

## Rollentheater vernetzte Wirtschaft – Szenen

### Szenenideen - kapitalistisches Wirtschaftssystem:

- 1) Die/Der Influencer\*in bekommt eine Kooperationsanfrage eines kapitalistischen Textilunternehmens und freut sich sehr über das Angebot, da es ein gutes Einkommen verspricht. Er/Sie wird in das Unternehmen eingeladen und soll über Instagram das Unternehmen für potentielle Kund\*innen (= Follower) bewerben, indem er/sie vor Ort das coole, hippe Büro vorstellt und die neueste Kollektion, die es in den Läden noch nicht zu kaufen gibt, direkt im Unternehmen anprobieren und vermarkten soll. Der/Die Influencer\*in berichtet ihren/seinen Followern im Anschluss begeistert davon. Die Follower (=Kunden/Kundinnen) kommentieren den Livestream des/der Influencer\*in mit Hashtags.
- 2) Der/Die Influencer\*in ist im Unternehmen angekommen und wird von der/dem Marketing-Leiter\*in begrüßt. Der Moment muss natürlich für die Sozialen Medien festgehalten werden. Auf dem Weg in den Showroom, wo sich die neue Kollektion befindet, gehen beide an einem gläsernen Konferenzraum vorbei. Der/Die Influencer\*in hört eine lautstarke Diskussion und bleibt erschrocken stehen, natürlich nimmt sie/er das Geschehen für die Follower auf.
- 3) Im **Konferenzsaal 1** sitzen der/die Investor\*in und der Unternehmensvorstand:  
Die Personen treffen sich zu einer Krisensitzung, denn das Textilunternehmen ist in Verruf geraten – Mitarbeitende werden nicht nur unfair bezahlt und stetig entlassen, ökologische und soziale Standards (wie z.B. Pestizid- und Chemikalieneinsatz, Abwasserentsorgung sowie Arbeitssicherheit und existenzsichernde Löhne) werden stark vernachlässigt! Das haben auch die Medien mitbekommen, sodass das Unternehmen einen schlechten Ruf hat. Das hat natürlich auch Folgewirkungen auf den Unternehmensvorstand, denn ein schlechtes Image in der Öffentlichkeit führt zu weniger Kundschaft und somit sinkendem Umsatz. Der Investor hat davon erfahren und droht mit finanziellen Kürzungen. Eine hitzige Diskussion entwickelt sich. Die Follower\*innen kommentieren den Livestream des Influencers.
- 4) Die/Der Marketing-Leiter\*in entschuldigt sich, für das, was die/der Influencer\*in zu sehen bekommen hat. Er/Sie führt die/den Influencer\*in weiter durchs Unternehmensgebäude hin zur neuen Modekollektion. Doch einige Meter weiter gehen sie an dem zweiten gläsernen Konferenzsaal vorbei. Erneut lauschen sie einer hitzigen Diskussion, die natürlich den Followern nicht vorenthalten werden darf!
- 5) Im **Konferenzsaal 2** sitzen der/die Produktentwickler\*in, Einkäufer\*in und Lieferant\*in:  
Der/Die Lieferant\*in beklagt sich über einen zu hohen Druck der Einkäufer\*in. Denn die Mitarbeitenden der Nähfabrik in Bangladesch werden zunehmend krank, sie arbeiten mehr als 16 Stunden am Tag in baufälligen, schlecht belüfteten, engen, enorm lauten Räumen und sind körperlich am Ende ihrer Kräfte. Dir/der Einkäufer\*in empfindet wenig Mitgefühl, da der Konkurrenzkampf der Modeindustrie zu hoch ist, um auf ökologische und soziale Belange Rücksicht zu nehmen. Der Gewinn des Unternehmens muss gesteigert werden, sonst bekommt er/sie keine Bonusprämie! Der/Die Produktentwickler\*in beschwert sich aufgrund des Drucks des Unternehmensvorstands beim Lieferanten zudem über die Produktionskosten, die

trotz allem noch zu hoch sind! Die Follower\*innen kommentieren den Livestream des Influencers. Sie sind empört über die sozialen und ökologischen Bedingungen des Unternehmens.

- 6) Die/Der Marketing-Leiter\*in entschuldigt sich erneut, für das, was die/der Influencer\*in zu sehen bekommen hat. Er/Sie überspielt die Situation. Der Influencer liest die Kommentare der schockierten Follower und bricht das Vorgehen ab – das Image ist ihm/ihr wichtiger, als das Geld aus der Kooperation mit dem Unternehmen!

## Szenenideen - solidarische Wirtschaft:

- 1) Die/Der Influencer\*in bekommt eine Kooperationsanfrage eines Textilunternehmens, dass Mode unter ökologisch nachhaltigen und fairen Bedingungen produziert. Das Angebot wäre zwar unbezahlt, dennoch freut er/sie sich sehr über das Angebot, da die nachhaltige Modemarke XY total cool ist. Er/Sie wird in das Unternehmen eingeladen und soll über Instagram/den eigenen Blog das Unternehmen für potentielle Kund\*innen (= Follower) bewerben, indem er/sie vor Ort das hippe Büro vorstellt und die neuste Kollektion, die es in den Läden noch nicht zu kaufen gibt, direkt im Unternehmen anprobieren und vermarkten soll. Der/Die Influencer\*in berichtet ihren/seinen Followern im Anschluss begeistert davon. Die Follower (=Kunden/Kundinnen) kommentieren den Livestream des/der Influencer\*in.
- 2) Der/Die Influencer\*in ist im Unternehmen angekommen und wird von der/dem Marketing-Leiter\*in begrüßt. Der Moment muss natürlich für ihre Instagram-Stories festgehalten werden. Auf dem Weg in den Showroom, wo sich die neue Kollektion befindet, gehen beide an einem gläsernen Konferenzraum vorbei. Der/Die Influencer\*in bleibt vor dem Konferenzsaal stehen und lauscht einem Gespräch. Natürlich nimmt sie/er das Geschehen für die Follower auf.
- 3) Im **Konferenzsaal 1** sitzen der/die Investor\*in, Unternehmensvorstand:  
Die beiden Personen treffen sich, um den guten Ruf des Unternehmens zu feiern. Die Bewertungen des Unternehmens in sozialen Medien sind sehr positiv. Der Unternehmensvorstand schlägt vor, dass in Zukunft recycelte Materialien für die Herstellung der Kleidung genutzt werden sollen, denn so kann zusätzlich die umweltbewusste Kundschaft gewonnen werden. Der Investor sichert weitere finanzielle Unterstützung zu, denn der Schutz der Umwelt durch Ressourceneinsparungen liegt ihm am Herzen. Die Follower (=Kunden/Kundinnen) kommentieren den Livestream des/der Influencer\*in.
- 4) Die/Der Influencer berichtet den Followern begeistert von der Idee der Kleidungsproduktion durch recycelte Materialien. Der/die Marketing-Leiter\*in führt die/den Influencer\*in weiter durchs Unternehmensgebäude hin zur neuen Modekollektion. Einige Meter weiter gehen sie an dem zweiten gläsernen Konferenzsaal vorbei. Dort fällt dem Influencer sofort auf, dass das die Personen in einer lockeren Atmosphäre beisammensitzen. Erneut bleiben sie stehen und lauschen dem Geschehen.
- 5) Im **Konferenzsaal 2** sitzen der/die Produktentwickler\*in, Einkäufer\*in und Lieferant\*in:  
Der/Die Lieferant\*in bedankt sich über die wertschätzende Zusammenarbeit bei dem Einkäufer. Die Mitarbeitenden der Nähfabrik in Bangladesch kommen einen existenzsichernden Lohn mit geregelten Arbeitszeiten. Der Einkäufer freut sich sehr über die positiven Entwicklungen in der Textilfabrik und möchte weiterhin fair produzierte Ware des Lieferanten beziehen. Der/Die Produktentwickler\*in bringt die Idee des Unternehmensvorstands ein, recycelte Materialien für die Produktion einer Jeans zu nutzen – ganz nach dem Motto „Aus Alt mach Neu!“. Gemeinsam wird diese Idee besprochen. Die Follower (=Kunden/Kundinnen) kommentieren den Livestream des/der Influencer\*in.

- 6) Der Influencer ist total begeistert. Er/Sie liest die Kommentare der Follower, die das Unternehmen super interessant finden und mehr erfahren möchten. Der Influencer berichtet der/dem Marketing-Leiter\*in von den Reaktionen seiner Follower. Gemeinsam möchten sie eine Kampagne zu fairem Handel starten. Schließlich schauen sie sich gemeinsam die neuste Modekollektion im Showroom an.