

Leben

Reaktionen

Politische Themen

Die Schwerpunktthemen, die *economy* aufgreift, gefallen mir wirklich gut. In der Ausführlichkeit und dem Facettenreichtum gibt es das selten auf dem österreichischen Zeitungsmarkt. Allerdings finde ich den Titel *economy* bei den vielen – erfreulicherweise auch politischen Beiträgen – nicht sehr passend. Was mich bei der letzten Ausgabe (Nr. 40 vom 3. August 2007, Anm. d. Red.) ein bisschen gestört hat, ist, dass das Thema Sicherheit eher ein wenig negativ dargestellt wurde. Als Brandschutzexperte habe ich beruflich leider sehr oft gegen einen allzu sorglosen Umgang mit dem Thema Sicherheit sowohl von Menschen als auch Unternehmen anzukämpfen.

M. Mayerhofer, St. Pölten

Die Abwechslung

Ihr schafft es bei jeder Ausgabe, aktuelle Themen aufzugreifen, diese ausführlich und spannend aufzubereiten und neue Facetten herauszuarbeiten, die in den tagesaktuellen Medien viel zu kurz kommen. Die Zeitung ist lehrreich, informativ, spannend und abwechslungsreich. Ich freue mich jedes Mal auf die Lektüre. Nur schade, dass es *economy* nur alle zwei Wochen gibt.

Gertraud Koschatko, Wien

Eine feine Nische

Chapeau! Schon seit Längerem möchte ich dazu gratulieren, wie gut es Ihnen gelingt, ein Thema aus den Blickwinkeln Forschung, Technologie und Wirtschaft zu beleuchten. Die Themen, die aufgegriffen werden, sind sehr interessant. Es werden Aspekte beleuchtet, die man sonst nur in Fachartikeln lesen kann, zu denen man keinen oder nur einen erschwerten Zugang hat, wenn man nicht vom Fach ist. Damit hat *economy* eine Nische gefunden. Etwas schade finde ich, dass der Teil „Special Innovation“ nicht besser redaktionell an das Thema des Blattes angepasst wird. Er wirkt als eigener Teil, der nicht unbedingt mit dem Thema etwas zu tun hat.

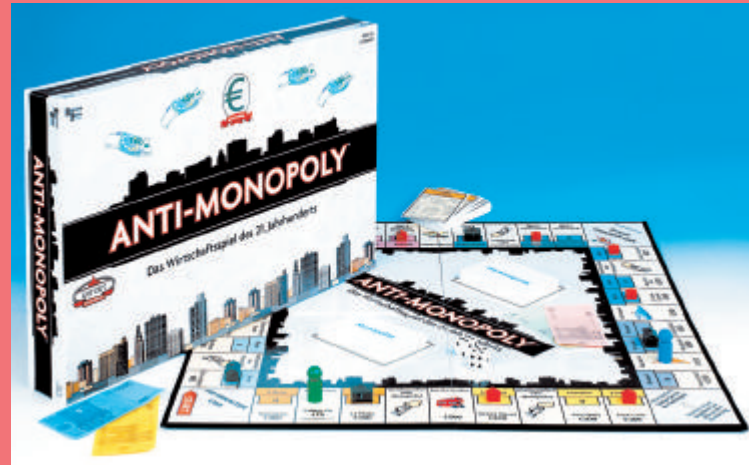
Christina Frotschnig, Wien

Schreiben Sie Ihre Meinung an: Economy Verlagsgesellschaft m.b.H., Gonzagagasse 12/12, 1010 Wien.

Sie können Ihre Anregungen aber auch per E-Mail an folgende Adresse senden: redaktion@economy.at

Im Test

Anti-Monopoly – das Wirtschaftsspiel



Selbst fanatische Kapitalismuskritiker haben es sicherlich schon mal getan: Sie sind in die Figur eines gierigen Immobilienhais geschlüpft, haben für ihre Häuser und Hotels horrende Mieten verlangt und damit die Mitspieler in den Ruin getrieben. Seit 100 Jahren spielen Klein und Groß Monopoly oder DKT (Das kaufmännische Talent) und streben unbarmherzig nach Gewinn.

Ähnlich verhält es sich mit Anti-Monopoly. Auch hier kämpfen Spieler darum, zum reichsten Immobilien- und Grundbesitzer zu werden. Der Unterschied: Die Spieler können zu Beginn entscheiden, ob sie als Monopolist oder als Wettbewerber ins Rennen gehen wollen.

Monopol gegen Wettbewerb

Der Wettbewerber verdient sein Geld mit fairen Mieteinnahmen, darf jede Straße, die ihm gehört, bebauen. Er sorgt für ein Gleichgewicht von Angebot und Nachfrage, kann aber in einen „Preiskrieg“ geraten. „Ein Konzern senkt die Mietpreise, um der Konkurrenz das Genick zu brechen. Sie können nicht mithalten und machen Verluste. Zahlen Sie xxx Euro an die Bank“, heißt es beispielsweise auf den Aktionskärtchen.

Der Monopolist nimmt sein Geld über überhöhte Mieten ein. Er darf dann bauen, wenn ihm mehrere Straßen in einer Stadt gehören. Indem er die Konkurrenz auszuschalten versucht, sorgt er für begrenztes Marktangebot. Trifft er unerlaubterweise Preisabsprachen, werden Geldbußen eingefordert. Oder er landet im Gefängnis. Auch vor Übernahmen ist er nicht gefeit. „Mangels Konkurrenz haben Sie Ihre Geschäfte vernachlässigt. Eine Importfirma hat Teile Ihres Unternehmens aufgekauft. Ihr Eigenkapital schrumpft. Zahlen Sie xxx Euro.“

Es kann zwischen mehreren Spielvarianten gewählt werden. Sieger ist, a) wer alle anderen Spieler in den Konkurs getrieben hat, b) wer

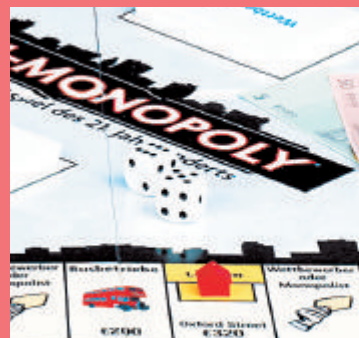
der reichste Wettbewerber ist, nachdem alle Monopolisten in den Konkurs getrieben wurden, oder c) der reichste Monopolist ist, nachdem alle Wettbewerber durch Konkurs eliminiert worden sind.

Kampf um Markenrechte

Bei Anti-Monopoly bekommt man nicht nur einen spielerischen Einblick in die Spielregeln der Wirtschaft, es birgt auch ein Stück Realität im Kampf gegen Monopole. Monopoly prozessierte jahrelang gegen Ralph Anspach, den Erfinder der Anti-Version. Der Spielhersteller beharrte auf seinen Markenrechten und wollte die Markteinführung von Anti-Monopoly mit allen Mitteln verhindern.

Das Spiel erschien erstmals im Jahr 1973. Es setzte dort an, wo klassisches Monopoly endet. Bestehende Monopole mussten zerstört, freie Marktwirtschaft geschaffen werden. Aber die Spielregeln waren zu kompliziert und mussten überarbeitet werden. So entstand eine zweite, einfachere Version. Doch die Altersempfehlung für Spieler ab 8 Jahren ist trotz Vereinfachung der Spielregeln eindeutig zu niedrig gegriffen: Für unsere 14-jährigen Testspielerinnen (zwei fanatische DKT-Spielerinnen) waren die Regeln nur schwer zu durchschauen. Das Spiel wird dadurch langweilig. Auch das Design des Spielbretts regt nicht gerade die Spiellust an: stark reduzierte Farbpalette, karge grafische Darstellungen, fantasielose Figuren. Kein Vergleich zum guten, alten Monopoly oder DKT. Preis: 24,90 Euro.

Astrid Kasperek
www.antimonopoly.com



Buch der Woche

Spontan das Richtige tun

Dienst nach Vorschrift, Gehorsam, Ordentlichkeit und Pünktlichkeit hießen die Arbeitstugenden von gestern. Heute zählen Flexibilität, Mobilität, es herrscht das kreative Chaos, und eigenverantwortliches Handeln zum richtigen Zeitpunkt ist angesagt. Wettbewerbsfähige Unternehmen müssen kunden- und marktorientiert sein, dezentral agieren, und sie brauchen Innovationskraft. Dafür ist nunmehr die subjektive Lösungskompetenz der Mitarbeiter gefragt, die gleichermaßen Selbstständigkeit wie Routineteauglichkeit verlangt. Das kann in paradoxen Aufforderungen gipfeln, wie: „Seid kreativ – im Sinne der Zielvorgaben.“

Kommen dem Betrieb individuelle Qualifikation, Motivation und Wissen zugute, stoßen die Autonomieansprüche der Mitarbeiter bei Vorgaben und Weisungen rasch an Grenzen. Die standardisierte Gesprächsabwicklung erlaubt beispielsweise Callcenter-Mitarbeitern nicht, sich von einem Anrufer mit

„Tschüss!“ statt mit „Auf Wiedersehen!“ zu verabschieden. Zugleich wird für eine kompetente Vermittlung zwischen Unternehmens- und Kundenbedürfnissen die Lektüre von Börsenfachzeitschriften erwartet. Instabile Arbeitsverhältnisse und widersprüchliche Arbeitsanforderungen führen bei den Berufsjahrgängen ab 1970 zur „Selbstflexibilisierung“: Zwischen vorauseilender Auslieferung und wohlüberlegtem persönlichem Einsatz prägen die Arbeitsbeziehung Vorsicht und Distanz, um Risiken und

Enttäuschung zu vermeiden. Das vorliegende Buch verlangt eine hohe Bereitschaft zur theoretischen Auseinandersetzung, die aber mit spannenden Praxisbeispielen belohnt wird. *bene Ursula Holtgrewe:*

Flexible Menschen in flexiblen Organisationen – Bedingungen und Möglichkeiten kreativen und innovativen Handelns
Edition Sigma, Berlin 2006,
19,90 Euro
ISBN: 3-89404-544-2



Termine

● **Reisen.** Die Schloss Schönbrunn Kultur- und Betriebsges. m.b.H. lädt am 14. September 2007 von 9.00 bis 17.15 Uhr zu den sechsten Schönbrunner Tourismusgesprächen in die Orangerie von Schloss Schönbrunn (Schönbrunner Schlossstraße 47, 1130 Wien). Der seit 2002 durchgeführte Branchentreff widmet sich aktuellen und für Kultur- und Tourismusverantwortliche relevanten Themen. Das diesjährige Thema lautet „Marketing für Communitys“. Die verschiedenen Redner geben einen Überblick über wichtige Global Player im Web 2.0 und die diversen Communitys wie „Second Life“, Social Networks (etwa My Space), Business-Netzwerke wie Xing, kommentierende Blogs oder die Community eines Special-Interest-Podcasts. Telefonische Anmeldung unter +43/(0)1/817 41 65 10 oder per E-Mail an b.gobl@mts.co.at.

● **Unternehmen.** Wissenwertes zur Unternehmensnachfolge, zur Übernahme eines Unternehmens aus Privat- oder Staatseigentum oder zur Umgründung vermittelt ARS – Akademie für Recht & Steuern am 28. August. Ebenso auf dem Programm: schwierigen Gesprächspartnern sicher begegnen sowie Mitarbeiter erfolgreich führen.

www.ars.at

● **Weiterbilden.** Die Grundlagen der Betriebswirtschaftslehre für „Nicht-Betriebswirte“ lehrt das Österreichische Normungsinstitut in vier Modulen (in drei Tagen). Die Teilnehmer sollen neben kaufmännischen Basiskennnissen betriebswirtschaftliche Zusammenhänge besser erkennen und künftig auch Kennzahlen als Entscheidungshilfen nutzen können.

www.on-norm.at/seminare

● **Wissen.** Die F&E-Akademie des Wifi Linz veranstaltet für Experten der Forschungs- und Entwicklungsabteilungen am 27. September 2007 ein Seminar zum Thema „Wissensmanagement“. Infos und Anmeldung bei: Firmen Intern Training, Maria Anzinger, Wiener Straße 150, 4021 Linz, Tel.: 05/7000-7353 oder per E-Mail an maria.anzinger@fit-international.com.

● **Lenken.** Erfolgreiche Verkaufsleiter sind weniger im Verkauf tätig. Ihre Aufgabe ist es, die Verkäufer zu coachen, Strategien zu fixieren und zu koordinieren. Das Institut für Management bietet Sales-Leadership-Seminare an, in denen derartige Fähigkeiten praxisorientiert vermittelt werden. Der Lehrgang startet im Oktober. Kostenloser Infoabend: 30. August 2007.

www.ifm.ac