



Vor einigen Wochen stolperte ich über das Buch „Online ist schlagbar - Das richtige Konzept und Ihr Laden läuft“ von Wolfgang Frick. Ich gestehe, mein erster Gedanke war „Oh, bitte nicht noch ein Buch eines Handels-Dinosauriers, der das Hohelied des stationären Handels singt und den Online-Handel verteufelt!“ Da ich aber meist nichts auf den ersten Eindruck gebe und meine eigenen Voreingenommenheiten kenne, blätterte ich hinein. Und wurde überrascht.

Als das Buch erwartungsgemäß mit „Online-Kater, Online-Ärger, Online-Angst, Online-Überdross“ startete, wollte ich es schon wieder weglegen. Ich fühlte mich bestätigt, dass es wieder einmal ein Bashing des Online-Handels sein würde. Doch mochte ich nicht so recht glauben, dass ein Vorstand der Spar Handels AG in der Schweiz so berechenbar und langweilig daher kommt und las weiter. Ich musste noch das Kapitel „Wovor Amazon Angst hat“ hinter mich bringen, dann wurde es langsam.

Kapitel 2 bis 4 waren dann wirklich besser. Frick plaudert aus seiner Handelspraxis und es wird ein bunter, aber strukturierter Spaziergang durch nahezu alle Aspekte, die Händler beachten müssen. Von Kundenorientierung, über den eigenen Fokus, Shoppertainment, Communities, Omni Channel, Nachhaltigkeit und noch vieles mehr. Hierbei beschreibt Frick, was bei vielen Händlern schief läuft und manchmal sieht man ihn förmlich vor sich, wie er ein wenig schimpft. Doch zum Glück bleibt Frick hier nicht stehen, sondern macht konkrete Vorschläge, wie man es besser machen kann und sollte.

Weiter unten verlosen wir übrigens unter allen unseren Leser*innen **zwei gebundene Exemplare** dieses Buchs.

Update: Die Verlosung ist beendet.



Natürlich schreibt Frick aus seiner ganz persönlichen Warte. Es dreht sich überwiegend um große Sortimente und den Lebensmitteleinzelhandel. Dies bedeutet aber nicht, dass das Buch nicht auch für andere Händler interessant wäre. Die Lösungsvorschläge sind leicht auch für andere Sortimente und Handelsformate adaptierbar.

Die Tipps in diesem Buch aus dem Mai 2019 (Okt.2019 2. Auflage) sind nicht wirklich brandneu, aber sie sind gut strukturiert, leicht verständlich beschrieben und Frick überzeugt mit Authentizität und einer klaren Sprache.

Dieses Buch ist eine unterhaltsame Lektüre für alle, die etwas mit dem Handel zu tun haben. Es ist keine vollständige Abhandlung aller Aspekte und der Autor geht auch nicht bei jedem Punkt wirklich in die Tiefe. Wer also tief gehende, betriebswirtschaftliche oder verkaufpsychologische Analysen oder Anleitungen sucht, wird enttäuscht werden. Wer aber Inspiration, praktikable Ideen und Vorgehensweisen für die Verbindung des On- und Offline-Handels sucht, dem sei dieses Buch empfohlen.

Inhalt „Online ist schlagbar“

I KLASSISCHER HANDEL IN DER DEFENSIVE? oder: Warum kein Anlass für Mutlosigkeit besteht

Es ist nicht alles Gold, was glänzt – auch im Internet

Online erfolglos: zwei Beispiele

Offline erfolgreich: zwei Beispiele

Online contra Offline – eine Bestandsaufnahme und 7 Thesen

1. Online-Kater: Auf Begeisterung folgt Ernüchterung
2. Online-Ärger: Wenn der Postmann ständig klingelt
3. Online-Angst: Fata Morgana „Beratungsklau“
4. Online-Überdross: Nur Nerds sind reine Netzkäufer
5. Online-Kidults: Was im Laden nervt, vertreibt Kunden
6. Online-Kollateralschaden: Öde Innenstädte als Folge eigener Passivität
7. Online-Sündenböcke: Für eigene Fehler kann das Internet nichts

Mit Big Data zur Big Confusion – digitale Schnellschüsse und Irrwege

Nicht jeder Yamaha-Fan liebt Musik

Wissen ist nicht immer Macht

Wovor Amazon Angst hat – die Achillesferse des Riesen

Amazon ist (auch) ein Ramschladen

Amazon scheitert am Einkaufserlebnis

Amazon goes offline, der Laden lebt

Amazon bekommt Imageprobleme

Wenn der Gegner rennt, darf man selbst nicht trödeln

Fazit: Die richtige Strategie – und der Laden läuft!

II ERFOLGSSTRATEGIEN FÜR STATIONÄRE HÄNDLER oder: Wie Sie auch morgen noch kräftig verkaufen werden

Man muss Menschen mögen (M4)

Das Einzige, was stört, ist der Kunde?

Wahre Größe entscheidet sich in Kleinigkeiten

Von stinkenden Fischen und lächelnden Mitarbeitern

Kunden kennen – und richtig ansprechen

Der Verkäufer als Lotse und Partner

Was tun, wenn man „alle“ ansprechen will?

Convenience: Hauptsache bequem!

Mach mir das Leben einfach!

Wie ticken die Digital Natives?

Kundenschreck: Die Kassenschlange

Kundenerlebnis: Berühre mich, begeistere mich!

Yes, we’re open! Sind Sie da, wenn man Sie braucht?

Pakete, aber anders: Das richtige Package und attraktive Zugaben

Tante Emma statt XXL: Rabatte richtig einsetzen

Shoppertainment: Produkte mit Geschichte(n)

Ambiente mit Wow-Effekt: Zum Kauf verführen

Communities: Analoge Nestwärme

Kunden kauften auch ...: Vom Online-Marketing lernen

Gemeinsam stark: Die richtigen Verbündeten

O2O: Online und Offline – das Beste beider Welten verschmelzen

Roadmap für mehr Erfolg im stationären Handeln – fünf Erfolgsrezepte

III DER HANDEL IM JAHR 2030 – Eine Prognose

1. Express-Einkauf in einer Express-Welt
2. 24/7 geöffnet
3. Neue Geschäftsmodelle: Flatrates, Abos, Leasing
4. Optimierte Sortimente und Kühlschrankszustellung
5. Die Renaissance des Automaten
6. Smart Home – Maschinen kaufen selbstständig ein
7. Eine neue bunte Verkaufslandschaft und Service 4.0
8. Verkäufer organisieren perfekte Einkaufserlebnisse – oder sie werden durch Roboter ersetzt
9. Die Fragmentierung der Zielgruppen und das Individuum als Maß aller (Werbe-)Dinge
10. Alle Kanäle fließen zusammen

Literaturverzeichnis

Über den Autor

Danksagung

Anmerkungen nach Buchteilen

Das Buch kann direkt bei [Frankfurter Allgemeine Buch](#) erworben werden: gebundene Ausgabe für 22 Euro und das eBook für 14,99 Euro.

Update: Die Verlosung ist beendet.

Wir freuen uns, dass wir **zwei gebundene Exemplare von „Online ist schlagbar – Das richtige Konzept und Ihr Laden läuft“ von Wolfgang Frick** unter allen unseren Leser*innen verlosen können. Schreiben Sie uns einfach bis zum 15.3.2020 eine Mail mit Ihrem vollständigen Namen, Ihrer Anschrift, an die wir das Buch senden können und dem Betreff „Online ist schlagbar“. Wir werden Ihre Daten an die Frankfurter Allgemeine Buch weiter geben und nur für den Versand der Bücher verwenden.*

info@zukunfdeseinkaufens.de

*Es gelten unsere Teilnahmebedingungen.

Als Unterstützer haben Sie übrigens immer wieder Gelegenheit, spannende Publikationen und mehr bei uns zu gewinnen. Schauen Sie doch auch einmal in unsere Schatzkiste mit allen Vergünstigungen für unsere Unterstützer.

Beitragsbild: FAZBuch