



Als wir uns im vergangenen Jahr dazu entschieden haben, das Onlinemagazin ZUKUNFT DES EINKAUFENS ins Leben zu rufen, war dies vor allem der Tatsache geschuldet, dass wir kaum fundierte Informationsquellen im Internet fanden, die sich mit dem stationären Einzelhandel und dessen digitalem Wandel beschäftigen. Die Resonanz, die wir seither erfahren, untermauert diese Einschätzung und bestärkt uns darin, diesen Weg weiterzugehen.

Aber wie sieht es darüber hinaus eigentlich mit guter Lektüre für stationäre Händler aus? Gibt es Bücher, die Händler dabei helfen (können) sich gut für die Herausforderungen, welche die Digitalisierung mit sich bringt, zu wappnen? Was der Buchmarkt für Händler anbietet, wollen wir gemeinsam herausfinden und in unserer neuen Serie auf den Prüfstand stellen.



Für unsere erste Rezension habe ich mir das Buch „Der vernetzte Laden“ genauer angesehen. Schließlich scheint es eines der präsentesten Themen im Handel zu thematisieren - den „Kampf der Kanäle“ - und es will aufzeigen, wie der stationäre Handel diesen gewinnen kann.

Der vernetzte Laden

Das Buch möchte vor allem kleinen und mittelständischen Händlern neue Chancen durch Kanalintegration aufzeigen. Dafür holt Dominik Brokelmann zunächst ziemlich weit aus. Was klingt, als sei dieser Exkurs meiner Meinung nach zu umfänglich, kann aber durchaus positiv gewertet werden. Der Autor nimmt sich die Zeit, die Situation grundlegend zu betrachten. Dabei beschreibt er den Status Quo im Off- und Onlinehandel auf eine sehr zugängliche Weise. Vorkenntnisse sind bei der Lektüre des Buches nicht von Nöten. Brokelmann nimmt den Leser an die Hand und führt ihn an die unterschiedlichen Themen heran, die Einfluss auf die derzeitige Situation im stationären Einzelhandel haben. Dabei nennt er immer auch praktische Beispiele und untermauert seine Einschätzung durch Studienergebnisse oder marktforscherische Erkenntnisse. Zudem ist den meisten Kapiteln eine Übersicht über die wichtigsten Key Facts angefügt.

Der Autor bedient sich an der ein oder anderen Stelle einer etwas pauschalisierenden

Beschreibung, jedoch hat das Buch hat auch nicht den Anspruch, als wissenschaftliche Fachlektüre daherzukommen, sondern möchte vor allem durch den ausgewiesenen Praxisbezug punkten. Mit viel Leidenschaft versucht er vermeidliche Ängste vor neuen Einflussfaktoren im Handel zu nehmen und ermutigt dabei, sich auf bestehende Stärken zu besinnen. Dominik Brokelmann bringt dazu an vielen Stellen eigene Erfahrungen mit ein, auf die er als Vorstandsvorsitzender der Brodus AG – einer Mobilfunkdistribution aus Baiersdorf – zurückblicken kann, jedoch ohne den Blick zu sehr auf die Mobilfunkbranche zu richten.

Der Praxisbezug, der für den ersten Teil des Buches ein wirklicher Gewinn ist, gerät im zweiten Teil leider etwas zum Nachteil. Die Beschreibung der Lösungsansätze zielen zwar in die richtige Richtung, greifen aber oft zu kurz und werden zunehmend zu einer Vorstellung des Leistungsportfolios der Brodus AG. Dies reicht von Kiosksystemen über digitale Kataloge bis zum Marketplace und Click-and-Collect-Ansatz, ist jedoch sehr auf das Kerngeschäft der eigenen Unternehmung zugeschnitten.

Fazit

Der erste Teil des Buches bietet Händlern, die sich bislang kaum oder gar nicht mit den Herausforderungen der Digitalisierung beschäftigt haben, eine zugänglich formulierte Standortbestimmung an und ist daher als Einstiegslektüre zu empfehlen. Die im zweiten Teil des Buches angepriesenen Lösungsansätze sind zwar plausibel hergeleitet, scheinen jedoch bei der Umsetzung noch in den Anfängen zu stecken.

Informationen zum Buch:

Der vernetzte Laden

Wie der stationäre Handel den Kampf der Kanäle gewinnen kann

Dominik Brokelmann

ISBN Hardcover: 978-3-9817545-0-6

ISBN eBook: 978-3-9817545-1-3

[Bestellmöglichkeit](#)

-

Ihre Buchempfehlungen

Welche Bücher sollen wir Ihres Erachtens einmal genu unter die Lupe nehmen? Hinweise
gern an: lektuere@zukunfdeseinkaufens.de