



Wer in der Marktwirtschaft lebt, ist zumindest mit einem Bein immer schon im Markt. Am Anfang meistens als Nachfragender, aber immer mehr, auch durch das Internet, als Anbietender von Dingen und Diensten. Der Markt ist dynamisch, weiß viel über uns und ist doch eine riskante Wette auf die Zukunft, vor allem auf die unseres konkurrierenden Kauf- und Investitionsverhaltens. Ein Spiel mit vollem Einsatz und kniffligen Entscheidungssituationen, wie der Spieltheoretiker Christian Rieck zeigt. *flutter* hat einen Streifzug unternommen durch das heutige Marktgeschehen. Der Supermarktwissenschaftler Paco Underhill erklärt, warum die billigen Sachen immer ganz unten im Regal stehen. Die zähe Erfolgsgeschichte zweier Jungunternehmer beweist, dass es doch mehr braucht als die berühmte Geschäftsidee und eine hohe Nachfrage, um auf Dauer am Markt zu bestehen. Märkte sind eine Form kollektiver Intelligenz – mit beschränkter Haftung. Wie Wirtschaftsnobelpreisträger Joseph E. Stiglitz sagt, sind Märkte bei der Organisation des Wirtschaftslebens ebenso unschlagbar, wie sie bei der Herstellung sozialer Gerechtigkeit oder bei der Wahrung des Umweltschutzes allein überfordert sind. Wo genau die Grenzen des Marktmöglichen sind und wer sie wie gestalten soll, das ist eine Königsfrage der Politik. In Zeiten von „Klimawandel“, autonomen Finanzmärkten und globaler Arbeitsteilung wird das Verstehen der Marktchancen und -risiken eine alltägliche Überlebensfrage.

Thorsten Schilling

flutter.de
MAGAZIN DER BUNDESZENTRALE FÜR POLITISCHE BILDUNG

im April mit dem Schwerpunkt: Märkte im Netz. Unter anderem mit: Google-Welten – der Erfolg der Suchmaschine und was der Internet-Riese noch alles plant. YouTube ist nur der Anfang – immer mehr Medienkonzerne setzen auf User Generated Content. Was bedeutet das für die Qualität von News und Storys? Wilderei im Web: Wie eine Schülerin aus NRW unfreiwillig zum Covergirl eines norwegischen Parteimagazins wurde. Web 33 1/3: Wie sieht das Internet in zwanzig Jahren aus? www.fluter.de

Titelfoto: Armin Smaalovic

-
- 04 Zielerfassung:** Die Marktforschung weiß alles.
-
- 06 Probezeit:** Besuch in Haßloch, der „Magic Town“.
-
- 10 Kundenberater:** Supermarktforscher Paco Underhill.
-
- 12 Marktlücke:** Warum eigentlich kein legaler Organmarkt?
-
- 14 Weißgold:** Der Weltmarkt Zucker.
-
- 16 Wirtschaftsweise:** Die Ideen von Smith, Marx, Keynes, Friedman.
-
- 19 Nobelstiftung:** Ashoka fördert Ideen – nach Marktkriterien.
-
- 20 Zivildienst:** Unternehmen entdecken soziale Verantwortung.
-
- 22 Aufklärung:** Wirtschaftsnobelpreisträger Joseph E. Stiglitz.
-
- 24 Brettspiel:** Der Erfolg und das Problem von Bufo Boards.
-
- 26 Hände auf!** Das *flutter*-Spiel für vier skrupellose Spieler.
-
- 28 Händewaschen:** Korruptionsexpertin Britta Bannenberg.
-
- 30 Wirtschaftsgeschichte:** Fünf Erfahrungen mit dem Markt.
-
- 34 Mengenlehre:** Die Masse ist schlau, sagt James Surowiecki.
-
- 36 Landeier:** Der Biomarkt boomt. Jakob Stümpfl hat davon nix.
-
- 39 Wachmacher:** Fair-Trade-Kaffee soll alltäglich werden.
-
- 40 Selbsterkenntnis:** Vier Szenarien der Spieltheorie.
-
- 42 Kaufmann:** Sy Schlüter, Hedgefondsmanager.
-
- 44 Übernahmekandidat:** Dirk Kurbjuweit über Effizienzsucht.
-
- 46 Preissteigerung:** Lust auf Ebay. Wie sie ist, woher sie kommt.
-
- 47 Impressum**
-
- 48 Kopierfehler:** „Second Life“ läuft wie das richtige Leben.
-
- 50 Umschlagplatz:** Anleitung zum *flutter*-Spiel und Gewinnspiel.
-



Die Brüder **Dirk** (links) und **Heiko Schmidt**, 27 und 25, haben sich das *flutter*-Spiel „Hände auf!“ ausgedacht. In den Testrunden gewann immer Heiko, er ist einfach der skrupellosere Spieler. Nach der fünften Niederlage in Serie widmete sich Dirk wieder der Gestaltung dieses Heftes, damit hatte er auch genug zu tun.