativa summan av PDF-nedladdningar och HTML-visningar i fulltext sedan artikeln publicerades.

Artiklar av flera forskare från Centrum för handelsforskning hamnade bland de tio främsta 2021, bland annat en studie om organisationsklimatet för innovation i svenska handelsorganisationer, som utförts av Annika Olsson, Karla Paredes, Ulf Johansson, Malin Olander Roesse och Sofia Ritzén.

Artikeln av Vakulenko et al. om den sista leveranssträckans betydelse för kundens e-handelsupplevelse får en andraplacing i topplistan, vilket är överraskande med tanke på hur nyligen den publicerades. I slutet av 2021 hade den uppnått imponerande 23 515 visningar sedan den publicerades 2019. Tre av författarna är knutna till Centrum för handelsforskning.

Båda artiklarna som nämns här är fritt tillgängliga. Du kan läsa dem på webbplatsen för *International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*.



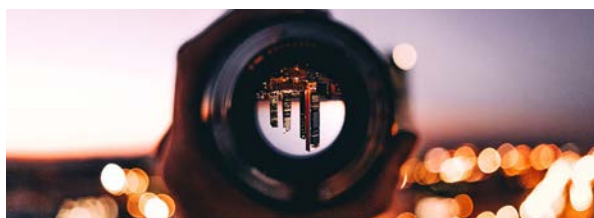
## Framtidens konsumtion

---

**Vad kommer att vara viktigt för framtidens konsumenter? Kommer de fortfarande att se sig själva som konsumenter? Och hur kommer deras köp- och konsumtionserfarenheter att se ut, låta och kännas? Kommer data, teknik, artificiell intelligens och maskininlärning att förändra vår konsumtionsupplevelse i grunden? Och kommer teknikens inflytande att utnyttjas för att främja eller exploatera planeten och dess invånare?**

Dessa frågor och andra tas upp i en kommande bok av Centrum för handelsforskning vid Lunds universitet, redigerad av Kristina Bäckström, Carys Egan-Wyer och Emma Samsioe.

Boken bygger på teman som diskuteras i centrets seminarier i fyra delar på temat Future Themes in Consumption (2021–22). Varje kapitel tillämpar olika perspektiv på framtidens konsumtion och undersöker hur förändringar inom teknik, hållbarhet, erfarenhet och konsumenternas



välbefinnande på ett avgörande sätt påverkar handeln. Akademiska perspektiv på dessa teman kommer att varvas med korta skildringar från handelsaktörer, som belyser vad detaljhandeln redan gör för att förbereda sig inför framtidens konsumtionstrender.

Boken riktar sig till intresserade aktörer inom marknadsföring, detaljhandel, konsumtion samt studenter och akademiker. Boken kommer att ges ut av Palgrave Macmillan 2023 och vara författad av ett antal välkända internationella skribenter.



Den osäkra framtiden för detaljhandeln är något som diskuteras mycket. Under 2020 invigde Centrum för handelsforskning två framtidsorienterade teman, i syfte att vägleda vår forsk-

ning och rama in vår forskningsbaserade och praktikfokuserade verksamhet. Dessa teman fortsatte att vägleda vårt arbete under 2021.

## Tema: Den framtida detaljhandelns former

**Form och funktion för framtidens fysiska butik är ett hett ämne och Centrum för handelsforskning höll tre workshops på området under 2018. 2020 lanserade vi ett ännu mer fördjupat temafokus på ämnet. Under 2021 fortsatte vi att arbeta med viktiga frågor på detta tema.** Hur ser framtiden ut för det vi kallar detaljhandel? Vilka former kommer den att ta, hur kommer den att styras, vad kommer att erbjudas? Hur kommer den att påverkas av digitaliseringen och vilka element kommer vi att även fortsatta vilja ha analogt? Kommer vi att ta oss till butiken eller butiken till oss? Är det de gamla aktörerna som fortfarande kommer att driva detaljhandeln eller kommer nya aktörer att ta över? Frågorna är många, liksom svaren.

I april anordnade centret ett två timmar långt webinarium där framtida handelsformat diskuterades ingående. Med hjälp av seniora strateger från IKEA och ICA diskuterade vi trender i samband med utvecklingen av butiksformat och resonerade om hur detaljhandeln kan leverera praktiska och smidiga omnichannel-kundupplevelser. Bara några dagar senare anslöt sig några internationella forskare, Eleanora Pantano från University of Bristol och Arno de Caigny från IÉSEG School of Management, till branschexperterna för att diskutera den artificiella intelligensens roll för att forma kundupplevelsen i framtidens butiker. I juni fick vi ta del av föredrag från studenter på masterprogrammet International Marketing and Brand Management när de presenterade sina visioner om butikshandelns framtid.



Många olika faktorer kommer i slutändan att påverka framtidens fysiska butiker. Och det är därför vi vänder oss till andra branscher för att få kunskap och dra lärdomar. Vid ett seminarium i juni 2021 utbytte forskare från Centrum för handelsforskning kunskap med specialister från hälso- och sjukvården och socialtjänster för att bättre förstå hur digitala

plattformar kan gynna äldre och vad detaljhandeln kan lära sig av de förändrade kraven på detta område. Lärdomar från e-handeln skapar utrymme för förbättring inom hälso- och sjukvården och den accelererande digitaliseringen av hälso- och sjukvården ger handlarna en inblick i framtidens handelsformer.

**"... den accelererande digitaliseringen av hälso- och sjukvården ger handlarna en inblick i framtidens handelsformer."**

Ett flertal projekt med kopplingar till centret undersöker även den framtida detaljhandelns former. Till exempel ett projekt om flerkanalig detaljhandel, som syftar till att förstå de utmaningar som detaljhandlare möter på sin resa för att expandera sitt försäljningsformat till flera kanaler. Ett annat projekt undersöker hur det går att mäta och utvärdera nya butiksformat, till exempel popup-butiker, showrooms och konceptbutiker, där huvudsyftet inte är direkt kontantförsäljning till kund i butiken. Det finns även ett projekt som undersöker butikspersonalens roll i servicemötet, och flera projekt som fokuserar på logistiska och datarelaterade utmaningar och möjligheter i framtidens detaljhandelsformat som baseras på e-handel och plattformar.





## Tema: Framtidens konsumtion

**Framtiden för konsumtion är nära förknippad med den framtida detaljhandelns former. De nuvarande konsumtionssätten – där detaljhandeln ansvarar för att sälja stora volymer av produkter och tjänster till konsumenterna – är inte hållbara.** Inte heller är de ansvarstagande. Konsumtion skapar problem för samhället och miljön – särskilt i de länder där detaljhandelns produkter sourcas. Vad betyder det för hur konsumtionen kommer att utvecklas? Vad blir viktigt för framtidens konsumenter? Och hur kommer den tekniska utvecklingen att forma deras konsumtionsupplevelse? Dessa är fokusfrågor på temat Framtidens konsumtion.

**”De nuvarande konsumtionssätten – där detaljhandeln ansvarar för att sälja stora volymer av produkter och tjänster till konsumenterna – är inte hållbara.”**

Frågorna behandlas i ett flertal forskningsprojekt med kopplingar till centret. Vissa projekt fokuserar på olika sätt att möjliggöra hållbara livsmedelsmetoder genom socioteknisk innovation, hur automatisering påverkar detaljhandelns hållbarhet, och hur förpackningar och last-milelogistik kan göras mer miljövänliga. 2021 påbörjades även ett nytt projekt med

fokus på detaljhandel och antikonsumention. Dessa lärdomar hjälper handlare att hantera anti-konsumentionstrender på ett positivt och hållbart sätt. Hållbar e-handel stod också i centrum vid 2021 års vårmöte med Retail Practice Leaders' Group – centrets referensgrupp med ledande representanter för den svenska detaljhandeln – där deltagarna diskuterade e-handelns enorma potential att bidra till en hållbar utveckling.

Det första seminariet i en serie av fyra om Future Themes in Consumption – där forskare och handelsutövare diskuterar framtiden för konsumtion och handel ur sina särskilda perspektiv – hölls av Centrum för handelsforskning under 2021. Hållbarhet var temat för det första webinarier, där antikonsumentionstrender, reparationsbeteende och klädvårdstjänster diskuterades ingående. Hållbarhet är dock inte den enda trend som kommer att forma framtidens konsumtion. På det andra seminariet om Future Themes in Consumption kommer konsumenternas välbefinnande att stå i centrum. Seminarier om teknik och konsumtion och konsumentupplevelse är även planerade under 2022. De viktigaste delarna från alla fyra seminarierna på temat Future Themes in Consumption kommer också att ingå i en bok som publiceras 2023 av Palgrave Macmillan; som du kan läsa mer om på sid 7 i denna rapport.



# Forskarporträtt

## EMELIE ADAMSSON

**Kommunikation, hållbarhet och näringslivets ansvarstagande. Det är de tre områden som Emelie Adamssons studier och forskning hela tiden rör sig kring.**



Det är en inte någon spikrak väg hon har valt genom den akademiska världen, konstaterar Emelie Adamsson själv. Hon började med att studera medie- och kommunikationsvetenskap, och hennes intresse för hållbarhet ledde till att hon tog sin master inom miljövetenskap och kommunikation. Därefter vände hon tillbaka till universitet och fick en doktorandtjänst inom företagsekonomi vid Stockholms universitet.

I maj 2020 lade hon fram sin avhandling: *The Construction of Corporate Irresponsibility: A constitutive perspective on communication in media narratives*.

– Det mesta som jag har gjort har vilat på tre ben, nämligen kommunikation, hållbarhet och näringslivets ansvarstagande. Alla tre fanns med när jag disputerade.

Avhandlingen handlar i korthet om hur medier deltar i att måla upp och befästa en bild av att ett företag har brister i sitt hållbarhetsarbete.

– En aspekt som jag undersökte var hur medieberättelserna om företags oansvarighet konstrueras. Jag studerade två specifika medieberättelser som fått stor uppmärksamhet: om arbetsvillkoren i textilfabrikerna i H&M:s leverantörskedja respektive om anklagelserna mot Telia om korruption i Uzbekistan 2007.

Hon konstaterar att H&M och andra företag i detaljhandeln är speciellt intressant att studera då de har en väldigt nära

relation till konsumenterna, vilket bidrar till att de får en annan roll i samhället än många andra bolag.

– Inte minst är modebranschen ofta representerad i sådana här sammanhang. Det är uppenbart att det är intressant för medier att skriva om hållbarhetsfrågor som rör dessa företag då kläder är så nära förknippat med vår identitet och berör de flesta. Men även andra typer av handelsföretag behöver förhålla sig till mediebevakningen av deras ansvarstagande. Just begreppet "ansvar" är centralt för henne, eftersom det omfattar hållbarhetsarbete men även kan handla om andra frågor inom näringslivet.

– Just H&M studerade jag bakåt i tiden, ända till mitten av 90-talet, och då blev det tydligt hur medienarrativet runt dem har förändrats sedan dess. Man kan se en väldigt stor ansvarsförskjutning, där det på 90-talet kunde vara okej att en företagsledare sade att "det här sker hos vår leverantör, och vi kan inte ta ansvar för vad vår leverantör gör".

I dagens läge är det omöjligt att förhålla sig på det sättet, konstaterar Emelie Adamsson. Nu förväntas företagen ha koll på leverantörskedjorna, från början till slut.

Överkonsumtion är en annan av de frågor som Emelie Adamsson ser som högaktuella för företag som vill agera ansvarstagande.

– Det har ju blivit tydligt att det finns stora problem som är kopplade till överkonsumtion, och det är något som har hamnat företagets bord. Företag bör absolut delta i diskussionen om detta, och det är det många som gör, även om de hellre talar om cirkularitet.

Inför höstterminen 2020 fick Emelie Adamsson en tjänst på Lunds universitet som universitetslektor vid Institutionen för strategisk kommunikation, men bor fortfarande kvar i Stockholm. Hon kommer att ha sin tjänst till och med vårterminen 2022. I skrivande stund är det oklart vad hon kommer att göra efter det.

– Just nu har jag i första hand undervisning som lektor i strategisk kommunikation med fokus på kriskommunikation, men jag söker också pengar för fortsatt forskning. Jag är affilierad forskare på Centrum för handelsforskning, och det vore roligt att mer aktivt delta i forskningen där så småningom, säger hon. Om hon inte går till näringslivet igen, vill säga. Hon håller än så länge båda vägarna öppna.

– Jag uppskattar verkligen båda sammanhangen. Jag är i första hand intresserad av områden som kommunikation kring hållbarhet, möten mellan olika samhällsaktörer, vilken roll företag har och hur de kommunicerar om ämnen som är komplexa – och allt detta går att arbeta med såväl i akademien som i näringslivet.

Text: Peter Wiklund



# Forskarporträtt

## CARYS EGAN-WYER

**För hennes egen del startade det med ett nyårslöfte om att undvika shopping. Nu ansvarar Carys Egan-Wyer för forskning på temat Framtidens konsumtion vid Centrum för handelsforskning. Där ingår den växande trenden med konsumenter som av hållbarhetsskäl medvetet begränsar sina inköp – något som aktörer inom handeln är tvungna att förhålla sig till.**

Carys Egan-Wyers nyårslöfte för några år sedan var att under ett år inte konsumera något annat än mat och andra nödvändigheter. Det gällde då att hon dels skulle ändra sitt beteende, men även hitta nya lösningar när det var något som hon kände att hon behövde köpa.

– Vi tänker automatiskt som konsumenter när det uppstår ett behov eller när vi ställs inför ett problem: vad kan jag köpa som löser detta? Det finns också ett socialt tryck kring konsumentkultur, vilket bland annat tar sig uttryck i att vi bekräftar vänskap eller visar kärlek genom att köpa saker som vi ger bort, säger hon.

Överhuvudtaget lever vi i en konsumentkultur, konstaterar hon. Vi har till exempel på senare år lärt oss att vi ska vara konsumenter när det gäller sådant som utbildning och sjukvård.

Hennes år med "konsumtionsavhållsamhet" gjorde att hon upptäckte att det finns ett stort antal virtuella nätverk och forum för den som vill engagera sig i minimalistisk eller anti-konsumtion. Nu har hon tagit med sig sina erfarenheter in i arbetet vid Centrum för handelsforskning, där hon sitter med i ledningsgruppen och sedan hösten 2019 är ansvarig för det nya forskningstemat Framtidens konsumtion.

– En sak som jag själv verkligen är intresserad av är nya affärsmodeller som utgår från olika typer av hållbar konsumtion. Det finns till exempel cirkulära eller prenumerationsbaserade modeller som innebär att återförsäljare fortfarande kan fortsätta att sälja, men inte nödvändigtvis baserat på volym. De tjänar pengar, men utan att det är lika resurskrävande som i traditionell handel.

I början av 2021 inledde hon även ett tvåårigt projekt inom ramen för Handelsrådet, där hon ska fördjupa sig i trenden om antikonsumention utifrån ett konsumentperspektiv.

– Jag vill att det som kommer fram i det projektet även ska kunna vara till nytta för handeln, så att de lättare kan förstå hur de ska bemöta de nya konsumentbeteendena och -behoven. För det kommer alltid att finnas behov, så det gäller att ta reda på vilka möjligheter det finns att möta dem, säger hon.

I dagens läge är det många producenter och återförsäljare som tar prövande steg inom området.



– Det är väldigt experimentellt för närvarande. Filippa K:s försök med att sälja secondhandkläder, men enbart med det egna varumärket, var ett exempel. Andra testar olika former av delningstjänster, och ytterligare en variant är Malmöbutiken Swop Shop. Det är nästan som en klubb; du lämnar in dina gamla kläder och får du ett "bytesvärde" som du sedan kan använda för att köpa plagg som andra kommit med.

Carys Egan-Wyer fortsätter att fylla på exempel på innovativa affärsidéer, och tar upp företaget Green Furniture Concept. De tillverkar bland annat bänkar för offentliga miljöer som flygplatser och tågstationer. Virket kommer från certifierade källor för att "skydda den biologiska mångfalden och upprätthålla en livskraftig användning av världens skogar".

– De bygger och säljer möblerna, och i priset ingår garanti så att de reparerar dem vid behov. När möblerna inte ska användas mer tar de hand om dem och säkerställer att materialet återanvänds.

Att se till produktens livscykel tror hon kommer att vara en nyckel för handeln att hitta sin plats i framtidens konsumtion.

– Det har blivit, och kommer att bli, allt viktigare i takt med att fler blir medvetna om behovet av att konsumera mindre och samtidigt blir mer uppmärksamma på vad som händer med de saker som vi inte vill ha längre, säger Carys Egan-Wyer.

Hennes privata engagemang för de här frågorna tog förstas inte slut efter året med nyårslöftet var över. Nu driver hon bloggen "Buy Less – Be More", och Instagramkontot med samma namn, där hon berättar om sina egna erfarenheter – och försöker peppa andra att anamma en mer minimalistisk konsumtion.

– Man kan säga att det har blivit en slags aktionsforskning. Forskningen och privatlivet går hand i hand i de här frågorna, och det ena stimulerar det andra.

Text: Peter Wiklund



H&M *Malmö*

SM HOME





# Affilierade projekt – ett axplock

Numera driver Centrum för handelsforskning inga egna forskningsprojekt utan är en nätverksorganisation där forskare kan träffas och dela kunskap. Vi arrangerar forskningsseminarier och workshops samt stöttar nätverkande och ansökningar om forskningsmedel från forskare från Lunds universitet kring handel. Här hittar du ett axplock av våra affilierade forskningsprojekt.

## National Initiative for Sustainable E-commerce: Accelerate Innovation

För att nå de globala hållbarhetsmålen krävs att e-handelssektorn transformeras till ett hållbart logistiksystem. För att åstadkomma genomgripande systemförändring finns ett tydligt behov av en nationell kraftsamling som accelererar innovation kring denna komplexa samhällsutmaning. Målet för satsningen är skapa en framgångsrik samverkansarena och kompetenscenter för hållbar e-handelslogistik. Med missionen "Varje e-handelsleverans i Sverige ska vara hållbar och bidra till ett levande samhälle" som en konkret långsiktig målbild, kommer satsningen samla intressenter, offentliga som privata, för att tillsammans med ledande akademiska miljöer öka kunskaps- och erfarenhetsutbytet kring hur samhället kan uppnå en ökad effektivisering vid leverans av ehandlade varor och tjänster.

*Projekttagare:* Daniel Hellström, Josephine Darlington, Klas Hjort, Kristoffer Skjutare

*Projektid:* 2021-2024

*Finansier:* Vinnova

## Säkra och tillgängliga leveranser för äldre

Många brukare är oförmögna, eller som nu i pandemitider, ovilliga att ta sig till serviceombud eller själva öppna dörren för att ta emot leveranser som t.ex. dagligvaror. Detta medför att viktiga samhällsfunktioner inte är tillgängliga för alla. Genom att eliminera det personliga mötet vid t.ex. hemleveransen minimeras smittorisken samtidigt som flexibiliteten för vård- och omsorgenheten ökar avsevärt vilket även möjliggör mer tid hos t.ex. vårdtagaren. På samma sätt kan andra varor som t.ex. hemsjukvården förser brukarna med levereras till ett uppkopplat leveransskåp i närheten av brukarens bostad vilket minimerar behoven att själva ta sig till olika serviceombud. Personalen från hemservice hämtar, med hjälp av en digital nyckel, varorna i leveransskåpet och tar med sig in till brukaren när de anländer. Det övergripande syftet med projektet är att undersöka och beskriva hur äldre i samhället upplever nya tjänster som mottagarfria matleveranser och på vilket sätt dessa tjänster kan utvecklas vidare för att öka tillgängligheten till andra viktiga samhällstjänster.

*Projekttagare:* Klas Hjort, John Olsson, Daniel Hellström

*Projektid:* 2021-2023

*Finansier:* Familjen Kamprads stiftelse

## Towards zero emission last mile distribution in omni-channel retail

Last mile logistics is an emerging research area with growing interest from scholars and practitioners, especially over the past five years. The rapid growth is mainly driven by increasing urbanization and population growth, e-commerce development, changing consumer behavior, innovation, and growing attention to sustainability. Many definitions of last mile logistics exist, yet a common view is that it concerns the last stretch of the supply chain from the last distribution center to the recipient's preferred destination point. The last mile is often described as one of the most expensive, inefficient, and polluting parts of the supply chain. Therefore, a fast and efficient transition towards more sustainable last mile distribution is required. Little is known about the transition towards zero emission last mile distribution, therefore a more comprehensive understanding of this transition is required. The aim of this dissertation project is to contribute to enhanced understanding of the transition towards net-zero emission last mile distribution in omni-channel retail and its effects.

*Projekttagare:* John Olsson, Daniel Hellström, Henrik Pålsson  
*Projektid:* 2018-2023

## Retail and anti-consumption

Being a good consumer was once synonymous with being a good citizen. When individuals shopped, they supported local farmers, national manufacturers and contributed to economic growth (Cohen, 2003; Coskuner-Balli, 2020). A good citizen, today, appears to be one that forgoes material desires rather than indulging them. And some consumers are using anti-consumption rather than consumption as way to construct their identities. This trend obviously has consequences for retailers, but how exactly should they respond? This is an especially pressing question for those retailers whose business models are based on volume and unnecessary replacement of items, such as fashion retailers. But, in order to understand how retailers can respond to the anti-consumption trend, we must first understand the trend from a consumer perspective. This research will use qualitative methods and a socio cultural approach to understand anti-consumption trends because consumer choices inside the store are not isolated from life outside the store nor from the kind of selves we want to present to the outside world.

*Projekttagare:* Carys Egan-Wyer

*Projektid:* 2021-2023

*Finansier:* Handelsrådet

### Digital healthcare platforms to the needs of elderly patients

The research project aims to explore the key drivers and barriers of adoption of platform-based health services for elderly patients with complex needs, and how healthcare providers can use different types of platforms to better fulfill the needs of such patients. The research team will draw upon the platform approach (Thomas et al., 2014). At least in theory, different digital platforms enable improved coordination among the different agents involved in health care, e.g. public authorities, platform owners, doctors and patients (Aceto et al., 2018). However, despite the emergence of these platforms, many patients and doctors are not fully exploiting their potential benefits and call for subsequent improvements in health care services (Mann et al., 2015). The research team will study platforms developed by old and new entrants to the healthcare industry such as Kry, MinDoktor etc. to analyze the different configuration of platform designs and how they create different prerequisites for data-driven service improvement and innovation.

*Projektdeltagare:* Javier Cenamor, Johan Frishammar, Anna Essén

*Projekttid:* 2020-2022

*Finansiär:* Familjen Kamprads stiftelse

### Dagligvaruhandelns lagerlogistik: Beslutsfaktorer och dynamiska förändringsförmågor vid transformation mot omnikanal

Transformationen mot omnikanaler innebär att handelsföretag måste designa sina nätverk och hanteringsnoder situationsanpassat till olika kontexter. Även om det inte finns någon bästa lösning, har vi observerat att sortering får en allt viktigare roll i omnikanallogistik. I dagligvaruhandlars OFC används sortering för att hantera olika typer av målkonflikter och avvägningar mellan olika hanteringsaktiviteter, men också för att hantera olika typer av logik styrs av t.ex. den sändande noden, hanteringspunkten, butiker, fordon samt konsumenter. Man måste därför besluta när olika typer av sortering passar bäst, och hur den bäst utförs i olika situationer. En annan aspekt gäller varför olika typer av sortering bör automatiseras och vilken typ av automatisering som passar olika typer av sortering. Olika automationslösningar som passar bäst i olika sammanhang. Dagligvaruhandlare väljer därför olika framtida logistiklösningar, men också olika typer av implementeringar och utrullningsplaner. Intressant är att förstå de skäl som styr olika transformationsplaner, samt de olika utmaningar och fördelar som de medför.

Denna studie syftar alltså till att utveckla kunskap om dagligvaruhandelns omnikanaltransformation av lagerlogistik, speciellt avseende viktiga beslutsfaktorer och dynamiska förändringsförmågor.

De centrala forskningsfrågorna är följande:

1. Vilka beslutsfaktorer påverkar och motiverar olika logistikkonfigurationer under dagligvaruhandlars transformation mot omnikanallogistik?
2. Vad påverkar när olika typer av sortering är bäst, och

vilken typ av automatisering är lämplig för sortering i olika situationer?

3. Hur påverkar olika dynamiska förändringsförmågor transformationen av lagerlogistik i förändringen mot omnikanalshandel?

*Projektdeltagare:* Ebba Eriksson, Joakim Kembro, Andreas Norrman

*Projekttid:* 2020-2022

*Finansiär:* Håkon Swenson stiftelsen

### Climate and Cost Effective Packaging: A Decision-Support Tool

There is no doubt that packaging is a part of making a better everyday life. Packaging can also help to cut carbon emissions and generate less product waste, playing an important role in keeping the planet healthy. In overall, this project will emphasize that packaging protect and adds value to products, but it is necessary to integrate the processes of designing, evaluating and producing packages, in order to successfully fulfil these tasks. The purpose of this project is to develop and disseminate new knowledge and a novel decision-support tool to tackle the complex issue of managing the design and selection of consumer and transport packaging for sustainable development. The project is based on design science research, co-creation with IKEA, Tetra Pak and WWF.

*Projektdeltagare:* Henrik Pålson, Daniel Hellström,

*Projekttid:* 2020-2022

*Finansiär:* Familjen Kamprads stiftelse

### Multichannel Retailing

This project is about understanding the challenges that retailers go through on their journey from using mainly one channel for selling, to multiple channels for selling. The challenges are in many of areas for a retailer, from how operations are organized to the logistics of fulfilment. A case study of IKEA retail is ongoing and currently we are in the process of publishing the first part of that study.

*Projektdeltagare:* Ulf Johansson, Jens Hultman, Jonathan Reynolds, Steve Burt, John Dawson

*Projekttid:* 2014-2022

*Finansiär:* Företagsekonomiska institutionen, Ekonomihögskolan, Lunds universitet

### Framgångsrik kompetensutveckling på jobbet – informellt lärande i handeln

Kompetensutveckling av anställda är en nödvändig förutsättning för företag att framgångsrikt möta morgondagens krav och utmaningar. Dessutom bidrar kompetensutveckling till att de anställda trivs bättre, helt enkelt för att vi växer som människor när vi lär oss något nytt och mår bra när vi känner att vi behärskar det vi förväntas klara av. Tyvärr upplever många handelsanställda att de inte får den kompetensutveckling som de behöver. Majoriteten av den kompetensutveckling som trots allt sker handlar om informellt lärande på jobbet. Kunskapen kring lärande på jobbet är dessvärre mycket begränsad och potentialen till förbättringar är omfattande.



Projektets syfte är att utforska hur informellt lärande går till i praktiken, och sprida kunskap kring hur olika lärandemetoder kan bidra till kompetensutveckling. Målet är att tillsammans med medverkande företag och dess anställda, identifiera framgångsrika lärandemetoder och på så sätt förbättra både kompetensförsörjning och möjligheterna att varje individ kan nå sin fulla potential, samt för företag att framgångsrikt stödja sådant lärande på jobbet. Forskningsprojektet kretsar kring att förstå "hur" snarare än "vad" man lär sig, och fokus ligger på mekanismerna för lärandet. Lärande är en komplex process som sker i samverkan med sin omgivning, och lärandemekanismerna är det som hjälper oss att förstå hur själva lärandet går till. Ett utmärkande drag i projektet är att vi studerar lärandet i specifika professioner och inte generellt i en organisation eller för en individ, eftersom olika professioner har olika kompetensbehov och därmed sina egna unika bakomliggande lärandemekanismer.

*Projekttagare:* Daniel Hellström, Pernilla Derwik

*Projektid:* 2020-2022

*Finansiär:* Handelsrådet

### **Automationens påverkan på handelns lönsamhet, konkurrenskraft och hållbarhet**

Studien undersöker den snabbt ökande implementationsgraden av automatiserade lager och dess påverkan på handelns lönsamhet och konkurrenskraft samt hur det bidrar till ett hållbart arbetsliv och samhälle. Projektet utvecklar ramverk för beslutsstöd och ger rekommendationer hur handelsföretag bör ta sig an automationsprojekt och implementering av smarta lager. Det bidrar också med kunskapsutveckling kring personalens roll och behov av framtida kompetenser i automatiserade lager.

*Projekttagare:* Joakim Kembro, Andreas Norrman

*Projektid:* 2020-2022

*Finansiär:* Handelsrådet

### **Innovation i handeln: ledning, organisering och styrning för långsiktig konkurrenskraft**

Syftet med forskningsprojektet är att bidra till att öka handelns innovativa förmåga med särskilt fokus på hur man skapar förutsättningar för en kombination av handelns pågående operativa fokus med ständiga förbättringar, hög effektivitet och korta ledtider med ett mer strategiskt, innovativt fokus för att säkerställa långsiktigt värde och konkurrenskraft. Målet med projektet är att utveckla kunskap kring ledning, organisering och styrning av strategisk innovationsledning i samspel med den operativa verksamheten med särskilt fokus på struktur, mätetal och kultur.

*Projekttagare:* Malin Olander Roese, Karla Marie Batingan Paredes, Sofia Ritzen, Annika Olsson, Ulf Johansson

*Projektid:* 2019-2022

*Finansiär:* Vinnova

### **Marine food resources for new markets**

The project addresses the relationship between sustainability, marine food resources, and a circular bio-based economy. We are interested in different ways of developing the added value of algae as a marine resource in a bio-based economy. The project's overarching objective is to develop sustainable and secure processes for easing flows of sustainable consumption practices along the entire chain, from raw material to consumer.

*Projekttagare:* Cecilia Fredriksson, Filippa Säwe, Eva Nordberg Karlsson, Charlotta Turner, Annabell Merkel, Thamani Freedom Gondo, Madeleine Jonsson

*Projektid:* 2019-2021

*Finansiär:* Formas

### **Att framtidssäkra den fysiska butiken via nya butiksformat – hur utvärdera nya butiksformat?**

Projektets utgångspunkt är att den fysiska butiken förändras och flera handelskedjor testar nya butiksformat som show-room, etc. Dessa format kompletterar den traditionella fysiska butiken och ger möjlighet för anpassning till nya kundbehov. Den traditionella butiken utvärderas på försäljning, men de nya formaten måste utvärderas och styras utifrån andra variabler. Men vilka då? Och hur? Detta projekt ger svar på dessa frågor genom studier av etablerade och nya handelsföretag samt kunder i Sverige och i Storbritannien.

Den fysiska butiken fortsätter att förändras och flera handelskedjor har arbetat fram och testat nya butiksformat som show-room, pop-up stores etc. Dessa format skall komplettera den traditionella fysiska butiken och skapa möjlighet för anpassning till nya kundbehov. Medan den traditionella butiken utvärderas på försäljning, är inte de nya formaten det och måste utvärderas och styras på nya sätt. Men vilka då? Och hur? Detta projekt avser att ge svar på dessa frågor genom studier av etablerade och nya företag.

*Projekttagare:* Ulf Johansson, Jens Hultman, Steve Burt, Carys Egan-Wyer

*Projektid:* 2019-2021

*Finansiär:* Handelsrådet

### **Towards Sustainable Supply Chain Practices – Investigating Packaging Efficiency**

The purpose of this project is to highlight the volume and weight losses created by packaging and occurring along the entire supply chain, and make assessments of their magnitude.

*Projekttagare:* Noor Faizawati Badarudin, Daniel Hellström, Henrik Pålsson

*Projektid:* 2019-2022

HYGIEN



STATION





# Människorna i centrum

## STYRGRUPP

<b>ULF JOHANSSON</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN, CENTRUMFÖRESTÅNDARE
<b>KRISTINA BÄCKSTRÖM</b>	CAMPUS HELSINGBORG, BITRÄDANDE FÖRESTÅNDARE
<b>CARYS EGAN-WYER</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN, BITRÄDANDE FÖRESTÅNDARE
<b>DANIEL HELLSTRÖM</b>	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA, BITRÄDANDE FÖRESTÅNDARE
<b>KLAS HJORT</b>	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA, BITRÄDANDE FÖRESTÅNDARE
<b>EMMA SAMSSIOE</b>	CAMPUS HELSINGBORG, BITRÄDANDE FÖRESTÅNDARE

<b>HENRIK PÅLSSON</b>	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
<b>REEMA SINGH</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN
<b>HENRIK STERNBERG</b>	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
<b>ANETTE SVINGSTEDT</b>	CAMPUS HELSINGBORG
<b>VERONIKA TARNOVSKAYA</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN
<b>OLA THUFVESSON</b>	CAMPUS HELSINGBORG
<b>BURAK TUNCA</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN
<b>SOFIA ULVER</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN
<b>YULIA VAKULENKO</b>	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
<b>ANNIKA WALLIN</b>	HUMANISTISKA OCH TEOLOGISKA FAKULTETERNA
<b>PHILIP WARKANDER</b>	CAMPUS HELSINGBORG
<b>ERIK WENGSTRÖM</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN

## AFFILIERADE FORSKARE

<b>EMELIE ADAMSSON</b>	CAMPUS HELSINGBORG
<b>JOHAN ANSELMSSON</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN
<b>BRITT ARONSSON</b>	CAMPUS HELSINGBORG
<b>JON BERTILSSON</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN
<b>MICHAEL BJÖRN</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN
<b>JAVIER CENAMOR</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN
<b>ANNETTE CERNE</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN
<b>PERNILLA DERWIK</b>	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
<b>IDA DE WIT SANDSTRÖM</b>	CAMPUS HELSINGBORG
<b>ULF ELG</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN
<b>LENA ESKILSSON</b>	CAMPUS HELSINGBORG
<b>CECILIA FREDRIKSSON</b>	CAMPUS HELSINGBORG
<b>CHRISTIAN FUENTES</b>	CAMPUS HELSINGBORG
<b>KERSTIN GIDLÖF</b>	HUMANISTISKA OCH TEOLOGISKA FAKULTETERNA
<b>CLARA GUSTAFSSON</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN
<b>NILS HOLMBERG</b>	CAMPUS HELSINGBORG
<b>JOHAN JANSSON</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN
<b>MATS JOHNSSON</b>	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
<b>STEFAN KARLSSON</b>	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
<b>JOAKIM KEMBRO</b>	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
<b>MAGNUS LAGNEVIK</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN
<b>STEFAN LARSSON</b>	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
<b>MATTHIAS LEHNER</b>	THE INTERNATIONAL INSTITUTE FOR INDUSTRIAL ENVIRONMENTAL ECONOMICS, IIIIE
<b>JONAS NORDSTRÖM</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN
<b>ANDREAS NORRMAN</b>	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
<b>MALIN OLANDER ROESE</b>	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
<b>ANNIKA OLSSON</b>	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA

## AFFILIERADE DOKTORANDER

<b>DEVIRIM UMUT ASLAN</b>	CAMPUS HELSINGBORG
<b>MARIANA LOPEZ DAVILA</b>	THE INTERNATIONAL INSTITUTE FOR INDUSTRIAL ENVIRONMENTAL ECONOMICS, IIIIE
<b>EBBA ERIKSSON</b>	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
<b>PRAHALAD KASHYAP</b>	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
<b>HARESAMUDRAM</b>	
<b>RÉKA INES TOLG</b>	CAMPUS HELSINGBORG
<b>MARCUS KLASSON</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN
<b>RUI LIU</b>	CAMPUS HELSINGBORG
<b>ANNABELL MERKEL</b>	CAMPUS HELSINGBORG
<b>MICOL MIELI</b>	CAMPUS HELSINGBORG
<b>JOHN OLSSON</b>	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
<b>KARLA MARIE PAREDES</b>	LUNDS TEKNISKA HÖGSKOLA
<b>CARIN REHNCRONA</b>	CAMPUS HELSINGBORG
<b>HOSSAIN SHAHRIAR</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN
<b>ANNA SPITZKAT</b>	CAMPUS HELSINGBORG
<b>AXEL WELINDER</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN
<b>JÖRGEN WETTBO</b>	EKONOMIHÖGSKOLAN

## GÄSTFORSKARE

<b>ARNO DE CAIGNY</b>	IÉSEG SCHOOL OF MANAGEMENT
<b>KATHERINE CASEY</b>	KENT BUSINESS SCHOOL
<b>JACK COFFIN</b>	UNIVERSITY OF MANCHESTER
<b>KATHERINE DUFFY</b>	UNIVERSITY OF GLASGOW
<b>ELEONORA PANTANO</b>	UNIVERSITY OF BRISTOL

TOTALT ANTAL KVINNOR: 32, TOTALT ANTAL MÄN: 34

# Finansiering

## FORSKNINGSANSLAG VID CENTRUM FÖR HANDELSFORSKNING

Centrum för handelsforsknings basfinansiering från Handelsrådet på 5 miljoner kr per år gick ut 2018 och under 2021 hade vi en finansiering på 1 miljon kr från Lunds universitet.

Dessa pengar använde vi för att arrangera forskningsseminarier och workshops samt stötta nätverkande och ansökningar om forskningsmedel kring handel.

# Populärvetenskapliga presentationer och synlighet i media – ett axplock

Därför är det svårt att sluta shoppa för nöjes skull	Sydsvenskan	Februari	Carys Egan-Wyer
Den mest friktionsfria returen kan också vara den värsta	Ehandel	Februari	Daniel Hellström
Se stan bortom Sea U	Helsingborgs Dagblad	Februari	Ola Thufvesson
Så handlar Amazons kunder gratis – strategin i returkaoset	Dagens Industri	Februari	Daniel Hellström
Konsumentens förtroende för handelns datainsamling	Forskarfrukost, Retail House	Februari	Stefan Larsson
Returstrategier för e-handeln	NetWork Trust: Logistics and Sourcing	Mars	Daniel Hellström & Klas Hjort
A journey into non-consumption	EHL Wellness Weeks	Mars	Carys Egan-Wyer
Därför förebygger företag inte avfall	Aktuell hållbarhet	Mars	Anette Svingstedt & Emma Samsioe
Så ställer vi om till hållbar e-handel	Supply Chain Effect tidning	April	Daniel Hellström, John Olsson & Klas Hjort
Individanpassad onlinereklam	Föreningen Immaterialrättsligt Forum (FIF)	April	Stefan Larsson
Amazons etablering och den pågående e-handelsutvecklingen	Handelsrådet	April	Stefan Larsson
Avfallet - en riktig soppig podd	Avfall Sverige	April	Carys Egan-Wyer
Podden Forskarmötet: Datatrust med Stefan Larsson	Handelsrådet	April	Stefan Larsson
Servicemötet och ny teknik	Workshop	Maj	Ulf Johansson & Kristina Bäckström
Resursens hus och Mobilitetshus med framtidens e-handel	Helsingborgs stad	Maj	Daniel Hellström
Circular business – trendy buzzword or consumption of the future?	Morning talks, EHL, Lund	Maj	Carys Egan-Wyer
Notified But Unaware: Third-Party Tracking Online	Conference: Transparency in the Digital Environment	Maj	Stefan Larsson
Nytt forskningsprojekt för hållbar e-handel	Dagens Logistik	Juni	Daniel Hellström
Konsumenters förväntningar på mot-tagarfria livsmedelsleveranser	Digital handel inom vård- och omsorgs-verksamheter, Helsingborg	Juni	John Olsson
E-handels möjligheter genom corona-krisen	Media Evolution	Juni	Daniel Hellström
Platform Economies and the lack of transparency on data-driven markets	Next Generation Democracy, Denmark	Juni	Stefan Larsson
Sustainable e-commerce	Trustmöte om trender och hållbarhet	Juni	Daniel Hellström
Suggestiv och smart utställning om NK:s franska damskrädderi	Dagens Nyheter	September	Philip Warkander
Forskare: Konsumenter litar inte på e-handeln	Svenska Dagbladet	September	Stefan Larsson
Den gröna tråden i kunderbudandet	Market och Centric Software	September	Cecilia Fredriksson
God returhantering nyckeln till cirkulär verksamhet	Trendspaning Helsingborg, Handelsrådet	Oktober	Daniel Hellström



Är det verkligen H&M vi vill ha?	Helsingborgs Dagblad	Oktober	Philip Warkander
Personalens roll i servicemötet och informellt lärande	Retail Practice Leaders: What makes a successful store manager?	Oktober	Pernilla Derwik & Daniel Hellström
Genombrott för antikonsumentism – ambivalensens potential för ett hållbart samhälle	Framtidsveckan, Lunds universitet	Oktober	Carys Egan-Wyer
Personalens roll i servicemötet: Utmaningar och förändringsarbete för handelns personal	Presentation av forskningsprojekt på webinarium, arrangerat av HUI research och Handelsrådet	Oktober	Kristina Bäckström
Visst är det festligt att rika klär sig i dyra kläder?	Expressen	November	Philip Warkander
Normförflyttning och omställningsbehov	Länsstyrelsen Skånes Konsumtionsgruppsmöte	December	Carys Egan-Wyer

Inpå livet

## Därför är det svårt att sluta shoppa för nöjes skull

15 februari 2021 16:00

Undvik nöjesshopping och trängsel i butiker, manar regering och myndigheter. Ändå har människor gett sig ut på jakt efter reafynd och flockats i köpcentrum under pandemin. Det finns flera motiv bakom vår konsumtion som gör det svårt att plötsligt ändra beteende, förklarar forskaren Carys Egan-Wyer.



## Forskare: Konsumenter litar inte på e-handeln

Avfall

## Därför förebygger inte företag avfall

Publicerad: 24 mars 2021, 11:25

## Så handlar Amazons kunder gratis när returerna exploderar

E-handelns stora mängder returer är en svår huvudvärk för många företag och pekas ofta ut som en stor miljöbov.

"Jag ser returer som viktiga för återbruk och cirkularitet", menar dock Daniel Hellström, logistikforskare vid Lunds universitet.

Uppdaterad: 4 februari 2021, 12:05 Publicerad: 2 februari 2021, 10:00

KULTUR

Helsingborg

## Philip Warkander

### Är det verkligen H&M vi vill ha?

9 oktober 2021 10:00





FORIDAS DUGGLE TEA

FORIDAS  
0.89

Kaga C  
Urm  
Fund  
Specialv  
for a  
mekar  
klock  
Snabb  
batterby  
Tel: 031-12 00  
Oppet:  
mån-fre 11-18. Lör

LARM



# Publikationer

## VETENSKAPLIGA ARTIKLAR

Burt, S., Dawson, J., Johansson, U., & Hultman, J. (2021) **The changing marketing orientation within the business model of an international retailer – IKEA in China over 10 years.** *International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 31(2), 229-255

Cenamor, J. (2021) **Complementor competitive advantage: A framework for strategic decisions.** *Journal of Business Research*, 122, 335-343

Cenamor, J., & Frishammar, J. (2021) **Openness in platform ecosystems: Innovation strategies for complementary products.** *Research Policy*, 50(1)

Cerne, A. (2021) **Speaking of business ethics: Bourdieu and market morality as a discursive practice.** *Environmental Economics and Policy Studies*

Coffin, J. & Egan-Wyer, C. (2021) **De-romanticising critical marketing theory: capitalist corruption as the Left's Žižekian fantasy.** *Journal of Marketing Management*, (Dec)

Denver, S., Christensen, T. & Nordström, J. (2021) **Consumer preferences for low-salt foods: a Danish case study based on a comprehensive supermarket intervention.** *Public Health Nutrition*, 24(12) 3956-3965

Derwik, P. & Hellström, D. (2021) **How supply chain professionals learn at work: an investigation of learning mechanisms.** *International Journal of Physical Distribution and Logistics Management*, 51(7), 738-763

**Customers referred to the urban location of the concept stores in terms of accessibility, availability and increased awareness.**

Egan-Wyer, C., Burt, S., Hultman, J., Johansson, U., Beckman, A. & Michélsen, C. (2021) **Ease or excitement? Exploring how concept stores contribute to a retail portfolio.** *International Journal of Retail & Distribution Management*, 49(7), 1025-1044

Durach, C. F., Kembro, J. H., & Wieland, A. (2021) **How to advance theory through literature reviews in logistics and supply chain management.** *International Journal of Physical Distribution and Logistics Management*, 51(10), 1090-1107

Edenhardt, A., Lagerkvist, C-L. & Nordström, J. (2021) **Interested, indifferent or active information avoider of climate labels: Cognitive dissonance and ascription of responsibility as motivating factors.** *Food Policy*, 101(May), 102036

Egan-Wyer, C., Burt, S., Hultman, J., Johansson, U., Beckman,

A. & Michélsen, C. (2021) **Ease or excitement? Exploring how concept stores contribute to a retail portfolio.** *International Journal of Retail & Distribution Management*, 49(7), 1025-1044

Elg, U., Hultman, J. & Welinder, A. (2021) **Competing corporate sustainability perceptions in a global retail organization.** *International Journal of Retail & Distribution Management*, 49(4), 449-465

Elg, U., & Ghauri, P. N. (2021) **A global marketing logic: local stakeholders' influence in diverse emerging markets.** *International Marketing Review*

Frennesson, L., Kembro, J., de Vries, H., Van Wassenhove, L., & Jahre, M. (2021) **Localisation of logistics preparedness in international humanitarian organisations.** *Journal of Humanitarian Logistics and Supply Chain Management*, 11(1), 81-106

**... we propose that females rely on reputation in developing purchase intentions whereas males rely on perceived trust in developing purchase intentions.**

Oghazi, P., Karlsson, S., Hellström, D., Mostaghel, R. & Sattari, S. (2021) **From Mars to Venus: Alteration of trust and reputation in online shopping.** *Journal of Innovation & Knowledge*. 6(4), 197-202

Fuentes, C., & Samsioe, E. (2021) **Devising food consumption: complex households and the socio-material work of meal box schemes.** *Consumption Markets and Culture*, 24(5), 492-511

Katsela, K., & Pålsson, H. (2021) **Viable business models for city logistics: Exploring the cost structure and the economy of scale in a Swedish initiative.** *Research in Transportation Economics*, 90(0), [100857]

Katsela, K., Pålsson, H. & Ivernå, J. (2021) **Environmental impact and costs of externalities of using urban consolidation centres: a 24-hour observation study with modelling in four scenarios.** *International Journal of Logistics Research and Applications*, 1-22

Kembro, J. H., & Norrman, A. (2021) **Which future path to pick? A contingency approach to omnichannel warehouse configuration.** *International Journal of Physical Distribution and Logistics Management*, 51(1), 48-75

Larsson, S. (2021) **Putting Trust into Antitrust? Competition Policy and Data-Driven Platforms.** *European Journal of Communication*, 1-13

Larsson, S., Jensen-Urstad, A., & Heintz, F. (2021) **Notified but Unaware: Third Party Tracking Online.** *Critical Analysis of Law*, 8(1), 101-120

Lund, B. T., Denver, S., Nordström, J., Christensen, T. and Sandøe, P. (2021) **Moral convictions and meat consumption – A comparative study of animal ethics orientations among consumers of pork in Denmark, Germany, and Sweden.** *Animals*, 11(2), 329

Merkel, A., Säwe, F. & Fredriksson, C. (2021) **The seaweed experience: exploring the potential and value of a marine resource.** *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 21(4) 391-406

Oghazi, P., Karlsson, S., Hellström, D., Mostaghel, R. & Sattari, S. (2021) **From Mars to Venus: Alteration of trust and reputation in online shopping.** *Journal of Innovation & Knowledge*. 6(4), 197-202

Olsson, J., Osman, M.C., Hellström, D. & Vakulenko, Y. (2021) **Customer expectations of unattended grocery delivery services: mapping forms and determinants.** *International Journal of Retail & Distribution Management*

Patel, P. C., Baldauf, C., Karlsson, S. & Oghazi, P. (2021) **The impact of free returns on online purchase behavior: Evidence from an intervention at an online retailer.** *Journal of Operations Management*. 67(4) 511-555

Prockl, G., Williger, B., Tampe, M., Vakulenko, Y. & Hellström, D. (2021) **Rural supply chain management: a multidimensional framework for future research in Europe.** *International Journal of Business and Systems Research*, 15(1) 1

Pålsson, H. & Sandberg, E. (2021) **Packaging paradoxes in food supply chains: exploring characteristics, underlying reasons and management strategies.** *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, Vol. ahead-of-print

Samsioe, E., & Fuentes, C. (2021) **Digitalizing shopping routines: Re-organizing household practices to enable sustainable food provisioning.** *Sustainable Production and Consumption*

Sanjib, S., Nordström, J., Scarborough, P., Thunström, L. & Gerdtham, U.G. (2021) **In Search of an Appropriate Mix of Taxes and Subsidies on Nutrients and Food: A Modelling Study of the Effectiveness on Health-Related Consumption and Mortality.** *Social Science and Medicine*, 287, 114388

Schoonover, H. A., Mont, O., & Lehner, M. (2021) **Exploring barriers to implementing product-service systems for home furnishings.** *Journal of Cleaner Production*, 295, [126286]

Stefánsson, G., Dreyer, H., Kovács, G., Pålsson, H., & Stentoft, J. (2021) **Guest editorial.** *International Journal of Physical Distribution and Logistics Management*, 51(9), 933-936

Ulver, S. (2021) **The conflict market polarizing consumer culture(s) in counter-democracy.** *Journal of Consumer Culture*

## KONFERENSARTIKLAR OCH ABSTRACTS

Aslan, D. U. (2021) **Praxitopia: Co-constituting a vibrant local street through shopping.** RGS-IBG Annual International Conference, London, Storbritannien

Bäckström, K. & Johansson, J. (2021) **Service encounters in the digital age: Exploring the new and multiple role of frontline employees.** 7th Nordic Retail and Wholesale Conference, Umeå, Sverige

**Home furnishings leasing has the potential to reduce the negative environmental impacts of home furnishings consumption and is increasingly being embraced by both companies and consumers,...**

Schoonover, H. A., Mont, O., & Lehner, M. (2021). Exploring barriers to implementing product-service systems for home furnishings. *Journal of Cleaner Production*, 295, [126286]

Egan-Wyer, C., Johansson, U., Valentin, S., Parsmo, Å. & Bäckström, K. (2021) **(When) Is it Worth Investing i the Personal Service Encounter?** 6th Colloquium on European Research in Retailing (CERR), Sophia Antipolis, Frankrike (online pga. Corona)

Egan-Wyer, C. (2021) **From Strategic Opportunity to Existential Imperative: Sustainability discourses in fashion retail.** 7th Nordic Retail and Wholesale Conference, Umeå, Sverige

Egan-Wyer, C., Johansson, U., Valentin, S., Parsmo, Å. & Bäckström, K. (2021) **(When) Is it Worth Investing i the Personal Service Encounter?** 7th Nordic Retail and Wholesale Conference, Umeå, Sverige

Gustafsson, E., Hjort, K., Jonsson, P. and Holmström, J. (2021) **Effects of virtual fitting technology on online customers' shopping journeys and order performance.** 33rd annual NOFOMA conference, Reykjavik, Island (online pga Corona)

Pålsson, H. & Sandberg, E. (2021) **Adoption barriers for sustainable packaging practices in food supply chains.** The 33rd annual NOFOMA conference, Reykjavik, Island (online pga. Corona)

Olsson, J. (2021) **Mapping Customer Experience of Unattended Delivery Services in E-Grocery Retail.** The 33rd annual NOFOMA conference, Reykjavik, Island (online pga. Corona)

Shahriar, H. (2021) **Contesting Ideologies Structuring Gender Transgression in the Swedish Marketplace.** I: B. Wooliscroft, F. Conejo, A. Ganglmair-Wooliscroft, & A. Samuel (Red.), *Proceedings of the 46th Annual Macromarketing Conference: Macromarketing Putting the Local into Global* (s. 594)



## BÖCKER OCH AVHANDLINGAR

Aslan, D. U. (2021) **Praxitopia: How shopping makes a street vibrant**. Doktorsavhandling. Lund Media-Tryck

Olsson, J. (2021) **Exploring unattended delivery services in e-grocery retail: A consumer-centric perspective on last-mile logistics**. Licentiatuppsats. Lund: Media-Tryck

Severinsson, E., & Warkander, P. (Eds.) (2021) **Modevetenskap: Perspektiv på mode, stil och estetik**. Appell förlag

## BOKKAPITEL

Fredriksson, C. (2021) **På spaning efter tången. Om färg, vatten och visuella perspektiv på havets blå åkrar**. I: Lundin, S., Rivano Eckerdal, J. & Åkesson, L. (red.) Institutionen för kulturvetenskaper, Lunds universitet. (Etnologisk skriftserie vol. 10, 127-142)

**Brands in counter-democracy will have to decide which political consumer groups they must infuriate and lose, in order to win others.**

Ulver, S. (2021) The conflict market polarizing consumer culture(s) in counter-democracy. *Journal of Consumer Culture*

Hultman, J., Säwe, F. & Fredriksson, C. (2021) **Seaweed-Making in the Anthropocene**. I: K. Mølbjerg Jørgensen (red.) *Business Storytelling and Sustainability*. World Scientific Publishing

Molina-Besch, K. & Olsson, A. (2021) **Innovations in Food Packaging: Sustainability Challenges and Future Scenarios**. I: *Future Foods: Global Trends, Opportunities, and Sustainability Challenges* (1st Edition ed., pp. 375-389). Academic Press

Warkander, P. (2021) **Hållbarhet: Det flyktiga modets största utmaning**. I: K. Sidén, & C. Lundberg (Eds.), *Future Nordic Fashion* (pp. 86–92). (Waldermarsudde utställningskatalog; Vol. 138, No. 21). Prins Eugens Waldemarsudde

## RAPPORTER

Hellström, D., Olsson, J., Darlington, J., Westblom, L. & Hjort, K. (2021) **Systemförändring för omställning till hållbar e-handel: Kraftsamling som accelererar innovation**. Closer, ReLog, Lunds universitet. 14 s

Larsson, S., & Vetter, R. (2021) **Tillit i den datadrivna handeln**. (3 ed.) Handelsrådet

Tunca, B., & Anselmsson, J. (2021) **Social Media Consumption among Grocery Customers in Sweden**

## WORKING PAPERS

Anselmsson, J. (2021) **Amazon.se – ett år efter lanseringen. Hur blev det och hur kommer det att bli med försäljning och varumärkeskapital?** (Digital Competences of Swedish Brands. Working report series; No. 2021:05). Ekonomihögskolan, Lunds Universitet

Anselmsson, J. (2021) **Hållbar eller ohållbar – det är frågan? Svenskars magkänsla om hur ohållbara och hållbara varumärken är och hur detta stöds i företagets kommunikation**. (Digital Competences of Swedish Brands. Working report series; No. 2021:3). Ekonomihögskolan, Lunds Universitet

Anselmsson, J. (2021) **Ut ur pandemin – rakt in i den digitala transformationen. Ska stadskärnans överlevnad bli en valfråga 2022?** (Digital Competences of Swedish Brands. Working report series; No. 2021:4). Ekonomihögskolan, Lunds Universitet

Anselmsson, J. (2021) **Vad driver konsumenters rekommendation (NPS) respektive lojalitet inom e-handel?** (Digital Competences of Swedish Brands. Working report series; No. 2021:2). Ekonomihögskolan, Lunds Universitet

Anselmsson, J., & Tunca, B. (2021) **Svenskarna och Amazon fem månader efter starten – Hur har det gått?** (Digital Competences of Swedish Brands. Working report series; No. 2021:1). Ekonomihögskolan, Lunds Universitet



**LUNDS**  
UNIVERSITET



Centrum för handelsforskning  
Lunds universitet  
Box 118  
221 00 Lund  
[www.handel.lu.se](http://www.handel.lu.se)