**KONZEPT / METHODE / HANDOUT**



// **UMFANG**

30 bis 40 Minuten

// **ZIELGRUPPE**

Jugendliche, Studierende, Erwachsene

// **ANZAHL DER TEILNEHMENDENZAHL UND PÄDAGOGEN\*INNEN**

* Mindestens vier Teilnehmende (zwei Teams), maximal 20
* 1 Pädagoge\*in
* Funktioniert auch mit heterogenen Gruppenzusammenstellungen (z. B. Erwachsene und Jugendliche; Spielprofis und Spielneulinge)

// **SOZIALFORM**

Partner- oder Gruppenarbeit (Gruppen mit bis zu 4 Personen)

// **AUSSTATTUNG**

* SpielSpiel-Karten
* Papier und Stifte

// **AUFWAND**

Niedrig. Das SpielSpiel kann auch mit wenig Grundwissen im Bereich Game Design eingesetzt werden. Allerdings sollten die Bestandteile von Games und ihre Charakteristika bekannt sein.

// **SETTING**

Die Methode eignet sich als Einstieg in das Thema Game Design, z. B. bei einem Workshop mit Kodu. Idealerweise wird sie eingesetzt, bevor ein eigenes Spiel programmiert wird und nachdem thematisiert wurde, was alles zu einem Spiel gehört.

**//SPIELSPIEL**

Die Teilnehmenden entwickeln mit den SpielSpiel-Karten innerhalb kurzer Zeit eine Idee für ein Game. Dabei lernen sie die für Games grundlegendsten Elemente kennen (Spielziel, Spielumgebung, Spielgeschichte, Mechanismus, Steuerung und Komponenten). Gleichzeitig regt diese Methode die Kreativität der Teilnehmenden an, da mit dieser Methode der eigenen Fantasie so gut wie keine Grenzen gesetzt sind.





// **VORBEREITUNG**

Die Teilnehmenden sitzen in einem Stuhlkreis und werden gleich großen Gruppen zugeteilt. Stifte und Papier werden bereitgelegt.

// **DURCHFÜHRUNG**

// **PHASE 1: Spielentwicklung**

Jedes Team bekommt 6 Karten: 3 Kernelementkarten (Spielziel, Geschichte, Spielwelt) und 3 „freie Karten“ (Steuerung, Komponente, Mechanismus). Letztere können die Pädagogen\*innen den Vorerfahrungen der Teilnehmenden entsprechend aussuchen und verteilen. Mit diesen Karten entwickeln die Teams innerhalb von 10 bis 15 Minuten eine erste Spielidee.

// **PHASE 2: (Zwischen-) Präsentation**

Nach der ersten Entwicklungsphase erfolgt eine Zwischenpräsentation der Ideen, dabei stellen die Teams zunächst jeweils ihre „freien Karten“ kurz vor. Die Präsentation kann auch entlang eines Elementes erfolgen, z. B. der Komponente.

Bei Bedarf kann die Methode bereits an dieser Stelle enden. Ansonsten findet anschließend einer der folgenden Schritte statt:

1. Die Teams erhalten eine weitere „freie Karte“, idealerweise passt diese nicht zur bisherigen Idee und erhöht somit den Schwierigkeitsgrad der weiteren Entwicklung.
2. Die Gruppen haben die Möglichkeit, eine „freie Karte“ einzutauschen.

// **PHASE 3: Überarbeitung**

Die Teams haben weitere 10 Minuten Zeit, um ihre Spielideen zu konkretisieren. Spätestens jetzt sollen sie sich auch Gedanken über den Spieltitel, die Zielgruppe und unterschiedliche Level machen.

// **PHASE 4: Abschlusspräsentation**

Bei der Abschlusspräsentation kann der/die Pädagoge\*in auf folgende Fragen eingehen: Welche Zielgruppe hat das Spiel? Sind alle Elemente vorhanden und schlüssig umgesetzt? Ist die Spielidee originell? Wie wird das Spiel vermarktet?

Auch die anderen Teilnehmenden werden zum Feedback aufgefordert, z. B. mit der Frage, ob sie das Spiel selbst kaufen oder jemandem empfehlen würden. Abschließend kann das beste Spiel gekürt werden.



// **TIPPS & TRICKS**

* Verkürzt man die Entwicklungsphasen (Ende nach Phase 2), erhöht dies mitunter die Kreativität. Allerdings ist dies erst bei älteren Zielgruppen zu empfehlen.
* Für die Präsentation und Besprechung der Spielideen sollte ausreichend Zeit eingeplant werden (vor allem bei größeren Gruppen), da diese am umfangreichsten ist.

// **VARIANTEN UND ERGÄNZUNGEN**

* Das SpielSpiel wurde inspiriert vom GameGame von Aki Järvinen, einem Kartenspiel, das sich mit Spielen beschäftigt, inklusive Regelwerk. Das GameGame thematisiert ebenfalls die grundlegenden Bestandteile sowie die Entwicklung von Games, ist allerdings komplexer aufgebaut und nur für 2 bis 5 Spieler\*innen geeignet. Es steht als kostenloser Download auf Deutsch und Englisch zur Verfügung.
* Das SpielSpiel kann auch als Pitch aufgezogen werden. Hierfür nehmen die Jugendlichen die Rolle von Entwickler\*innen kleiner Indie-Studios ein und die Pädagogen\*innen den Part der Spiele-Publisher. Die Jugendlichen müssen ihre Spielidee bestmöglich „verkaufen“ und lernen neben der Präsentation der eigenen Spielidee auch Marktprinzipien der Games-Branche kennen. Am Ende kaufen die Spiele-Publisher die beste Idee.
* Die Teilnehmenden können auch aufgefordert werden, sich Gedanken über die USK Freigabe oder über mögliche Vermarktungsstrategien zu machen. Letztere können in Form einer Visualisierung präsentiert werden.