

Das Bandtagebuch mit EINSHOCH6

Wir fressen

Hintergrundinfos für Lehrkräfte

Im Musikvideo zu „Wir fressen“ entwirft die Band ein düsteres Zukunftsbild: In Zukunft wird die Welt nur noch von einem einzigen Konzern („Weltkon“) regiert. Alles, was die Menschen konsumieren, wird von Weltkon produziert. Teilweise sind die Produkte tödlich. Der Chef des Konzerns – Andreas Kreuz – lässt jeden verfolgen, der seine Produkte nicht konsumiert. Seine Agenten und sein Assistent Sebastian verfolgen Rebellen. Die Rebellin Amanda verliert ihre Freundin, weil diese die tödlichen Weltkon-Schlaftabletten genommen hat. Sie sucht den Weltkon-Chef, um sich an ihm zu rächen. Das Video spielt ein wenig auf Aldous Huxleys „Schöne neue Welt“ an, in der die Menschen und deren Konsumverhalten und Alltagsleben streng kontrolliert und reguliert werden.

Globalisierung



Obwohl Globalisierung kein neues Phänomen ist (schon in der Antike gab es Handel zwischen den Kontinenten), hat sie doch in den letzten Jahrzehnten ein enormes Ausmaß erreicht. Die im Verhältnis niedrigen Kosten für Transport (zum Beispiel mit dem Schiff oder dem Flugzeug) und Kommunikation (zum Beispiel Internet) ermöglichen neue Produktions- und Absatzstrategien. Mit der zunehmenden Globalisierung gewinnt der Außenhandel der einzelnen Volkswirtschaften an Bedeutung.

Wichtige Akteure der Globalisierung sind transnationale Unternehmen. Sie besitzen die organisatorischen, technischen und finanziellen Ressourcen, die für globalen Handel notwendig sind.

Konsum in Deutschland



Der Begriff „Konsum“ bezeichnet den Verbrauch von Gütern. Das bezieht sich auf die Auswahl, den Kauf, Gebrauch oder Verbrauch von Waren oder Dienstleistungen. Im Durchschnitt gab ein deutscher Haushalt 2015 fast 2.390 Euro im Monat aus. Das meiste Geld davon (ca. 860 Euro) fließt in die Miete, gefolgt von Lebensmitteln und Verkehr (jeweils ca. 340 Euro) und Ausgaben für Freizeit, Unterhaltung und Kultur (ca. 260 Euro).

Quelle: Statistisches Bundesamt

Konsumgesellschaft

In einer Konsumgesellschaft herrscht ein übergroßes Warenangebot von Gütern, die viel mehr als das Lebensnotwendige umfassen. Die Entwicklung und Verbreitung von Werbung seit der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts hat zur Entstehung einer Konsumgesellschaft beigetragen, ebenso wie eine stetig steigende Auswahl von Produkten.

Eng verbunden mit der Konsumgesellschaft ist die Spaßgesellschaft: „Spaßgesellschaft“ ist ein meist im negativen Sinn gebrauchter Begriff. Er beschreibt ein Lebensgefühl, das sich auf Konsumlust konzentriert. Die Spaßgesellschaft besteht aus Menschen, die nur sich und ihren Spaß im Blick haben und sich über die möglicherweise negativen Konsequenzen ihres Handelns keine Gedanken machen.

Ideen für den Unterricht

1. Vor dem Hören: über Konsum sprechen

Lassen Sie die Kursteilnehmer (TN) reflektieren: Wo kauft ihr meistens ein (Ketten, kleine Läden usw.)? Wofür habt ihr im letzten Monat euer Geld ausgegeben? Was davon habt ihr wirklich dringend gebraucht, was habt ihr eher „zum Spaß“ gekauft? Machen Sie eine gemeinsame Tabelle über Dinge, die man gebraucht, und Dinge, die man nicht gebraucht hat, und diskutieren Sie ggf. über die Fälle, in denen sich die TN nicht einig sind. Versuchen Sie gemeinsam zu definieren, was „brauchen“ genau bedeutet.

2. Vor dem Hören: über Werbung sprechen

Sprechen Sie mit den TN über Werbung. Sammeln Sie Antworten zu einer oder mehreren der folgenden Fragen: Wo gibt es überall Werbung? Welche werbefreien Zonen oder Orte gibt es? Ist Werbung eher positiv oder negativ zu bewerten? Was sind Vor- und Nachteile von Werbung? Welche Werbeversprechen fallen den TN ein? Gibt es Produkte, die immer wieder mit den gleichen Werbeversprechen beworben werden (zum Beispiel Alkohol = Spaß oder Parfüm = Attraktivität)? Wie bewerten die TN die Werbeversprechen und deren Realitätsgehalt?

3. Vor dem Hören: Werbung analysieren

Lassen Sie die TN als Hausaufgabe nach Werbung suchen (Bild, Text oder auch Video), die sie besonders interessant oder gut gemacht finden (Alternative: Die TN suchen Werbung, die sie besonders schlecht finden.) Analysieren gemeinsam im Plenum einige der mitgebrachten Texte/Bilder oder Filme. Warum wirkt die Werbung besonders gut oder schlecht? Welche Emotionen und Wünsche sprechen diese an? Ist es realistisch, dass man durch das beworbene Produkt wirklich den Zustand erreicht, der versprochen wird? Lassen Sie die TN auf einer Skala von 1-10 für alle Produkte bewerten, wie realistisch die Werbeversprechen sind, und fassen Sie die Ergebnisse im Plenum zusammen.

4. Während des Sehens (ohne Ton): Vermutungen über die Geschichte anstellen

Schauen Sie das Musikvideo gemeinsam ohne Ton, eventuell mehrmals. Wie könnte die Geschichte lauten, die im Video erzählt wird? Welche Bedeutung hat das Logo (zum Beispiel 00:04)? Auf welchen Gegenständen kann man das Logo sehen? Wer oder was könnte „Weltkon“ sein? Wer sind die einzelnen Personen? Lassen Sie die TN eine kurze Geschichte schreiben, die den Inhalt des Videos in einen Zusammenhang bringt.

5. Nach dem Hören: eine eigene Strophe schreiben

Die TN sollendem Songtext eine weitere Strophe hinzufügen, in der Produkte, die man kaufen kann, aufgezählt werden. Sie können dazu, wie in der Strophe, einfach Begriffe aneinanderreihen oder auch ganze Sätze bilden.

6. Nach dem Hören (und Klären der Handlung): ein Ende finden

Das Ende der Geschichte ist im Musikvideo offen. Lassen Sie die TN zwei unterschiedliche Enden für die Geschichte schreiben. Wie geht es weiter in der Weltkon-Welt?

Das Bandtagebuch mit EINSHOCH6

Wir fressen

7. Nach dem Hören: über die Produkte sprechen

Sammeln Sie im Plenum die verschiedenen Produkte und die dazugehörigen Werbeversprechen, die man im Musikvideo sehen kann (Parfüm = sexy, Wein = Liebe, Vitamintabletten = jung und schön usw.). Finden die TN Parallelen zur realen Werbung und zu Werbeversprechen um sie herum? Was unterscheidet Weltkon-Produkte von realen Produkten (sehr klare Botschaften, minimalistische Verpackungen)? Was ist ähnlich (unrealistische Versprechen, einheitliches Design der Marke)? Wie weit ist nach Ansicht der TN die Weltkon-Welt von der heutigen entfernt?

8. Nach dem Hören: über Nachhaltigkeit sprechen

Setzen Sie sich mit dem Thema „nachhaltiger Konsum“ auseinander. Wie kann man konsumieren, ohne die Umwelt zu sehr zu belasten und zu viel Müll zu produzieren? Nutzen Sie dazu zum Beispiel einen der folgenden Artikel, zum Beispiel:

<http://www.dw.com/de/junge-deutsche-sind-nachhaltiger/a-18977897>

<http://www.dw.com/de/ein-haus-aus-müll/a-18958770>

<http://www.dw.com/de/nachhaltiger-tourismus/a-18861854>

<http://www.dw.com/de/mehrweg-becher-statt-pappe-und-plastik-der-neue-umwelttrend-bei-coffee-to-go/a-37342054>

Lassen Sie die TN einen Ratgeber für nachhaltigen/bewussten Konsum verfassen. Sie können dazu auch die unzähligen Videos auf YouTube zum Thema Nachhaltigkeit nutzen. Die TN könnten auf folgende Fragen eingehen: Was kann ich bei mir selbst im Alltag verändern (Energie sparen usw.)? Welche Dinge brauche ich, welche brauche ich nicht wirklich? Auf welche Dinge könnte ich verzichten, um die Umwelt zu schonen? Worauf sollte ich achten, wenn ich einkaufe? Wie kann ich Müll vermeiden?