

Neiberger, Cordula; Hardaker, Sina; Wieland, Thomas (Hrsg.) (2024): Onlinehandel und Raum. Eine geographische Perspektive auf den Einzelhandel

Peter Dannenberg

Received: 26 December 2025 ■ Accepted: 15 January 2026 ■ Published online: 30 January 2026



Der Onlinehandel zählt weiterhin zu den dynamischen Treibern wirtschaftlicher, gesellschaftlicher und räumlicher Transformationsprozesse. Durch die COVID-19-Pandemie, aber auch vor dem Hintergrund fortschreitender Digitalisierung und veränderter Konsumpraktiken hat sich die Relevanz des Themas weiter erhöht (Appel/Hardaker 2022). In der deutschsprachigen Geographie wird der Onlinehandel daher zunehmend nicht mehr nur als wirtschaftliches Phänomen, sondern als gesellschaftlich eingebetteter Pro-

zess mit weitreichenden räumlichen Wirkungen diskutiert (Dederichs 2023).

Vor diesem Hintergrund ist das von Cordula Neiberger, Sina Hardaker und Thomas Wieland herausgegebene Buch als ein zentraler Beitrag zur aktuellen Fachdiskussion zu lesen. Zwar haben die Herausgeberinnen und der Herausgeber selbst sowie weitere Autorinnen und Autoren in den vergangenen Jahren wichtige Impulse zur geographischen Analyse des Einzelhandels und des E-Commerce geliefert (vgl. z. B. Neiberger/Hahn 2020; Zander/Fuchs/Dannenberg 2024), dennoch fehlte bislang eine umfassende, systematische und zugleich gut zugängliche Gesamtdarstellung aus explizit geographischer Perspektive. Dieses Buch trägt dazu bei, diese Lücke zu füllen und leistet damit einen substantiellen Beitrag für Forschung, Lehre und Praxis.

Das Buch vermittelt ein grundlegendes Verständnis der zentralen Mechanismen des Onlinehandels und legt dabei konsequent den Fokus auf dessen räumliche Auswirkungen. Ausgangspunkt ist die Prämisse, dass Online- und Offlinehandel nicht als getrennte Sphären zu begreifen sind, sondern in vielfältiger Weise miteinander verflochten sind – innerhalb von Unternehmen, zwischen Unternehmen sowie entlang ganzer Wertschöpfungs- und Logistikketten. Damit einher gehen teilweise neue räumliche Muster mit Auswirkungen für die betroffenen Betriebe und Beschäftigten, aber auch die sie beherbergenden Räume. Diese Perspektive zieht sich als roter Faden durch sämtliche Beiträge.

Inhaltlich nähern sich die einzelnen Kapitel dem Thema aus unterschiedlichen Blickwinkeln: Neben unternehmensbezogenen Analysen werden ebenso Konsumentenperspektiven eingenommen, Fragen der Standort- und Immobilienentwicklung aufgegriffen sowie logistische Infrastrukturen und ihre räumliche Organisation diskutiert. Dabei beschränkt sich der Blick nicht nur auf urbane Räume oder auf

✉ **Prof. Dr. Peter Dannenberg**, Geographisches Institut, Universität zu Köln, Otto-Fischer-Straße 4, 50674 Köln, Deutschland
p.dannenberg@uni-koeln.de



© 2026 by the author(s); licensee oekom. This Open Access article is published under a Creative Commons Attribution 4.0 International Licence (CC BY).

Deutschland. Vielmehr werden auch ländliche Räume einbezogen und internationale Bezüge hergestellt, etwa durch Fallbeispiele aus China oder Italien, die eine Einordnung in globale Dynamiken ermöglichen.

Die Kapitel sind jeweils in sich geschlossen und können unabhängig voneinander gelesen werden. In der Zusammenchau entfaltet sich jedoch ein komplexes und differenziertes Bild der räumlichen Wirkungen des Onlinehandels. Besonders hervorzuheben ist, dass das Buch nicht nur analytisch bleibt, sondern explizit auch zur Entwicklung kreativer und kontextspezifischer Lösungsansätze für Innenstädte beitragen möchte, in denen der Einzelhandel weiterhin eine zentrale Rolle spielt.

Didaktisch ist der Band sehr zugänglich angelegt. Er holt Leserinnen und Leser ohne spezifische Vorkenntnisse zur E-Commerce-Branche ab und eignet sich damit hervorragend für Studierende ebenso wie für Praktikerinnen und Praktiker aus Planung, Stadtentwicklung oder Wirtschaftsförderung, die bislang wenig Berührungspunkte mit dem Thema hatten. Gleichzeitig profitieren auch Forschende von der systematischen Aufbereitung und der thematischen Breite.

Besonders positiv hervorzuheben ist die anschauliche und reichhaltige Gestaltung des Buches. Persönliche Erfahrungsberichte, aktuelle empirische Zahlen sowie zahlreiche Abbildungen und Fotografien lockern den Text auf und erhöhen die Lesbarkeit erheblich. In diesem Zusammenhang erweist sich die Open-Access-Version als klarer Mehrwert: Einige Abbildungen sind in der Printversion aufgrund geringer Schriftgrößen und der Schwarz-Weiß-Darstellung nur eingeschränkt lesbar, während sie digital deutlich besser zur Geltung kommen und durch farbige Illustrierung zusätzliche Informationen vermitteln.

Teilweise ist die Auswahl und Abfolge der sehr unterschiedlichen Fallbeispiele sowie der Wechsel zwischen konzeptionellen Überlegungen und teilweise sehr spezifischen empirischen Detailanalysen nicht immer vollständig nach-

vollziehbar. Insgesamt stellt das Buch aber ganz eindeutig eine sehr wertvolle Bereicherung zum Kenntnisstand und zur weiteren Betrachtung des Gegenstands dar. „Onlinehandel und Raum“ bietet eine fundierte, differenzierte und zugleich gut lesbare geographische Perspektive auf einen zentralen Transformationsprozess der Gegenwart. Das Buch eignet sich gleichermaßen als Lehrbuch, Nachschlagewerk und Inspirationsquelle für praxisorientierte Debatten zur Zukunft von Innenstädten, Einzelhandel und räumlicher Entwicklung.

Vollständige bibliographische Angaben des rezensierten Werks:

Neiberger, C.; Hardaker, S.; Wieland, T. (Hrsg.) (2024): *Onlinehandel und Raum. Eine geographische Perspektive auf den Einzelhandel*. Berlin. <https://doi.org/10.1007/978-3-662-70185-0>

Literatur

Appel, A.; Hardaker, S. (Hrsg.) (2022): *Innenstädte, Einzelhandel und Corona in Deutschland*. Würzburg. = *Geographische Handelsforschung* 31.

Dederichs, S. (2023): *Die Expansion des Online-Lebensmitteleinzelhandels in Deutschland: Räumliche Organisationsstrukturen und Standortanforderungen*. Würzburg. = *Geographische Handelsforschung* 35.

Neiberger, C.; Hahn, B. (2020): Warum Geographische Handelsforschung? In: Neiberger, C.; Hahn, B. (Hrsg.): *Geographische Handelsforschung*. Berlin, 3–11. https://doi.org/10.1007/978-3-662-59080-5_1

Zander, M.; Fuchs, M.; Dannenberg, P. (2024): *Neue Logistikstandorte im Online- und Hybridlebensmittelhandel – Das Beispiel Köln*. In: *Raumforschung und Raumordnung | Spatial Research and Planning* 82, 6, 471–487. <https://doi.org/10.14512/rur.2572>