

Das Geschäft mit der Angst

Eine spielerische Auseinandersetzung mit der Funktion von Angst im Kapitalismus

Lernziele

Die Teilnehmenden (TN)

- › setzen sich mit der Rolle von Angst in der kapitalistischen Marktwirtschaft auseinander.
- › erkennen, dass Angst als Triebkraft des Konsums funktionieren kann.

Kurzbeschreibung

Die Methode ermöglicht eine spielerische Auseinandersetzung mit „der Ware Angst“ in der kapitalistischen Marktwirtschaft. Die TN „entwickeln“ Ängste und „Gegenmittel“ und bieten sich diese gegenseitig als Produkte auf dem Markt an. Es wird deutlich, wie Angst im Marketing von Unternehmen genutzt wird, um die Umsätze zu steigern – und somit als Triebkraft von Konsum fungiert.

Ablauf

Vorbereitung

Die Spielgeldscheine werden bereitgelegt. Die Arbeitsplätze für die Kleingruppen werden vorbereitet. Für die Kleingruppe „der Markt“ wird ein Tisch mit einer Wand dahinter vorbereitet, der zentral und für alle gut zu erreichen ist. Wenn der Raum groß genug ist, kann eine Hälfte für das Spiel „Das Geschäft mit der Angst“ genutzt werden und die andere Hälfte für die Assoziationsübung und die Auswertung.

Durchführung

1. Assoziationsübung (10')

Um den Einstieg in das Thema zu erleichtern, findet ein kurzes Brainstorming statt. Die Anleitenden werfen den Ball einer/m TN zu und bittet sie/ihn, ihre/seine erste Assoziation zum Wort „Angst“ zu nennen. Danach wird der Ball einer anderen Person zugeworfen. Es gibt kein Richtig und kein Falsch. Es geht darum, herauszufinden, was die TN mit Angst assoziieren.

Die Anleitenden schreiben alle Wörter auf einem Flipchart mit. So bleiben sie im Raum und können später bei der Auswertung aufgegriffen werden.



12-30 TN



65-80 Minuten



A4-Blätter, Bastelutensilien wie Stifte, buntes Papier, Scheren, Klebstoff, Glitzer (...), ein kleiner Ball, Spielgeldscheine



Es ist wichtig, dass sich die TN vor dieser Methode mit dem Thema Wirtschaftswachstum auseinandergesetzt haben.

Der Raum muss ausreichend groß sein, um alle Kleingruppen unterzubringen (idealerweise mit jeweils eigenen Tischen und Stühlen), und genügend Platz zum Herumlaufen bieten.

Die Methode ist für zwei Anleitende konzipiert.

2. Spiel (40')

Die Anleitenden erklären den gesamten Spielablauf. Währenddessen kann es hilfreich sein, die Aufgaben der Kleingruppen sowie grundlegende Regeln auf einem Flipchart zu notieren.

Die Gruppe wird in Kleingruppen mit je drei oder mehr TN aufgeteilt. Zwischen vier und zehn Kleingruppen sind empfehlenswert. Eine Gruppe ist „der Markt“ (max. fünf TN). Die anderen Gruppen sind „die Hersteller_innen“. Jede Kleingruppe (außer „der Markt“) bekommt Papier, Scheren und Filzstifte. „Der Markt“ bekommt die Geldscheine und Kreppband. Eine/r der zwei Anleitenden bleibt bei der Markt-Gruppe, um sie bei ihrer herausfordernden Aufgabe zu unterstützen.

Die Hersteller_innen-Gruppen sollen nun entweder Ängste (z. B. Agoraphobie, Zukunftsangst usw.) oder Produkte entwickeln, um die Ängste zu überwinden (Therapie, Medikamente, Bedingungsloses Grundeinkommen usw.). Dazu können die Kleingruppen die vorhandenen Bastelmaterialien nutzen. Es genügt, etwas auf ein Blatt Papier zu schreiben, die TN können jedoch auch kreativ werden. Jede Kleingruppe organisiert sich selbst.

Es gibt keine vorgegebenen Zeiten zum Produzieren oder Verkaufen. Die Hersteller_innen dürfen jederzeit zu der Kleingruppe „Markt“ gehen. Auf dem Markt werden die produzierten Ängste und Produkte gehandelt. Abgesehen vom Markt zielen alle Kleingruppen darauf ab, innerhalb der Spielzeit so viel Geld zu machen wie möglich.

Die Kleingruppen gehen zur Markt-Gruppe und versuchen, dort ihre „Ängste“ und „Produkte“ zu verkaufen. Der Markt darf bestimmen, wie viele Händler_innen er gleichzeitig zulässt. Der Markt darf kurze Pausen machen (z. B. für die Bestandsaufnahme). In der Zeit können die Kleingruppen nichts verkaufen. Sie dürfen aber weiterhin Ängste und Produkte entwickeln. Die Markt-Gruppe entscheidet über die Preise je nach Angebot und Nachfrage und je nachdem, ob sie eine „Angst“ oder ein „Produkt“ besonders gut oder interessant findet (z. B. weil es besonders originell klingt).

Der Markt kann jede Angst nur einmal kaufen. Wenn sehr ähnliche Ängste oder Produkte angeboten werden, haben sie weniger Wert und der Markt bietet weniger Geld dafür. Für eine „Angst“ können mehrere „Produkte“ als Heilmittel verkauft werden, weil es unterschiedliche Ansätze gibt, mit dieser Angst umzugehen (z. B. können gegen die Angst „Agoraphobie“ folgende Produkte verkauft werden: „Therapie“, „Medikamente“, „Selbsthilfebuch“ ...). Der Markt platziert alle gekauften „Ängste“ und die entsprechenden „Produkte“ nebeneinander an der Pinnwand. So ist für alle deutlich, welche „Ängste“ und „Produkte“ bereits gekauft wurden. Die Rolle der TN des „Marktes“ beruht auf deren Einschätzung, weshalb es hilfreich sein kann, wenn ein/e Anleitende_r bei ihnen ist. Die/der andere Anleitende achtet auf die Zeit und beantwortet alle Fragen der TN, möglichst ohne ihnen konkrete Ideen für „Ängste“ oder „Produkte“ zu geben. Die Anleitenden weisen kurz vor dem Ende auf die letzten fünf Minuten hin. Wenn die 30 Minuten vorbei sind, ist das Spiel zu Ende.

Auswertung

Für die Auswertung können folgende Fragen hilfreich sein:

- > Was ist in diesem Spiel passiert?
- > Wie hast du dich während des Spiels gefühlt? Und wie fühlst du dich jetzt nach dem Spiel?
- > Was meint ihr, war der Verlauf des Spiels realistisch? Wo seht ihr Parallelen, wo Unterschiede zur Wirklichkeit?
- > Werden Ängste „produziert“? Gibt es Ängste, die „profitabler“ sind als andere?
- > Welche Rolle spielen Ängste für das Wirtschaftssystem?

Möglichkeiten zur Weiterarbeit

Es bietet sich an, im Anschluss an diese Methode zum Thema Wettbewerb mit der Methode „Wie viel Wettbewerb wollen wir?“ (Grundlagen) zu arbeiten und Rückbezüge zu Zukunfts- oder Abstiegsängsten herzustellen.

Die Methode „Das tollere Ich“ (Mentale Infrastrukturen) greift das Thema Selbstoptimierung auf, das ebenfalls gut mit den Funktionen von Angst zusammen thematisiert werden kann.