

# Rezension

*Jean-Paul Thommen, Ann-Kristin Achleitner, Dirk Ulrich Gilbert, Dirk Hachmeister, Svenja Jarchow und Gernot Kaiser: Allgemeine Betriebswirtschaftslehre. Umfassende Einführung aus managementorientierter Sicht, 9., vollständig überarbeitete Auflage, ISBN 978-3-658-27245-6, S. 649, Preis 59,99 Euro, SpringerGabler: Wiesbaden 2020.*

Die Autoren und Koautoren bieten eine umfassende Übersicht über die Entwicklung der Betriebswirtschaftslehre an. Sie gehören zu den renommiertesten Wirtschaftswissenschaftlerinnen und Wirtschaftswissenschaftlern im deutschsprachigen Raum. In der 9. Auflage wurden die Aspekte Marketing, Rechnungswesen, Unternehmensbewertung und Organisation überarbeitet.

Profitieren können von diesem empfehlenswerten Werk besonders Manager und Juristen, die ihre praktischen Kenntnisse durch Weiterbildung verbessern möchten.

Die Arbeit besteht aus 10 Teilen, die wiederum in 47 Kapitel unterteilt sind.

Die Themenbereiche im Teil II, V, VII und IX wurden aktualisiert und überarbeitet.

Im Teil I „Unternehmen und Umwelt“ werden Antworten auf die Fragen gegeben, was Betriebswirtschaftslehre ist und wie sich Unternehmen nach Typologie und Zielen aufteilen lassen. Der sehr gut strukturierte ganzheitliche Blick auf die Betriebswirtschaftslehre ist aner kennenswert. Aussagekräftig und didaktisch wertvoll ist die Übersicht 1. 13 „Gliederung der Betriebswirtschaftslehre“ (S. 21). Im Kontext der Integration aller Gliederungskriterien wird deutlich, dass die Aspekte „funktionell“, „institutionell“ und „genetisch“ kaum streng zu trennen und verstehen sind. Im umfangreichen Teil II „Marketing“ zeigen die Autoren

die breite Palette von Möglichkeiten und Notwendigkeiten auf, wie ein erfolgreiches Unternehmen zu führen ist. Dabei wurde die zunehmende Digitalisierung berücksichtigt, z. B. Internet, Online-Werbung und Social-Media-Marketing (vgl. S. 144). Die Standardwerke des Marketing, u. a. Bruhn (2019), Homburg (2017), Kotler/Keller/Opresnik (2017) und Meffert /Burmannel/Kirchgeorg/Eisenbeiß (2019) wurden systematisch eingearbeitet. In Teil III „Supply-Management“ geht es um Sachziele im Sinne der Sicherstellung und Verfügbarkeit notwendiger Güter. Teil IV „Produktionsmanagement“ beschreibt Grundlagen, Planung und Produktionsprozesse. Teil V befasst sich mit „Rechnungswesen“ allgemein. Die Autoren analysieren u. a. die Rechnungsauslegung nach HGB (Handelsgesetzbuch) und nach IFRS (International Financial Reporting Standards) und beschreiben die Grundlagen des betrieblichen Rechnungswesens. Dieses dient der Erfassung, Verarbeitung und Überwachung der Vorgänge auch mithilfe des Controlling aller relevanten betrieblichen Leistungsprozesse (vgl. S. 220). Standardwerke wie das von Baetge, Kirsch, Thiel (2007) und Horvath, Gleich, Seiler (2019) wurden dabei berücksichtigt. Teil VI „Finanzierung“ analysiert die Grundbegriffe und Formen der finanzwirtschaftlichen Systematik. Eine wesentliche Rolle spielt dabei das „Corporate Governance“; dieses bezieht sich auf die Leitungsorgane (Managementstrukturen) eines Unternehmens im Sinne der Kontrolle ihres Verhaltens (vgl. S. 313). Anschließend geht es in (Teil VII) „Investition und Unternehmensbewertung“ um Grundlagen der Investition, Investitionsrechnung und Unternehmensbewertung. Die Klassiker der Fachliteratur wie z. B. Achleitner, Nathusius,

Venture (2004); Ballwieser, Hachmeister (2016); Drukarczyk, Schüler (2016); Kruuschwitz, Lorenz (2019) wurden systematisch eingearbeitet. In Teil VIII „Personalmanagement“ wird die Relevanz der Personalproblematik, z. B. Personalbedarfsermittlung, Personalbeschaffung und Personalentwicklung, in einem gut funktionierenden Unternehmen, analysiert. Teil IX „Organisation“ liefert Analysen, wie eine Organisation als Managementaufgabe je nach Organisationsform optimal funktionieren kann. Des Weiteren weisen die Autoren auf die verstärkte Rolle der Selbstorganisation und Partizipation des Personals hin. Neu ist die Organisationsentwicklung besonders in den drei Bereichen Scrum, Agiles Management und Holokratie. Der „Scrum“ bedeutet eine Form des agilen Projektmanagements, bei welcher die Selbstbestimmung und eine eindeutige Rollenzuweisung im Team eine wesentliche Rolle (vgl. S. 539) spielt. Beim „Agilen Management“ handelt es sich um Eigenverantwortung, Vertrauen und partizipative Mitbestimmung. Das Konzept der „Holokratie“ meint die Selbstorganisation und keine Hierarchien in einem Unternehmen. Zum Thema Organisation wird primäre Literatur zitiert, z. B. Schreyögg (2016) und Vahs (2015). Abschließend (Teil X „Management“) werden Strukturen, Strategien und Aufgaben des modernen Managements diskutiert und konzeptionell begründet. Zahlreiche Fachbegriffe stammen aus dem Angelsächsischen, z. B. „Issue-Management“ (S. 16), „Affiliate Marketing“ (S. 144), „Computer Integrated Manufacturing“ (S. 207), „Corporate Governance“ (S. 313), „Coaching“ (S. 474), „Outsourcing“ (S. 509) und „Balance Scorecard“ (S. 608) und werden hier angewendet. Sie tragen der Globalisierung der Wirtschaft Rechnung. Die daraus resultierenden Vorteile sind nicht vor der Hand zu weisen. Im Zentrum der Aufmerksamkeit der Betriebswirtschaftslehre steht immer das Unternehmen; es ist „... ein offenes, komplexes, dynamisches, autonomes, marktge-

richtetes, produktives, soziales System ...“ (S. 8). Langfristig wird ein Unternehmen überleben, wenn es die gesellschaftlichen Belange berücksichtigt; man spricht in diesem Kontext von Corporate Social Responsibility (CSR) als Maßnahmen „... die Unternehmen freiwillig zum Wohl der Gesellschaft durchführen und die nicht unmittelbar dem Unternehmen und der Erfüllung von Formalzielen dienen“ (S. 47). Konkret heißt das, dass in einem erfolgreichen Unternehmen der Zukunft Ökonomie, Ökologie und öffentliche Verantwortungsübernahme sich nicht ausschließen dürfen.

**Kritische Würdigung:** Was macht dieses Buch so besonders wertvoll? Erstens seine „pädagogische“ und didaktische Leichtigkeit; komplizierte Themen werden verständlich dargestellt. Zweitens wirkt die Lektüre durch die systematischen graphischen Darstellungen transparent und nachvollziehbar, z. B. Abbildung 1.1. „Einteilung der Wirtschaftsgüter“ (S. 6) und Abbildung 47.3 „Konstitutive Elemente einer Glaubwürdigkeitsstrategie“ (S. 628). Drittens findet sich am Ende jedes Kapitels ein einführendes Literaturverzeichnis als geeignete Hilfe für Autodidaktiker. Viertens erleichtert das Stichwortverzeichnis im Nachhinein die Nachvollziehbarkeit der Ausführungen. Fünftens ist das Werk trotz seines Volumens keineswegs langweilig, sondern macht neugierig. Sechstens ist die Konzeption des Buches so angelegt, dass auch Nicht-Betriebswirtschaftswissenschaftler z. B. Soziologen und Pädagogen, davon erheblich profitieren können. Darüber hinaus lässt sich das Lehrbuch sowohl für die Wirtschaft als auch für den Nonprofitsektor (u. a. Vereine) empfehlen. Meine Anregung für die nächste Auflage wäre, ans Ende jedes Kapitels eine kurze Zusammenfassung in englischer Sprache zu stellen, damit dieses Buch auch weltweit gelesen wird, besonders osteuropäische Wirtschaften können sehr davon profitieren.

*Siegmund Pisarczyk*