



Peter Navarro

## Das komplette Wissen der MBAs

2. überarbeitete Auflage  
FinanzBuch Verlag  
München 2008  
360 Seiten, 34,90 €  
ISBN: 978-3-89879-264-6

Jedes Jahr verlassen mehr als 100.000 MBA-Absolventen ihre Ausbildungsstätten, und auch die aktuelle Wirtschaftskrise kann dem Boom der MBA-Ausbildung bisher wenig anhaben. Dennoch melden sich auch skeptische Stimmen wie der amerikanische Management-Professor Henry Mintzberg, die die Ausbildung zum Master of Business Administration als zu eng, weil zu faktenorientiert und zu sehr auf die betriebswirtschaftliche Analyse fokussiert, kritisieren.

Peter Navarro verfolgt mit seinem Buch „Das komplette Wissen der MBAs“ den Anspruch, Fragen, Konzepte, Werkzeuge, Fähigkeiten und Wissen eines klassischen MBA-Programms zu einem „lesbaren und nützlichen Managementbuch zusammenzufassen“, das zwar ein MBA-Programm nicht ersetzen, aber doch unterstützen könne.

Von den in MBA-Programmen vermittelten Konzepten, Werkzeugen und Fähigkeiten ist Navarro mehr als überzeugt. Diese würden es Managern erlauben, „mit dem mächtigsten Arsenal analytischer Waffen, das je entwickelt wurde, in sämtlichen Lebenslagen und in nahezu jeder Managementposition die täglichen Schlachten im Unternehmen zu schlagen.“

Um diesem mit der MBA-Ausbildung verfolgten, fast heroisch anmutenden Anspruch gerecht zu werden, hat Navarro, selbst Professor für Makroökonomie an der University of California, Irvine, renommierte Fachkollegen als Co-Autoren seines Werks verpflichtet. Darunter sind Professoren aus Stanford, der Wharton School of

Business, der University of Washington, der Sloan School of Management oder der Kellogg School of Management.

Das Buch umfasst zwölf inhaltlich motivierte Kapitel und ein Schlusswort. Nach einer Einführung in die Thematik (Kapitel 1) wird in Kapitel 2 ein Gesamtüberblick über das MBA-Curriculum gegeben, das sich an dem Kerncurriculum der Top-50-MBA-Schulen in den USA orientiert. Dieses besteht aus fünf Themenschwerpunkten, an denen sich auch das Buch inhaltlich ausrichtet. Aus der Analyse der Curricula der Top-Schulen geht hervor, dass Strategie- und Taktikfragen eine ebenso große Rolle spielen wie Kurse zu quantitativen Analysen und mikroökonomischen Grundlagen. Wichtig sind zudem Kurse zu funktionalen Spezialisierungen wie Corporate Finance, Buchhaltung oder Marketing. Weitere Themenkategorien sind Organisationslehre und Leadership sowie die politischen und rechtlichen Rahmenbedingungen von Unternehmen.

Diese fünf Themenschwerpunkte werden in den folgenden Kapiteln 3 – 12 des Buches vertieft behandelt. Daniel Spulber (Kellogg School of Management) beschreibt fünf Schritte zu einer erfolgreichen strategischen Analyse. Peter Navarro führt in die Makroökonomie und das richtige Timing von Geschäftsstrategien ein. Richard Lutz und Barton Weitz (beide University of Florida) beleuchten das Strategische Marketing, Stevan Nahmias (Santa Clara University) gibt Einblicke in das Operations- und Lieferketten-Management. Leslie Breinter (University of Washington) zeigt, dass die Finanzbuchhaltung eine wichtige Grundlage für Managerentscheidungen darstellt. Das folgende Kapitel führt in die Welt des innerbetrieblichen Rechnungswesens und das damit verbundene „Zahlendrehen für interne Entscheidungs- und Kontrollprozesse“ ein. Stephen Ross, Randolph Westerfield und Jeffrey Jaffe (Sloan School of Management/University of Southern California/Wharton School of Business) stellen die wichtigsten Themen und Schlüsselkonzepte des Corporate Finance dar.

Zum Themenfeld „Organisational Behavior“ referieren Steven Mc Shane und Mary Ann von Glinow (University of Western Australia/Florida International University). In das MBA-Handwerkszeug führen Charles Bonini (Stanford) mit einem Beitrag zur Statistik und Entscheidungstheorie und Pepter Navarro mit einem Beitrag zur Mikroökonomie ein.

Alle Beiträge zeichnen sich durch eine sehr gute Verständlichkeit und ein hohes Maß an Kompaktheit aus. Die Beiträge beinhalten zentrale Instrumente und Denkmuster, die in der klassischen MBA-Ausbildung vermittelt werden und verknüpfen diese mit konkreten Anwendungsfällen. Inhaltlich wird deutlich, dass strategische und organisatorische Fragen in der US-amerikanischen Ausbildung eine große Bedeutung haben, dass bei der Behandlung dieser Themen aber auch „weiche Faktoren“ wie Unternehmensethik und -kultur eine wichtige Rolle besitzen.

Sicherlich erfüllt das Buch von Navarro keinen wissenschaftlichen Anspruch, stattdessen enthält es zahlreiche Anregungen und Hinweise, die für den praktischen Einsatz im Managementalltag hilfreich sein können. Schon allein aufgrund der beschränkten Seitenzahl (360 Seiten) kann das Buch nur einen Überblick über wichtige Werkzeuge und Konzepte bieten. Diese sind sehr klassisch ausgewählt und nehmen die Kritik an der „geistigen Enge“ zahlreicher MBA-Programme nicht explizit auf.

Das Buch eignet sich somit für alle, die selbst überlegen, ein MBA-Programm zu beginnen und für Praktiker, die einen schnellen und kompakten Einblick in klassische managementrelevante Instrumente und Denkmuster bekommen wollen. Das Studium selbst und die kritische Reflexion über den Nutzen und die Grenzen dieser Instrumente und Denkmuster kann es jedoch nicht ersetzen.

**Prof. Dr. Bernhard Hirsch,**  
Neubiberg