

Weg mit den Klassikern

Jedes Jahr erscheinen alleine in den USA so viele Wirtschaftsbücher, dass sie aufeinandergestapelt so hoch wären wie ein neunstöckiges Gebäude. Um die alle zu studieren, würde ein Leser mehr als sechs Jahre brauchen. Wie soll sich der interessierte Mensch in dieser Masse zurechtfinden? Vier Autoren – zwei Amerikaner und zwei Deutsche – haben nun den Versuch unternommen, zwischen Top und Flop zu unterscheiden. Das Ergebnis ist eine Art *Reader's Digest* der 100 besten Wirtschaftsbücher.

Für ihre Hit-Liste teilen die Autoren das Material in Rubriken ein: Sie (also den Leser selbst betreffend), Führung, Strategie, Marketing, Management, Biographien und Unternehmertum. Dazu Bücher über Innovation, Kreativität und „große Ideen“. Innerhalb der Abschnitte wird jeder Titel einzeln vorgestellt, frei nach der Devise der Autoren: „Was drinsteht, warum genau dieses Buch wichtig ist und wie Sie davon profitieren können“. An alle behandelten Werke wurden dieselben Anforderungen gestellt: Argumentiert der Autor schlüssig? Hat er etwas Neues zu sagen? Decken sich die Ideen im Wesentlichen mit dem, was über das Thema bekannt ist? Dazu kam in einem zweiten Schritt ein Test, der die Konzepte auf Verständlichkeit und ihre praktische Anwendbarkeit abklopft.

Das Ergebnis dieser radikalen Praxisorientierung ist nun zwar eine Rubrik zum Thema „Regeln und Buchhaltung“, aber dafür fehlen alle Klassiker. In der Auswahl finden sich weder Adam Smith noch Joseph Schumpeter. Kein Wort über John Maynard Keynes, Friedrich August von Hayek oder Milton Friedman. So gesehen ist der Titel der „100 besten Wirtschaftsbücher aller Zeiten“ eine Fehlleistung, handelt es sich doch um die 100 anwenderfreundlichsten Bücher der jüngeren Vergangenheit. Über jede Hit-Liste lässt sich streiten, aber die Leistung der genannten Klassiker einfach als „Werke mit überholten Theorien“ auszusortieren, ist eine zu liebedienerische Verneigung vor dem Zeitgeist.

Wer jedoch einen leicht verständlichen Überblick über managementrelevantes Wissen sucht, ist gut bedient. Das Autorenquartett steht für viel Erfahrung: Jack Covert erfand den Wirt-



Jack Covert, Peter Felixberger, Wolfgang Hanfstein und Todd Sattersten: Die 100 besten Wirtschaftsbücher aller Zeiten. Alles, was man wissen muss. Murmann Verlag, Hamburg 2011. 468 Seiten. 24,90 Euro.

schaftsbuchdienst 800-CEO-READ, sein Kollege Todd Sattersten betreibt einen Blog über Managementliteratur, Peter Felixberger schreibt Rezensionen in deutschen Medien, Wolfgang Hanfstein ist Chefredakteur von managementbuch.de.

Ihre Auswahl reicht von Peter Druckers „Die ideale Führungskraft“ über Jim Collins „Der Weg zu den Besten“ und Steven Levitts „Freakonomics“ bis hin zu Thomas Friedmans Weltbestseller „Die Welt ist flach“. Jeder Titel wird in 500 bis 1000 Wörtern abgehandelt – dabei fällt die Subtilität des einzelnen Texts zwar unter den Tisch, aber dafür kennt der Leser jetzt die Quintessenz des behandelten Werks. Die Autoren gehen dabei auch kritisch zu Werk, Fredmund Malik etwa kriegt sein Fett weg: Die ersten 80 Seiten von „Führen, leiten, leben“ seien „unerträglich“, denn „mit wilden Behauptungen“ zeichne der Autor ein Bild des gegenwärtigen Managementdenkens, „das vor allem dazu taugt, ihn allein auf der Höhe der Erkenntnis zu positionieren“. Was dann folge – die erste wirkliche Definition des Managers als Beruf – sei jedoch der Mühe wert.

Die Beurteilung der 100 Bücher ist subjektiv, deswegen könnte über dem ganzen Buch auch ein Zitat des Verkaufsgurus Zig Ziglar stehen: „Der Kunde lässt sich mehr durch die Tiefe Ihrer eigenen Überzeugung als durch die Höhe Ihrer Logik überzeugen.“ Was sich die Autoren an Mut zur Lücke leisten, machen sie andererseits durch Begeisterung für ihr Thema wieder wett. *Barbara Bierach*