

Inhaltsverzeichnis

| | |
|---|------------|
| Geleitwort..... | VII |
| Danksagung..... | IX |
| Inhaltsverzeichnis..... | X |
| Abbildungsverzeichnis..... | XII |
| Tabellenverzeichnis..... | XII |
| 1. Einleitung..... | 1 |
| 1.1 Relevanz und Aktualität der Thematik..... | 1 |
| 1.2 Problemstellung und Zielsetzung der Arbeit..... | 3 |
| 2. Begriffsbestimmung Pop-up Store..... | 6 |
| 2.1 Begriff des Pop-up Store..... | 6 |
| 2.1.1 Bestehende Definitionsansätze in der Pop-up Retail-Literatur..... | 6 |
| 2.1.2 Realtypische Merkmale des Pop-up Store..... | 7 |
| 2.1.3 Historie des Pop-up Store..... | 9 |
| 2.2 Begriffsabgrenzung von verwandten Instrumenten und Konzepten..... | 11 |
| 2.2.1 Produktebene..... | 12 |
| 2.2.2 Dreidimensionale Markeninszenierungen auf Handelsebene..... | 14 |
| 2.2.3 Kulturebene..... | 20 |
| 3. Erfolgsfaktoren von Pop-up Stores..... | 23 |
| 3.1 State of the Art der Erfolgsforschung in angrenzenden Disziplinen..... | 23 |
| 3.2 Mehrdimensionalität des Erfolgsbegriffes im Zusammenhang mit Pop-up Stores..... | 27 |
| 3.2.1 Langfristige (strategische) Kommunikations- und Markenziele..... | 27 |
| 3.2.2 Kurzfristige (operative) Absatzziele..... | 29 |
| 3.2.3 Alternative Zielsetzungen..... | 30 |
| 3.3 Erfolgsfaktoren von Pop-up Stores in der Bekleidungsindustrie..... | 32 |
| 3.3.1 Makrofaktoren..... | 32 |
| 3.3.2 Mikrofaktoren..... | 42 |
| 3.4 Theoretischer Bezugsrahmen: Erfolgsfaktorenmodell für Pop-up Stores..... | 54 |
| 3.4.1 Herleitung des Erfolgsfaktorenmodells..... | 54 |
| 3.4.2 Darstellung des Erfolgsfaktorenmodells..... | 56 |

| | |
|--|------------|
| 4. Fallstudiengestützte Modellanwendung und Evaluation..... | 58 |
| 4.1 Methodische Vorbemerkungen | 58 |
| 4.1.1 Fallstudienmethodik als Teil der qualitativen Marktforschung | 58 |
| 4.1.2 Fallstudiendesign und verwendete Methoden der Datenerhebung..... | 60 |
| 4.2 Fallstudien | 61 |
| 4.2.1 <i>frontlineshop</i> Pop-up Store..... | 61 |
| 4.2.2 <i>Tommy Hilfiger</i> Prep World Pop-up Store Tournee..... | 67 |
| 4.2.3 Fallstudienvergleich und Erkenntnisse..... | 75 |
| 5. Handlungsempfehlungen und Checkliste..... | 82 |
| 5.1 Handlungsempfehlungen für Pop-up Store-Verantwortliche..... | 82 |
| 5.2 Checkliste für erfolgreiche Pop-up Stores..... | 84 |
| 6. Schlussbetrachtungen | 87 |
| 6.1 Grenzen der fallstudiengestützten Evaluationsmethodik und Modellbewertung..... | 87 |
| 6.2 Ausblick | 89 |
| Literaturverzeichnis..... | 92 |
| Anhangverzeichnis | 107 |

Erfolgsfaktoren von Pop-up Stores
Fallstudiengestützte Evaluation am Beispiel der
Bekleidungsindustrie

Kastner, O.L.

2015, XII, 107 S. 8 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-08944-3