

Rezension „Der Handel, 2. vollständig überarbeitete Auflage“



„Der Handel, 2., vollständig überarbeitete Auflage“ von Lothar Müller-Hagedorn, Waldemar Toporowski, Stephan Zielke

Kohlhammer Verlag, Stuttgart 2012

„Was lange währt, wird endlich gut“ – getreu dieser Devise liegt nun die vom Verlag bereits vor einigen Jahren angekündigte 2. Auflage des Standardwerks „Der Handel“ vor. Bereits mit der ersten Auflage aus dem 1998 hatte Professor Lothar Müller-Hagedorn eine sehr strukturierte und mit rund 700 Seiten überaus umfassende Darstellung der komplexen Themen bei der Steuerung von Handelsunternehmen vorgelegt, die weite Beachtung fand. Die nun vorliegende zweite Auflage trägt völlig zu Recht den Zusatz „vollständig überarbeitet“. Zum einen sind mit den Professoren Toporowski (Universität Göttingen) und Zielke (Universität Aarhus) zwei neue Autoren hinzugekommen. Zum anderen hat sich der Umfang nochmals erheblich auf nunmehr über 1.200 Seiten erhöht. Getreu dem Motto „Handel ist Wandel“ wurden die Inhalte zudem aktualisiert, um der dynamischen Entwicklung des Handels nicht nur im Bereich des E-Commerce Rechnung zu tragen.

Neben grundsätzlichen Überlegungen zur Rolle des Handels und seinen Erscheinungsformen stehen die vielfältigen strategischen und operativen Herausforderungen des Handelsmanagements im Mittelpunkt dieses Werks – von Einkauf und Marketing bis hin zu Finanzierung und Controlling. Aktuell intensiv diskutierte Themen wie beispielsweise Handelsmarken, Kundenkarten, Mehrkanalvertrieb, Basel II oder Supply Chain Management werden sehr ausführlich, strukturiert und fundiert behandelt. Sehr junge Entwicklungen wie z.B. die stark zunehmende Bedeutung von Smartphones im Kaufprozess können aber bei einem solch fundamentalen Werk naturgemäß nur ansatzweise berücksichtigt werden.

Die überaus vielfältigen Fragestellungen werden jeweils sehr detailliert analysiert, wobei sowohl theoretische Messkonstruktionen als auch relevante Studienergebnisse einen breiten Raum einnehmen. Die Ausführungen machen dabei stets die Komplexität des Handels deutlich, was sich auch darin zeigt, dass kaum universell gültige Handlungsempfehlungen abgegeben werden. Es gilt vielmehr, auf Basis dieses Standardwerks, den eigenen Handlungsspielraum zu analysieren und daraus individuelle Handlungsempfehlungen abzuleiten. Die Autoren geben dabei einen sehr umfassenden und detaillierten Einblick in das geeignete Methodenspektrum und zeigen die Potenziale, aber auch die Grenzen der jeweiligen Ansätze auf.

An wen richtet sich dieses Buch? Auch wenn die Autoren darauf hinweisen, dass es aufgrund der Praxisorientierung, der Strukturierung und der vergleichsweise guten Lesbarkeit für Manager geeignet sei, dürfte sich die Verbreitung in diesem Kreis eher im Rahmen halten. Dagegen spricht schlicht der schiere Umfang des Werks und auch der Ausführungen in den einzelnen Kapiteln. Der Fokus des Buchs richtet sich bei aller Praxisorientierung vielfach stärker auf die vorhandenen Methoden zur Erkenntnisgewinnung als auf die Erkenntnisse selbst. Das Werk eignet sich daher aufgrund der überaus fundierten, methodisch-strukturierten Darstellung der Probleme des Handelsmanagements und entsprechender Lösungsansätze perfekt für Forscher und Studierende, die sich mit entsprechenden Fragestellungen beschäftigen – also die Handelsmanager von morgen. Die strukturierte Darstellung macht es zudem zu einem idealen Nachschlagewerk, das dem fundamentalen Titel „Der Handel“ in allen seinen Facetten gerecht wird.

Dr. Kai Hudetz, IfH Institut für Handelsforschung GmbH

Zu weiteren Informationen und dem Bestellschein

[Müller-Hagedorn_Der Handel](#)