

Uschi und Franz Scholles: "Na, typisch!"

Sind Zeitungslesen beim Frühstück, Haare im Waschbecken, Seitensprünge, endlose Telefongespräche, ungewaschene Füße und unerbetene Ratschläge eher "typisch Mann" oder "typisch Frau"? So wirbt die Aufschrift auf dem Karton des Kommunikationsspiels *Na, typisch!* aus dem aktuellen-spiele-verlag. Das Spielziel: Es soll immer wieder neu herausgefunden werden, was für die Mitspielenden als "typisch männliches" bzw. "typisch weibliches" Verhalten gilt, und welche Behauptungen über Frauen, Männer und Beziehungskisten bei den Spielenden mehrheitsfähig sind.

Um dies heraus zu filtern, beinhaltet das Spiel sog. „Thesen“-Karten und „Mensch X“-Karten. Jede „Thesen“-Karte enthält jeweils eine Behauptung über Frauen, Beziehungskisten und Männer. Die Frage an die Spielenden lautet nun: Ist die jeweilige Behauptung richtig oder falsch? Die Spielenden wählen nach ihrer persönlichen Meinung die Abstimmungskarte "Stimmt" oder "Stimmt nicht" aus. Jede „Mensch X“-Karte dagegen beschreibt drei Situationen oder Verhaltensweisen eines Menschen X. Die Frage an die Spielenden lautet hier: Verbirgt sich hinter Mensch X ein "typischer Mann" oder eine "typische Frau"? Alle, die das beschriebene Verhalten als "eher weiblich" empfinden, legen die Abstimmungskarte "Typisch Frau"; alle, die das beschriebene Verhalten als "eher männlich" empfinden, entscheiden sich für die Abstimmungskarte "Typisch Mann". Die Ergebnisse und Meinungen der Mitspielenden werden in der Gruppe diskutiert.

Nun ist zu befürchten, dass die Kategorisierung in "Männer" und "Frauen" einen Keil zwischen die Geschlechter treibt und die Polarisierung weiter verstärkt. Die Sorge ist nicht unbegründet. Es wurde von der HerausgeberInnen des Spieles jedoch versucht, mehr oder weniger Typisches zu sammeln und neutral zu einem vergnüglichen, reflektierenden Spiel zusammenzustellen. Eine Wertung von Einstellungen, Denkgewohnheiten, Gefühlen und Ausdrucksformen von

Männern und Frauen wurde nicht vorgenommen. Im Spiel werden die Unterschiede im alltäglichen Zusammenleben thematisiert. Viele Aha-Erlebnisse, heftige Emotionen und auch "Geschlechterstreit" tragen zum Nachdenken bei. Darüber hinaus werden alle SpielerInnen das "andere" Geschlecht besser kennen lernen: ein erster Schritt, um anschließend – in Kenntnis der Unterschiede – das Zusammenleben unkomplizierter und für beide Teile erfreulicher zu gestalten.

Ich habe dieses Spiel sowohl in Gendertrainings als auch bei Jungen- und Männergruppen eingesetzt. Die Fragestellungen sind eindeutig, gut verständlich und vor allem wertfrei. So war es eine Freude zu sehen und zu erleben, mit welchem Spaß und Engagement junge (behinderte) Männer an dem Spiel teilnahmen. Es wurden rege und anregende Diskussionen über "männliches" und "weibliches" Verhalten geführt. In den Gendertrainings öffnet es vielen Teilnehmenden erstmals den Blick, eigene Geschlechterrollenbilder zu hinterfragen und nach lebhaften Diskussionen ggf. zu revidieren. *Na, typisch!* kann sowohl in geschlechtsgemischten als auch in geschlechtshomogenen Gruppen gut eingesetzt werden. Es kann auch ganz privat mit max. 6 Teilnehmenden gespielt werden. Dafür sind dann auch ein gut gestaltetes Spielbrett vorhanden.

Andreas Haase

Uschi und Franz Scholles: **"Na, typisch!"**
Remagen: aktuell-spiele-verlag 2003. Bezug: Batterieweg 42f, 53424 Remagen, www.aktuell-spiele-verlag.de. Basisspiel 14,90 €, Erweiterungs-Edition 9,90 €, Spiel und Edition 22,90 €



Vorstehender Beitrag erschien in der Nr. 164, Juni/Juli 2004, S. 32 (16. Jahrgang, 44 Seiten)

- Switchboard** erscheint im Verlag *männerwege*, Hamburg und Detmold (ISSN 1433 3341). Ein Probeheft gibt es für € 4,- zzgl. VK, ein Normal-Abo kostet bei 6 Ausgaben/Jahr (inkl. VK) € 30,- und ein Förder-Abo bei 6 Ausgaben/Jahr (inkl. VK) € 45,-. Preisänderungen und Lieferbedingungen vorbehalten. Bereits vergriffene Ausgaben sind als pdf-Datei auf CD-ROM erhältlich. Preise bitte erfragen oder Homepage.
- Bezug/Info** Switchboard / männerwege GbR, Postfach 2201, 32712 Detmold, Tel.+Fax: 05231. 616 483, eMail: andreas.haase@maennerzeitung.de
- Homepage** www.maennerzeitung.de. Dort gibt es auch das ausführliche Gesamtregister seit 1989.