

**Innerstädtischer Einzelhandel in Zeiten des E-Commerce
Zukunft durch Online-Marktplätze**

Elke Weihard, MSc
140186

Dissertation

Zur Erlangung des Grades
Doktor der Wirtschaftswissenschaften

Universität Liechtenstein

Studiengang: Wirtschaftswissenschaften

Betreuer: Prof. Dr. Christian Marxt
Kobetreuerin: Prof. Dr. Anne Brandl

Bearbeitungszeitraum: 01.02.2017 bis 22.08.2022

Stand: 22.08.2022

Inhaltsverzeichnis

| | | |
|----------|--|-----------|
| 1 | Einleitung und Motivation | 1 |
| 1.1 | Einleitung | 1 |
| 1.2 | Motivation | 4 |
| 2 | Theoretische Fundierung und Forschungslücke | 6 |
| 2.1 | E-Commerce, digitale Wende und virtuelles Bummeln..... | 6 |
| 2.2 | Online-Marktplatz, Plattform, Portal..... | 20 |
| 2.3 | Lokaler bzw. regionaler Online-Marktplatz | 30 |
| 2.4 | Schumpeter'sche Theorie der kreativen Zerstörung..... | 34 |
| 2.5 | Strukturwandel im EzH und digitale Wende..... | 37 |
| 2.6 | Pandemiebedingte Beschleunigung des Strukturwandels im EzH..... | 41 |
| 2.7 | Forschungslücke..... | 44 |
| 3 | Forschungsvorhaben und -design | 49 |
| 3.1 | Forschungsziel und -fragen | 49 |
| 3.2 | Forschungsmethodologie und theoretische Fundierung..... | 51 |
| 3.3 | Fallselektion anhand definierter Auswahlkriterien..... | 57 |
| 3.4 | Dreistufige Datenerhebung..... | 59 |
| 3.5 | Iterative Datenanalyse | 65 |
| 4 | Fallstudien und Ergebnisse | 70 |
| 4.1 | Online City Wuppertal - lokaler Online-Marktplatz im hybrid Modell | 71 |
| 4.1.1 | Unternehmensbeschreibung | 72 |
| 4.1.2 | Fallstudien-Relevanz: Innovation des lokalen Online-Marktplatzes..... | 79 |
| 4.1.3 | Forschungsstand..... | 81 |
| 4.1.4 | Datenerhebung und -analyse | 84 |
| 4.1.5 | Interpretation der Ergebnisse..... | 149 |
| 4.1.6 | Diskussion und Verankerung in der bestehenden Literatur..... | 157 |
| 4.2 | Zalando – vom Online-Händler zum Online-Marktplatz | 161 |
| 4.2.1 | Unternehmensbeschreibung | 161 |
| 4.2.2 | Fallstudien-Relevanz: Plattform-Transformation..... | 171 |
| 4.2.3 | Forschungsstand..... | 174 |
| 4.2.4 | Analyse und Interpretation | 177 |
| 4.2.5 | Interpretation der Ergebnisse..... | 218 |
| 4.2.6 | Diskussion und Verankerung in der bestehenden Literatur..... | 222 |

| | | |
|----------|---|------------|
| 4.3 | Fallübergreifende Analyse | 226 |
| 4.3.1 | Acht-Phasen-Modell zur Veränderung des eCommerce | 227 |
| 4.3.2 | Rahmenbedingungen und Dynamik des i.s. EzH-Sterbens | 232 |
| 4.3.3 | Pandemiebedingte eCommerce Intensivierung und Plattformisierung | 238 |
| 4.3.4 | Zukunftsfähigkeit durch Erfolgsfaktoren LOMP | 244 |
| 5 | Handlungsempfehlungen | 248 |
| 5.1 | Reflexion der Experten-Interviews..... | 248 |
| 5.2 | Anpassung der Datenerhebung an EzH-Heterogenisierung | 252 |
| 5.3 | Erhaltungsbedarf und kommunale Zuständigkeit..... | 253 |
| 5.4 | Gezielter Schrumpfungsprozess des Innenstadtradius | 255 |
| 5.5 | Förderung des hybriden innerstädtischen EzH..... | 256 |
| 5.6 | Resilienzfördernde LOMP | 258 |
| 5.7 | Stadtportal als Alleinstellungsmerkmal eines LOMP | 261 |
| 5.8 | Versandkosten-Politik | 266 |
| 5.9 | Virtuelles Bummeln und Gelegenheitskäufe..... | 267 |
| 6 | Ausblick und Limitationen | 268 |
| 6.1 | Ausblick | 268 |
| 6.2 | Limitationen | 269 |
| | Literaturverzeichnis..... | 271 |
| | Abbildungsverzeichnis | 288 |
| | Tabellenverzeichnis..... | 294 |
| | Abkürzungsverzeichnis..... | 295 |
| | Anhang | 296 |
| | Eidesstattliche Erklärung..... | 299 |