

MS WISSENSCHAFT

Arbeitswelten der Zukunft

19. Oktober 2018, Tulln

Unternehmerische Resilienz und Kooperationen beim Einsatz von digitalen Marketingtechnologien (Virtual und Augmented Reality): Eine Analyse des kleinstrukturierten österreichischen Einzelhandels

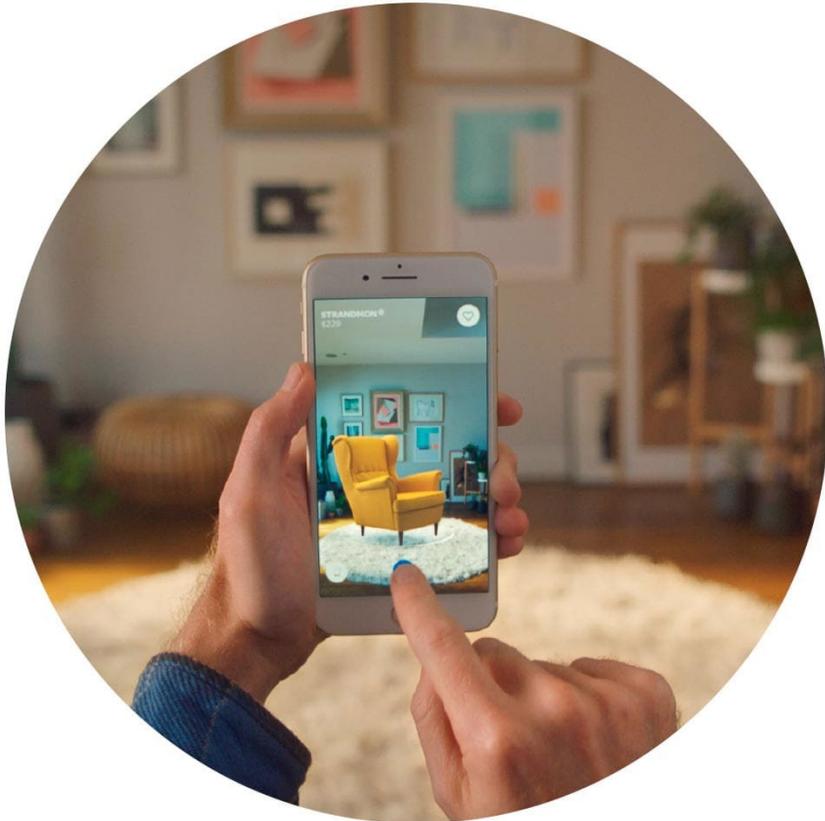
Univ. Prof. Dr. Beate Cesinger (New Design University Privatuniversität St. Pölten)

Handel ist Wandel

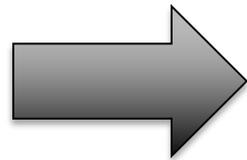


Bildquelle: <https://www.crn.de/server-clients/artikel-112158.html>

Digitalisierung im Handel: Virtual Reality und Augmented Reality



- **Visualisierung, Konfiguration und Testen von Produkten** (z.B. Pohl und Wassmann, 2009; Luh et al., 2012)
- **Gestaltung und Management am POS, von virtuellen Shops und der Produktkonfiguration** (Fiore et al., 2005)
- **Neue Wege der Kommunikation und Distribution ohne räumliche Restriktionen** (z.B. Mehler-Bichler und Steiger, 2011)



Informationssuche ↑

Einbindung in die Kaufentscheidung ↑

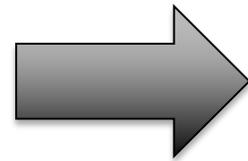
Kaufintention ↑ (z.B. Papagiannidis et al., 2017; Park et al., 2008)

Einsatz digitaler Marketingtechnologien: Unternehmerische Resilienz und Kooperationen



- **Liabilities of smallness** *(Stinchcombe, 1966)*
- **Niedrige Resilienz**
- **Netzwerke:** Zugang zu materiellen und immateriellen Ressourcen

(z.B. Chollet et al., 2014; Géraudel et al., im Druck; Gundolf et al., im Druck, Hughes et al., im Druck)



Wird der österreichische kleinstrukturierte Einzelhandel durch die Einführung von Augmented Reality / Virtual Reality resilienter und inwiefern tragen Netzwerke dazu bei?

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Univ. Prof. Dr. Beate Cesinger
beate.cesinger@ndu.ac.at

Prof. (FH) Dr. habil. Christine Vallaster
Christine.Vallaster@fh-salzburg.ac.at