

Innhold

Forord.....	11
Takk.....	12
 Sammendrag.....	 13
 Kapittel 1	
Rethink. Restart. Retail.....	17
<i>Camilla Skjelsbæk Gramstad, Sigrid Helland, Tina Saebi</i>	
Klar, ferdig, kappløp!.....	17
Rethink.....	18
Digitaliseringens andre bølge.....	18
Fra varer til tjenester.....	19
Delingsøkonomi kan fremme ressursutnyttelse.....	19
Bærekraft: ressurskrise, reguleringsmylder og forbrukerkrav.....	20
Ressurskrisen kommer.....	20
Miljøkrav er kommet for å bli.....	21
Endret forbrukerkrav gjennom økt transparens.....	22
Restart.....	22
Forretningsmodellinnovasjon som kilde til konkurransefortrinn.....	23
Hva er en forretningsmodell?.....	24
Bærekraftige forretningsmodeller.....	27
Er bærekraft lønnsomt?.....	30
Barrierer mot forretningsmodellinnovasjon.....	30
Retail.....	32
Verdensmestere i omstilling.....	32
Oversikt over boken.....	34

Kapittel 2

Radikal forretningsmodellinnovasjon i varehandelen	35
<i>Birgit A.A. Solem, Kristin Bentsen og Per Egil Pedersen</i>	
Er handelen innovativ?	35
Innovasjon og forretningsmodellinnovasjon i varehandelen	36
Radikal forretningsmodellinnovasjon i varehandelen	40
Økologisk og kortreist dagligvarehandel	40
Sirkulær handel med klær	43
Fremtidens forretningsmodellinnovasjoner i varehandelen . .	45

Kapittel 3

Bærekraftige forretningsmodeller i varehandelen:	
En RESTART av bransjen?	49
<i>Sveinung Jørgensen og Lars Jacob Tynes Pedersen</i>	
Alt som skal vare, må forandres	49
RESTART din forretningsmodell	52
Hva er ditt bærekraftsproblem?	54
Bærekraftsproblemets to ansikter: ansvar og mulighet	57
RESTART i praksis	59
Oppsummering	65

Kapittel 4

Å bli en aktør i den sirkulære økonomien: Hvordan designe en sirkulær forretningsmodell?	67
<i>Sunniva Adam, Christian Bücker, Samuel Desguin, Nicolai Madsen Vaage og Tina Saebi</i>	
Den sirkulære økonomien	67
Konseptet sirkulær økonomi	68
Pådrivere for utvikling i handelsbransjen	71
Endring i etterspørsel fra forbruker	71
Endret politisk syn og retningslinjer	72
Uttømming av jordens ressurslager	72
Fire sirkulære forretningsmodeller	73
(1) Reparasjonskafeen	74
(2) Gjenbruksbutikken	75
(3) Reversert handel	77

(4) Leasing	79
Avsluttende kommentarer.	81
Kapittel 5	
Samarbeidende forbruk: Fra fast fashion til motedeling.	83
<i>Anna Soler Perlacia, Valeria Duml og Tina Sævi</i>	
Delingsøkonomi på fremmarsj	83
Definisjon av samarbeidende forbruk	84
Samarbeidende forbruk i moteindustrien	85
Fra «fast fashion» til motedeling	85
Modell for motedeling: Et overblikk	87
Moteutleiemodellen	88
Motebyttemodellen	90
E-motemodellen	91
Utfordringer og betraktninger i fremtiden	92
Kapittel 6	
Steg-for-steg-implementering av bærekraftige forretningsmodeller	95
<i>Silje Sørfohn Moe, Anna Christina Rosenqvist og Tina Sævi</i>	
En stegvis forretningsmodellinnovasjon	95
Innovasjon mot en bærekraftig forretningsmodell.	96
Initiering: Forstå behovet for endring	97
Idéprosess: Tankegangen endres	98
Integrering: Føre en strategisk tilnærming	99
Implementering: Bevege seg fra A til B	99
Jevn endring: Konstant åpen for videre endringer	103
Avsluttende kommentarer.	104
Kapittel 7	
Bærekraftige forretningsmodeller og utfordringer for ledere	105
<i>Kristin Ringvold</i>	
Ledere er avgjørende for å lykkes	105
Avsluttende kommentarer.	114

Kapittel 8**Grønne kanarifugler: Om viktigheten av saksinnselegere****for bærekraft og hvordan de kan lykkes** 115*Erlend Aas Gulbrandsen*

Hvordan sikre seg mot å overse trusler og muligheter 115

Kanarifugler? 116

Kanaribehovet 118

Kanarifarer 120

Få kanarifuglene til å trives! 121

Kanariknep. 124

Knep for grønne kanarifugler 126

Oppsummering 129

Kapittel 9**Forretningsmodellinnovasjon i varehandelen – verdifangst,****verdiskaping og bærekraft.** 131*Per Egil Pedersen*

Forretningsmodellbegrepet 131

Ulike typer forretningsmodellinnovasjon 133

Eksempler på forretningsmodellinnovasjon i varehandelen . . 134

Kundesegment 134

Kunderelasjon. 135

Kanal 136

Verdiforslag 137

Kjerneressurs 137

Kjerneaktivitet 138

Partnerskap. 140

Kostnadsmodell 140

Inntektsmodell 141

Bærekraftig forretningsmodellinnovasjon i varehandelen . . 142

Kapittel 10**Varehandelens fremtid** 145*Tor W. Andreassen*

En næring i omstilling 145

Varehandelens verdibidrag 147

Bærekraftig som livsstil 148

Nye bærekraftige forretningsmodeller	151
Filippa K og bærekraft	154
Avslutning	156
Om bidragsytere	159
Redaktørene	159
Bidragsyterne	160
Referanser	163