

Angst- und Panikmache

Das **Geschäft** mit der **Angst- und Panikmache** funktioniert im Allgemeinen nach einem relativ klaren Muster:

*Eine Bedrohung wird stark hervorgehoben, oft vereinfacht oder übertrieben, um **Aufmerksamkeit**, **Zustimmung**, **Geld** oder **Macht** zu gewinnen.*

Die wichtigsten Mechanismen

Bedrohung erzeugen oder verstärken

Es wird ein **Gefühl der Gefahr** erzeugt – z. B. durch *Schlagzeilen, Bilder, Zahlen* oder *Schreckensszenarien*.

Je **existenzieller** die **Bedrohung** wirkt (**Gesundheit, Sicherheit, Kinder, Zukunft**), desto stärker die Reaktion.

Unsicherheit und Kontrollverlust ausnutzen

Angst entsteht besonders leicht, wenn Menschen sich unsicher fühlen und nicht einschätzen können, was wirklich passiert.

Panikmache bietet dann **einfache Erklärungen** und **klare Feindbilder**.

Angst- und Panikmache

Vereinfachung und Schwarz-Weiß-Denken

Komplexe Themen werden auf „*gut gegen böse*“ reduziert.

Wer die **Angst** nicht teilt, wird oft als **naiv, korrupt** oder **Teil des Problems** dargestellt.

Wiederholung und emotionale Sprache

Angstbotschaften werden ständig wiederholt und mit *starken Worten, Bildern* oder *Musik* unterlegt.

Das verstärkt die *emotionale Wirkung* und senkt die *kritische Prüfung*.

Lösung oder Erlösung anbieten

Wer **Angst** macht, bietet meist auch eine Lösung an: ein **Produkt**, ein **Abo**, eine **Partei**, eine **Ideologie**, einen **Guru**, eine **App** oder ein **Gesetz**.

Die Botschaft lautet: „*Nur mit mir/uns bist du sicher.*“

Monetarisierung oder Machtgewinn

Das kann **konkret Geld** sein (*Verkäufe, Klicks, Spenden, Abos*) oder **Macht** (*Wählerstimmen, Einfluss, Kontrolle*).

Angst- und Panikmache

Angst ist ein **starker Motivator** – Menschen zahlen, wählen oder folgen eher, wenn sie sich bedroht fühlen.

Abhängigkeit erzeugen

Dauerangst führt dazu, dass Menschen *immer wieder dieselbe Quelle aufsuchen*, weil sie dort „Sicherheit“ oder „Wahrheit“ suchen.

So entsteht eine Bindung an die Angstmacher.

Kritik abwehren

Wer die **Angstmache** hinterfragt, wird oft als **Teil der Bedrohung** dargestellt.

Das erschwert sachliche Diskussion und schützt das Geschäftsmodell.

Typische Bereiche

- Medien und Sozialen-Medien
 - Klicks durch Angst und Empörung
- Politik
 - Mobilisierung durch Bedrohungsszenarien
- Werbung und Verkauf

Angst- und Panikmache

- Angst vor Krankheit, Alter, Unsicherheit, Aussehen
- Esoterik und Selbsthilfe
 - Angst vor Schicksal, negativen Energien, Versagen
- Finanz- und Versicherungsbranche
 - Angst vor Verlust, Krise, Zukunft

Wichtig ist die Unterscheidung

Nicht jede Warnung ist Panikmache

Echte **Warnungen** basieren auf belegbaren **Fakten**, nennen **Unsicherheiten**, zeigen **Verhältnismäßigkeit** und geben realistische Handlungsoptionen.

Panikmache dagegen übertreibt, emotionalisiert, vereinfacht und verfolgt Eigeninteressen.

Das Geschäft mit der Angst lebt davon, Unsicherheit in Aufmerksamkeit, Abhängigkeit und Einnahmen zu verwandeln.