

**Dietmar Grichnik, Malte Brettel,
Christian Koropp und Mauer, René:
Entrepreneurship. Unternehmerisches Denken,
Entscheiden und Handeln in innovativen und
technologieorientierten Unternehmungen**

**Schäffer-Poeschel Verlag, Stuttgart 2010,
ISBN: 978-3-7910-2885-9, 29,95 €**

Peter Witt

Die vier Autoren von der Universität St. Gallen und der RWTH Aachen haben ein umfangreiches und von der Struktur her innovatives Lehrbuch zum Thema Entrepreneurship vorgelegt. Es unterscheidet sich von den bisher verfügbaren deutschsprachigen Entrepreneurship-Lehrbüchern vor allem durch seine sorgfältige theoretische Fundierung. Die Darstellungen sind nicht vornehmlich an praktischen Fragen der Gründung eines neuen Unternehmens orientiert, sondern behandeln die wesentlichen Theorien des unternehmerischen Handelns bzw. der Wahrnehmung unternehmerischer Gelegenheiten. Die Leser werden in jedem Kapitel an den aktuellen Stand der Entrepreneurship-Forschung heran geführt bzw. können sehen, wo noch Forschungslücken bestehen.

Das hier vorgelegte Lehrbuch zu Entrepreneurship ist auch deshalb innovativ, weil es ausführlich auf Sonderformen des unternehmerischen Handels eingeht, z. B. auf Corporate Entrepreneurship, Academic Entrepreneurship und Social Entrepreneurship. Weniger innovativ ist die Verwendung von Fallbeispielen. Zwar werden an verschiedenen Stellen des Buches Fallbeispiele von Neugründungen aus unterschiedlichen Branchen vorgestellt, die Verbindung zu den theoretischen Ausführungen des entsprechenden Kapitels ist jedoch oft schwach. Zudem fällt auf, dass die Fallbeispiele ganz unterschiedlich ausführlich sind und dass zu den Fällen manchmal gar keine Fragen oder Aufgaben gestellt wurden. Insgesamt liegt der Fokus des hier vorgelegten Lehrbuches ganz eindeutig auf den Theorien des Entrepreneurship und nicht auf Fragen des praktischen Gründungsmanagements. Ich halte das für einen klaren Wettbewerbsvorteil, weil es massenhaft Gründungsratgeber gibt, aber nur sehr wenige theoretisch überzeugende Lehrbücher zu Entrepreneurship.

Online publiziert: 16.02.2011
© Gabler-Verlag 2011

Prof. Dr. P. Witt (✉)
Lehrstuhl für Technologie- und Innovationsmanagement,
Schumpeter School of Business and Economics, Bergische Universität Wuppertal,
Gaußstraße 20, 42119 Wuppertal, Deutschland
E-Mail: witt@wiwi.uni-wuppertal.de

Die Autoren beginnen ihr Lehrbuch mit einem Teil A zu den Formen und der Bedeutung des unternehmerischen Handelns. Dabei wird in sehr überzeugender Art und Weise hergeleitet, warum es sich bei Entrepreneurship um eine eigenständige wissenschaftliche Disziplin handelt und was die wesentlichen theoretischen Annahmen dieser Disziplin sind. Weiterhin wird erläutert, welche gesamtwirtschaftliche Bedeutung unternehmerisches Handeln für eine Volkswirtschaft hat. Hier wird auch die wichtigste internationale Longitudinalstudie zu Entrepreneurship ausgewertet, der Global Entrepreneurship Monitor. Unklar bleibt nur, warum die Daten für Deutschland als „Fallbeispiel“ deklariert werden und nicht einfach als ein weiteres theoretisches bzw. empirisches Unterkapital aufgeführt werden.

Der Teil B des Buches behandelt sehr ausführlich und mit intensiver Auswertung der wissenschaftlichen Literatur das Wesen unternehmerischer Gelegenheiten. Die Autoren stellen Grundtypen unternehmerischer Gelegenheiten vor und erläutern die theoretischen Modelle der „Causation“ und „Effectuation“. Etwas praxisnäher, aber nicht weniger gut theoretisch fundiert fallen die Kapitel zu verschiedenen Geschäftsmodellen und zur Geschäftsplanung aus.

In Teil C geht es um die Ressourcenbeschaffung. Dieser Teil zeigt sehr deutlich die Vorteile dieses Lehrbuches im Vergleich zu anderen deutschsprachigen Entrepreneurship-Büchern. Dietmar Grichnik, Malte Brettel, Christian Koropp und René Mauer beschäftigen sich vornehmlich mit der Beschaffung von intangiblen Ressourcen wie Organisationskapital, Humankapital und Sozialkapital. Hier liegen aus der jüngeren Entrepreneurship-Forschung viele interessante theoretische und empirische Beiträge vor, die von den Autoren sehr schön erläutert und zusammen gefasst wurden. In herkömmlichen Ratgeberbüchern zur Unternehmensgründung findet man typischerweise nur wenig oder gar nichts über intangible Ressourcen. Die Beschaffung von Finanzkapital als tangibler Ressource kommt im vorliegenden Lehrbuch auch in kompakter und gut lesbarer Form vor, sie steht aber nicht im Mittelpunkt der Ausführungen. Als Leser hätte man sich in Teil C lediglich ein weiteres Kapitel vorstellen können, konkret eines zur Beschaffung von tangibles Sachkapital wie Maschinen, Gebäuden und Umlaufvermögen.

Teil D des Lehrbuches von Grichnik, Brettel, Koropp und Mauer befasst sich mit einigen wichtigen betrieblichen Funktionen des Entrepreneurship, konkret mit Marketing, strategischer Planung und mit Exitplanung. Insofern ist die Überschrift „Grundformen unternehmerischen Handelns“ eher irreführend. Inhaltlich fällt Teil D im Vergleich zu anderen Teilen des Lehrbuches eher kurz aus. Man hätte sich hier durchaus weitere Kapitel vorstellen können, z. B. eines zum Personalmanagement in Gründungsunternehmen oder eines zu Markenaufbau und Public Relations. Der abschließende Teil E behandelt einige interessante Sonderformen des unternehmerischen Handelns, die alle große Aufmerksamkeit in der aktuellen Entrepreneurship-Forschung genießen. Den Autoren gelingt es, den Stand der Forschung zu Corporate Entrepreneurship, Academic Entrepreneurship und Social Entrepreneurship klar und prägnant zusammen zu fassen. Zudem zeigen sie auch sehr deutlich, zu welchen Themen noch Forschungsbedarf besteht.

Formal ist das Lehrbuch von Dietmar Grichnik, Malte Brettel, Christian Koropp und René Mauer ebenso überzeugend wie inhaltlich. Jedem Kapitel sind konkret formulierte Lernziele voran und eine präzise Zusammenfassung hintenan gestellt. Die zitierte Literatur wird vollständig und übersichtlich am Ende des Lehrbuches dargestellt. Das Layout

und die Druckqualität genügen höchsten Ansprüchen. Insgesamt handelt es sich aus meiner Sicht um das gegenwärtig beste und anspruchsvollste Entrepreneurship-Lehrbuch im deutschsprachigen Markt. Es kann ohne Bedenken für alle universitären Bachelor- und Masterkurse in Entrepreneurship empfohlen werden.