

Roland Schöne (Hrsg.) (2000) Kooperation von kleineren und mittleren Unternehmen, Mittelstandszentrum der Technischen Universität Chemnitz

Das Buch ist ein Leitfaden zum Aufbau und zur Führung von KMU-Netzwerken mit den Schwerpunkten Initiierung, Rechtsform, Finanzierung, Innovation, Personalentwicklung, strategisches Management und Wissensmanagement.

Den Ausführungen vorangestellt ist eine Definition von Netzwerken wie folgt: „Ein Netzwerk ... ist eine Organisationsform und besteht aus ... Unternehmen, die als rechtlich selbstständige Einheiten in einer kooperativen, relativ stabilen Beziehung stehen und gemeinsam bestimmte betriebliche Funktionen mit dem Ziel größerer Wirtschaftlichkeit und Rentabilität der einzelnen Unternehmen ausüben bzw. ausüben können, was die Überlebensfähigkeit, die Problemlösungsfähigkeit sowie die Entwicklungsfähigkeit der beteiligten Unternehmen erhöht.“ Es folgt ein Typologierungsversuch von Kooperationen was die Grundform der Kooperationen bezüglich ihrer Ausrichtung in der Wertschöpfungskette anbelangt (vertikal, horizontal, komplementär) sowie was die Ebene der Kooperation anbelangt (der Organisationsgrad unterschieden nach Interessensvertretung, Erfahrungsaustausch, gemeinsame Informationsbeschaffung, Zusammenlegung von Unternehmensfunktionen, Gründung eines Netzwerkunternehmens).

Hinsichtlich der Netzwerkentwicklung wird prozessual zwischen drei Stufen unterschieden (Kooperationsanbahnung, Kooperationsumsetzung und Kooperationsfestigung). In diesem Sinne fehlt die Stufe „Kooperationserweiterung“

Anschließend werden die möglichen Rechtsformen für Netzwerke betrachtet und eine Entscheidungsmatrix zur Wahl der geeigneten Rechtsform vorgestellt. Es wird festgehalten, dass die perfekte Rechtsform für ein Netzwerk nicht existiert sondern die zu wählende Rechtsform auf die spezifischen Unternehmensziele, dass heißt die langfristigen Netzwerkziele zugeschnitten sein muss.

Es folgt ein kurzer Überblick zu Finanzierungsmöglichkeiten von Netzwerkaktivitäten und so dann eine ausführlichere Behandlung von Produktinnovationen in Netzwerken.

Eingehend behandelt werden Innovationsnetzwerke die besonders im KMU-Bereich nach Ansicht der Autoren große Vorteile für das einzelne Unternehmen bieten. Für solche Innovationsnetzwerke werden Strategien vorgestellt. Dabei wird betont, das Innovationspotential in Kooperationsverbänden sich nicht schematisch herstellen lassen sonder mitunter erst geweckt werden müssen. Hierzu muss auch eine netzwerkspezifische Kultur entwickelt werden. Nach Ansicht der Autoren ergeben sich Innovationen insbesondere an den Schnittstellen verschiedener Disziplinen und Technologien und dann, wenn das Netzwerk zum Systemanbieter wird. Für Innovationsnetzwerke wird empfohlen, ein neutrales Netzwerkmanagement hinzuzuziehen, dass moderierende Funktionen hat.

Daran schließt sich an eine zu kurz geratene Behandlung des strategischen Managements in Netzwerken mit den Schwerpunkten Analyse, strategische Optionen, Strategiewahl, strategische Programme, Realisation und strategische Kontrolle. Im Schluss bildet eine kurze Abhandlung zum Thema Wissensmanagement in KMU-Netzwerken, die sich mit den klassischen Bausteinen des Wissensmanagements (Wissensziele, Wissensidentifikation, Wissenserwerb, Wissensentwicklung, Wissensverteilung, Wissensbewahrung, Wissensnutzung und Wissensbewertung) befasst, ohne allerdings sonderlich in die Tiefe zu gehen.

In dem Anhang der 85-seitigen Broschüre befindet sich die Vorlage für einen Kooperationsvertrag.



2. Festzuhalten

Es ist abzu prüfen inwiefern die Definition Erweiterungselemente gegenüber der Definition nach Sydow enthält. Als resultierende Forschungsfrage wird im Text deutlich, das eine präzise Hinterfragung bzw. Eingrenzung des Nutzens für das einzelne Netzwerkmitglied von hoher Relevanz ist.

