

theoretiker die nötigen Verfahren aus. Der amerikanische Politikwissenschaftler Robert Axelrod will aus der Spieltheorie sogar konkrete Empfehlungen für die Handelspolitik ableiten: „Eindeutig in ihrer Strategie, grundsätzlich kooperativ, aber streng bei Verstößen gegen Abmachungen“ solle eine Regierung demnach sein. Oder hat sich Axelrod einfach auf seinen gesunden Menschenverstand verlassen?

Der Nobelpreisträger Selten hat schon in den sechziger Jahren für die amerikanische Abrüstungsbehörde gearbeitet. Die Auftraggeber waren allerdings von ihrem deutschen Berater, so Selten, „nicht gerade begeistert“. In wissenschaftlicher Strenge beharrte er darauf, daß die amerikanische Abschreckungsdoktrin im Grunde auf irrationalen Rachegeleüsten beruhe.

Anders als die meisten amerikanischen Kollegen nimmt Selten am Beratungsrummel heute nicht mehr teil. Ihn fasziniert die Frage, was Rationalität überhaupt ist – und wann Menschen sich nicht völlig rational verhalten. Auch dabei lassen sich Regelmäßigkeiten erkennen. Vielleicht entsteht dabei ja wieder ein neues Modell. □

Manager

Mit eiskalter Arroganz

Der britische Exzentriker Richard Branson attackiert den Coca-Cola-Konzern. Doch er will mehr als nur Limonade verkaufen.

Wen sie denn mit einer zeitgemäßen Überarbeitung der Zehn Gebote beauftragen würden, wollte vergangene Woche ein Londoner Meinungsumfrage-Institut von Tausenden britischen Jugendlichen wissen. Antwort: am liebsten Mutter Teresa, gefolgt vom polnischen Papst und dem Erzbischof von Canterbury.

Auf Platz vier, weit vor Politikern, Sportlern oder Pop-Stars, landete Richard Branson, 44, Selfmade-Milliardär und berühmtester Unternehmer im Vereinigten Königreich.

Mit fast religiös anmutender Inbrunst verehren die Insel-Kids den bärtigen Aufsteiger, der den neuen britischen Unternehmertyp versinnbildlicht: locker, unkonventionell, erfolgreich. Er trägt auch bei Sitzungen am liebsten Jeans und offene Hemden und dirigiert sein weltumspannendes Firmenimperium



Verkaufstalent Branson: Nach Schallplatten und Kondomen nun auch Limonade



Neue Branson-Produkte

„Aufgeblähte Preise werde ich ändern“

um aus dem Wohnzimmer seiner Londoner Villa.

Zum Konzern gehören so unterschiedliche Aktivitäten wie die Fluglinie „Virgin Atlantic Airways“, Schallplattenläden, Luxushotels, Reisebüros, eine Radiostation, Europas größte Schwulen-Disco im Londoner Westend sowie Britanniens bekannteste Präservativmarke „Mates“.

Nach Safer Sex nun auch Soft Drinks: Zusammen mit dem kanadischen Getränkekonzern Cott Corporation steigt Branson ins Limonadengeschäft ein – in einen Markt, der weltweit als einer der härtesten und profitabelsten gilt.

Mit dem Erfrischungsgetränk „Virgin Cola“ will der zweifache Familienvater zunächst in Großbritannien den amerikanischen Limo-Multis Coca-Cola und Pepsi Konkurrenz machen. Branson: „Konsumenten in der ganzen Welt müssen aufgeblähte Preise zahlen. Das werde ich ändern.“

Mit seiner „Kriegserklärung an die Giganten“ (der Londoner *Daily Telegraph*) beherrscht der Paradeunternehmer wieder einmal die Schlagzeilen und

mehrt erneut den Nimbus des mutigen Außenseiters, der furchtlos den Großen und Arrivierten einheizt.

Dieses Image genießt Branson spätestens seit seinem spektakulären Sieg über British Airways (BA). Mit schmutzigen und illegalen Tricks hatte die britische Fluggesellschaft den Aufstieg von Bransons Virgin Atlantic zu verhindern versucht. Branson klagte und gewann. BA mußte sich öffentlich entschuldigen und 13 Millionen Mark an Schmerzensgeld sowie Gerichts- und Anwaltskosten zahlen.

Nun hat sich der begnadete Selbstdarsteller einen noch größeren Widersacher ausgesucht: Coca-Cola. Über 90 Prozent der Erdbevölkerung kennen den Markennamen. Täglich werden 500 Millionen Flaschen und Dosen verkauft. Der US-Multi hält weltweit 45 Prozent des Soft-Drink-Marktes.

Branson hat den Cola-Coup gründlich und von der Konkurrenz unbemerkt vorbereitet. „Der Brause-Messias“, so sein Biograph Tim Jackson, will künftig mehr als nur Limonade verkaufen. Schritt für Schritt plant er die Erweiterung seines Imperiums auf Konsumgüter und setzt darauf, Virgin zu einem international bekannten Markennamen ausbauen zu können. Seit kurzem verkauft Branson, der sich vehement für die Legalisierung von Marihuana einsetzt und selbst über veritable Drogenerfahrung verfügt, bereits Virgin Wodka.

Der Coca-Cola-Konzern reagierte auf die Kampfansage des Herausforderers zunächst mit eiskalter Arroganz. Der britische Cola-Manager Peter Stokes, auf die 108jährige Tradition des Mutterhauses verweisend: „Wir können nur sehr wenig über ein Produkt sagen, das nicht einmal über einen klaren Stammbaum verfügt.“ □

Erst mal geschluckt

Die IG Metall fordert Lohnerhöhungen von sechs Prozent.

Viele Mitglieder wollen mehr.

Für die Themen der neuen Tarifrunde habe er eigentlich keinen Nerv, sagt der Betriebsrat Rolf Dietmaier: „Wir haben im Moment andere Sorgen.“

Bedrückt schildert der Metaller die Lage seiner Firma. Der süddeutsche Pressenhersteller Müller-Weingarten hat nicht genug Aufträge. Fast jeder dritte Arbeitnehmer ist im vergangenen Jahr entlassen worden, doch noch immer sei die Belegschaft mit 1900 Leuten um 20 Prozent zu groß. Um weitere Entlassungen zu vermeiden, arbeiten die Beschäftigten bis zum nächsten Jahr nur 28,8 Stunden pro Woche – ohne Lohnausgleich.

Der finanzielle Aderlaß mache vielen ganz schön zu schaffen, sagt Dietmaier. Ein Ausgleich der Preissteigerungsrate müsse deshalb diesmal drin sein.

Verhalten ist die Stimmung, mit der viele Metaller in die neue Tarifrunde gehen. In der vergangenen Woche ging der Kampf um Löhne, Arbeitszeiten und Beschäftigung wieder los – keine acht Monate nach dem letzten Abschluß.

Unter dem Motto „Eine Runde für den Arbeitsplatz“ präsentierte Hans-Joachim Gottschol, Präsident der Metallarbeitgeber, die Wünsche seiner Klientel: Die für nächstes Jahr verein-



IG-Metall-Chef Zwickel

Vielen Firmen geht es noch schlecht