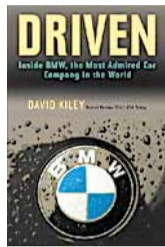


ANZEIGE



BÜCHER

TOP TEN ENGLAND / USA



1 (2) Driven David Kiley. John Wiley & Sons 2004, 320 S., 27,95 \$, ISBN 0471269204. Autojournalist Kiley schildert technische Details, unternehmerische Hintergründe und die Markenstrategie von BMW.

2 (1) The Five Dysfunctions of a Team Patrick Lencioni. Jossey-Bass 2002, 200 S., 22,95 \$, ISBN 0787960756. Kompetente und konkrete Ratschläge, wie ein Team funktioniert. **Deutsche Ausgabe:** Mein Traum-Team, Campus, 24,90 €.

3 (8) Getting Things Done David Allen. Penguin Books 2003, 288 S., 14,00 \$, ISBN 0142000280. Die Bewältigung von Stress hin zu einem produktiveren Arbeitsrhythmus. **Deutsche Ausgabe:** Wie ich die Dinge geregelt kriege, Piper, 19,90 €.

4 (7) Bull's Eye Investing John Mauldin. John Wiley & Sons 2004, 432 S., 24,95 \$, ISBN 471655430. Schlechte Nachrichten für alle, die an eine schnelle Markterholung glauben. Aber auch handfeste Alternativen für Ihr Finanzmanagement.

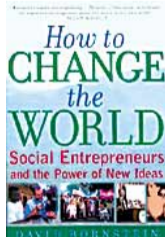
5 (9) Plan of Attack Bob Woodward. Simon & Schuster 2004, 468 S., 28 \$, ISBN 074325547x. Mit zahlreichen Interviews schildert einer der beiden Watergate-Enthüller die amerikanische Irak-Politik. **Deutsche Ausgabe:** Der Angriff, DVA, 24,90 €.

6 (4) The Coming Generational Storm Laurence J. Kotlikoff, Scott Burns. MIT Press 2004, 328 S., 27,95 \$, ISBN 0262112868. Die amerikanische Version des deutschen Bestsellers „Das Methusalem-Komplott“.

7 (re) Crucial Conversations Kerry Patterson, Al Switzler, Ron McMillan. McGrawHill 2002, 256 S., 14,95 \$, ISBN 0071401946. Wenn es um alles oder nichts geht: Möglichkeiten der dauerhaften Konfliktlösung durch das klärende Gespräch.

8 (5) Origins of the Crash Roger Lowenstein. The Penguin Press 2004, 270 S., 24,95 \$, ISBN 1594200033. Kreative Buchführung und deren Auswüchse werden bis zum Crash analysiert.

9 (10) Perfectly Legal David Cay Johnston. Portfolio 2003, 320 S., 25,95 \$, ISBN 1591840198. Der Pulitzer-Preisträger zeigt, wie das US-Steuersystem die Reichen bevorzugt.



10 (neu) How To Change the World David Bornstein. Oxford University Press 2004, 320 S., 28 \$, ISBN 0195138058. Soziale Innovationen und erfolgreiches Unternehmertum lassen sich verbinden.

Quelle: www.getAbstract.com getAbstract

Wie das Buch-Ranking funktioniert: Die Bestenliste beruht auf drei gleichgewichteten Kriterien: 1. Anzahl der Downloads bei getAbstract, 2. Buchbewertung bei getAbstract, 3. Verkaufsrang bei Amazon.de

Kontakt: prellberg.michael@ftd.de

Mo	PORTRÄT
Di	RECHT & STEUERN
► Mi	WIRTSCHAFTSBÜCHER
Do	WISSEN
Fr	LITERATUR

Es gibt ein Leben nach dem Tode

Aber wie die Zukunft der kriselnden Musikindustrie aussehen könnte, weiß Ex-Plattenboss Tim Renner auch nicht

Von Markus Giesler

Dieser Mann statuiert ein Bilderbuchexemplar für die rasanten Entwicklungen der Musikindustrie der letzten Jahre, kaum ein anderer Manager repräsentiert die Achterbahnfahrt der Branche so sehr wie Tim Renner. Angefangen als Radiomacher und Journalist, wollte er als selbst ernannter „Westentaschen-Wallraff“ die bösen Mächte der Industrie enttarnen, heuerte mit 22 Jahren bei der Plattenfirma Polydor an – und schaffte einen kometenhaften Aufstieg zum Deutschlandchef des Weltkonzerns Universal Music. „Dies ist die Geschichte eines Scheiterns“, so leitet Renner wenige Monate nach seinem Ausscheiden bei Universal seine Memoiren ein. Er zeichnet das Bild eines jungen Mannes, der scheinbar unfreiwillig in die Mühlen eines diabolischen Systems gerät, das er eigentlich zu enttarnen gedachte – und in dem er doch ganz und gar aufgeht. Als er noch Boss des Plattenlabels Motor war, pflegte er sporadisch mit „Gott“ zu unterzeichnen.

Sein Buch „Kinder, der Tod ist gar nicht so schlimm“ hat er überzeichnend in altes und neues Testament gegliedert und erzählt zunächst vom „Paradies“. Mit der Philosophie seiner Helden Richard Branson (Gründer von Virgin) und Chris Blackwell (Gründer von Island), Künstler zu fördern, die nicht dem Mainstream entspringen, kommt zunächst der große Erfolg. Renner erlebt den Siegeszug von Punk und New Wave an vorderster Managerfront und nimmt Bands wie „Element of Crime“ oder „Rammstein“ unter seine Fittiche.

In mal mehr, mal weniger unterhaltsamen Passagen schildert Renner ausführlich die technologischen Entwicklungen der Branche und ihre daraus resultierenden marktwirtschaftlichen Veränderungen. Kurze historische Exkursionen schaffen auch Lesern ohne Branchenkenntnisse einen Überblick über die Metamorphosen der Medienlandschaft. Nebenbei sorgen Anekdoten aus dem (Manager-)Alltag für zwischenzeitlich leichte Unterhaltung. Komödiantischen Wert hat beispielsweise die Schilderung des Bewerbungsgesprächs bei Motor, das Renner trotz oder gerade wegen eines vorher eingenommenen Heuschnupfenmedikaments, das in Kombination mit einem Glas Sekt zu einem Ecstasy-Substitut reagiert, erfolgreich besteht.

Weniger lustig stellt sich das Kapitel vom „Sündenfall“ dar, in dem das Moment der Desillusionierung in das turbulente Managerspiel kommt. Börsengänge, Fusionen und Controller, „die noch nie einen Musikkonzern von innen gesehen haben“, bieten keinen Raum mehr für Visionen – und kosten Tausende von Men-

schon ihre Jobs. Optimierung und Professionalisierung kontrastieren mit Kreativität und Emotion. Ausgefeilte Marketingstrategien hieven One-Hit-Wonder-Popstars mit zweifelhaften Methoden in die Charts und investieren in gewinnbringende Pop-Kompilationen, anstatt behutsam qualitativ hochwertigen Nachwuchs aufzubauen. Im Zeitalter der Castingshows bleibt die Authentizität der Musiker auf der Strecke, es entsteht eine „Banalisierung des Musikmachens“.

Renner beleuchtet zwar gekonnt die schwierige Position des Managers als Medium zwischen Kapital

und Künstler. Als Repräsentant wirbt er beiläufig um Verständnis für alle die armen Manager, die nun mal den Regeln des Kapitals unterworfen sind.

Seine eigene (nicht unumstrittene) Rolle bleibt in den meist sehr allgemein gehaltenen Ausführungen jedoch zu wenig konkret, er enthält den Lesern eine ausführliche selbstkritische Reflektion seines eigenen Wirkens vor. Am Ende des Buchs möchte Renner sich als gescheiterten Idealisten inszenieren, der aus seiner Niederlage neue Stärke gezogen und sich wieder auf seine Visionen besonnen hat. Auf Grundlage der Erkenntnis, dass sich technische Innovationen nicht stoppen lässt

Die Musik und das Geld



Markus Giesler, Jahrgang 1976, ist Assistant Professor of Marketing an der Schulich School of Business in Toronto. Sein Thema ist die zunehmende Vernetzung von Konsum, Kultur und Technologie. Der Wirtschaftswissenschaftler war früher als Autor und Musikproduzent im 1995 von ihm gegründeten Musiklabel tätig.

Tim Renner begann als Journalist, bevor er in der Musikindustrie Karriere machte. 2003 trat er als Deutschlandchef von Universal Music zurück. Der Titel seines Buches ist ein Verweis auf seine Ursprünge: „Kinder der Tod“ hieß eine 1981 erschienene Single der deutschen Band Palais Schaumburg.



und sie darum nutzbar gemacht werden muss, „werden Plattenfirmen und Musikverlage im herkömmlichen Sinne überflüssig“.

Renners Zukunftsvision sieht folgendermaßen aus: Die neu gewonnene technische Möglichkeit des Künstlers, sich durch die Digitalisierung der Musik von großen Geldgebern unabhängig zu machen, führt zu jener Unabhängigkeit der Kunst, für die sich Renner einst zu kämpfen aufmachte. Auch ohne ein Major-Label im Rücken ist es (mit einem unabhängigen Netzwerk) möglich, bei MTV oder Viva gespielt zu werden. Bands wie „Wir sind Helden“ haben die Praktikabilität dieser Methode bereits eindrucksvoll bewiesen. Eine Verschmelzung von Management, Verlag und Labels sowie eine Konzentration der Urheberrechte nimmt den Künstler verstärkt in die unternehmerische Verantwortung – und eröffnet ihm neue Chancen.

Erlaubt man sich den Mut für jenes neue Modell, ergibt sich langfristig tatsächlich ein Ausweg aus der inhaltlichen und wirtschaftlichen Krise. Dann ist der Tod der alten Strukturen wirklich, wie der Buchtitel behauptet, „gar nicht so schlimm“. Allerdings erscheint der Untertitel „Über die Zukunft der Musik- und Medienindustrie“ in Anbetracht der Kürze der visionären Ausführungen übertrieben. Und Renners Fazit selbst ist nicht so neu und spektakulär, wie er suggeriert.

Kinder, der Tod ist wirklich nicht so schlimm Tim Renner Campus 2004, 220 S., 19,90 €, ISBN 3593376369.

Ein Ökonom überzeugt als Bohemien

John Maynard Keynes zeigt sich als eleganter Stilist

Von Alexander Kluy

Er war Publizist. Theaterintendant. Finanzier einer Ballett-Compagnie. Gründer des britischen Arts Council. Professor. Börsenspekulant. Manager der größten englischen Versicherungsgesellschaft. Eigentümer und Herausgeber einer Wochenzeitung. Regierungsberater. Finanzverwalter des King's College. Und nicht zuletzt Revolutionär des ökonomischen Denkens des 20. Jahrhunderts. Das alles war John Maynard Keynes (1883-1946), der Wirtschaftswissenschaftler, der der Ära von 1945 bis zur Ölkrise 1973 seinen Namen gab. Heute werden seine Ideen wieder ins Spiel gebracht, um bestimmten politischen Interessen und Konzepten einen seriösen Anstrich zu verleihen.

Wer war dieser englische Wissenschaftler aus Cambridge? In den nun erstmals vollständig auf Deutsch vorgelegten zwei Essays „Freund und Feind“ präsentiert sich Keynes halb gespiegelt in den Erinnerungen an Freunde und Feinde, halb entwirft er selbst sein Charakterbild. Das Besondere hierbei: Bei beiden Aufsätzen handelt es sich um Manuskripte, die Keynes zu Lebzeiten nicht zum Druck freigab, die er allerdings testamentarisch von dem ansonsten gesperrten Nachlass ausnahm.

Keynes gehörte zur so genannten Bloomsbury Group, die sich um das Schriftstellerpaar Virginia und Leonard Woolf gebildet hatte. Innerhalb dieses Kreises, einer gegen das spätviktorianische Establishment gerichteten Bohemengruppe, war er einer der ganz wenigen, die eine starke Verankerung in Politik und Wirtschaft hatten.

Innerhalb dieses Freundeskreises bildete sich ein kleiner Zirkel heraus, der Memoir Club, in dem es Brauch war, persönliche Begegnungen und Erlebnisse vorzutragen. Das tat auch Keynes. Die Anspielungen, Invektiven, Überzeichnungen, das Karikaturistische-Übertriebene, durch Witz und Geist Gespickte wurde in diesem intimen Kreis sehr wohl verstanden. An Kritik sparte Keynes nicht im ersten Text, dem Porträt des Dr. Melchior, eines deutschen Privatbankiers und Delegierten bei der Ausarbeitung der Versailler Verträge 1919. Keynes war erstaunt über dessen Klarsicht und ökonomische Rationalität. Ganz im Gegensatz zu den übrigen bornierten, dummen, eiteln und dickköpfigen Teilnehmern auf allen Seiten.

Ebenfalls überaus geschliffen und amüsant zeichnet Keynes seine intellektuellen Anfänge in Cambridge und London um 1900 nach. Das Verblüffende: Auch heute noch sind diese eleganten, süffigen Texte sehr lesbar und lesenswert. Nicht nur als Einführung in Denken und Leben eines großen Ökonomen, sondern als Dokumente eines Scharfsichtigen mit spitzer Zunge, eines Humanisten mit Herz und Herzschwäche.

Freund und Feind John Maynard Keynes Berenberg 2004, 128 S., 18 €, ISBN 3937834001.

Die willfährigen Helfer der Mörder

Die tief in die Gräueltaten der Nationalsozialisten verstrickte Degussa legt Rechenschaft ab über ihr schändliches Verhalten im Dritten Reich

Von Harald Loch

Zukunft braucht Herkunft“, heißt es auf der Homepage der Degussa. Um diese Herkunft gibt es Streit: Wer mit der Lieferung des Mordgases Zyklon B nach Auschwitz Geschäfte gemacht hat, soll nicht am Mahnmahl für die ermordeten Juden Europas in Berlin Geld verdienen. Die Degussa verzichtete.

Es gibt keinen Königsweg aus der Verstrickung deutscher Großunternehmen in die Verbrechen der Nazizeit. Historische Ehrlichkeit kann ein erster Schritt sein. Der Vorstand der Degussa – „AG Deutsche Gold- und Silber-Scheideanstalt vormals Roessler“ – beauftragte vor sieben Jahren Peter Hayes mit der Erforschung der Geschichte der Degussa während der NS-Zeit. „Die Annahme eines solchen Auftrages birgt einige Risiken für den wissenschaftlichen Ruf eines Forschers“, schreibt der US-amerika-

nische Geschichtswissenschaftler und Holocaust-Forscher im Vorwort seines jetzt erschienenen Werkes. In der Tat ist das Objektivitätsgebot gegenüber einem solchen Auftraggeber nur schwer zu befolgen, zumal die Degussa das am tiefsten in die Gräueltaten der Nationalsozialisten verwickelte Unternehmen ist.

Peter Hayes hält sich so eng wie möglich an die Quellen, selbst, wenn damit keine „Erzählung“ aus dieser Firmengeschichte wird. Sein faktenreiches Buch zeichnet den schändlichen Weg des Unternehmens von der Zusammenarbeit zur Mittäterschaft nach, benennt die verantwortlichen Personen an diesem Prozess und ihre Tatanteile, beschreibt die Tätigkeitsfelder, auf denen sich die Degussa in das Unrechtsregime der Nazis verstrickte: „Arisierung“ jüdischer Unternehmen, Profit aus den kriegsvorbereitenden Wirtschaftsmaximen „Autarkie und Aufrüstung“, die Verarbeitung des in ganz Europa geraubten Goldes und Plünderung der besetzten Gebiete.



Durch die Produktion von Zyklon B wird Degussa immer mit der Erinnerung an Konzentrationslager wie **Auschwitz** verbunden sein

Im Verlaufe des Krieges mussten Zwangsarbeiter immer stärker die Produktion aufrechterhalten, und schließlich lieferte die Degussa das zu anderen Zwecken entwickelte Gift Zyklon B nach Auschwitz, Sachsenhausen, Majdanek, Mauthausen, Theresienstadt und Stutthof. Die Einzelheiten des Buches belegen die moralische Entwurzelung der damaligen Verantwortlichen.

Auch wenn die Quellenlage gegen Kriegsende ausdünn, gelingt es Peter Hayes, aussagekräftige Zahlen über Umsatz, Gewinn und Liefermengen in einem Anhang zusammenzustellen. Sie belegen das Ausmaß des glänzenden unternehmerischen „Erfolgs“ während der Nazizeit. Der Autor widerstand der Versuchung, die Lücken durch Hochrechnungen zu schließen, um die furchtbare Faszination der großen Zahl zu erzielen.

Wie sehr sich die Verbrecher an der Unternehmensspitze auch nach dem Krieg noch gegenseitig stützten und jede angemessene Rechenschaft verhinderten, ist dann ein Stück Zeitgeschichte Nachkriegsdeutschlands und der frühen Bundesrepublik.

Die Degussa im Dritten Reich - Von der Zusammenarbeit zur Mittäterschaft Peter Hayes C.H. Beck 2004 486 S., 34,90 €, ISBN 3406522041.