

Wissensmagazin für Wirtschaft, Gesellschaft, Handel  
Nummer 3 . 2010

## Global Playing

Immer mehr Menschen spielen –  
mobil, sozial, vernetzt.

Nur Unternehmen, die sich darauf  
einlassen, können gewinnen.



**Richard Florida**  
Die neue Normalität

**Peter Gloor**  
So werden Sie Coolfarmer

**Gundolf S. Freyermuth**  
Gaming Kills the Video Star

# Thema: Global Playing

---

## 4 AUTOREN

## 110 SUMMARIES

## 112 GDI-STUDIEN

## 113 GDI-KONFERENZEN

## 114 GOTTLIEB DUTTWEILER INSTITUTE

## 116 GDI-AGENDA 2010/2011

## 116 IMPRESSUM

> Medien

Gundolf S. Freyermuth

## 8 WILL GAMES KILL THE VIDEO STAR?

Digitale Spiele schicken sich an, von Film und Fernsehen die Rolle des Leitmediums zu übernehmen. Das Ergebnis könnte eine neue ästhetische Blütezeit werden.

> Gamifizierung

Bruno Beusch . Tina Cassani

## 14 REPLAY-VALUE

Die Gamifizierung der Konsumräume schreitet voran. Wie Designstrategien aus der Spiele-Welt für Marken, Produkte und Services genutzt werden können.

> Handel

Martina Kühne

## 18 SPIELERISCHE KUNDENPFLEGE

Online-Spiele machen sich daran, die Brücke zur realen Welt zu schlagen. Die ersten Unternehmen bedienen sich ihrer bereits.

> Sport

Detlef Gürtler

## 22 GLOBAL WINNERS

Vier Weltkarten der besten Sportnationen – für Fussball, für Rugby, für Tischtennis und für Schach.

> Spieleindustrie

Anja Dilk . Heike Littger

## 24 WELTENBAUER

Zu Besuch bei den Spieleentwicklern, die die exotischen Welten schaffen, in denen sich die Gamer bewegen.

> Kapitalmarkt

Gespräch mit Lars Hinrichs

## 32 «GAMING GEHT AB WIE SCHMIDTS KATZE»

Der Xing-Gründer und Venture-Capital-Investor über seine Erwartungen an den Spiele-Boom.

> Psychologie

Anja Dilk . Heike Littger

## 36 PLAYDUCATION

Spielbasiertes Lernen ist in Schule, Beruf und Gesellschaft auf dem Vormarsch. Was es leisten kann und was eben doch nicht.

> Die grosse Grafik

## 44 PLAY IT AGAIN

Stationen auf dem Weg zur Leitmediatisierung des Spiels.

> Science-Fiction

Marcus Hammerschmitt

## 46 EVO

Und was, wenn ein Spiel die Macht über die Menschen ergreift? Eine Kurzgeschichte aus dem Jahr 2049.

> Foto-Essay

Jan von Holleben

## 54 GAMEBOYS AND -GIRLS

Weil seit Friedrich Schiller der Mensch nur dann ganz Mensch ist, wenn er spielt.

## Ideen

> Konsum

Richard Florida

### 72 DIE NEUE NORMALITÄT

In den USA bricht ein neues Konsumzeitalter an: Status wird nicht mehr durch Überfluss demonstriert, sondern mittels durchdachten Konsums.

> Innovation

Gespräch mit Peter Gloor

### 80 WERDEN SIE COOLFARMER

Der Übergang vom Coolhunting, dem Jagen nach Trends, zum Coolfarming, dem planmässigen Produzieren von Trendprodukten.

> Management

Sven Gabor Janszky . Stefan A. Jenzowsky

### 86 REGELN FÜR DEN REGELBRUCH

Vor (fast) jedem Durchbruch kommt ein Regelbruch. Und damit auch ein Regelbrecher. Er kann Ihr Unternehmen zerstören – oder zum Markteroberer machen.

> Zwischenruf

Klaus Jarchow

### 92 LUTHER 2.0

Der Medienbruch durch das Internet ähnelt dem durch den Buchdruck vor 500 Jahren. Doch für eine Revolution fehlt der neuen Form neuer Inhalt. Und ein Reformator.

## Workshop

> Einzelhandel

Martina Kühne

### 100 UNSTORING

Der Point of Sale verlässt zunehmend den Laden. Doch in der Kombination von Bricks und Klicks hat der stationäre Handel eine Zukunft.

> Gastronomie

Gretel Weiss

### 104 WO MILCH UND CAFFÈ FLIESSEN

Kaffeebars sind derzeit der dynamischste Teilmarkt der Gastronomie – und ein Abbild der Genussskultur nachwachsender Generationen.

> Kolumne

Peter Felixberger

### 108 «DAS ZIEL IST DIE NEUE WIRKLICHKEIT»

Gute neue Bücher von Rafael Horzon, Malcolm Gladwell, Manfred Pohl, Jane Uhlig und dem Millennium Project.

PETER FELIXBERGER



# «Das Ziel ist die Neue Wirklichkeit»

**Peter Felixberger**

Schreibt, produziert, entwickelt, verkauft und rezensiert Wirtschaftsbücher.

## Was will die Welt?

RAFAEL  
HORZON  
DAS  
WEISSE  
BUCH  
SUHRKAMP  
NOVA

**Rafael Horzon**

Das weisse Buch. 216 Seiten. Suhrkamp Verlag, Berlin 2010. 24.70 CHF, 15,00 Euro (erscheint am 20. September)

Irgendwann schreibt der Autor in einer Fussnote: «Nichts an diesem Buch ist erfunden, alles liegt offen zur Überprüfung, alles ist wahr.» Wie schade, denn dieses biografische Roadmovie des Spassunternehmers, Erfinders und Weltausheblers Rafael Horzon ist so schräg, bizarr und überheblich, dass es eine wahre Lesefreude ist. Ob er nun Jacques Derrida in einer Vorlesung dazwischenfunkelt oder ob sich etwas später eine Helseherin als französischer Verteidigungsminister entpuppt, wen stört es? Jede Wahrnehmung ist sowieso eine Interfusion von Realität, Traum und Hybris. Und dieses Buch ist seine kongeniale Umsetzung.

Es macht die Geschichte eines Unternehmers sichtbar, der Wirtschaft so unkompliziert interpretiert, wie sie es eigentlich schon immer gewesen ist. Der ewige Kreislauf aus Versuch und Irrtum. «Die einfachste Lösung ist die beste Lösung!», sagt Horzon.

Und: «Mein Ziel war die Neue Wirklichkeit». Er sucht sie in der Wissenschaft und in der Wirtschaft. Als Galerist für nicht existierende japanische Künstler oder als unbedarfter Paketfahrer, als allmachtsfantasierender Fertighausdesigner oder als bodenständiger Apfelkuchenhändler. Getrieben, diese Ideen ohne Umschweife umzusetzen und sie nicht im stillen Gehirnkammerlein verwesen zu lassen, wirft Horzon seine Produkte in die Aufmerksamkeitskriege des Business. Siegt, verliert, zieht sich zurück, prescht vor, duckt sich und steht wieder im Rampenlicht. Deshalb ist dieses kleine, aufreißerische Buch für Wirtschaftsstudenten mehr wert als fünf Lehrbücher. Und für uns ein kleiner Lichtblick in der Dunkelheit eindimensionaler Managerkarrieren. Es lebe das Abenteuer!

## Wie tickt die Welt?



**Malcolm Gladwell**

Was der Hund sah und andere Abenteuer aus der Welt, in der wir leben. 368 Seiten. Campus Verlag, Frankfurt a. M. 2010. 35.20 CHF, 22,00 Euro

Der Journalist Malcolm Gladwell ist im besten Sinne ein Weltensforscher. Er will wissen, was in anderen Menschen vorgeht, wenn sie ihrem Alltag nachgehen. Im renommierten «New Yorker» berichtet er regelmässig über seine Erkundungsreisen. Seine Protagonisten sind Besessene, kleine Genies oder einfach nur Menschen mit Vorurteilen. Gladwell macht dabei Lebenswelten sichtbar, ohne sie zu bewerten. «In diesen Geschichten will ich keinesfalls den Eindruck vermitteln, als wüsste ich, was wir wirklich denken sollten.»

Die Titelgeschichte beispielsweise geht über einen Hundeflüsterer. Die Erzählperspektive ist jedoch die des

Hundes. Seitenlang beschreibt er die Verständigung des Tieres mit seinem Therapeuten. Es geht um Körperhaltungen und Bewegungsabläufe. Eine Wissenswelt, die uns allen verborgen ist und die Gladwell mit minutiöser Detailbeobachtung ans Tageslicht des Verstehens bringt. Ebenso rätselhaft ist für ihn der Ablauf von Vorstellungsgesprächen. «Was erfahren wir von einem Menschen, wenn wir uns eine Stunde mit ihm zusammensetzen und reden?» Antwort: Genauso viel, wie wenn wir ihn fünf Sekunden sehen. «Offenbar müssen wir einen Menschen nicht kennen, um zu dem Schluss zu kommen, dass wir ihn kennen.» Es reicht die Intuition, der erste Eindruck.

Seit fast fünfzehn Jahren schreibt Gladwell für den «New Yorker». Jetzt erscheint eine Sammlung der besten Geschichten erstmals auf Deutsch, in einer sehr gelungenen Übersetzung von Jürgen Neubauer.

## Wohin dreht die Welt?



**Manfred Pohl,  
Jane Uhlig**

Die kleine Zukunftsfibel. Wie wird unsere Gesellschaft morgen aussehen? 216 Seiten. Wiley-VCH Verlag, Weinheim 2010. 24.70 CHF, 14,95 Euro (erscheint Mitte Oktober)

Dieses Buch ist eine kleine, originelle Fingerspitzenübung. Es unterzieht gesellschaftliche und wirtschaftliche Probleme einem erkenntnistheoretischen

Dreizack. Zuerst in einem «Zukunftsszenario 2070», dann in der Rubrik «Gegenwartstendenzen» und schliesslich in der persönlichen Konsequenz für jeden Einzelnen die «Zukunftsaufforderungen». Was wäre also, wenn alles so weiterliefe wie bisher? Dann wird es im Jahr 2070 vieles nicht mehr geben, so die Autoren, das für uns heute selbstverständlich ist. Europa wird zu einer Kolonie von Entwicklungsländern degradiert, in einer Welt, in der Südamerika, Asien und Afrika die Gewinner sind. Doch nicht nur geopolitisch kommt es zu Verwerfungen. Auch in den Subsystemen herrscht Chaos. Hausärzte und Krankenkassen verschwinden, Männer sind im Niedergang begriffen, und Parteien sind nur mehr ein Haifischbecken grenzdübler Funktionäre. Die Liste liesse sich spaltenweise fortführen.

Hier schlägt die Stunde des Frankfurter Zukunftsrates, einer Art Think-Tank von besorgten Bürgern und Experten. Die Damen und Herren wollen alles tun, dass die düsteren Prognosen von 2070 nicht eintreten. Manfred Pohl, der Gründer des Zukunftsrates, hat sich für das vorliegende Büchlein eine versierte Marketingfachfrau als Mitautorin ins Boot geholt. Damit die Weltverbesserungsthese offenbar noch spitzer zugeschliffen und verständlicher werden. Das gelingt vielfach, nervt aber bisweilen, insbesondere dort, wo das naive PR-Deutsch der komplexen Realität nicht standhalten kann. Dennoch: eine interessante Fundgrube von zitierfähigen Slogans und Headlines.

## Wie gehts der Welt?



**Jerome C. Glenn,  
Theodore J. Gordon,  
Elizabeth Florescu**

2010. State of the Future. 83 Seiten Print plus 7000 Seiten CD. The Millennium Project, Washington 2010. Zu beziehen über: [www.millennium-project.org](http://www.millennium-project.org), 49.50 US-Dollar

Das Millennium Project mit Hauptsitz in Washington D. C. ist einer der bestorganisierten weltweiten Think-Tanks. Das dezentrale Netzwerk von NGOs mit 33 nationalen Knotenpunkten befragt seit fünfzehn Jahren Experten rund um den Erdball, wie es um den Zustand der Welt steht und wohin die Reise in den nächsten Jahren gehen wird.

Was den Bericht auch dieses Jahr so überaus lesenswert macht, ist seine strikte unabhängige Haltung. Alles wird unaufgeregt aufgelistet: negative Trends wie Klimawandel oder Terrorismus genauso wie positive, etwa Nanotechnologie oder Diversity. So erfahren wir, dass bis 2020 zwar Armut und Kindersterblichkeit weltweit abnehmen, gleichzeitig aber Korruption und Arbeitslosigkeit steigen werden.

Am Ende ist man über einige Ergebnisse doch einigermaßen überrascht. Beispielsweise darüber, dass sich die Zahl der Terrorismusopfer in den nächsten zehn Jahren verdreifachen wird. Oder dass die Zahl der Menschen, die bei Parlamentswahlen ihre Stimme abgeben, weltweit um ein Drittel zurückgehen wird. <

# GDI Impuls

Wissensmagazin für Wirtschaft, Gesellschaft, Handel

## IHR ABONNEMENT AUF DAS RELEVANTE NEUE

Sichern Sie sich den Zugriff auf ein einzigartiges Informationsnetz für innovative Ideen. In GDI Impuls präsentieren Ihnen renommierte Autoren alle drei Monate die wichtigsten Trends und Entwicklungen in Wirtschaft, Gesellschaft, Marketing, Konsum und Management – unverdünnte Informationen zum Wandel der Märkte.

Unser Wissensmagazin richtet sich an Vordenker und Entscheider in Unternehmen, an Menschen die sich beruflich mit der Entwicklung der Konsumgesellschaft beschäftigen. Sie erhalten ein kompetentes Update über das relevante Neue sowie Denkanstösse am Puls der Zeit.

Das Gottlieb Duttweiler Institute in Rüschlikon/Zürich ist ein unabhängiger, weltweit vernetzter Thinktank und eine wichtige Plattform für zukunftsorientiertes Denken.

## AUTORENLISTE (AUSZUG)

Kofi Annan: Die afrikanische Herausforderung . Norbert Bolz: Religion ist der Antitrend zu allen Trends – Und deshalb Trend . Dieter Brandes: Die Kunst des Weglassens . Thomas Davenport und Jeanne Harris: Das Handbuch der Prognose-Techniken . Dagmar Deckstein: Klasse-Bewusstsein für Manager . Daniel Goleman: Emotionales Management . Tim Renner: «Warum Bauen Autobauer keine Fahrräder?» . Phil Rosenzweig: «Manager lassen sich über das Geheimnis des Erfolgs systematisch täuschen» . Douglas Rushkoff: «Der interaktive Raum ist heute ebenso verschmutzt wie die Shopping-Mall» . Edgar Schein: Vier Gesichter der Führung . Burkhard Spinnen: Kapitalismus, Sozialismus, Fraternismus . Peter Wippermann: Sozialer Reichtum . Klaus Woltron: Wie man Engelskreise konstruiert . Muhammad Yunus: Soziales Business



## FAX-ANTWORT

Summaries aller Artikel finden Sie unter [www.gdi-impuls.ch](http://www.gdi-impuls.ch). Über das Archiv können einzelne Beiträge online bezogen werden. Unseren Leserservice erreichen Sie unter Tel +41 41 329 22 34 (oder E-Mail: [gdi-impuls@leserservice.ch](mailto:gdi-impuls@leserservice.ch)) – oder faxen Sie uns einfach diesen Talon an: Fax +41 41 329 22 04

GDI Impuls Leserservice  
Postfach  
CH-6002 Luzern

## JAHRES-ABONNEMENT

- Ich bestelle GDI Impuls (4 Ausgaben pro Jahr) zum Preis von: CHF 120.–/EUR 80.– (inkl. MwSt.; exkl. Versand)

## KOLLEKTIV-JAHRES-ABONNEMENT

- Zu einem Jahres-Abonnement können Sie bis zu zwei vergünstigte Zusatzabonnemente beziehen. Pro Zusatzabonnement (Anzahl...): CHF 50.–/EUR 33.50 (inkl. MwSt.; exkl. Versand)

## SENDEN SIE UNS BITTE:

- ein Schnupper-Abonnement (2 Ausgaben) CHF 45.–/EUR 30.– (inkl. MwSt.; exkl. Versand)  
 Einzelausgabe Nr. .... CHF 35.–/Euro 25.– (inkl. MwSt.; exkl. Versand)  
 den GDI\_Newsletter\*

NAME/VORNAME

FIRMA

STRASSE/NR.

PLZ/ORT/LAND

E-MAIL\*

TELEFON

DATUM/UNTERSCHRIFT