

**Marc Dralle und Torsten Olderog, Instrumente der Mehrwertgenerierung in kommerziellen Unternehmensnetzwerken. Identifikation, Analyse und Bewertung – mit einem Praxisteil. Expert Verlag, 1. Auflage 2014.**

**ISBN: 978-3-8169-3225-3**

Vom Netzwerken ist angesichts von Xing, Facebook oder Google + regelmäßig die Rede. Inwieweit sich mit Aktivitäten auf solchen Plattformen als Unternehmen aber auch Geld verdienen lässt ist ungeklärt. Aber um diese Netzwerkformen geht es den Autoren dieses Buches überhaupt nicht. Denn lange vor den Online-Plattformen sind Unternehmensnetzwerke etabliert. Und auch hier fehlte bisher eine wissenschaftliche Erarbeitung die darzustellen in der Lage ist, unter welchen Voraussetzungen Unternehmensnetzwerke überhaupt Mehrwerte erbringen können. Für die Schriftenreihe der AKAD University wird das von Dipl.-Pol. Marc Dralle und Prof. Dr. Torsten Olderog jetzt erledigt. Es handelt sich dabei um ein wissenschaftlich fundiertes und entsprechend strukturiertes Werk. So kann es den Leser nicht wundern, dass eine sehr wissenschaftsgeprägte Sprache verwendet wird. Wer sich erhofft, mit Hilfe dieses Buches innerhalb ein paar netter Stunden die Grundlagen zum Aufbau einer eigenen Geschäftsidee erfahren zu können, wird enttäuscht.

Doch es lohnt sich, die Gedanken der Autoren zu verfolgen. Sehr grundlagenorientiert werden zunächst Theorien von Netzwerken und der Ökonomie vorgestellt. Damit wird schon die Basis dafür gelegt, unter welchen Annahmen überhaupt ein kommerzielles Netzwerk funktionieren kann. Bestimmte andere Formen können deshalb ausgeschlossen werden. Besondere Berücksichtigung findet auch der Dienstleistungsbegriff in Abgrenzung zu produktiven Unternehmen. Mit Hilfe von gut erarbeiteten und nachvollziehbaren Grafiken wird dem Leser die Theorie sehr anschaulich gemacht. Auf dieser Grundlage werden dann die notwendigen Aktionsparameter dargestellt und untersucht. Schließlich werden die Items Netzwerkpromotion, Netzwerkservices und Netzwerkinfrastruktur ausgemacht. Das gelingt den Autoren so gut, dass jeder leicht selbst überprüfen kann, ob ein existierendes Unternehmensnetzwerk den Ansprüchen genügt. Das kann bei der Überlegung hilfreich sein, ob ich als Unternehmer mich einem Netzwerk und wenn dann welchem anschließen will. Erleichtert wird die Beurteilung durch die Überprüfung der Arbeitsergebnisse an fünf frei gewählten Netzwerken. Das sind das Board of Airline Representatives in Germany e.V. (BARIG), die Bundesvereinigung Logistik e.V.: (BVL), das Crew United – Das Netzwerk der Film und Fernsehbranche (CU), der Deutsche Franchiseverband e.V. (DFV) und Just Networking – Netzwerk für die Absolventen der Universitäten der Bundeswehr (JN).

Daraus wird abschließend ein finaler Instrumenten-Kasten entwickelt und wiederum an einem Praxisbeispiel angewendet. Das ist das Institute of Culinary Art.

Für eine wissenschaftliche Schrift selbstverständlich finden sich gute Verzeichnisse und ein Register. Dazu zählt ein Abbildungs- und Quellenverzeichnis und das Themen- und Begriffsregister.