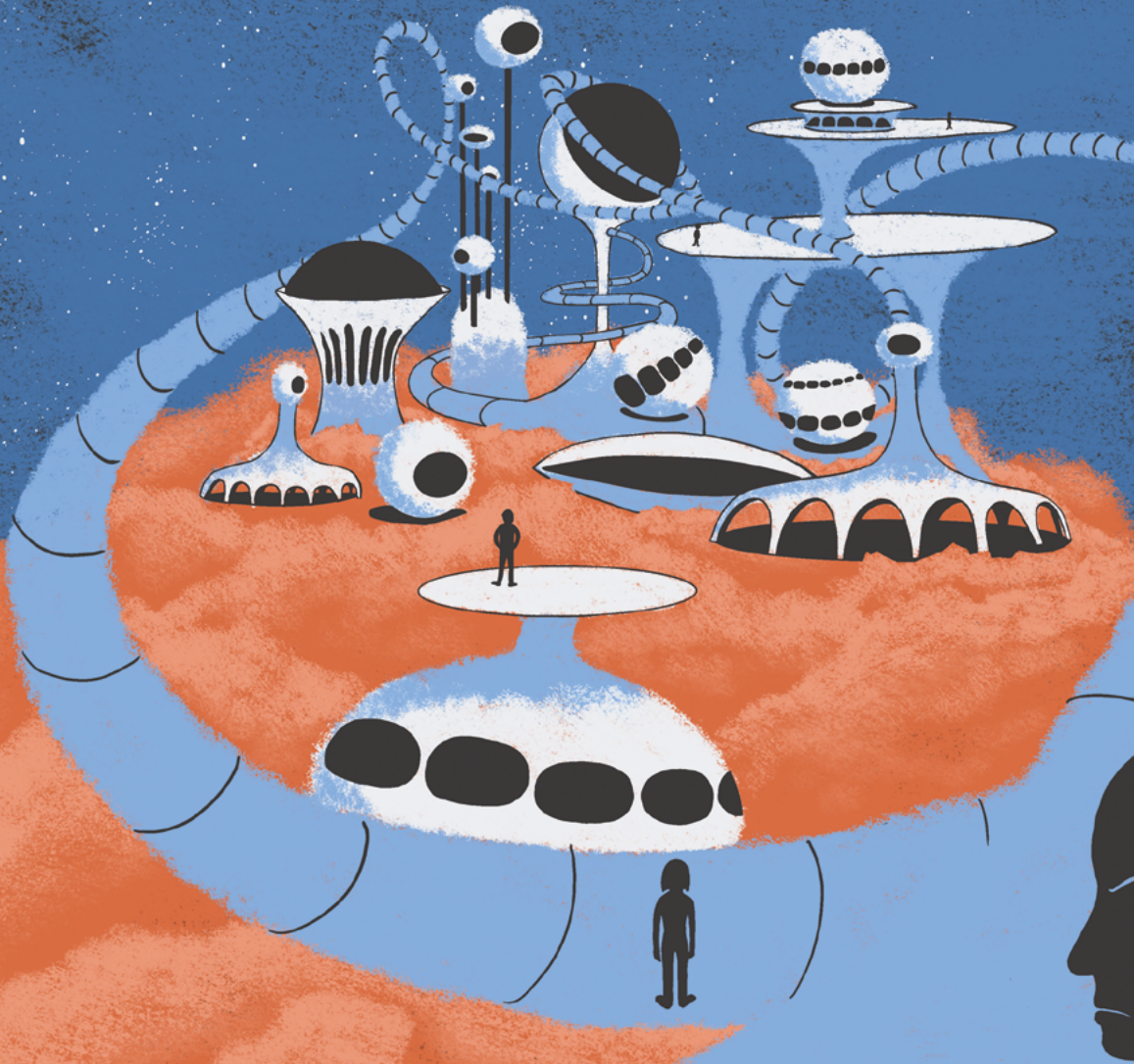


# Spiel um die Zukunft Ein Spiel ft Ein Spiel um die Zukunft Ei



ÜBER  
m o r g e n





## ÜBERMORGEN GbR

Vertreten durch:

Lao Wurth, Theresa Arnoldt,  
Johanna Weigel, Mareile Klose

Wolgaster Straße 9

13355 Berlin

[uebermorgen@mailbox.org](mailto:uebermorgen@mailbox.org)

[uebermorgen-spiel-um-die-zukunft.de](http://uebermorgen-spiel-um-die-zukunft.de)

Druck: solid earth

Wörther Straße 29

10405 Berlin

# Ein Spiel um die Zukunft

## Kurzanleitung



4

Entwicklerinnen



6

Monate



### Spielmaterial

3 Notizbücher

5 Laptops

**Ganz viele** Listen und Tabellen

**Hunderte** Flipcharts und Modkarten

**1 oder mehr** Schere(n)

**1** funktionierender Drucker  
(schwieriger zu bekommen, als man denkt)

**Jede Menge** Backwaren und Chai-Tee

**1** Hauptquartier (oder wahlweise 3)

**1** Katze

### Ziel

Ziel unseres Kommunikationsprojekts ist es, die Welt ein kleines bisschen besser zu machen. Klingt etwas zu pathetisch? Finden wir auch. Deshalb etwas konkreter:

Aktuell wichtige Themen gibt es genug. Uns hat besonders die Frage beschäftigt, wie wir es trotz der ganzen Krisen schaffen können, auf eine lebenswerte Zukunft hinzuarbeiten – und das am besten noch gemeinsam, denn anders glauben wir, wird es nicht klappen. Da Kommunikation nun mal sowohl unser Medium, als auch unser Werkzeug ist, war schnell klar: Wir wollen übers Reden reden. Aber wie, wenn selbst wir schon merken, dass wir über manche Themen gar nicht mehr sprechen möchten? Am besten so, dass es allen Beteiligten richtig Spaß macht! **Dafür haben wir in den vergangenen 6 Monaten ein ziemlich cooles Gesellschaftsspiel entwickelt.** Was genau unser Spiel kann und warum es das kann, erfahrt ihr in diesem Buch.

Am Ende jedes Kapitels findet ihr die Zusammenfassung der wichtigsten Entscheidungen, die wir während unseres Projektes getroffen haben.





## Ablauf

So ein Spiel zu entwickeln ist leichter gesagt als getan. Um zum Ziel zu gelangen, müssen folgende Phasen durchlaufen werden:

### Level 1

#### Die Einleitung

**S. 9**  
Motivation

### Level 2

#### Das Thema

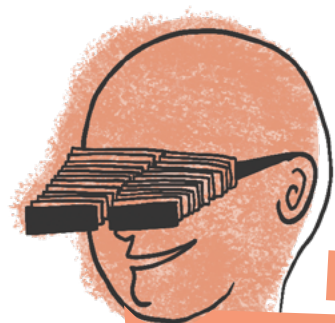
**S. 13**  
Themenfindung

**S. 14**  
Qualitative Interviews

**S. 20**  
Kommunikationsauftrag

**S. 23**  
Recherche zur Klimakommunikation

**S. 28**  
Zwischenfazit



### Level 3

#### Die Methode

**S. 31**  
Spielen

**S. 35**  
Lernen

**S. 38**  
Zugänglichkeit

### Level 4

#### Der Auftrag

**S. 45**  
Purpose, Problem und Ziele

**S. 47**  
Markt

**S. 50**  
Zielgruppe

**S. 54**  
Unique Selling Proposition

### Level 5

#### Das Spiel

**S. 57**  
Expert\*inneninterviews

**S. 65**  
Narration

**S. 72**  
Spieldynamik

**S. 74**  
Arten und Mechaniken

**S. 78**  
Spielelemente

**S. 93**  
Balancing

**S. 100**  
Gestaltung

**S. 107**  
Anleitung

**S. 113**  
Testen

**S. 121**  
Name und Logo

**S. 123**  
Steckbrief



### Level 6

#### Das Geschäftsmodell

**S. 127**  
Vertriebskonzept

**S. 131**  
Finanzierung

**S. 140**  
Druck

### Level 7

#### Die Reflexion

**S. 145**  
Einleitung

**S. 146**  
Wie wir zu Spielentwicklerinnen wurden

**S. 148**  
Unser Endergebnis

**S. 156**  
Spiel als Methode

**S. 158**  
Unser Geschäftsmodell

**S. 160**  
Erste letzte Worte und Danksagung

**S. 162**  
Quellen





Level 1

# Die Einleitung

Einleitung

## Was wollen wir eigentlich?

Motivation

„Klimawandel ist wie ein Spaghetti-Topf. Wenn man da an einer Nudel zieht, kommt auch mehr als ein Spaghetto raus.“

– Lao

Nachdem sich unsere Gruppe gefunden hatte, stellte sich schnell heraus, dass wir mit unserem Projekt etwas bewegen wollen. Am Ende sollte nicht nur ein Konzept stehen, sondern dieses dann auch umgesetzt werden. Und damit das auch wirklich klappt, mussten wir schnell vom Recherchieren ins Machen kommen. Klimawandel, Zukunftsängste, die Krise der Demokratie – Dinge, bei denen noch etwas getan werden muss, gibt es auf jeden Fall genug. Klar, wir können nicht die Welt retten, aber einen positiven Beitrag zu leisten ist schon unser Ziel. Doch was passiert, wenn vier Idealistinnen mit der harten Realität konfrontiert werden? Können sie da noch ihren Ansprüchen gerecht werden? Es gibt viel zu tun und die Zeit ist knapp.







## Johanna

Grafikdesignerin &  
Projektmanagerin



„Ich bin davon überzeugt, dass die komplexen Herausforderungen unserer Gesellschaft neue Ansätze erfordern, um diese effektiv anzugehen. Ich sehe große Chancen in der Methode des Spiels.“



## Lao

Spielentwicklerin und  
Strategin

„Viele Bücher haben mir interessante Szenarien für die Zukunft aufgezeigt und mein Denken geprägt. Ich denke, Geschichten sind ein guter Weg, um uns Gedanken darüber zu machen in welcher Zukunft wir leben wollen.“



## Mareile

Illustratorin &  
Kooperationsmanagerin



„Ich habe keine Lust mehr, die Zukunft düster zu sehen. Wenn wir uns nicht vorstellen können, wie eine nachhaltige Gesellschaft aussieht, können wir sie auch nicht umsetzen.“



## Theresa

Texterin & Master Mind

„Zu irgendwas muss das, was wir gelernt haben, doch nützlich sein. Ich habe Lust, selbst aktiv zu werden und vom Denken ins Handeln zu kommen.“





Level 2

# Das Thema

**S. 13**  
Themenfindung

**S. 14**  
Qualitative  
Interviews

**S. 20**  
Kommunikations-  
auftrag

**S. 23**  
Recherche zur  
Klimakommunikation

**S. 28**  
Zwischenfazit

Das Thema

## Zukünfte, Utopien, Hoffnungen

### Themenfindung

Uns, als Generation, die nach Kriegen und Mauerfall geboren wurde, wird erzählt, dass wir heute wieder in einer Zeit der Krisen leben – doch auch in einer Zeit der Möglichkeiten, die uns dazu bringt, neue Gesellschaftsformen, neue Werte und neue Wege des Zusammenlebens zu entdecken.

Der Fokus unserer nachfolgenden Recherche liegt auf der Klimakrise. Wir sind der Meinung, dass die Klimakrise eine Krise ist, die sich durch alle Bereiche der Gesellschaft zieht. Sie löst Naturkatastrophen, Artensterben, Pandemien, Ernährungskrisen, Kriege und Fluchtbewegungen aus und verstärkt dabei soziale Ungerechtigkeit auf allen Ebenen. So gut wie alle kommenden Herausforderungen der Menschheit werden auf die Klimakrise zurückführbar sein. Gleichzeitig sind die Ursachen der Klimakrise aus einer Gesellschaft entstanden, die augenscheinlich weder sozial verträglich noch nachhaltig ist und die deshalb für Zukunftsentwürfe als Ganzes neu gedacht werden muss.



# Wir reden wir eigentlich über die Klimakrise?

## Qualitative Interviews

Reden wir überhaupt noch? Beim Nachdenken über Utopien, Hoffnungen und Zukünfte, gerade im Zusammenhang mit der Klimakrise, die ja irgendwie eher die Macht hat, alle Träume zu zerstören, kam es uns vor, als würde die Kommunikation immer schwieriger werden. Gleich denkt man an so hässliche Begriffe wie Polarisierung, Wutbürger\*innen, Hate Speech...

**Aber eigentlich müssen wir doch miteinander reden, um eine gesamtgesellschaftliche Krise zusammen zu meistern und als Gesellschaft eine neue Realität zu bauen, die die Zerstörung unseres eigenen Planeten eher umschifft, als mit ganz viel Power weiter in die Krise zu steuern.**

Soweit unsere Hypothese.

### Gespräche

#### 7 Menschen

Interviewpartner\*innen



Geben uns Einblicke in ihre Erfahrungen mit Klimawandel- und Zukunftsdiskursen

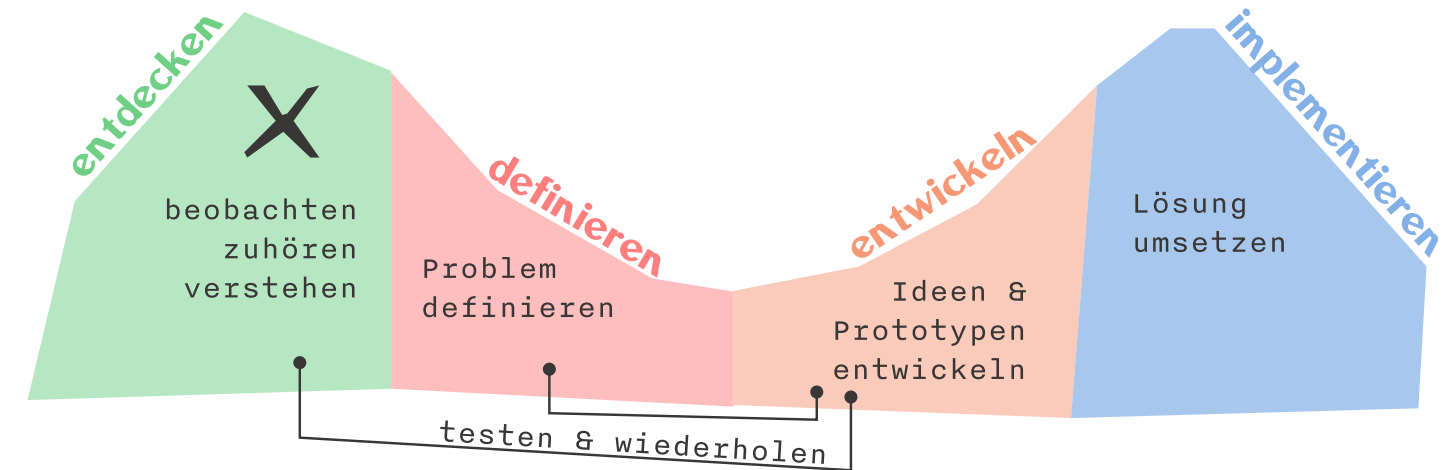


Abb. 1: Stufen des Human Centered Design. Entdecken. (X -> You are here)

Um überhaupt erstmal zu verstehen, wie Gespräche über die Klimakrise in den Wohnzimmern, Büros und Friseursalons Deutschlands aussehen, haben wir nach dem Prinzip des Human Centered Design eine qualitative Studie durchgeführt. Im Human Centered Design (Mendelski, 2022) begibt man sich, nachdem eine Hypothese zu einem bestehenden Problem (oder auch zu einem fehlenden Produkt) aufgestellt wurde, ins Umfeld der Menschen, die von dem Problem möglicherweise betroffen sind und redet erst einmal. Dann kann man aus den Geschichten, aus den Emotionen und unterschiedlichen Perspektiven eine große übergeordnete Geschichte erzählen, mit der sich die Hintergründe des Problems darstellen lassen. Kurz: wir haben unsere Hypothese einfach mal mit der Realität konfrontiert und geschaut, was passiert. Dafür interviewten wir insgesamt sieben Menschen aus unserer Umgebung. Dabei reichte die Altersspanne von 21 bis 88 Jahren. Es wurden drei weibliche und vier männliche Personen interviewt.



## Folgende Fragen haben wir gestellt:

Wann war das letzte Mal, dass du dich mit jemanden über den Klimawandel und mögliche Zukunftsszenarien unterhalten hast?

Wie hast du dich während des Gespräches gefühlt?

Wie hast du das Gespräch empfunden?

Wieso hast du das Thema angesprochen? Oder wurdest du angesprochen?

Sprichst du gern über das Thema? Wieso? Wieso nicht?

Welche Erfahrungen hast du in solchen Gesprächen gemacht?

Mit wem unterhältst du dich (gerne) über dieses Thema? Warum?

Was wünschst du dir in Bezug auf Klimawandel-Diskurse?



## Das Thema

Beim Lesen der teils sehr umfangreichen Antworten fällt als erstes auf, dass Gespräche über das Thema Klimakrise unangenehme Emotionen hervorrufen. Viele unserer Gesprächspartner\*innen machen sich Sorgen, welche Folgen die Klimakrise haben wird. Diese Ängste und sogar depressive Phasen entstehen insbesondere durch Gespräche, in denen eine dystopische Zukunft vorausgesagt wird. Gleichzeitig herrschen Gefühle der Machtlosigkeit:



weiblich  
27 Jahre

„Ich versuche es [das Gespräch über die Klimakrise] zu vermeiden. Also ich setze mich damit auseinander, weil wir müssen, weil man auch aus seiner Komfortzone raus muss, aber es frustriert mich einfach hart, weil ich das Gefühl habe, es ändert sich nichts. [...] Ich versuche dann eher, über Themen zu reden, die mich zwar auch betreffen, aber die für mich auf einer emotionalen Ebene greifbarer sind. Zum Beispiel rede ich dann lieber über feministische Themen [...]. Bei Feminismus habe ich das Gefühl, ich kann was verändern, indem ich mein Umfeld beeinflusse.“

„Wenn ich darüber spreche, versuche ich mich bewusst davon zu distanzieren. Das hilft mir dabei, mit dem aufkommenden Gefühl von Kontrollabstinenz und Machtlosigkeit umzugehen und so besser in eine Beobachterrolle zu schlüpfen.“



männlich  
23 Jahre



weiblich  
21 Jahre

„Also ich rede darüber, weil ich reden muss, weil wenn man nicht darüber redet, dann gerät es in Vergessenheit, aber es frustriert mich sehr.“

## Das Thema

Dieses Gefühl fehlender Selbstwirksamkeit hängt auch mit dem komplexen Thema Schuld zusammen. Wir stellen uns gegenseitig und selbst an den Pranger, um klarzustellen, was wir alles falsch machen, statt klare Lösungsansätze zu formulieren. Auch in unseren Interviews kommt das zur Sprache:



männlich  
23 Jahre

„Ich wünsche mir, dass mehr klare politische Forderungen artikuliert werden. Das wird aufgrund von Interessenkonflikten selten gemacht. Außerdem wünsche ich mir, dass die Gespräche weg von individueller Betrachtung (zum Beispiel weniger Plastikflaschen kaufen) hin zu politischen Forderungen und Erwartungshaltungen gehen.“

„Ich wünsche mir, dass mehr lösungsorientiert debattiert wird. Der erhobene Zeigefinger ‚Ändert was!‘ bringt da wenig. Außerdem sollten nicht immer nur Probleme aufgezeigt, sondern auch Lösungsansätze ausprobiert werden und zwar auch auf nationaler Ebene - industriell und politisch.“



männlich  
25 Jahre

Jetzt ist aber irgendwie immer noch nicht klar, ob man weiter über die Klimakrise diskutieren soll, wenn das anscheinend eh nicht zielführend ist und wir uns nur gegenseitig frustrieren.



männlich  
28 Jahre

„[...] I've talked about [the climate crisis] enough to the point where I feel there is very little to be learnt from just mere conversation compared to reading articles or more formal media publications.“ Später fügt er hier jedoch hinzu: „[...]I also feel that large parts of the population are left behind because they are not really made to understand how climate change is going to make aspects of all people's daily lives problematic.“



weiblich  
89 Jahre

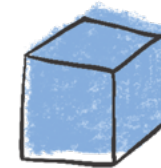
„Es erleichtert mit Leuten darüber zu reden, wenn die die gleichen Ängste haben, weil man sich dann nicht so alleine fühlt, obwohl das ja nicht viel bringt.“

Aber anscheinend bringt es doch ein bisschen, zumindest etwas gegenseitige emotionale Unterstützung.

„Im Austausch mit anderen kann ich auch immer meinen eigenen Standpunkt hinterfragen oder mir anhand von anderen Perspektiven meine eigene Meinung bilden.“



männlich  
23 Jahre



Eine weitere Person (weiblich, 21 Jahre) würde gerne mehr über Umweltthemen reden, findet aber, der Diskurs sollte lösungs- und handlungsorientierter sein und weniger vorwurfsvoll und generell konstruktiver.

**We hear all of you!**



# Klima, Zukunft, Kommunikation - und nun?

## Kommunikationsauftrag

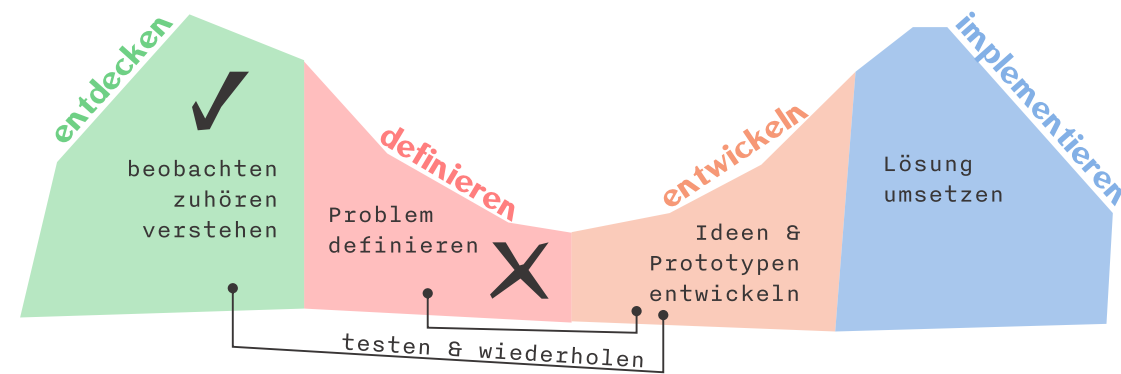
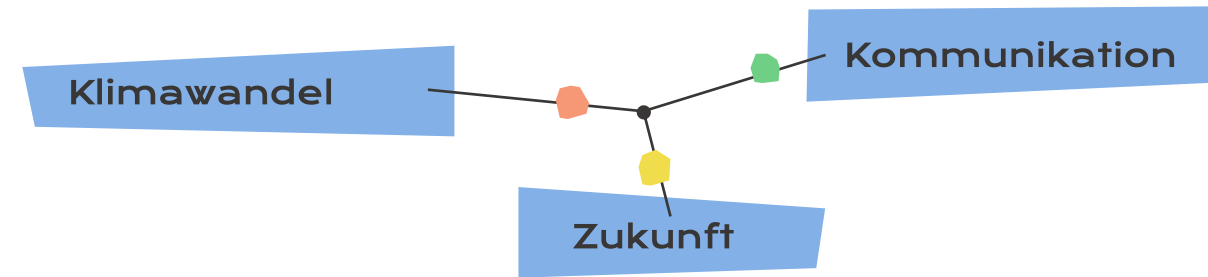


Abb. 2: Stufen des Human Centered Design. Definieren

Wir wollen über Krisen reden und gleichzeitig Hoffnung kommunizieren, Selbstwirksamkeit geben, die Dinge von einer anderen Seite aus betrachten, um im Endeffekt gemeinsam gesamtgesellschaftliche Utopien zu finden, die nicht die Hälfte der Bevölkerung links oder rechts liegen lassen!

Mit all diesen verschiedenen Ideen erstellen wir an einem Nachmittag im Dezember eine Matrix, um uns auf einen Kommunikationsauftrag zu einigen. Unser Themenbereich hat für uns drei Dimensionen: Klima, Zukunft und Kommunikation. Klar ist, dass wir nicht alles machen können. Eine Eingrenzung muss her.



Kommunikationsauftrag

	1. Vision & Hoffnung	2. Wissen & Informationen	3. Kommunikation & Kompetenzen
Idee	Zukunftsplanung mit ihren Eigenheiten erlebbar machen	Konkrete Agency-Erfahrung machen, politische Systeme kennenlernen	Gemeinschaftlich trotz unterschiedlicher Interessen Entscheidungen treffen
Ziel	positive Zukunftsvisionen erträumen lassen	Handlungsfähigkeit vermitteln, Handlungsoptionen aufzeigen	lösungsorientierte Diskussionen anregen, Kompromissbereitschaft stärken, Spaß an Kommunikation vermitteln, Kommunikationskompetenzen in den Vordergrund stellen
Problem	Hoffnungslosigkeit im Bezug auf die Zukunft	Resignation und Machtlosigkeit	Diskussions- und Konfliktscheue

Abb. 3: Matrix zur Themenfindung mit drei Ideen für Kommunikationsaufträge

Alle drei Richtungen erscheinen uns relevant für ein mögliches Kommunikationsprojekt und haben ihre Existenzberechtigung. Wir diskutieren, stimmen ab und entscheiden uns für das Thema, auf das wir uns mit Konsens einigen können:

**Gemeinschaftlich trotz unterschiedlicher Interessen Entscheidungen treffen**

Wir möchten an dieser Stelle eine kurze Geschichte erzählen, die Mareile aus unserer Projektgruppe erlebte.

„Als man Weihnachten '21 wieder an Heiligabend in kleiner Gruppe zusammenkommen durfte, luden wir meine Großmutter zum Essen ein und freuten uns, den Abend zu viert verbringen zu können (Mama, Papa, Oma und Tochter). Wie es nach dem ersten Glas Wein so ist, kamen schnell politische Themen auf den Tisch. Normalerweise haben wir in fast allem eine zumindest sehr ähnliche Meinung, auch die Großmutter, die mit fast 90 Jahren immer noch mehr Überblick über die Weltpolitik hat, als wir Nachkommen. Doch heute machte meine Mutter plötzlich Aussagen, die ich noch nie von ihr gehört hatte und meine Großmutter pflichtete ihr bei. Dass sie Angst hätten, dass man als Frau nicht mehr sicher sei. Dass die Emanzipation der Frau in Deutschland durch die aus Syrien kommenden jungen Männer wieder rückgängig gemacht werden könnte. Sowohl ich, als auch mein Vater waren fassungslos. Während mein Vater sofort sehr stark gegen die Aussagen vorging und sie als moralisch verwerflich darstellte, dabei keinesfalls auf die Ängste der anderen einging oder sie zu beruhigen vermochte, hielt ich die Situation gar nicht mehr aus und ging stattdessen lieber alleine mit dem Hund spazieren. Mir ging auf, dass es seit Langem das erste Mal war, dass wir so unterschiedliche Meinungen in der eigenen Familie hatten. Wir führen häufig politische Diskussionen, aber meistens ziehen wir im Endeffekt am gleichen Strang. Doch sobald eine Aussage ausgesprochen wurde, die nicht in unser typisches politisches Narrativ passte, waren wir mit der Diskussion überfordert. Der Abend endete damit, dass wir einfach das Thema wechselten und es seitdem auch nur noch selten ansprachen.“



Das Thema

## Reden is' wichtig

### Recherche zur Klimakommunikation

Laut unseren Interviews ist Kommunikation anscheinend schon wichtig. Stellt sich jetzt als nächstes die Frage, wie man das am besten angeht. So, wie es bis jetzt läuft, funktioniert es ja offensichtlich nicht so richtig. Also nächster Schritt: Hit the books! Wir haben uns in die Fachliteratur vergraben.

Als erstes stießen wir auf einen Zeitungsartikel, der die Ergebnisse unserer Interviews unterstützt und sie in einen größeren Kontext setzt. Ariane Bemmer schreibt im Tagesspiegel über die Streitkultur in Deutschland oder eher die fehlende Streitkultur: „Denn gestritten wird aktuell wenig. Eher wird geschimpft und beleidigt.“ (Bemmer, 2023) Hier bezieht sie sich vor allem auf die polemische Gesprächskultur in Talkshows und auf sozialen Netzwerken. Dafür zitiert Bemmer den Erziehungs- und Sozialarbeitswissenschaftler Rainer Kilb, der das „mangelhafte Umgangsvermögen mit Konflikten“ auf eine friedliche Zeit der Krisenlosigkeit zurückführt. Mehr noch: wir halten Konflikte für etwas Schlechtes, das es zu vermeiden gilt. „Aus dem Bildungssektor liegt eine Untersuchung unter anderem von der Politikdidaktikerin Sybille Reinhardt allerdings schon von 2000 vor, der zufolge Jugendliche Konflikte als etwas Schädliches betrachten und als oberstes Ziel Harmonie und Einigkeit anstreben.“ (Bemmer, 2023) Und Thomas Krüger, Leiter der Bundeszentrale für politische Bildung sagt





dazu: „Wenn wir verlernen anzuerkennen, dass oftmals keine kohärenten Antworten, Positionen und Geschichten existieren, verlernen wir Demokratie.“ (Bemmer, 2023)

Die Diskurse um den Klimawandel stellen häufig Identitäten und Zukunftsentwürfe gegenüber. Und weil wir gerne immer ein positives Selbstbild von uns haben, stresst uns das, wenn jemand anderes unsere Entscheidungen kategorisch hinterfragt (Weber & Chlopczyk, 2020). Anstatt, dass wir offen diskutieren, Konflikte führen und unsere Perspektiven und Meinungen mitteilen, um Kompromisse zu finden, werden kontroverse Themen in realen Konversationen vermieden. Unsere Befragten aus dem letzten Kapitel reden zum Beispiel gerne mit Menschen, die ihre Auffassung grundsätzlich teilen oder einen ähnlichen Hintergrund haben. Dazu passt auch die Antwort eines von uns Interviewten, der sich eher mit anderen Akademiker\*innen unterhalten möchte, um eine sachliche Kommunikation zu gewährleisten.

Mögen Menschen in der Realität eher konfliktfreie Diskussionen führen, so werden Konflikte im Netz umso zahlreicher. Diese werden häufig von populistischen Inhalten gefüttert. Fritz Reisswig und Beate Küpper führen das Demokon-Projekt durch, das zeigen soll, wie sich Populismus auf lokale Konfliktkulturen in Bezug auf die Energiewende auswirkt. Sie finden: „Der reine Rekurs auf Fakten, so wichtig sie sind, würde Politik durch Expertokratie ersetzen; auch Fakten können tyrannisch wirken, wenn sie nicht nur informieren, sondern den demokratischen Willensbildungsprozess ersetzen.“ (Reusswig & Küpper, 2022) Die Klimakrise sei ein soziologisches Thema, das viele gesellschaftliche Werte in Frage stelle. Manchmal entstehe jedoch der Eindruck, dass die meisten Diskurse nur in Expert\*innenkreisen geführt werden, was anderen die Teilnahme an der Diskussion erschwere. Populistische Bewegungen böten da vielen Menschen eine Plattform, um ihre Stimme zu erheben.

Dann kommt auch noch die Sache mit der Schweigespirale dazu. Die was? Ach so. Ja, hab ich schon mal gehört in irgendeinem Online-Seminar, während ich Kartoffeln geschnippelt habe. Die Schweigespirale ist ein soziologisches Konstrukt, das bereits in den 70er Jahren von Elisabeth Noelle-Neumann beschrieben und untersucht wurde. Es besagt, dass wir uns nicht durch eine ungeteilte Meinung von der Gemeinschaft isolieren wollen und deshalb häufig aufpassen, was wir sagen. Natürlich gibt es selbstbewusste Menschen, die ganz laut ihre Meinung kundtun, auch wenn die vielleicht nicht der überwiegenden Mehrheit entspricht (da war doch mal so ein US-Präsident... irgendwas mit Trumpf?). Dem schließen sich andere an, während Menschen, die die laut herausposaunte Stellungnahme nicht teilen, sich zurückhalten, um nicht in Konfliktsituationen zu geraten und sich dadurch zu isolieren. So passiert es, dass am Ende ein falsches Bild der Meinungslandschaft entsteht, weil einige wenige Leute so tun, als wären sie der Großteil einer Gesellschaft, während die überwiegende Mehrheit, die ganz andere Meinungen hat, nicht zu Wort kommt (Noelle-Neumann, 1977).

Und da haben wir dann den populistischen Salat.

**Die nächste große Frage, die sich uns stellte: Wie erschaffen wir Räume, in denen über Klimathemen kommuniziert werden kann und in denen alle gehört werden?**



## Könnse mal nen Raum uffmachen?

Uff. Geht's noch 'ne Nummer kleiner? Na gut, erst mal weiterforschen. Da fiel uns das gut 400-seitige „Handbuch“ der Klimakommunikation des Wissenschaftsjournalisten Christopher Schrader „Über Klima sprechen“ (Schrader, Ch., 2022) in die Hände. Auch Schrader bestätigt hier ganz klar: Es ist wichtig auch außerhalb der Politik zu reden und alle mit in den Gesprächsraum zu holen.

„Ihre Kompetenz und Ihre Authentizität, Ihre Motive und Ihre Werte, Ihre Geschichte und Ihre Pläne fehlen in der Debatte, wenn Sie sich nicht einbringen.“ (Schrader, Ch., 2022, S. 9)

Laut dem Handbuch gibt es keine perfekte Lösung für Klimakommunikation. Das fängt schon da an, mit wem man gerade redet, in welcher Beziehung man zu der Person steht, wie die Situation drumherum gerade aussieht und so weiter. Also muss je nach Gesprächssituation die Kommunikationsstrategie angepasst werden. Schrader gibt jedoch viele Hinweise, die helfen können, gute Entscheidungen zu treffen. Hier einige Auszüge, die uns besonders geholfen und inspiriert haben:

Vieles von dem, was Schrader für die Klimakommunikation beschreibt, lässt sich in unseren Augen auch auf die Diskurse in der engesellschaftlichen Krisen anwenden.

„Werte prägen [das], was wir anstreben“ (S. 55). Es ist wirkungsvoller an gemeinsame Ziele zu appellieren oder über bedrohte Interessen und Werte zu reden, als Fakten darzulegen. Am Ende müssen Fakten mit Interessen versöhnt werden, wodurch Schein-Konflikte aufgelöst werden, denn meist will man eigentlich dasselbe, blickt nur von unterschiedlichen Seiten auf die Problemstellung (S. 13).

Die Klimakrise ist ein „wicked problem“ (S. 27), das extrem vielschichtig ist, was aber immer mehr auf „gut und böse“ oder „rechts und links“ reduziert wird, je verhärteter der Konflikt ist, was wiederum dazu führt, dass die vermeintlichen „Seiten“ immer weniger Verständnis füreinander haben und sich immer weniger austauschen (S. 28).

Das Problem der Klimakrise scheint weit entfernt, gerade durch die Reduzierung auf Fakten, und ist schwer greifbar, weil die Folgen sich erst langsam und schleichend auf uns auswirken werden (aber dann mit aller Naturgewalt). Die Krise muss also erzählt, die unmöglich scheinenden Lösungen illustriert werden (S. 33).

Wir bauen uns viele „Schleichwege“ im Hirn, um unangenehme Wahrheiten zu verdrängen oder abzulehnen. Das beim Gegenüber zu erkennen ist frustrierend, aber zu wissen, dass unser eigenes Gehirn genauso agiert, hilft, geduldig zu bleiben und dem\*der Anderen mit Empathie zu begegnen (S. 49).



# Was heißt das jetzt?

## Zwischenfazit

Stellen wir uns mal eine Stufe höher und schauen uns ein bisschen die Meta-Ebene an. Bemmer schreibt in ihrem Artikel (Bemmer, 2023), die Deutschen hätten verlernt Konflikte auszutragen. Durch einen erstarkenden Populismus in allen kontroversen Themen werden Argumentationslager voneinander getrennt, da man gar nicht mehr in Erwägung zieht, dass die „andere Seite“ vielleicht doch auch mal gute Argumente hervorbringt. Die Schweigespirale nach Noelle-Neumann (1977) sorgt dafür, dass sich viele gar nicht mehr trauen mitzudiskutieren, um sich nicht selbst zu isolieren. Die von uns befragten Menschen gehen Diskussionen oft ganz aus dem Weg, weil sie frustrieren, selbst wenn man derselben Meinung ist.

Scheint, als würde da an den Grundsätzen der Diskussionskultur etwas nicht stimmen. Scheint, als müssten wir erst mal das Vertrauen fassen, unsere Meinung auszusprechen. Scheint, als müssten wir daran erinnert werden, dass unsere Perspektive nicht die Einzige ist. Scheint, als würden bei der öffentlichen Diskussion ein paar Punkte immer übergangen beim ganzen naturwissenschaftlichen Fakten Erzählen, nämlich die soziale Ebene. **Scheint, als bestätigt dies unser Vorhaben, eher Kompetenzen zu üben, als Fakten zu vermitteln und dabei ein ganzes System von gesellschaftlichen Prozessen abzubilden.**

**Unser Kommunikationsauftrag will genau das! Aber wie?**

### Entscheidungsübersicht



Entscheidung

#### Kommunikationsauftrag

Zukunftsplanung mit ihren Eigenheiten erlebbar machen



Entscheidung

#### Kommunikationsauftrag

Gemeinschaftlich trotz unterschiedlicher Interessen Entscheidungen treffen



Entscheidung

#### Kommunikationsauftrag

Konkrete Agency-Erfahrung machen, politische Systeme kennenlernen



Entscheidung



Entscheidung



Level 3

# Die Methode

**S. 31**  
Spielen

**S. 35**  
Lernen

**S. 38**  
Zugänglichkeit

Die Methode

## Homo Ludens Spielen

„Ins Spielen kommen, ins Sprechen kommen,  
ins Handeln kommen.“

- Leitidee von ÜBERmorgen

Das Spiel begleitet die Menschen seit den Anfängen der Zivilisation. Kinder lernen durchs Spielen über das Leben und darüber, was es bedeutet, Teil einer Gesellschaft zu sein und mit anderen zu interagieren. Spiele können also beeinflussen, wie wir uns innerhalb einer Gemeinschaft „im echten Leben“ verhalten.

Florian Rötzer, Journalist und Autor zum Thema Medientheorie und Ästhetik unterscheidet dafür zwischen Spielen erster Ordnung und Spielen zweiter Ordnung (Rötzer, 2013, vgl. S. 20):

„Spiele der ersten Ordnung finden statt, egal ob es den Spieler\*innen bewusst ist, dass sie an einem Spiel mitwirken. Sie agieren wie auch immer, aber ihre Handlungen lassen sich aus der Distanz eines Beobachters als Spiele unter bestimmten Bedingungen mit mehr oder weniger konsistenten Regeln [...] beschreiben, die Folgen haben und erneute Züge verlangen.“





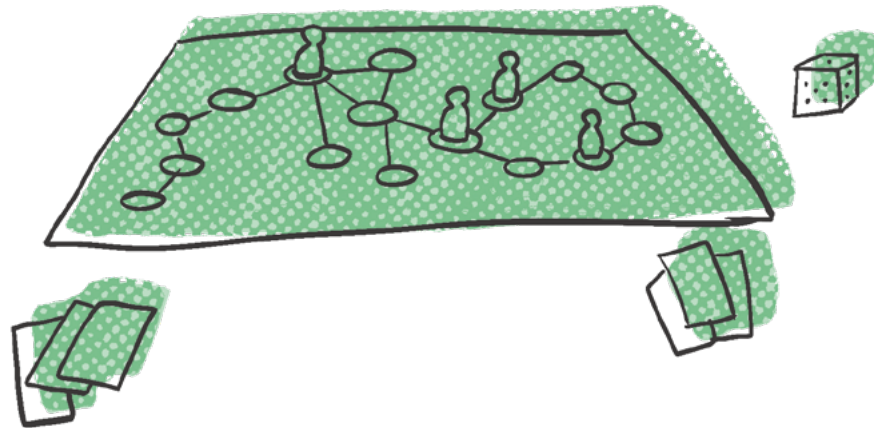
Mit Spielen erster Ordnung sind also Spiele des echten Lebens gemeint. So ein Spiel kann laut Rötzer das Treiben auf einem Markt sein (ob das jetzt der Aktienmarkt oder der Biomarkt auf dem Dorfplatz ist) oder aber auch die Evolution. Vor allem die Politik ist voller Spiele erster Ordnung. Rötzer nennt hier als Beispiel einen Politiker, der auf einer Pressekonferenz ein bisschen mit den Medien und mit der Situation spielt und die Realität

verdrehen, um seinem eigenen Ansehen nicht zu schaden, ganz wie ein geschickter Schauspieler.

Die Spiele zweiter Ordnung, und das können Sie sich schon denken, sind dann eben die Spiele, die wir allgemein auch als solche bezeichnen.

„Spiele [zweiter Ordnung] vereinfachen die Regeln des Lebensspiels [Spiel erster Ordnung], grenzen andere Einflüsse aus, verkürzen das Spiel auf eine überschaubare Zeit und sorgen meist für ein erkennbares Ende, das im Erfolg oder Gewinnen bzw. im Scheitern oder Verlieren besteht.“

Beim Spielen der Spiele zweiter Ordnung werden uns die Spiele erster Ordnung sozusagen durch Reduktion der Komplexität erklärt.

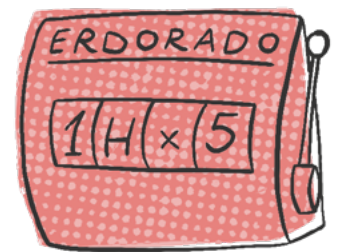


Spiele sind deshalb eine gute Form des Lernens, beziehungsweise des Verstehens. Statt sich theoretische Sachverhalte in den Kopf zu pressen, erlebt man selbst, was sie bedeuten können. So nach dem Motto „mittendrin, statt nur dabei“.

„Die Qualität von Spielen [...] liegt darin, dass sie Systeme und Systematiken abbilden können. Das kann so kein anderes Medium. Im Grunde können andere Medien das Ganze nur bebildern oder beschreiben. Spiele können aber Systematiken zugänglich und Kausalitäten erlebbar machen.“ (Tillmanns, 2017)

Das sagt die Wissenschaftlerin und Spieleentwicklerin Katharina Tillmanns vom Cologne Game Lab in einem Interview über Serious Games. Dass Spiele Systeme so gut nachstellen können bedeutet auch, dass man sich in diesen Systemen ausprobieren kann, um zu verstehen, was gut funktioniert und was nicht. Die Rückmeldung wird einem dann fast immer sehr unvermittelt um die Ohren gehauen – eben Gewinn oder Verlust. Genau deshalb können Spiele auch komplexe Sachverhalte, wie die Klimakrise, erlebbar und greifbar machen, so Christopher Schrader in seinem Buch über Klimakommunikation (Schrader, Ch., 2022).

Und: Wir können uns mal von den Regeln der Realität befreien. Zwar gibt es im Spiel auch klare Regeln, klarer als die der Realität, aber es fallen auch bestimmte Erwartungshaltungen an die Spieler\*innen als soziale Personen weg. Es wird in dem Moment des Spiels keine Care-Arbeit von ihnen erwartet, sie müssen sich nicht vor einer vorgesetzten Person profilieren, sie können ganz aus ihrer alltäglichen Rolle heraustreten. Das geschieht vor allem, wenn das Spiel eine



## Die Methode

Geschichte erzählt und die Spieler\*innen zu Figuren in dieser Geschichte werden. Man könne in Situationen eintauchen und in Rollen schlüpfen, von denen man sich in der Realität abwenden würde, schreibt Schrader (Schrader, Ch., 2022).

**Das Spiel ist unsere Methode der Wahl für die Umsetzung unseres Kommunikationsauftrages „Gemeinschaftlich trotz unterschiedlicher Interessen Entscheidungen treffen“. Spiele können komplexe Systeme und Sachverhalte verständlich darstellen und erlebbar machen, sowie die Möglichkeit geben, die eigenen und die Grenzen des Systems auszutesten.**

Abb. 4: Der erste Spieltest des Prototypen



## Spaß als Methode Lernen

„Wer glaubt, der Ernst der Lage lasse es nicht zu, Spiele zum Klimawandel zu spielen – die oder der hat den Ernst der Lage nicht verstanden. Spielen ist kein hohler Zeitvertreib oder muss es nicht sein, sondern ist eine der besten Methoden, etwas zu lernen.“  
(Schrader, Ch., 2022, S. 253)

Spiele sind nicht zuletzt deshalb als Kommunikationsmethode so interessant, weil die ihnen „innewohnenden unterhaltsamen Eigenschaften“ genutzt werden können, um den Spieler\*innen bestimmte Ziele und Erfahrungen zu vermitteln, so die deutsche Bildungsforscherin Claudia Schrader. „[Spiele] werden als viel mehr als nur Motivationsmittel anerkannt. Bis zu einem gewissen Grad wird argumentiert, dass Spiele die Entwicklung von Wissen und Fähigkeiten unterstützen, die sonst nur schwer zu vermitteln sind. Sie ermöglichen es Pädagogen, Aufgaben aus der realen Welt virtuell zu modellieren, bei denen die Schüler interagieren können, was den Schülern ein Gefühl des Lernens durch Handeln oder, im Falle von Spielen, des Lernens durch Spielen vermittelt.“ (Schrader, Cl., 2023, S. 1256, Übersetzung der Autorinnen) Die psychologische Grundlage für den Erfolg von Spielen sei dabei vielschichtig: Es spielten sowohl motivationale, als auch affektive und soziokulturelle Faktoren eine Rolle (Schrader, Cl., 2023). Für die Motivation der Spieler\*innen seien insbesondere die Interaktion mit dem Spiel und der



kompetitive Charakter des Spielens ausschlaggebend: Sie steigerten das „Interesse, [die]intrinsische Motivation und das, was Csikszentmihalyi (z.B. 2008) als Flow-Zustand beschrieben hat, d. h. eine längere Zeit, die mit intensiver Konzentration an einer Aufgabe verbracht wird, so dass Zeitgefühl und Müdigkeit verschwinden.“ (Schrader, Cl., 2023, S. 1257f., Übersetzung der Autorinnen)

### Wann funktionieren Spiele als Lernmethode?

Auch wenn sich die empirische Forschung zu Spielen als Lernmethode hauptsächlich auf das Genre der Serious Games bezieht – also auf Spiele, die eher zu Bildungs- als zu Unterhaltungszwecken entwickelt wurden (Zhonggen, 2019) – lassen sich daraus einige wichtige Lektionen für Spiel als Methode allgemein ableiten.

So untersuchte Yu Zhonggen schon 2018 in einer systematischen Meta-Analyse die Hauptmerkmale erfolgreicher Serious Games des vergangenen Jahrzehnts und kommt zu dem Schluss: Werden die Spiele von den Spieler\*innen als mentale Belastung empfunden, hat das einen negativen Einfluss auf den Lernerfolg (Zhonggen, 2019). „Für ein Lernspiel ist es von grundlegender Bedeutung, dass es für den Spieler ansprechend ist, damit das Lernen stattfinden kann, sonst besteht die Gefahr, dass es beendet wird, bevor der Lerninhalt ins Spiel kommt. [...] [W]enn ein Spiel keinen Spaß macht oder nicht angenehm ist, will es niemand spielen“, betonen auch der norwegische Sozialpsychologe Christian Klöckner und sein Mitarbeiter Kristoffer Fjællingsdal (Fjællingsdal & Klöckner, 2017, S. 11,3, Übersetzung der Autorinnen)

Um hier entgegen zu steuern, braucht es also Spiele, die nicht nur explizit fürs Lernen konzipiert sind, sondern sich auch auf den ‚Spaßfaktor‘ des Spiels konzentrieren. „Solche Spiele sind in erster Linie Spiele“, so Klöckner in seinem



Buch über alternative Strategien in der Klimakommunikation. „Sie sind dafür gemacht, Menschen zu unterhalten. Das Umweltthema, die Botschaft oder der pädagogische Ansatz ist ein Zusatz, auch wenn er Teil der Gestaltung ist.“ (Klöckner, 2015, S. 198, Übersetzung der Autorinnen)

### Erkenntnisse für die Spielgestaltung

Um mit einem solchen Spiel erfolgreich Kommunikation zu betreiben, lohnt es sich, in der Spielentwicklung sehr bewusst vorzugehen und bestehende wissenschaftliche Erkenntnisse zum positiven Lerneffekt bestimmter Spielelemente und -dynamiken einzubeziehen. (Schrader, Cl., 2023) So zeigen verschiedene Studien den hohen pädagogischen Wert kooperativer Spiele (Clark et al., 2016), während wettbewerbsorientierte Spiele zugleich positiven Einfluss auf den empfundenen Spaß der Spieler\*innen, ihre intrinsische und extrinsische Motivation, sowie auf die Einstellung gegenüber den Lerninhalten haben können. (Schrader, Cl., 2023) Auch die narrative Gestaltung des Spiels ist nicht zu vernachlässigen: „Was das narrative Design anbelangt, so hat sich gezeigt, dass die Einbeziehung einer Erzählung zur Einordnung und Verankerung des Lernens im Kontext zu einer höheren positiven Erregung führt als bei Spielen ohne Erzählung. [...]Die Gestaltung von menschenähnlichen Spielfiguren, mit denen sich die Spieler identifizieren, führt zu positiven Emotionen während des Spiels[...].“ (Schrader, Cl., 2023, S. 1262, Übersetzung der Autorinnen) Modelle zur Betrachtung von Lernspielen, wie Klöckner und Fjællingsdals ENED-GEM (Environmental Educational Game Enjoyment Model) (Fjællingsdal & Klöckner, 2017), können darüber hinaus eine Orientierung bieten, welche unterschiedlichen Stadien es bei der Gestaltung eines gelungenen Spielerlebnisses zu beachten gibt und welche externen Faktoren in die Überlegungen mit einbezogen werden sollten. Dazu gehört zum Beispiel, sich Gedanken zu machen, wie verschiedene Typen von Spieler\*innen (siehe Bartle, 1996) ins Spiel einbezogen werden können und wie zu wiederholtem Spielen angeregt werden kann.

# Ein Spiel für alle?

## Zugänglichkeit

Es wird also ein Gesellschaftsspiel. Wen wollen wir mit unserem Spiel erreichen? Diese Frage haben wir zu Beginn des Projekts eine ganze Weile vor uns hergeschoben. „Alle“ war lange Zeit unsere Antwort, denn das war natürlich die große Hoffnung. Ein Spiel, was so einfach zu verstehen und gleichzeitig so tiefsinnig und witzig ist, dass jede\*r Lust hat, es zu spielen. Natürlich steckt in dieser Vorstellung eine ganze Menge Idealismus, deshalb wird es nun Zeit für einen Realitätscheck.

### Wer spielt überhaupt Gesellschaftsspiele?

Ein Blick in die Statistik zeigt: Es spielen bei Weitem nicht „alle“ Gesellschaftsspiele. Laut einer Studie des IfD Allensbach geben etwas mehr als die Hälfte aller Deutschen (rund 55%) über 14 Jahren an, in ihrer Freizeit mindestens ab und zu Gesellschaftsspiele wie Siedler von Catan oder Monopoly zu spielen. Im Zeitraum von 2018 bis 2022 blieb diese Zahl relativ konstant (IfD Allensbach, 2022). Im Umkehrschluss bedeutet das aber auch, dass fast die Hälfte der Deutschen nur wenig mit Gesellschaftsspielen anfangen kann. Ausgehend von der Annahme, dass es sich hier in der Regel um recht feste Handlungsgewohnheiten handelt, ist dieser Teil der Bevölkerung für uns als Zielgruppe also kaum zu erreichen. Aufschlussreich ist auch die Unterteilung der Spielinteressierten nach Lebensphasen, wie sie eine Studie der Stiftung für Zukunftsfragen liefert.

Laut dieser sind die zwei Personengruppen, in denen anteilig am meisten gespielt wird, Familien (56%) und junge Erwachsene (49%) (BAT Stiftung für Zukunftsfragen, 2021).

### In welchen Personengruppen wird anteilig am meisten gespielt?

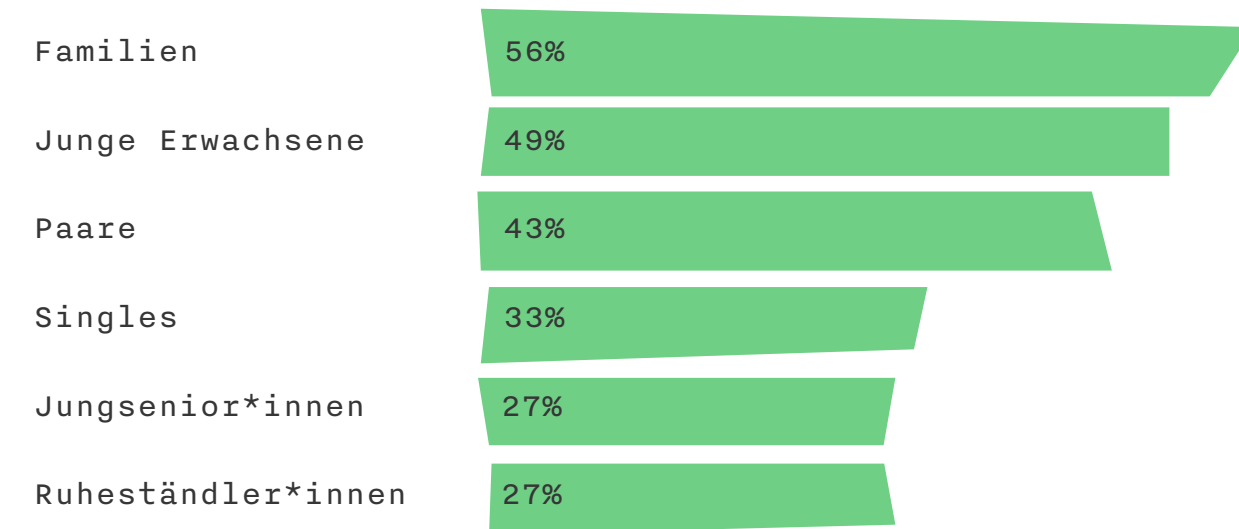


Abb. 5: Anteil Spieler\*innen von Gesellschaftsspielen nach Personengruppen, Quelle: BAT, Stiftung für Zukunftsfragen, 2021



### Wie hoch ist der Anteil der Personen, die häufig Gesellschaftsspiele spielen nach Einkommen?

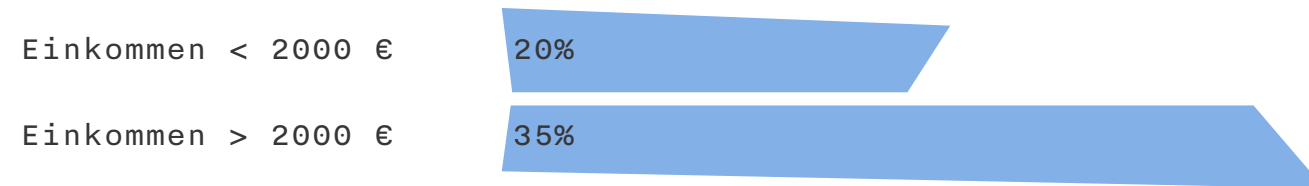


Abb. 6: Personen, die häufig Gesellschaftsspiele spielen nach Einkommen, Quelle: Splendid GmbH, 2017

Auch das Einkommen scheint in diesem Zusammenhang ein relevanter soziodemographischer Faktor zu sein. Laut einer 2017 veröffentlichten repräsentativen Onlinebefragung steigt ab einem Haushaltsnettoeinkommen von 2.000 € pro Monat der Anteil von Personen, die häufig Gesellschaftsspiele spielen, deutlich an (von 20% auf 35%) (SPLENDID RESEARCH GmbH, 2017). Mögliche Gründe dafür nennt die Studie nicht. Der normalerweise recht hohe Preis für Gesellschaftsspiele (der Online-Händler Brettgames gibt als durchschnittlichen Preis für ein Spiel z.B. 33€ an (Sind Brettspiele zu teuer?, 2021)) kann hier aber als eine mögliche Erklärung herangezogen werden.

### Wen können wir erreichen?

Dass wir mit unserem Spiel also natürlich nicht „alle“ erreichen können, versteht sich von selbst. Trotzdem bleibt die strategische Überlegung, wie wir unser Spiel für eine möglichst breite Spieler\*innenschaft zugänglich und interessant machen können. Dafür rücken Fragen nach der Preisgestaltung, Komplexität und Verständlichkeit des Spiels in den Vordergrund.

### Der Preis

Gesellschaftsspiele sind teuer! Für ein Spiel unserer Komplexität und unseren Umfangs blättert man schon mal um die 30-40€ hin. Nicht gerade eine Summe, die man gerne auf den Tisch legt, um ein vielleicht noch gänzlich unbekanntes Spiel auszuprobieren – egal wie toll das Coverdesign ist. Auch unter sozialen Gesichtspunkten erscheint uns so ein hoher Preis fragwürdig. Klar, es steckt viel Arbeit, Zeit und am Ende auch Material in dem Spiel, aber es muss doch eine Möglichkeit geben, wie die Preisgestaltung nicht zulasten der Zugänglichkeit geht. Und ganz ehrlich, die meisten Spiele verstauben doch eh die meiste Zeit nur in unseren Spielregalen. Höchste Zeit also, sich Gedanken über ein alternatives Vertriebskonzept zu machen!



## Die Methode

### Die Komplexität

Hier wird es knifflig. Uno, Mensch ärgere dich nicht und Die Siedler von Catan haben gar nicht den Anspruch, komplexe realweltliche Zusammenhänge akkurat wiederzugeben. Selbst Monopoly, das wohl bekannteste „Kapitalismusspiel“ aller Zeiten, übersetzt im Grunde nur eine einzige Grunddynamik in die Spielwelt: Wer schon hat, dem wird gegeben. Wir wollen dagegen mehr: Ganz im Sinne des Spielphilosophen Florian Rötzer (2013) wollen wir das echte Leben nachahmen und so demokratische Zukunftsgestaltung in unserer Spielwirklichkeit erlebbar, und damit hoffentlich auch verständlicher, machen. Dass dabei immer auch Abstraktion und Deutungshoheit mit im Spiel sind, versteht sich von selbst. Wir wandern auf einem schmalen Grad zwischen Komplexität und Verständlichkeit: Wie viel können wir den Spieler\*innen zumuten? Wie viel „echtes Leben“ kann und darf in unserem Spiel enthalten sein? Eine eindeutige Antwort gibt es auf diese Fragen nicht. Stattdessen bewegen wir uns in Ermessensspielräumen und würzen unsere Ideen mit einer kräftigen Prise Humor. „Bloß kein Planspiel!“ lautet das Kredo.



## Entscheidungsübersicht

Entscheidung

### Workshops, Ausstellungen, Audiowalks

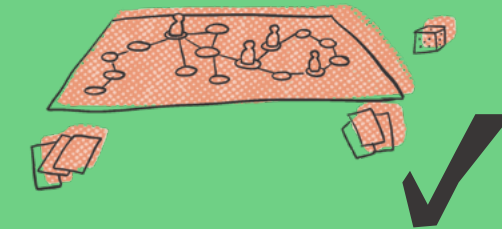
Es braucht aktive Initiative, sich in solche Räume hinein zu begeben. Wir versuchen jedoch auch Menschen zu erreichen, die sich nicht aktiv mit politischen Krisen auseinandersetzen.



Entscheidung

### Spiel als Methode

Unseren Kommunikationsauftrag möchten wir über die Methode des Spiels angehen. Ein Spiel kann komplexe Systeme und Sachverhalte verständlich darstellen und erlebbar machen.





Level 4

# Der Auftrag

**S. 45**  
Purpose, Problem  
und Ziele

**S. 47**  
Markt

**S. 50**  
Zielgruppe

**S. 54**  
Unique Selling  
Proposition

Der Auftrag

## Auf den Punkt gebracht

Purpose, Problem und Ziele

### Purpose

In einer Zeit, in der wir mit verschiedenen Herausforderungen wie der Klimakrise, pandemischen Ausbrüchen und Naturkatastrophen konfrontiert sind, ist es wichtiger denn je, dass wir lernen, miteinander zu reden und Konflikte auf eine konstruktive Art und Weise zu lösen. Durch die Förderung von Verständnis für unterschiedliche Interessen möchten wir einen gesellschaftlichen Kommunikationsstil fördern, bei dem sich alle Beteiligten mit Respekt begegnen.

### Problem

In unserer Gesellschaft besteht eine Tendenz, dass immer weniger Menschen in der Lage sind, auf konstruktive Weise miteinander zu kommunizieren. Diskussionen und Konflikte werden vermieden und oft werden Menschen mit unterschiedlichen Meinungen stigmatisiert oder in Argumentationslager gesteckt. Dies führt zu einer Kultur der Intoleranz und des Mangels an Empathie. Diese Kultur ist für die Bewältigung von Krisen und Konflikten unbrauchbar.

Es geht nicht darum, dass alle einer Meinung sein müssen, sondern dass alle Beteiligten ihre Sichtweise darlegen und sich aktiv mit unterschiedlichen Standpunkten auseinandersetzen, um eine kompromissorientierte Lösung zu finden. Dazu braucht es Kommunikationskompetenzen!

Purpose,  
Problem,  
Ziele

## Ziele

1

Wir machen es uns zum Auftrag, die sozialen Dynamiken von öffentlichen Diskursen erlebbar zu machen und – Kommunikationskompetenzen zu schulen.

2

Durch die Entwicklung eines Gesellschaftsspiels wollen wir Räume schaffen, in denen zwanglos kommuniziert und diskutiert werden kann. Eingebettet in ein fiktives und humorvolles Narrativ soll dies losgelöst von den teilweise stark emotionalisierten Kontexten der Realwelt geschehen.

4

Wir möchten das von uns entwickelte Gesellschaftsspiel veröffentlichen und zwar so, dass es für viele Menschen niedrigschwellig im privaten Kontext spielbar ist.

3

Das Führen von Diskussionen zu „verzwickten“ Fragestellungen, die Fähigkeit, unter Einbeziehung verschiedener Interessen Kompromisse zu finden, Empathie, Durchsetzungsvermögen und die Kompetenz, mögliche Entscheidungen für alle Beteiligten ansprechend zu gestalten, stehen im Fokus.

# Lückenfüller

## Markt

Der Markt für Spiele aller Art ist riesig und wächst stetig. Für neue Spielentwicklungen ist es wichtig, Marktlücken auf dem Spielmarkt zu finden und mit innovativen Konzepten und kreativen Ideen zu füllen, um sich gegen die etablierte Konkurrenz durchzusetzen und für neue Spielerlebnisse zu sorgen. Wir verorten unser Spiel an der Schnittstelle zwischen Gesellschaftsspiel, Kommunikationsspiel und Lernspiel. Deswegen haben wir uns gefragt:

Wo können bereits bestehende Spiele eingeordnet werden? Welche Spiele gibt es schon auf dem Markt und inwiefern kann sich unser Spiel davon abheben?

**Gesellschaftsspiele** (zB. Dominion, Mensch Ärgere Dich Nicht) dienen zur reinen Unterhaltung und zum gemeinsamen Zeitvertreib. **Klimaspiele** (zB. Öko, Planet A, Kyoto) sind Spiele, die neben einem hohen Spielspaß versuchen, klima- und umweltrelevante Themen zu bedienen. **Lernspiele**, auch „Serious Games“ genannt (zB. Climate Challenge, Game of Floods), werden für die Darstellung von politischen und gesellschaftlichen Systemen konzipiert und haben häufig einen sehr expliziten Lerncharakter, der schnell dazu führt, dass der Spaß in den Hintergrund tritt. Diese Spiele finden sich häufig im institutionellen oder unternehmerischen Kontext und werden dementsprechend auch primär in einem eher pädagogischen und erkenntnisorientierten Umfeld gespielt. Ein Lernspiel mit einem spezifischen Fokus auf Kommunikations-Training ist beispielsweise „Das Sprechen, Fühlen & Handeln – Konfliktlösungskartenspiel“.



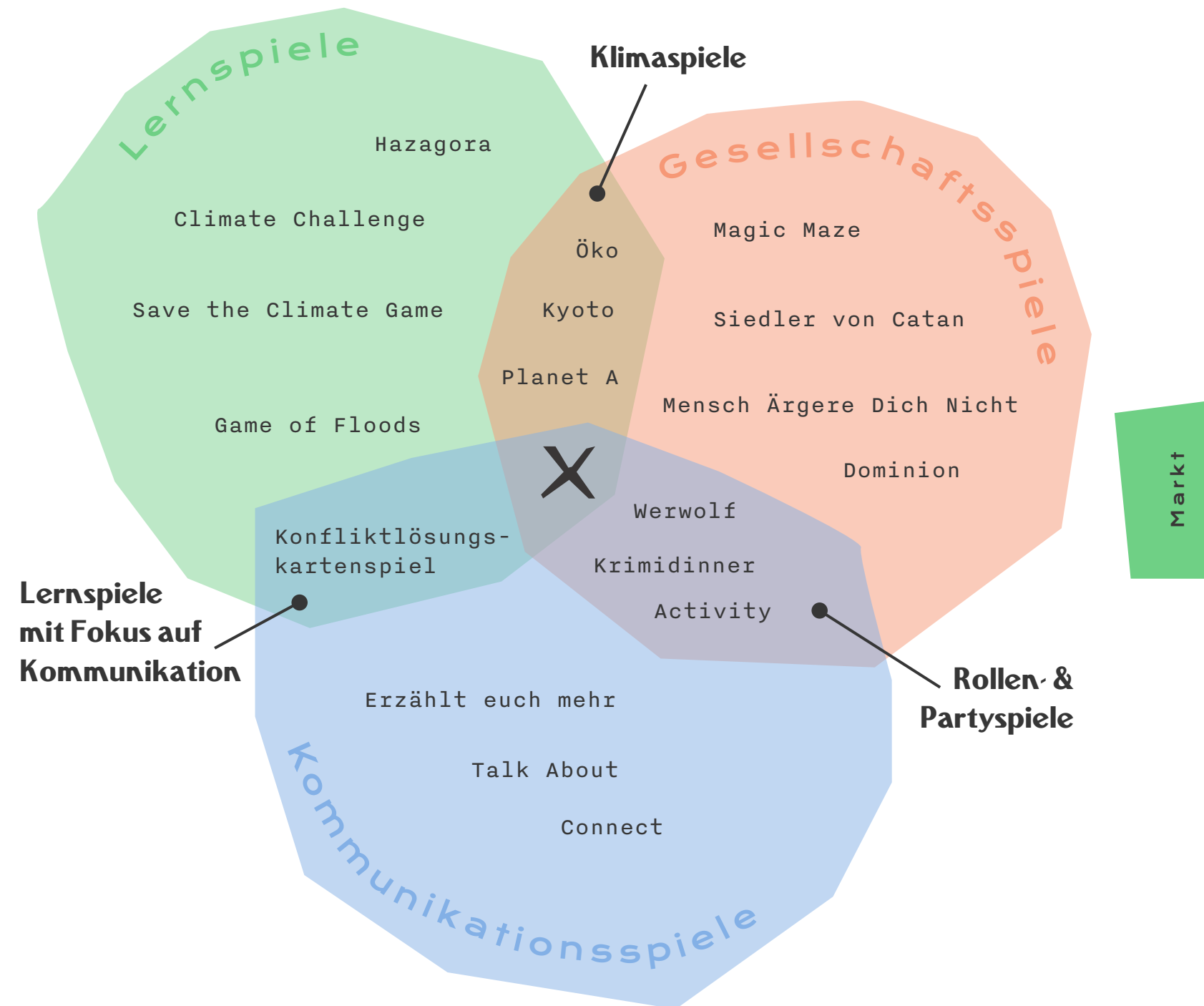
## Der Auftrag

Bei **Kommunikationsspielen** (zB. Connect, Erzählt euch mehr) stellen sich Spieler\*innen gegenseitig persönliche Fragen stellen, um sich besser kennenzulernen und Diskussionen zu verschiedenen Themen anzuregen. **Rollen- und Partyspiele** (zB. Krimidinner, Activity, Werwolf) haben eine eher geringe Komplexität und basieren auf hoher sozialer Interaktion zwischen den Spieler\*innen. Zusätzlich sind diese Spiele von einer polarisierenden Gruppenstruktur geprägt oder das Lösen eines Rätsels steht im Vordergrund.

Bei unserem Spiel sollen die Grenzen zwischen Gesellschafts-, Kommunikations- und Lernspiel verschwimmen. In unserer Recherche sind wir auf kein Spiel gestoßen, bei dem das der Fall ist.

Wir möchten ein Gesellschaftsspiel entwickeln, das explizit für den privaten Kontext gedacht ist. Das Spiel soll außerdem alleinstehend funktionieren und nicht wie bei vielen Lernspielen vorbereitet oder angeleitet werden. Die Einstiegshürde ist dadurch deutlich geringer. Es soll in erster Linie Spaß machen, damit die Spieler\*innen sich voll und ganz auf die Situation einlassen können. In unserem Spiel kann man in diesem Sinne kein Wissen oder Fakten lernen, sondern lediglich erfahren, wie es sich anfühlt, in schwierigen Situationen auf Basis von Diskussionen und Kommunikation Entscheidungen treffen zu müssen. Unser Spiel soll nicht nur eine unterhaltsame Möglichkeit bieten, Zeit mit Freund\*innen und Familie zu verbringen, sondern auch eine wertvolle Ressource für die persönliche Weiterentwicklung darstellen.

Linke Seite: Abb. 7: Überschneidung von Gesellschaftsspielen, Lernspielen und Kommunikationsspielen. X -> hier verorten wir unser Spiel



# Freunde und Familie?

## Zielgruppe

Da es für ein Gesellschaftsspiel immer eine Gruppe von Menschen braucht, definieren wir unsere Zielgruppe nicht nach einzelnen Personen, sondern nach Personengruppen.

Wir möchten bewusst ein Gesellschaftsspiel für den privaten Raum entwickeln. Wir erhoffen uns dadurch Menschen zu erreichen, die nicht an einem Spiel-Workshop zum Thema „Krisenkommunikation zur globalen Erwärmung“ teilnehmen würden. Um unsere Personengruppen zu bestimmen, haben wir uns folgende Fragen gestellt:

In welchen Konstellationen kommen Menschen zusammen, um zu spielen?


Welche Konstellationen wollen wir ansprechen?

In welchen Beziehungen stehen die Leute zueinander?

In welchem Setting wird gespielt?

Was ist die Motivation?

Die identifizierten Konstellationen haben jeweils unterschiedliche Ansprüche an

 Komplexität und  Spieldauer

Die Profi-Spielefamilie

Spielabende sind ein festes Ritual. Die Spieler\*innen sind Spielprofis und haben daher einen hohen Anspruch an das Spiel, probieren gern neue Spiele aus und erwarten komplexe Spieldynamiken. Es werden gerne Strategiespiele gespielt, die trotzdem Spaß machen. Die Spieler\*innen sind zwischen 12 und 60 Jahre alt.



Die Rollenspieler\*innen

Personen treffen sich, um ein bestimmtes Spiel, wie „Dungeons & Dragons“ oder ein Krimidinner zu spielen. Es wird bewusst viel Zeit und Konzentration für das Spiel aufgebracht und schon im Vorfeld vorbereitet. Der Anlass des Treffens ist das Spielen. Die Personen kennen sich nicht immer untereinander. Ausgeklügelte, innovative Spieldynamiken und eine hohe Komplexität werden erwartet. Die Spieler\*innen sind zwischen 16 und 60 Jahre alt.



Die Party-spieler\*innen

Spiele werden gespielt, um für Stimmung zu sorgen. Ein einfaches Spielprinzip mit hohem Spaßfaktor, viel Interaktion und kleinem Zeitrahmen werden erwartet. Da die Aufmerksamkeit der Spieler\*innen durch die Anwesenheit vieler Leute und dem Aufkommen von privaten Gesprächen gering ist, muss das Spiel schnell erklärbar sein. Nicht alle Beteiligten kennen sich untereinander gut. Spieler\*innen sind zwischen 18 und 30 Jahre alt.



Zielgruppe

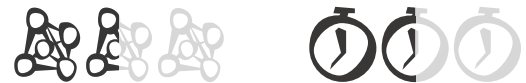
## Die enge Familie

Spiele werden nach dem Abendessen, am Wochenende oder im Urlaub gespielt und bieten die Möglichkeit, zusammenzukommen und gemeinsam Zeit zu verbringen. Der Spaß und der Wunsch nach gemeinsamen Erlebnissen stehen im Vordergrund. Es werden eher „Spiele-Klassiker“ gespielt und ab und zu etwas Neues. Die Spieler\*innen sind zwischen 12 und 60 Jahre alt.



## Die erweiterte Familie

Spiele werden zu Familientreffen, an Feiertagen, Geburtstagen oder zu anderen besonderen Anlässen gespielt, um gemeinsam Zeit zu verbringen und Spaß zu haben. Das Spiel muss verschiedene Interessen ansprechen können, eine geringere Komplexität und ein verständliches Spielprinzip haben. Spieler\*innen sind zwischen 12 und 90 Jahre alt.



## Der Freund\*innenkreis

Bei einem Spieleabend unter Freund\*innen treffen möglicherweise Personen mit verschiedenen sozialen und kulturellen Hintergründen aufeinander. Die Spieler\*innen kennen sich gut bis sehr gut. Nur in manchen Situationen sind „Freunde von Freunden“ eingeladen, sodass sich nicht alle Spieler\*innen gleich gut kennen. Spaß und Erlebnis stehen im Vordergrund. Daher werden eher Spiele mit Interaktion gespielt, welche Impulse zum Diskutieren und Nachdenken geben. Spieler\*innen haben einen geringeren Altersunterschied und sind zwischen 18 und 30 Jahre alt.



Die drei grün markierten Konstellationen sind die von uns anvisierten Zielgruppen für das Spiel. Die Ansprüche dieser Zielgruppen deckt sich mit unserer Vorstellung von einer mäßigen Komplexität und einer Zeitdauer von ca. einer Stunde.

Interessant sind die Konstellationen in der Familie auch aufgrund ihrer Intergenerationalität. Durch das Zusammenbringen von Menschen unterschiedlichen Alters werden verschiedene Perspektiven und Herangehensweisen ins Spiel eingebracht. In allen drei Konstellationen kennen sich die Leute. Somit ist ein Vertrauen der Spieler\*innen zueinander gegeben, was zu einer offeneren Kommunikation und Diskussion führen kann. Da der Freundeskreis vordergründig nach Spielen mit Interaktion sucht, um Impulse zum Diskutieren und zur sozialen Entfaltung zu erhalten, ist diese Zielgruppe für uns ebenfalls von Interesse. Sowohl die Familie als auch der Freundeskreis stellen soziale Räume dar, in denen wir unsere politischen Haltungen bilden und im kleinen Rahmen erproben.

## Zielgruppe





# Level 5 Das Spiel

**S. 57**  
Expert\*inneninterviews

**S. 65**  
Narration

**S. 72**  
Spieldynamik

**S. 74**  
Arten und Mechaniken

**S. 78**  
Spielemente

**S. 93**  
Balancing

**S. 100**  
Gestaltung

**S. 107**  
Anleitung

**S. 113**  
Testen

**S. 121**  
Name und Logo

**S. 123**  
Steckbrief

## Das Spiel

# Wir hätten da mal tausend Fragen

## Expert\*inneninterviews

So langsam wagen wir uns vor in die große Welt der Gesellschaftsspiele. Was uns von Anfang an praktisch vorkam: für unsere Recherche müssen wir ganz viel spielen. Wir brauchen ja einen Überblick, was Spaß macht und welche Dynamiken und Mechaniken helfen könnten, unseren Kommunikationsauftrag in ein Spiel umzusetzen. Wir treffen uns also mehrfach zu Spieleabenden und analysieren erfolgreiche Gesellschaftsspiele, wie Dominion, Flügel-schlag und Pandemie.

Auch durch unsere Recherche zu den verschiedenen Spielmechaniken und -arten (siehe S. 72) merken wir einmal mehr, dass die Spielentwicklung ein wirklich weites Feld ist. Da ist es gar nicht so einfach zu entscheiden, wo wir anfangen sollen.

“Niemand möchte eine Struktur spielen.”  
– Gasteier



Wir sprechen mit **Prof. Klaus Gasteier**, der selbst unzählige Spielentwicklungen im Rahmen von Seminaren im Studiengang der Gesellschafts- und Wirtschaftskommunikation betreut hat und sich intensiv mit dem Thema auseinandersetzt. Das merken wir in dem Moment, in dem wir sein Büro in der Grunewaldstraße betreten und sich eine Wand von Spielkartons vor uns auftut. Herr Gasteier empfiehlt, sich der Spielentwicklung über das Thema zu nähern. Zuerst müsse man sich klar werden, welche realen Dynamiken (Spiel 1. Ordnung) wir abbilden möchten, um diese dann in Spieldynamiken (Spiel 2. Ordnung) zu übersetzen. Andersherum werde das Spiel generisch und der Purpose austauschbar. Dazu müssen wir aber das eigentliche System in der Realität erkennen. Die Übersetzung von der Realität ins Spiel gelänge dann durch Metaphern, Abstraktion und Reduktion. Dabei helfen folgende Fragen weiter:

Welche Emotionen/Gedanken wollen wir freisetzen?

Welches Verhalten/welche Dynamiken sollen durch das Spiel herausgekitzelt werden?

Welche Erkenntnisse sollen die Spieler\*innen haben?

 Gespräche

### Prof. Klaus Gasteier

Professor für audiovisuelle Kommunikation/  
Neue Medien



Hat unzählige Spielentwicklungen im Rahmen von Seminaren betreut und sich intensiv mit der Methode Spiel auseinandergesetzt.

 Gespräche

### Fabian Arlt

Spielentwickler



Promoviert an der UdK und arbeitet an der Konzeption, Gestaltung, am Storytelling und der Realisierung von Spielen.

Die Erkenntnisse, so Herr Gasteier, können sich auf die einzelnen Spieler\*innen aber auch auf die gesamte Gruppe beziehen. Wenn ein Spiel die eine oder andere Art von Erkenntnis hervorruft, dann hat das Spiel auch einen Impact. Oha! Ja, genau so was wollen wir ja auch erreichen.

Herr Gasteier gibt uns außerdem noch den Hinweis, mit **Fabian Arlt** zu sprechen, GWK-Alumnus und Spielentwickler. Dieser findet, zuerst sollte man sich eine Geschichte ausdenken, um die sich das Spiel dreht, dann kann man daraus die Spieldynamiken ableiten. Um ein Narrativ zu finden, rät uns Fabian, sollen wir uns von Serien oder Filmen inspirieren lassen. Beim

Brainstorming muss jede Idee ausgesprochen werden, auch wenn sie noch so verrückt und abwegig klingt. Um das Narrativ dann lebendig werden zu lassen, empfiehlt es sich zum Beispiel, den Charakteren Hintergrundgeschichten zu verpassen. Man kann den Spieler\*innen auch Geheimaufträge geben, die sie unabhängig von den anderen Spieler\*innen agieren lassen.

Allgemein suchen Verlage laut Arlt derzeit häufig Spiele, die nicht mehr als 30 Minuten dauern. Spätestens ab drei Stunden wird es für viele zu lang, die nicht absolute Spielenerds sind und nur bedingt Geduld und Zeit haben. Je länger das Spiel, umso komplexer wird es und umso schwieriger ist es auch, es beim ersten Mal Spielen zu verstehen.



Im nächsten Schritt begeben wir uns in die psychologische Beratung bei **Prof. Michael Häfner**, um gemeinsam die sozialpsychologische Ebene von Spielen zu erörtern. Unsere Sorge, das Narrativ könnte zu weit von der Realität entfernt sein und die Spieler\*innen dadurch nicht mehr den Bezug zu realen Systemen herstellen lassen, beruhigt Herr Häfner sofort und meint, je geschlossener das narrative System ist, umso schneller generieren die Spieler\*innen eigene Ideen und Lösungen. Sowieso sei ja jede Person durch ihren eigenen Hintergrund in der Wahrnehmung des Narrativs beeinflusst. Je strikter wir uns an der Realität orientieren, umso langweiliger und belehrender werde das Spiel dann auch. Doch Achtung: Wir dürfen die Spieler\*innen auch nicht überfordern. Eine Geschichte, die auf einem fiktiven System aufbaut und dann noch verbunden wird mit Charakteren, die komplexe Hintergründe und Eigenschaften haben, kann schnell zu viel werden. Stattdessen sollen wir den Spieler\*innen nur ein paar Eigenschaften geben, die sie sich im Spiel schnell aneignen können. So können die Spieler\*innen mehr aus sich rausholen und einen größeren Handlungsspielraum nutzen.

Wir möchten in unserem Spiel auch Konflikte herauskitzeln, um die Spieler\*innen wirklich zum Diskutieren zu bringen. Das, sagt Herr Häfner, schaffen wir, indem wir Akteur\*innen zum Beispiel versteckte entgegengesetzte Ziele auftragen.

Dabei können sich durchaus auch Allianzen bilden, die dann ein gemeinsames Ziel verfolgen und sich gegen eine andere Gruppe verschwören. Solche variablen sozialen Dynamiken brächten Bewegung in Spiel. Aus diesem Konflikt müssen wir den Drang kreieren, Kompromisse zu finden.

Zuletzt unterhalten wir uns mit **Verena Bischoff**, die zu diesem Zeitpunkt Mitarbeiterin in der Abteilung für Bildung und Partizipation im Futurium und selbst Spielentwicklerin und -fan ist. Der wichtigste Tipp, den Verena uns gibt: „Testet vor allem die Anleitung sehr intensiv!“ Eigentlich ist nämlich der schwerste Teil der Spielentwicklung das Schreiben einer gut verständlichen Anleitung, die absolut keine Fragen offenlässt.

Alle drei befragten Spielentwickler\*innen raten uns außerdem dazu, das Spiel regelmäßig und möglichst frühzeitig zu testen. So kann man von Anfang an verstehen, ob das Narrativ passt, ob die Dynamiken funktionieren und einzelne Werte, wie Punktevergabe oder verfügbare Ressourcen, angepasst werden müssen, damit das Spiel spielbar ist, aber auch nicht zu einfach wird. Diesen letzten Aspekt, nennt man Balancing.

## Gespräche

### **Prof. Dr. Michael Häfner**

Professor für  
Kommunikations-  
psychologie

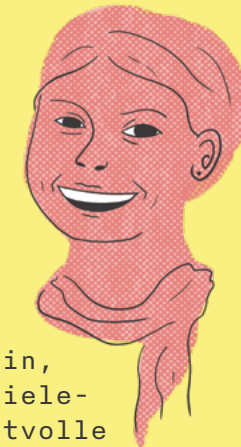


Beschäftigt sich mit verschiedensten sozial-psychologischen Phänomenen und berät uns zu der psychologische Ebene von Spielen.

## Gespräche

### **Verena Bischoff**

Referat Bildung und  
Partizipation  
im Futurium



Ist ebenfalls Spielentwicklerin, sowie großer Spielefan und hat wertvolle Tipps und Erfahrungen aus diesem Bereich.

# Masterplan

Mit all den Infos aus Recherche und Expert\*inneninterviews erstellen wir einen **MASTERPLAN DER SPIELENENTWICKLUNG**, der uns durch die einzelnen Phasen bis zum vollendeten Produkt leiten soll.





Ganz zu Anfang entwickeln wir ein Skalenmodell, um unsere Erwartungen an unser Spiel einzuordnen.

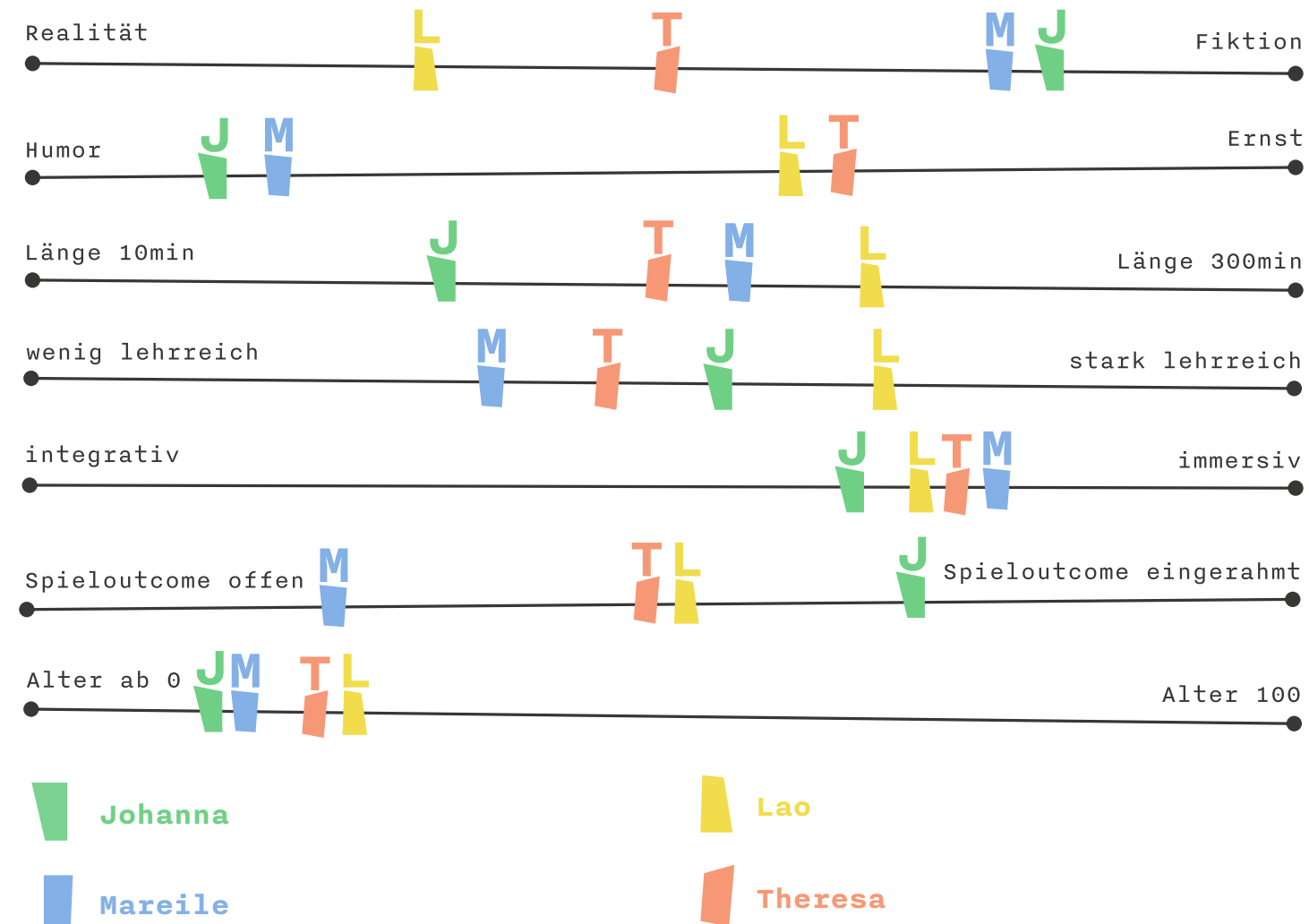


Abb. 8: Einschätzung des Spiels vor Beginn der Konzeption

## Superreiche oder Gott spielen?

### Narrativ

Mit unserem Projekt möchten wir Interessenkonflikte zwischen den Spieler\*innen provozieren, um sie dann dazu zu bringen, gemeinsam Entscheidungen zu treffen. Damit sich das dann im Spiel lebendig anfühlt, müssen wir das Thema in ein ansprechendes Narrativ verpacken. Ohne eine Geschichte kein Konflikt und auch kein Ziel (des Spiels). Wir treffen uns also kurz nach Weihnachten in einem Narrativ-Workshop, angeleitet von Lao. Jede von uns bringt ein paar Geschichten mit ins Online-Meeting und dann wird erzählt und diskutiert. Uns ist klar, dass wir uns von realistischen Szenarien eher entfernen wollen. Das gibt uns auch die Möglichkeit, die schwierigen, teils emotionalisierten, Dynamiken von Entscheidungsfindungsprozessen erlebbar zu machen, ohne dass die Spieler\*innen frustriert werden. Diese Dynamiken und Prozesse können so losgelöst von den eigenen Lebensumständen, Meinungen und moralischen Implikationen erfahren werden. Aus insgesamt zehn von uns erdachten Spielszenarien wählen wir am Ende drei aus und stimmen über sie ab, um unsere Story zu finden. Zuerst ein paar Szenarien, die es nicht in die engere Auswahl geschafft haben:

Familie mit vollem Kühlschrank muss entscheiden, welches Rezept gekocht wird.

**Warum wir uns dagegen entschieden haben:** zu wenig Handlung, zu nah an Realität, eher für Kinder, also nicht unsere Zielgruppe.

Die Welt ist eine Uhr. Es gibt die drei Völker der Stunden, Minuten und der Sekunden, die zusammenkommen müssen, um die Uhr, die bald kaputt geht, am Laufen zu halten, doch jedes Volk hat ein anderes Zeitverständnis und unterschiedlich viel Handlungsdrang.

**Warum wir uns dagegen entschieden haben:** zu komplexe Handlung, da erstmal das Konzept der Welt klar werden muss, bevor gespielt werden kann.

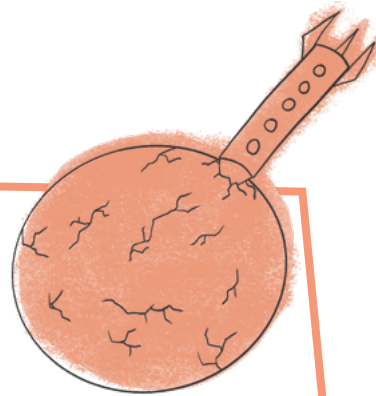
Spieler\*innen müssen kooperieren, aber sprechen nicht dieselbe Sprache. Es muss also erst mal eine Möglichkeit gefunden werden, miteinander zu kommunizieren.

**Warum wir uns dagegen entschieden haben:** es wird schwierig, die Leute dazu zu kriegen, sich nicht einfach in einer Sprache unterhalten wird, die alle verstehen.

## Die drei Finalisten:

### Klumpen

Es ist das Jahr hab-aufgehört-zu-zählen nach unserer Zeitrechnung. Vor 80 Jahren machte sich eine Rakete voller unerschrockener und erschrockener Abenteuer\*innen (ausgewählt durch unzählige Eignungstests, also viele horrenden Zahlungen) auf, eine neue Welt, einen Planeten B zu finden. Jetzt sind sie auf dem erstbesten Erdklumpen bruchgelandet, der Spuren von Sauerstoff und Wasser aufzeigt. Das wäre geschafft! Müde von der langen Reise aber voller Neugier machen sich die Abenteuer\*innen daran, eine neue Zivilisation aufzubauen. Nicht so, wie beim letzten Mal, das ist klar. Aber wie sonst?



**Zu vermittelnde Kompetenz:** Kompromissfindung zwischen Menschen mit unterschiedlichen Interessen zur Entwicklung von Zukunftsszenarien unter der Einbeziehung von Unwägbarkeiten

## Sinkende Luxusyacht

Triangle of Sadness? We did it first! Eine Luxusyacht voller reicher Menschen ist dem Untergang geweiht (im wahrsten Sinne des Wortes). Alle Passagiere haben nur „das Nötigste“ mit auf die Reise genommen, also ihre Sportgeräte, Hundespielzeuge, einen begehbaren Kleiderschrank, einen eigenen Koch, der alle Allergien kennt und jede Menge Gold und Geschmeide für die After-Dinner-Partys. Leider ist das irgendwie trotzdem zu viel und das Schiff droht unter dem Gewicht auseinanderzubrechen. Jetzt heißt es, sich von den lieben Reichtümern zu trennen, um sich selbst und natürlich alle anderen an Board zu retten. Gleichzeitig ist es aber ganz schlau, ein paar der Habseligkeiten zu behalten. Wenn doch alles den Bach runtergeht, könnte man ja noch versuchen, die Kapitänin zu bestechen, um mit auf das einzige Rettungsboot zu kommen.



**Zu vermittelnde Kompetenz:** Eigene Interessen durchsetzen, bei gleichzeitigem Hinarbeiten auf ein gemeinsames Ziel

## Aus dem Himmel heraus über die Welt entscheiden

Gott ist ein Großraumbüro. Aus der Hauptkontrollzentrale des Universums wird neben anderen Planeten auch über das Schicksal der Erde entschieden. Die Abteilung für Homo Sapiens Development war vor ein paar Tausend Jahren etwas zu ambitioniert und jetzt müssen es alle ausbaden. Dabei gilt es, das Artensterben zu stoppen, die natürlichen Kreisläufe am Laufen zu halten und auch mal die ein oder andere Naturkatastrophe auszulösen (vielleicht bringt das die Menschheit ja mal zum Nachdenken). Jede Abteilung hat aber ihre eigenen Interessen und Prioritäten, die umgesetzt werden müssen, damit die Welt nicht untergeht. Also müssen im All-Hands-Meeting Kompromisse für eine lebensfähige Zukunft gefunden werden, in der die Erde wieder ins Gleichgewicht kommt. Doch auch die besten Zukunftspläne werden manchmal unerwartet durchkreuzt.

**Zu vermittelnde Kompetenz:** Konsensfindung, über die Zukunft entscheiden und dabei mit Unwägbarkeiten rechnen



Alle drei Szenarien schienen uns umsetzbar, spannend und humorvoll genug für ein Gesellschaftsspiel und passend für unseren Kommunikationsauftrag, gemeinschaftlich trotz unterschiedlicher Interessen Entscheidungen zu treffen. Aber um alles drei umzusetzen, haben wir keine Zeit. Konsens finden wir in der Gruppe für die Weltraumreise.

## Also setzen wir alles auf Nummer 3 – Klumpen.

Diesem Narrativ hängt ein futuristischer Sci-Fi-Geschmack an. Sci-Fi wird seit dem 19. Jahrhundert zum Erdenken von Alternativwelten und Zukünften verwendet, blickt dabei aber auch immer analytisch auf die Gesellschaft der Gegenwart. Wie die berühmte Science Fiction Autorin Ursula K. Le Guin es formuliert:

"I write science fiction, and science fiction isn't about the future. I don't know any more about the future than you do, and very likely less. (...) I am not predicting, or prescribing. I am describing. I am describing certain aspects of psychological reality in the novelist's way, which is by inventing elaborately circumstantial lies."

(Le Guin, 2017, xiv)

Genau das soll in unserem Spiel auch geschehen.

## Satire

Ein anderer Aspekt, den wir unserem Narrativ noch hinzufügen, ist die Satire. Die Atmosphäre beim Spiel soll ja aufgelockert und entspannt sein und auch kontroverse Themen mit Witz ansprechen. Auch Prof. Michael Häfner rät uns zur Satire. Die Spieler\*innen würden so noch mehr dazu animiert, gesellschaftliche Normen und ihre eigenen moralischen Grenzen zu überschreiten. Sie werden in eine überzogene Situation versetzt, in der es ähnlich dem Karnevall erlaubt ist, exzentrisch zu agieren oder zu reagieren.

Die Satire zeigt sich schon in unseren Charakteren, die auf unterschiedlichen verspotteten Stereotypen Superreicher (zum Beispiel Erbe, Influencer, Life-Coach) basieren. Gleichzeitig leitet in der Audioversion unserer Anleitung eine mitleidlose KI die Weltraumreisenden durch deren Dilemma und macht sich ein bisschen über ihr Unvermögen, sich zu einigen und ins Handeln zu kommen, lustig. Das Raumschiff, in dem die Weltraumreisenden bruchgelandet sind, heißt "Modesty" und es ist nur bruchgelandet, weil eine "Schraube locker" ist. Die Objekte, die gebaut werden können, um Missionen zu bestehen, sind komplett abwegige Gebäude oder Maschinen, die man bei einer ersten Besiedlung eines neuen Planeten eigentlich nicht zum Überleben braucht („Kombucha-Lieferroboter“, „Virtual-Reality-Sommerrodelbahn“, „Massage-KI“, „Zeitreisetagungsschiff“). Neben narrativen Objekt-, Risiko-, Missions- und Aktionskarten, die die ganze Gesellschaft auf den Arm nehmen und anprangern (s. Beispiel nächste Seite), besteht die Satire also aus einer Karikatur Superreicher, die zu weltfremd und egozentrisch sind, um zusammen eine Zivilisation aufzubauen. Mitgedacht ist hier auch eine gewisse Kritik an unser Wohlstandsgesellschaft, die bei den





# Das Spiel

großen Problemen der Menschheit vor allem daran zu krankem scheint, dass individuelle Interessen zum Leitmotiv erhoben werden. Um nicht den Anschein zu erwecken, das unser Spiel hier die Komplexität der Sachlage unterschätzt: Auch in ÜBERmorgen wird deutlich, dass individuellen Bedürfnissen Platz eingeräumt werden muss. Nur kann es eben nicht immer heißen: Mein Interesse zuerst!

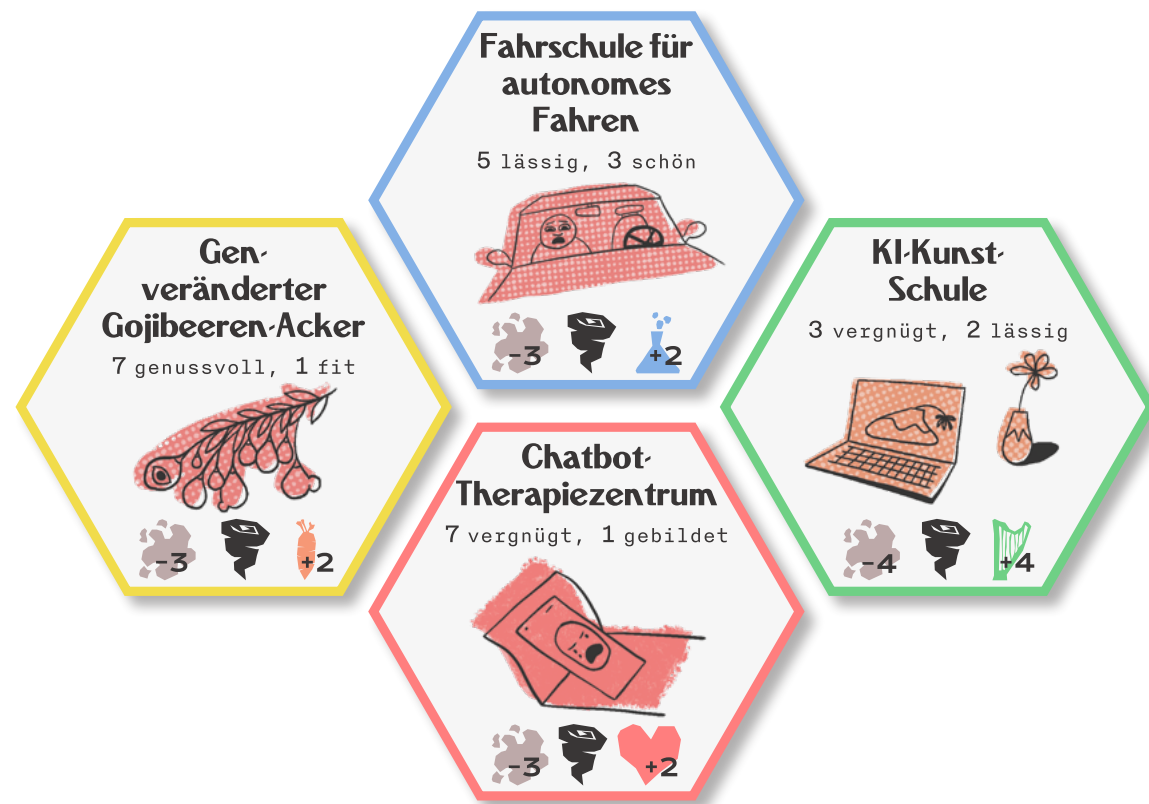


Abb. 9, 10: Beispiele von Spielelementen aus unserem Spiel



Narrativ

# Einfach mal machen

## Spieldynamik

Eine passende Erzählung ist gefunden und unser kleiner Planet irgendwo draußen im Weltraum wartet nur darauf, von den ersten wagemutigen Spieler\*innen erkundet zu werden. Jetzt steht die Frage nach dem „Wie?“ auf der Tagesordnung:

Wie soll unser Spiel funktionieren? Wie kann es uns gelingen, unsere Gedanken und Ideen in eine spielbare Form zu bringen? Wie machen wir unsere Welt erlebbar?

Das Zauberwort lautet: **Spieldynamiken**.

Unser Gefühl sagt uns: Jetzt wird es ernst. Denn als Laien im Bereich Spielentwicklung scheinen wir jetzt den heiligen Kern unseres neuen Betätigungsfeldes erreicht zu haben. Hier geht es um das Handwerkszeug der Spielentwicklung schlechthin. Ganze Bücher drehen sich um das Thema. Glaubt man Staffan Bjork und Jussi Holopainen, den zwei Autoren des Klassikers „Patterns in Gamesesign“, geht es bei der Entwicklung von Spieldynamiken um nicht weniger als das Design menschlicher Interaktionen (Bjork & Holopainen, 2005, S. 34). Eine große Aufgabe also, die uns etwas unsicher werden lässt. Wo sollen wir anfangen? Wir recherchieren grundlegende Spieldynamiken und -kategorisierungen und sprechen über Spiele, die wir kennen und mögen. Schnell wird klar, dass jede von uns schon eigene Ideen im Kopf hat: Verschiebbare Spielbretter, aufwendige Open-World Szenarien, verdeckte Identitäten... Fügt man alle Ideen zusammen, ergibt sich daraus aber leider kein funktionierendes Spiel.

Zwei Hinweise, die uns in unseren Expert\*innengesprächen immer wieder begegnet sind, helfen uns weiter:

**1.** Spieldynamiken sind kein Selbstzweck! Fragt euch, was euer Spiel bei den Spieler\*innen auslösen soll und versucht dann gezielt, dieses Erlebnis zu kreieren.

**2.** Kommt ins Machen! Die Spielentwicklung lebt vom Umsetzen und Ausprobieren. Ein Prototyp muss nicht perfekt sein, sondern ist nur der Anfang eines Prozesses.

Wir beschließen deshalb: **Einfach mal machen.**

Abb. 11: Mareile, Johanna und Lao bei der Entwicklung des ersten Prototypen



# Kooperativ, Kompetitiv, Kooperativ

## Arten und Mechaniken

Um Spiele besser verstehen und analysieren zu können, ist es wichtig, die verschiedenen Spielarten und Mechaniken zu kennen. Deswegen haben wir eine Übersicht mit möglichen Spielarten und häufig vorkommenden Spielmechaniken erstellt. Die Spielarten grenzen sich durch unterschiedliche Ziele und Interaktionen zwischen Spieler\*innen voneinander ab. Die Spielmechaniken beschreiben dagegen die einzelnen Elemente und Abläufe und können in beliebiger Kombination innerhalb eines Spiels vorkommen. Die hervorgehobenen Mechaniken, sind von besonderem Interesse für uns und werden in unserem Spiel verwendet.

### Spielarten



Abb. 7 diese Seite und die nächste Doppelseite: die grün markierten Spielarten und -mechaniken werden in unserem Spiel verwendet  
Eigene Darstellung basierend auf Christiansen (2018a, b)



# Spielmechaniken

## Variable Player Power

Die Charaktere der Spieler\*innen haben unterschiedliche Fähigkeiten.

## Legacy

Die Spielregeln ändern sich während des Spiels durch Ereignisse oder bei jeder neuen Runde.

## Deck Building

Spieler\*innen haben ein Set von Karten, genannt „Deck“ Ziel ist es, das Deck zu optimieren, indem Karten hinzugefügt oder entfernt werden.

## Area Movement

Die Spieler\*innen bewegen sich auf einer Spielfläche mit festgelegten Bewegungsbereichen.

## Pick-Up and Deliver

Spieler\*innen müssen Dinge im Spiel aufsammeln und transportieren.

## Hand Management

Spieler\*innen erhalten Belohnungen für das Spielen von Karten in bestimmten Abfolgen oder Gruppierungen.

## Push your Luck

Spieler\*innen müssen bei jedem Zug entscheiden, ob sie ein Risiko eingehen wollen, um mehr zu gewinnen oder dabei alles verlieren.

## Set Collection

Spieler\*innen sammeln oder kombinieren gleichartige Karten oder Spielsteine.

## Modular Board

Das Spielbrett wird durch Module gebildet, welche sich auch im Verlauf des Spiels verändern können.

## Deck Building

Spieler\*innen haben ein Set von Karten, genannt „Deck“ Ziel ist es, das Deck zu optimieren, indem Karten hinzugefügt oder entfernt werden.

## Dice Rolling

Würfel können im Spiel eine Haupt- oder Nebenrolle spielen. Sie können zum Beispiel die Anzahl von Ressourcen bestimmen oder das Wetter im Spiel beeinflussen.

## Dynamische Spielerreihenfolge

Durch Aktionen ändert sich die Reihenfolge der Spieler\*innen.

## Take that

Das Spiel beinhaltet Elemente, die darauf abzielen, dass die Spieler\*innen einander hindern oder beeinträchtigen.

## Gleichzeitigkeit/Echtzeit

Spieler\*innen führen ihre Spielzüge gleichzeitig aus.

## Programmierung

Spieler\*innen planen verdeckt eine Reihe von Aktionen in einer bestimmten Reihenfolge. Dadurch entstehen sowohl beabsichtigte als auch unbeabsichtigte Effekte.

## Bluffen

Spieler\*innen müssen andere Mitspieler\*innen täuschen.

## Modular Board

Das Spielbrett wird durch Module gebildet, welche sich auch im Verlauf des Spiels verändern können.

## Engine Building

Spieler\*innen nutzen Ressourcen, um Gegenstände herzustellen, die dann wiederum bessere Ressourcen produzieren.

## Dice Rolling

Würfel können im Spiel eine Haupt- oder Nebenrolle spielen. Sie können zum Beispiel die Anzahl von Ressourcen bestimmen oder das Wetter im Spiel beeinflussen.

## Aufträge (u.a. geheim)

Spieler\*innen haben geheime Ziele oder Aufträge.

## Tile/Worker Placement

Spieler\*innen legen Elemente auf den Spielplan, um Aktionen auszulösen oder Punkte zu sammeln. Dabei blockiert man oft Aktionen für andere Spieler.

## Negotiations

Spieler\*innen müssen im Spiel Verhandlungen führen.

## Deduction/Social Deduction

Spieler müssen Geheimnisse entdecken, um weitere Informationen zu entschlüsseln, die von Gegenspielern, Bösewichten oder Gegenständen im Spiel stammen können.

## Multiscorer

Es gibt verschiedene Wege, um Siegpunkte zu sammeln.

## Drafting

Die Spieler wählen abwechselnd aus einem Angebot, z.B. Karten, und geben dann das verbleibende Angebot an den nächsten Spieler weiter.

## Ressourcenmanagement

Es gibt verschiedene Ressourcen, bei denen auf ein gutes Management gesetzt wird, um sie gewinnbringend einzusetzen, da sie begrenzt sind.

## Trading (Handeln)

Im Spiel wird mit Waren oder Ressourcen gehandelt.

## Was für'n Dreck? Spielemente

Natürlich hat sich an dem Prototypen im Laufe unseres Entwicklungs- und Testprozesses noch einiges geändert. Das Spiel besteht zu diesem Zeitpunkt aus folgenden Kernelementen:

### Das Grundsetting

Eine Gruppe Weltraumreisender strandet auf einem verlassenen Planeten namens Klumpen und muss dort drei Jahre überleben.

Damit ist eigentlich schon das meiste gesagt. Hier noch einige Details:

Das Spiel ist in drei Jahre unterteilt. Jedes Jahr besteht aus etwa vier Monaten (genau, fremder Planet, da ist so etwas möglich). Die Monate stehen stellvertretend für die Spielrunden. Nach vier Runden endet ein Jahr und es findet eine Jahresabrechnung statt. Am Ende des dritten Jahres, nach insgesamt 12 Runden, endet das Spiel und es gibt eine Spielauswertung.

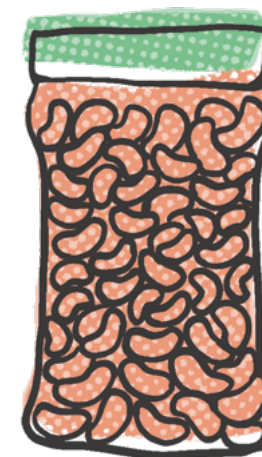
Gespielt wird immer gleichzeitig. Die Spieler\*innen diskutieren, was aus den verfügbaren Ressourcen gebaut werden soll und sammeln dabei sowohl individuelle als auch Punkte für das Gemeinwohl.

Nur wenn die Spieler\*innen gemeinsam genug Gemeinwohlpunkte sammeln, kann das Spiel überhaupt gewonnen werden. Gelingt das, wird unter den verbleibenden Spieler\*innen die Person mit den meisten Pluspunkten zum\*zur Gesamtsieger\*in gekürt.

## Dreck (Dreckmine, Dreckvorrat, Dreckfresser, Dreckschleudern, privater Dreck)

Was ist das?

Dreck ist die einzige verfügbare Ressource auf dem Planeten Klumpen. Zum Glück lässt sich der Dreck mit Hilfe des Dreckfressers - einem innovativen 3D-Drucker auf Dreckbasis - in allerlei neue Dinge umwandeln. Dreck fungiert als Baustoff, mit dem die Spieler\*innen Objekte errichten können, welche Punkte bringen. Da es sich bei Dreck um eine begrenzte Ressource handelt, müssen sich die Spieler\*innen gut überlegen, wie sie ihren Dreck im Spiel einsetzen wollen. Einen kleinen Drecknachschub kann man sich durch den Bau von Dreckschleudern erspielen. Mit diesen kann man aus der unterirdischen Dreckmine noch ein paar letzte Brocken zu Tage fördern. Doch auch dieser Vorrat ist begrenzt und der Bau von Dreckschleudern birgt immer ein gewisses Risiko. Wesentlich für das Spiel ist der Unterschied zwischen privatem und öffentlichem Dreck. Zu Beginn des Spiels erhalten alle Spieler\*innen eine kleine Menge privaten Dreck, der jedoch ungleich unter den Personen verteilt ist. Über ihren privaten Dreck kann in der Regel jede Person selbstbestimmt verfügen. Der meiste Dreck liegt jedoch im öffentlichen Dreckvorrat. Um diese Ressourcen einzusetzen, bedarf es immer einer Gruppenentscheidung.



### Geschulte Kompetenzen:

- Strategische und vorausschauende Ressourcennutzung
- Priorisierung verschiedener Interessen
- Gemeinsame Entscheidungsfindung

## Was wird abgebildet?

Uns war es wichtig, das Bausystem im Spiel auf Ressourcen und nicht auf Geld zu basieren. Ein Problem, das wir in unserer heutigen Welt sehen, ist, dass die Bedeutung und der Wert natürlicher Ressourcen, aufgrund einer sehr einseitigen Fokussierung auf monetäre Messwerte, systematisch unterschätzt werden. Wenn wir also in ÜBERmorgen die Stadt unserer Träume aus nichts als aus Dreck bauen, möchten wir damit auch zeigen, dass vieles, was wir in unserer Gesellschaft als Dreck oder Müll abtun, sich genauso gut als Ressource verstehen ließe (Braungart, 2021). Für uns bildet diese Art des Umdenkens die Grundlage dafür, Lösungen für einen nachhaltigen Umgang mit natürlichen Ressourcen zu finden. Auch wenn wir diesen Ansatz gerne noch weitergedacht hätten, hat sich in der Spielpraxis gezeigt, dass Ideen wie Recycling von Objekten das Spiel zu komplex machen würden. Daher haben wir unseren Fokus auf die begrenzte Verfügbarkeit der vorhandenen Ressourcen und deren Verteilung gelegt.

## Charakterkarten

### Was ist das?

Während des Spiels schlüpfen die Spieler\*innen in die Rolle von superreichen Weltraumreisenden. Neun verschiedene Charaktere, die mittels Zufall unter den Spieler\*innen verlost werden, stehen dafür zur Auswahl. Auf der Charakterkarte erfahren die Spieler\*innen ihren Namen, ihren Beruf, ihr Berufsfeld und ihre besondere Charakterfähigkeit. Diese Fähigkeit kann einmal pro Spieljahr eingesetzt werden. Die Charakterkarten nehmen innerhalb des Spieles zwei verschiedene Funktionen ein:

1. Die narrative Funktion: Die Charaktere sollen es den Spieler\*innen ermöglichen, tiefer in die Welt von ÜBERmorgen einzutauchen und sich auf die Spielwirklichkeit einzulassen. Die Charaktere sind dabei so gewählt, dass sie Anknüpfungspunkte für die Spieler\*innen bieten, um ihr Verhalten während des Spiels zu rechtfertigen.

Gleichzeitig sollen die satirisch überspitzten und lebensfremden Charaktere die Spieler\*innen ermutigen, während des Spiels auch unkonventionelle und dadurch im echten Leben normenwidrige Spielstrategien auszuprobieren. Der Charakter fungiert – genauso wie die Spielsituation als Ganzes – als eine Art Schutzschirm, der den spielerischen Handlungsraum erweitern soll.

2. Die strategische Funktion: das Berufsfeld sowie die Charakterfähigkeit einer Person – haben Einfluss auf die eigenen Möglichkeiten, Punkte zu sammeln. Damit hat der Charakter auch einen strategischen Stellenwert. Besonders interessant ist hier die Konstellation der verschiedenen Charaktere untereinander. Gibt es in einer Spielrunde Charaktere mit demselben Berufsfeld, entsteht beispielsweise Potenzial für Allianzen zwischen den Spieler\*innen. Auch die Charakterfähigkeit kann Einfluss auf die allgemeine Spieldynamik nehmen: Wie häufig setzen Spieler\*innen ihre Fähigkeit ein? Nutzen sie diese zum Wohle der Gruppe oder um ihre eigenen Interessen voranzubringen? Die zufällige Verlosung der Charakterkarten sowie die Varianz zwischen den verschiedenen Figuren gewährleistet auch bei mehrmaligem Spielen anhaltendes Interesse und Abwechslung.

Charakter

**Ufologe**  
Der Uwe



+1 pro Objekt

Mit einem "Oh, guckt mal... ein UFO!" lenkst du einmal pro Jahr alle anderen ab und legst ein Objekt, über welches abgestimmt werden soll, auf den Abwurfstapel.

### Geschulte Kompetenzen:

Spiel als Raum zum Ausprobieren eigener Verhaltensoptionen

Interessenskooperationen eingehen



## Lebensmottos

### Was ist das?

Jede Person erhält außerdem zu Spielbeginn ein zufällig zugeteiltes Lebensmotto, welches während des Aufenthalts auf dem Klumpen verwirklicht werden soll. Das Lebensmotto bestimmt, welche Eigenschaft eine Person besonders gut bzw. schlecht findet. Für die Lieblingseigenschaft sammelt man während des Spiels Pluspunkte und für die Hasseigenschaft Minuspunkte. Es gibt 8 verschiedene Charaktereigenschaften im Spiel: mutig, lässig, schön, beliebt, gebildet, vergnügt, fit, genussvoll.

Jedes Lebensmotto besteht aus zwei dieser Eigenschaften. Je nach Kombination der Lebensmottos unter den Spieler\*innen, entstehen automatisch gemeinsame und gegenläufige Interessen. Die Lebensmottos sind nur den Spieler\*innen selbst bekannt, können durch das jeweilige Diskussionsverhalten der Personen während des Spiels aber meist erraten werden.

### Lebensmotto

#### Das Leben ist ein Ponyhof!

Du möchtest LÄSSIG sein und bekommst für Objekte in dieser Kategorie PLUSPUNKTE.

Du möchtest NICHT GEBILDET sein und bekommst für alle Objekte in dieser Kategorie MINUSPUNKTE.

### Geschulte Kompetenzen:

- Formulierung eigener Bedürfnisse
- Abwägen eigener und fremder Interessen
- Kompromissfindung
- Allianzbildung

### Was wird abgebildet?

Die Lebensmottos sind unsere Strategie, um Interessenskonflikte in den spielerischen Rahmen einzuführen.

Dabei haben wir die Lebensmottos allerdings bewusst moralisch neutral gehalten. Das hat einige Vorteile, aber natürlich auch Nachteile.

### Vorteile

**Niemand wird automatisch zum Buhmann.** Würden sich im Spiel beispielsweise Eigenschaften wie „sozial“ und „reich“ gegenüberstehen, wäre die Gefahr für moralische Anschuldigungen deutlich höher. In einer Atmosphäre moralischer Vorwürfe ist es aber schwieriger, handlungsorientierte Lösungen für Konflikte zu finden.

**Das Spiel schafft es auch ohne eine explizite Benennung der politischen Fronten, Interessenskonflikte deutlich werden zu lassen.** Ziel des Spiels ist es, Diskussionen, die im echten Leben schwierig zu führen sind, in einen spielerisch entschärften Raum zu verlegen.

### Nachteile

**Das Spiel verliert an politischer Brisanz.** Die meisten aktuellen politischen Debatten werden gerade durch die moralische Ebene der Forderungen kontrovers. Die Ukraine mit Waffen unterstützen, ja oder nein? Mehr Klimaschutz, aber zu welchem Preis? Die Versöhnung der moralischen Fronten ist oft eine wichtige Grundlage, um konstruktiven Diskurs zu ermöglichen und muss daher ebenso geübt werden.

**Das Potenzial für inhaltliche Diskussionen wird nicht ausgeschöpft.** Was spricht für meine Haltung, was spricht für deine? Solchen inhaltlichen Diskussionen jenseits jeder praktischen Lösungssuche bietet das Spiel wenig Raum.

## Missionen

### Was ist das?

Das Leben auf dem Klumpen ist mit einigen Herausforderungen verbunden. Jedes Jahr decken die Spieler\*innen eine gemeinsame Mission auf, die bis zum Ende des Spiels erfüllt werden muss. Dafür muss die Gruppe gemeinsam eine bestimmte Anzahl an Gemeinwohlpunkten in ein oder zwei der vier Gemeinwohlkategorien sammeln. Diese sind: Ernährung, Kultur, Wissenschaft und Gesundheit.

Nur wenn es der Gruppe gelingt, gemeinsam alle drei Missionen erfolgreich zu bewältigen, kann das Spiel am Ende gewonnen werden. Diese Dynamik erfordert es von den Spieler\*innen trotz unterschiedlicher Einzelinteressen zu kooperieren, um die nötige Gemeinwohlinfrastruktur aufzubauen.

### Was wird abgebildet?

### Geschulte Kompetenzen: Kooperation

Vorausschauendes und planendes Handeln

Priorisierung von Handlungsoptionen

Der dahinter liegende Gedanke: Als Gesellschaft stehen wir immer wieder vor Herausforderungen, die wir nur erfolgreich bewältigen können, wenn alle - oder zumindest eine Mehrheit - an einem Strang ziehen. Die Missionen im Spiel sind inhaltlich an Themen angelehnt, von denen wir überzeugt sind, dass sie heute und in Zukunft für uns als Gesellschaft von Bedeutung sind und sein werden: Erderwärmung, Pandemien, kulturelle Vielfalt, Genderdiversität und vieles mehr. Bewusst formulieren wir die Missionen nicht als Bedrohungen, sondern als Herausforderungen, mit denen eine Gesellschaft lernen kann, erfolgreich umzugehen. Das Spiel zu gewinnen bedeutet damit auch, die Erfahrung zu machen, dass - zumindest in der Spielwirklichkeit - schwierige Herausforderungen gemeinsam gemeistert werden können.



Mission

### Ich glaub mein Schwein hustet!

Ein Grippevirus rafft die Hälfte eurer Dreckschwein-Massenaufzucht dahin und droht, auch auf Menschen überzuspringen. Ihr braucht



12 Gesundheitspunkte UND



10 Wissenschaftspunkte

um eure Panik vor Viren und Bakterien zu überwinden und einen Impfstoff zu entwickeln.

## Objekte

### Was ist das?

Objekte bezeichnen die Gebäude, Maschinen und vieles mehr, die während des Spiels aus der Spielressource Dreck gebaut werden können. Objekte sind das Kernelement des Spiels. Durch den Bau von Objekten können die Spieler\*innen Punkte für ihre Lebensmottos und für die gemeinsamen Missionen sammeln.

Zu Beginn einer Spielrunde werden immer drei Objektkarten aufgedeckt. Nun wird gemeinsam diskutiert, welche der drei Karten aus dem gemeinsamen Dreckvorrat gebaut werden soll. Anschließend wird über den besten Vorschlag abgestimmt. Danach haben die Spieler\*innen die Möglichkeit, die restlichen Objekte aus ihrem privaten Dreck oder aus einer Mischung aus privatem und öffentlichem Dreck zu bauen. Auch wenn Objekte privat gebaut werden, wird das entsprechende Objekt Teil des gemeinsamen Stadtplans und bringt allen Spieler\*innen Plus- und Minuspunkte.

Einige Objekte sind beim Bauen mit einem Risiko verbunden. Für diese Objekte muss eine Risikokarte gezogen werden.

### Geschulte Kompetenzen:

Gedankliche Auseinandersetzung mit Zukunftstechnologien

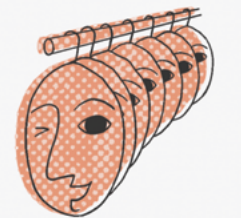
Diskussionsführung

### Was wird abgebildet?

Inhaltlich sind die Objekte an verschiedene aktuelle Technologietrends und Zukunftstechnologien angelehnt. Nicht alle Objektnamen werden daher für alle Spieler\*innen direkt verständlich sein. Unsere Hoffnung ist, dass die Namen und Illustrationen auf den Objekten für die Spieler\*innen als Impuls dienen, um über bestimmte technologische Entwicklungen ins Gespräch zu kommen. Auch wenn die Spieler\*innen keine Eigeninitiative zeigen sich mit den Objektnamen inhaltlich auseinander zu setzen, bleibt das Spiel ohne Einschränkungen spielbar.

### Klonothek

2 mutig, 6 vergnügt



## Abstimmungskarten/Gesellschaftssystem

### Was ist das?

Alle Spieler\*innen erhalten zu Beginn des Spiels ein Set aus einer positiven und einer negativen Abstimmungskarte. Diese braucht man, um während des Spiels an den Abstimmungen über die Objekte teilzunehmen. Enthalten kann man sich in unserem Spiel nicht.

Nach welchem Prinzip die Abstimmungen während des Spiels stattfinden, wird durch das Gesellschaftssystem bestimmt. Im Einstiegsmodus bleibt das Gesellschaftssystem über das gesamte Spiel hinweg konstant. Wenn man mit den Spielregeln etwas vertrauter ist, kann man sich an den Profimodus heranwagen. Hier gibt es die Möglichkeit, das Gesellschaftssystem während des Spiels zum Beispiel während der Jahresabrechnungen und durch das Spielen von Aktionskarten zu ändern. Dadurch kann sich sowohl das Abstimmungsprinzip als auch die private Verfügbarkeit von Dreck verändern.

Das Gesellschaftssystem besteht aus drei verschiedenen Komponenten:



Modus	Entscheidung	Eigentum	Abstimmung
Einstiegsmodus	<b>Mehrheit</b> Nur wenn mehr als die Hälfte der Spieler*innen einem Vorschlag zustimmt, gilt dieser als angenommen.	<b>Privat</b> Privater Dreck (aus dem eigenen Beutel) kann nach eigenem Ermessen eingesetzt werden. Wie viel Dreck jede Person hat, bleibt geheim.	<b>Verdeckt</b> Die Abstimmung findet anonym mit verdeckten Abstimmungskarten statt.
Profimodus	<b>Konsens</b> Nur wenn alle Spieler*innen einem Vorschlag zustimmen, gilt dieser als angenommen.	<b>Vergesellschaftung</b> Auch privater Dreck wird als öffentliche Ressource angesehen. Über die Verwendung von privatem Dreck stimmt also immer die ganze Gruppe im jeweils aktuellen Abstimmungsmodus ab. Jede*r weiß, wie viel Dreck die anderen haben.	<b>Offen</b> Die Abstimmung findet offen statt.

Die Unterscheidung in Einstiegs- und Profimodus dient dazu, die Komplexität des Spiels für den Einstieg zu reduzieren. Mit variablem Gesellschaftssystem zu spielen erhöht in unseren Augen den Spielspaß deutlich und fügt der Diskussionsdynamik des Spiels weitere interessante Aspekte hinzu.



## Geschulte Kompetenzen:

Entscheidungen treffen  
Andere überzeugen und (wenn nötig) Mehrheiten finden  
Wissen um die Vor- und Nachteile verschiedener Entscheidungsfindungsprozesse

## Was wird abgebildet?

Wie sieht das ideale Gesellschaftssystem aus? Diese Frage haben wir schon häufig im Freundeskreis diskutiert. Können Konsensentscheidungen bei schwierigen Fragestellungen tatsächlich funktionieren? Wie wäre das, eine soziale Person als Diktator\*in an der Macht zu haben? Und warum war Kommunismus nochmal keine Lösung?

Das und vieles mehr lässt sich in unserem Spiel einfach mal ausprobieren - ganz ohne Verfassungsreform oder Revolution. Wir glauben: Es stärkt unser Demokratieverständnis, wenn wir uns frei von Stigmata Gedanken machen können, welche Vorteile und Nachteile demokratische Entscheidungsprozesse mit sich bringen. Die eine Demokratie gibt es nicht.

## Risikokarten

## Was ist das?

Risikokarten bringen den Faktor Unsicherheit ins Spiel! Sie lösen Ereignisse aus, die immer die ganze Gruppe betreffen. Diese Ereignisse können sowohl positiv als auch negativ sein. Es muss immer dann eine Risikokarte gezogen werden, wenn ein Risikoobjekt (ein Objekt mit einem Wirbelsturmsymbol) gebaut wurde oder eine Dreckschleuder (eine Dreck-Fördermaschine) in Betrieb genommen wird. Risikokarten nehmen in der Regel Einfluss auf das Erfüllen von Missionen oder den zur Verfügung stehenden Dreck. Risiko wird dadurch zum strategischen Faktor bei der Auswahl der Objekte.

## Geschulte Kompetenzen:

Unsicherheit als Faktor bei der Entscheidungsfindung berücksichtigen  
Risiko abwägen (auch in Abhängigkeit von Zeit und Dringlichkeit bestimmter Maßnahmen)  
Flexibles Anpassen von Strategien an sich verändernde Umstände

## Was wird abgebildet?

Die Unsicherheit, die Risikokarten ins Spiel bringen, soll erlebbar machen, dass wir Entscheidungen nie in vollständigem Wissen um alle möglichen Konsequenzen treffen. Insbesondere bei zukunftsorientierten Fragestellungen ist dieser Umstand ein wichtiger Faktor, der im öffentlichen Diskurs manchmal vernachlässigt wird. Das beinhaltet auch den Umstand, dass Risiko kein pauschal negativ konnotierter Begriff sein muss (Risiko (Definition) - RiskNET, o. J.). Positive Risikokarten können die Spieler\*innen immer wieder auch voranbringen.

 Risiko

### Ich hab doch bloß auf den Link geklickt...

Auf eurem Laborcomputer erhaltet ihr folgende Mail: „Glückwunsch! Ihr habt den Jackpot der Intergalaktischen Lotterie geknackt! Um euren Gewinn in Galactic-Coins herunterzuladen, klickt bitte HIER.“

Durch diese Karte verliert ihr 2 Wissenschaftspunkte. Legt diese Karte neben eure Stadt.



 Risiko

### Heiße Ware!

Ihr schließt ein lukratives Handelsabkommen mit eurem Nachbarplaneten ab. Kurze Zeit später stellt ihr fest, dass ihr damit indirekt einen Krieg in der 3. Galaxie fördert. So eine Galaktisierung hat wohl auch ihre Schattenseiten...

Durch diese Karte verliert ihr 2 Kulturpunkte. Legt diese Karte neben eure Stadt.



 Risiko

### Grüne Gentechnik

Dank der Gentechnik leuchtet euer Popcorn-Mais jetzt im Dunkeln neongrün. Dadurch finden ihn die Bienen besser...und ihr seht, wer im Kino am meisten beim Popcornessen gekrümelt hat.

Diese Karte bringt euch 2 Ernährungspunkte. Legt diese Karte neben eure Stadt.



## Aktionskarten

### Was ist das?

Aktionskarten bringen Bewegung und Spontaneität ins Spiel. Dein Dreck ist verbraucht oder die anderen reden dir zu viel durcheinander? Da kann die richtige Aktionskarte Wunder wirken. Alle Spieler\*innen erhalten zu Beginn des Spiels je zwei Aktionskarten. Pro Runde kann davon maximal eine ausgespielt werden. Zu Beginn der nächsten Runde kann nachgezogen werden.

Es gibt verschiedene Typen von Aktionskarten, die auf die verschiedenen Elemente des Spiels (z.B. Risikokarten, Dreck, Punkte, Missionen, andere Aktionskarten etc.) Einfluss nehmen. Außerdem gibt es Aktionskarten, die Einfluss auf die Diskussionsatmosphäre nehmen sollen. Diese Karten regeln zum Beispiel, wer sich an einer Diskussion beteiligen darf oder fordern alle Spieler\*innen auf, ihr eigenes Interesse einmal klar zu benennen.



Aktion

**Irgendwie hatte ich mir das anders vorgestellt mit der schönen neuen Welt...**

Ändere den Entscheidungsmodus. Entscheide dich zwischen Mehrheit, Konsens oder Diktator\*in.



Aktion

**Mein, Dein, das sind doch alles bürgerliche Kategorien.**

Lass dir von der Person rechts und links von dir jeweils 1 Dreck geben, sofern diese welchen besitzen.



Aktion

**Einen Strich durch den Dreck machen...**

Bestimme eine andere Person, welche beim nächsten erfolgreichem Objektbau die Hälfte des Dreckbedarfs aus eigener Tasche decken muss.

Ist die benötigte Dreckmenge ungerade, gibt die Person die kleinere Hälfte dazu!

### Was wird abgebildet?

Viele der Aktionskarten verfolgen den Gedanken, mehr Konflikt und Reaktionsfähigkeit ins Spiel zu bringen. Im Gegensatz dazu sollen die Aktionskarten zur Diskussionsgestaltung kommunikative Impulse erzeugen, die es den Spieler\*innen ermöglichen, Erfahrungen mit unterschiedlichen Gesprächsatmosphären zu machen. Diese Dynamik erschien uns besonders geeignet, um den Spieler\*innen zu vermitteln, welchen unmittelbaren Einfluss ihr Diskussionsverhalten auf die Spielatmosphäre haben kann. Dafür haben wir uns von Strategien aus der gewaltfreien Kommunikation inspirieren lassen. Eine Schwierigkeit in der Ausgestaltung dieser Karten war, sie im Verhältnis zu anderen Typen von Aktionskarten aus spielstrategischer Sicht ähnlich attraktiv zu gestalten. Es zeigte sich: Wenn Spielende nicht das Gefühl haben, aus den Karten auch individuellen Vorteil zu ziehen, werden diese ungern gespielt und nicht konsequent eingehalten.

### Geschulte Kompetenzen:

Reaktionsvermögen  
Strategisches Handeln

## Gutmenschen und Wutmenschen

### Was ist das?

Alle Spieler\*innen beginnen das Spiel als Gutmenschen. Läuft alles gut, und den Spieler\*innen gelingt es, Kompromisse zu finden, wachsen die eigenen Punkte in der Regel an. Manchmal lässt es sich jedoch nicht vermeiden, dass jemand auch Minuspunkte sammelt. Erstmal ist das kein Problem. Man kann schließlich nicht immer bekommen, was man will. Wird aber auf eine Person gar keine Rücksicht genommen, kann es brenzlig werden. Befindet sich jemand mit seinen oder ihren Punkten während einer der drei Jahresendabrechnungen im negativen Bereich, dann wird diese Person unwiderruflich zum Wutmenschen. Als Wutmensch kann man das Spiel nicht mehr gewinnen, man sammelt also auch keine Plus- und Minuspunkte mehr.

Das einzige Ziel eines Wutmenschen ist es, dafür zu sorgen, dass auch alle anderen das Spiel nicht mehr gewinnen können. Dafür kann der Wutmensch zum Beispiel versuchen zu verhindern, dass die anderen Spieler\*innen die für das Erfüllen der Missionen notwendigen Gemeinwohlpunkte sammeln. Oder er oder sie bemüht sich, möglichst viele der anderen Spieler\*innen ebenfalls zu Wutmenschen zu machen. Sind die Hälfte oder mehr aller Mitspieler\*innen zu Wutmenschen geworden, endet das Spiel sofort und niemand gewinnt.

## Geschulte Kompetenzen:

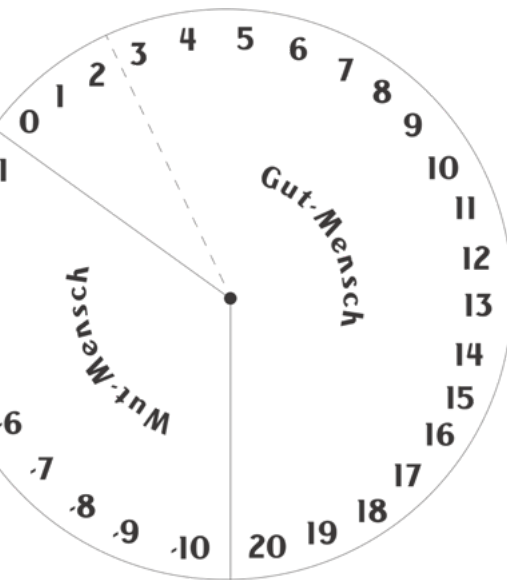
Rücksicht auf andere Interessen nehmen  
Durchsetzung eigener Interessen

## Was wird abgebildet?

Dass bei großen Entscheidungen und Veränderungsprozessen nicht immer alle das bekommen, was sie wollen, ist klar. Haben einige Personen oder Personengruppen aber das Gefühl, dass systematisch an ihren Interessen vorbei entschieden wird, kann das zu viel Unmut fühlen. Begriffe wie „Polarisierung“ oder „Spaltung der Gesellschaft“ mögen manchmal überzogen klingen, zeigen aber auf, was passieren kann, wenn einige Bevölkerungsgruppen sich nicht mehr von politischen Entscheidungsprozessen berücksichtigt fühlen.

Wir wollen zeigen: Solche „Wutmenschen“ schaden häufig allen und deshalb ist es auch im Interesse aller, nach Lösungen zu suchen, die jedem das Gefühl geben, gehört zu werden\*. Idealistischer Ponyhof? Vielleicht. Wir geben zu, Konflikt lässt sich manchmal nicht vermeiden und eine Lösung, die allen gefällt, nicht finden. Umso wichtiger zu lernen, wie viel Konflikt und gemeinsame Lösungssuche eine Gesellschaft aushalten kann.

\*Wir sind davon überzeugt, dass jede Meinung gehört werden sollte. Aber wir wollen hier auch deutlich machen: Rassismus, Sexismus, und ähnliche -ismen sind keine Meinungen. Trotzdem lohnt es sich manchmal, einen Moment länger hinzuhören, um tiefer liegende Ängste und Bedürfnisse besser zu verstehen.



# Alles in die Waagschale werfen

## Balancing

„Die oberste Priorität ist immer, das Spiel in einen unterhaltsamen und spielbaren Zustand zu bringen, und das erfordert Makro-kalibrierung, oder das Spiel in einen Zustand zu bringen, in dem die meisten Elemente zumindest vage ausbalanciert sind und kein Element extrem unausgewogen ist.“  
- (Cadwell, 2002, Übersetzung der Autorinnen)

Fast genauso wichtig wie die Spieldynamiken, dafür aber weniger offensichtlich für die Spieler\*innen, ist das Balancing des Spiels. Balancing kann dabei je nach Spiel unterschiedliche Dinge meinen:

die Schwierigkeit bzw. die Herausforderung des Spiels zu meistern

die Ausgestaltung der Startbedingungen für die verschiedenen Spieler\*innen

das Gewichten verschiedener Strategien innerhalb des Spiels

die Kosten-Nutzen-Balance unterschiedlicher Spielelemente

(Schreiber, 2009).



Erst, wenn die wichtigsten Grundlagen des Balancings gelegt wurden, gelangt ein Spiel in der Regel überhaupt in einen „unterhaltsamen und spielbaren Zustand“ (Cadwell, 2002). In der praktischen Umsetzung besteht Balancing aus einer Verkettung von Entscheidungen, die sich meist in einer Reihe von Zahlen und Formeln ausdrücken lassen. Fängt man einmal an, sich Gedanken zur genauen Gewichtung verschiedener Spielelemente und -optionen zu machen, führt häufig eines zum anderen. Auch wenn unser Balancing nicht auf komplexen mathematischen Formeln, sondern zum größten Teil auf Trial-and-Error Prozessen basiert, war es notwendig, zahlreiche Entscheidungen zu treffen. Wie von Schreiber richtig angemerkt: „[You] Learn to love Excel“ (Schreiber, 2009). Drei dieser Entscheidungen stellen wir hier exemplarisch genauer dar, um zu zeigen, auf welche Aspekte des Spiels das Balancing Einfluss nehmen kann.

## Die Kombinatorik: EIGENSCHAFTEN UND GEMEINWOHL

Wie bereits erklärt, sind die Objekte der zentrale Dreh- und Angelpunkt des Spiels. Auf den Objektkarten befinden sich sowohl die individuellen Punkte, welche die Spielenden im Zusammenhang mit ihren Eigenschaften aus den Lebensmottos sammeln können, als auch die Anzahl an Gemeinwohlpunkten, welche das Objekt zur Erfüllung der Missionen der Spielenden beiträgt. Die verschiedenen Gemeinwohlkategorien und die verschiedenen Eigenschaften (individuelle Punkte) sollen durch das Balancing so kombiniert werden, dass folgende Verhältnisse möglichst gleich verteilt sind:

Die Kombinationen der zwei Eigenschaften untereinander

Die Kombination aus Gemeinwohlkategorie und individuellen Eigenschaften

**Beispiel:** Die Eigenschaft mutig soll in möglichst gleicher Verteilung mit den anderen sieben Eigenschaften auftreten, sodass mutig-lässig zum Beispiel ähnlich häufig auftritt wie mutig-gesellig. Zusätzlich soll die Eigenschaft mutig auch gleichmäßig auf die vier Gemeinwohlkategorien verteilt sein. Mutig soll also genauso oft auf Objekten aus der Kategorie Ernährung wie auf Objekten aus der Kategorie Gesundheit auftauchen.

mutig	gesellig	Ernährung
genussvoll	mutig	Gesundheit
mutig	fit	Gesundheit
gebildet	mutig	Kultur
mutig	lässig	Kultur
schön	mutig	Wissenschaft
mutig	vergnügt	Wissenschaft

Abb. 8: Auszug aus unserer Balancing Tabelle zu Eigenschaften

**Die Idee dahinter:** Niemand soll einen Nachteil haben, weil er\*sie ein bestimmtes Lebensmotto gezogen hat. Da auch das Berufsfeld (genauso wie die Gemeinwohlkategorien) den Spielenden Punkte einbringt, soll auch jede Kombination aus Lebensmotto und Berufsfeld den Spielenden annähernd gleiche Startbedingungen bieten.

## Die Kostenformel: DRECK UND RISIKO

Der benötigte Dreck für den Bau eines Objekts hängt von folgenden Faktoren ab:

Bringt das Objekt viele individuelle oder viele Gemeinwohlpunkte?

Handelt es sich bei dem Objekt um ein Risikoobjekt?

Objekte mit dem Fokus Gemeinwohl sind prinzipiell teurer als Objekte, die viele individuelle Punkte einbringen, da von Gemeinwohl alle Spielenden profitieren. Die Spielenden sollen dazu angeregt werden, öffentliche Ressourcen für den Bau zu verwenden und, wenn nötig, zu kooperieren, um das nötige Material aufzubringen. Außerdem ermutigt dieses Balancing „Egotrips“ der Spielenden, da Objekte, die für Spielende besonders vorteilhaft sind, auch mit privatem Dreck und ohne Absprache mit den anderen Spielern\*innen gebaut werden können. Die Gruppe muss dann mit den Folgen solchen Verhaltens umgehen, was das Spiel explizit fördern möchte.

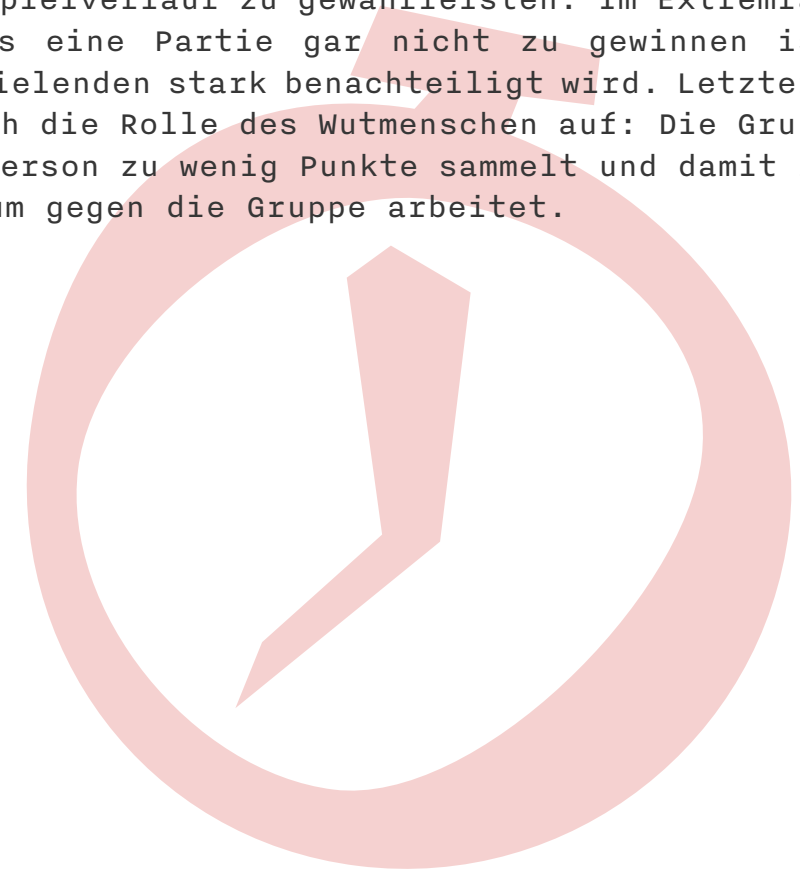
Darüber hinaus haben wir uns entschieden, den Faktor Risiko in den Preis der Karte mit einzurechnen. Karten, die mit einem Risiko verbunden sind, kosten im Verhältnis weniger als ähnliche Karten ohne Risiko. So müssen die Spielenden entscheiden, ob sie Ressourcen sparen und dafür Risiko in Kauf nehmen oder den „sicheren“ Weg wählen und das teurere, risikolose Objekt bauen.

Eigen-schaft 1	Eigen-schaft 2	Gemeinwohl	Risiko	Gemein-wohl-punkte	Kosten	Ind. Punkte Eigen-schaft 1	Ind. Punkte Eigen-schaft 2
mutig	gesellig	Ernährung	ja	2	3	3	5
gebildet	schön	Gesundheit	nein	2	5	3	5
mutig	gesellig	Ernährung	nein	4	6	2	3
gebildet	schön	Gesundheit	ja	4	4	2	3

Abb. 12:  
Auszug aus unserer Balancing Tabelle zu Objekten

## Die Gretchenfrage: SPIELLÄNGE

Die Spiellänge ist zentral für die gesamte Spielerfahrung und hängt zum großen Teil vom Balancing des Spiels ab. In unserem Fall war die erste Version des Spiels deutlich zu lang. Daraufhin haben wir uns entschieden, drastisch zu kürzen. Circa ein Drittel der Objektkarten wird vor jeder Partie per Zufall aussortiert. Das hat zur Folge, dass unter den verbleibenden Objektkarten nicht immer alle Eigenschaften und Gemeinwohlkategorien gleich verteilt sind. Die Schwierigkeit des Spiels kann so von Partie zu Partie leicht variieren. Da unser Spiel auch in anderen Aspekten vom Zufall abhängig ist, schien uns dieses Vorgehen gut geeignet, um Abwechslung im Spielverlauf zu gewährleisten. Im Extremfall bedeutet das aber auch, dass eine Partie gar nicht zu gewinnen ist, beziehungsweise eine\*r der Spielenden stark benachteiligt wird. Letzteres fängt unser Spiel jedoch durch die Rolle des Wutmenschen auf: Die Gruppe hat nichts davon, wenn eine Person zu wenig Punkte sammelt und damit zum Wutmenschen wird, der wiederum gegen die Gruppe arbeitet.



## Spielerlebnis – das perfekte Spiel

Unser Spiel soll einen Raum für viele interessante Erlebnisse schaffen. Um so eine Erfahrung zu gestalten, braucht es manchmal ein bisschen Fantasie. Deshalb träumen wir eine Runde: Wie könnte ein perfektes Spielerlebnis aussehen?

„Oh wow, dieses Spiel war echt ziemlich klasse! War auch echt schwieriger als gedacht, das mit dem Überleben. Am Anfang haben irgendwie alle nur so auf sich geschaut und was sie gut finden. Die ersten paar Runden haben wir zwar viel gebaut, aber nichts so richtig was für die Gemeinschaft. Das war zwar auch gut für mich, ich hatte dann direkt so um die 12 Punkte, aber jemand anderes hat dadurch richtig fett Minuspunkte gesammelt. Da hatten wir dann nach dem ersten Jahr gleich den ersten Wutmensch und plötzlich war es ziemlich schwierig, noch eine Mehrheit zusammen zu kriegen, von Konsens ganz zu schweigen. Naja, damit mussten wir dann irgendwie leben. Hat auch ein bisschen zusammengeschweißt, so einen gemeinsamen Gegner zu haben, dass hätte ich gar nicht gedacht und finde ich im Nachhinein auch ein bisschen bedenklich. Dann wurden auch irgendwann die öffentlichen Ressourcen ziemlich knapp. Da habe ich mich dann entschieden, mal auf Vergesellschaftung umzustellen, so aus Interesse. Alle mussten dann ihren Dreck offen legen und es war krass, wie ungleich der verteilt war! Das hat sich dann richtig gut angefühlt, mal nur von denen zu nehmen, die eh viel haben. Naja, für die Leute die viel Dreck hatten, muss es auch ein bisschen hart gewesen sein, die haben dann schon einige blöde Kommentare abbekommen. Aber es war nicht so richtig persönlich, war ja nur ein Spiel und wir haben uns dann eher über die Charaktere lustig gemacht, so nach dem Motto ‚Haha, ja klar hat die Billiardärin mal wieder am meisten gebunkert, Scheiß-Kapitalistin‘. Zwischendurch haben wir echt lange rumdiskutiert, das war manchmal auch anstrengend, gerade weil einige ziemlich viel mehr gesagt haben als andere. Da gab es so zwei Aktionskarten, die ich ganz cool fand, da musste man sich mal gegenseitig ausreden lassen und alle mussten zu Wort kommen. Das hat schon geholfen. Im dritten Jahr war dann Krisenmodus angesagt. Wir mussten noch echt viele Punkte sammeln, um die Missionen zu schaffen und konnten deshalb auch nicht mehr wählerisch sein. Weil auch der Dreck knapp war, mussten wir dann viele Risikoobjekte bauen und das war schon echt heikel, gerade so kurz vor Ende, wo eine schlechte Karte einem alles kaputt hauen kann. Es war aber auch cool zu sehen, wie sich

alle (also natürlich außer der Wutmensch) dafür eingesetzt haben, dass wir das noch schaffen. Mir waren meine eigenen Punkte irgendwann auch relativ egal, solange ich nicht in den Minusbereich gerutscht bin. Fast dachte ich, wir schaffen das nicht mehr, weil es einfach nicht mehr genug passende Objekte gab. Aber dann hatten zum Glück noch zwei Leute solche Aktionskarten aufgehoben, mit denen wir die Sache noch reißen konnten. Die Missionen hatten wir also geschafft. Dann hat sich halt in der Endabrechnung herausgestellt, dass dadurch noch eine andere Spielerin in den Minusbereich gerutscht ist und es deshalb zu viele Wutmenschen gab. Wir haben das Spiel also trotzdem verloren. Irgendwie blöd, aber es hat sich gar nicht so schlimm angefühlt. Wir hatten ja irgendwie alle zusammen verloren und wollten eigentlich am liebsten gleich nochmal spielen. Aber dafür waren wir dann doch ein bisschen zu fertig. Fürs nächste Mal habe ich mir aber schon vorgenommen, von Anfang an mehr aufs Gemeinwohl zu achten und darauf, dass alle Spieler\*innen zu Wort kommen, damit niemand so schnell zum Wutmensch wird.“



# Willkommen im Space Age

## Gestaltung

Die visuelle Gestaltung des Spiels ist an die Ästhetik des **Retro-Futurisms** angelehnt. Er reflektiert eine Zeit in den USA, als Futurismus durch das Space Age und das Atomic Age in Mode war. Der Blick zurück auf diese Zeit gibt uns eine bescheidene Perspektive auf unsere eigene Zukunftsforschung. Wir wissen ebenso wenig wie sie damals, was in 50 Jahren passieren wird.

Außerdem bedienen wir uns fiktiver Technologien und futuristischer Entwicklungen aus dem **Science Fiction** Genre, die wir in einem minimalistischen Design darstellen. Diese Anlehnung in den Illustrationen soll die Spieler\*innen anregen über Alternativwelten nachzudenken und erweckt unser futuristisches Narrativ zum Leben.

Unsere Design-Entscheidungen beziehen sich sowohl auf das Spiel selbst, als auch auf die analogen und digitale Medien, welche wir im Rahmen unseres Projektes gestalten.



## Schriftarten

### Fisher-Price Gothic

wird für Überschriften verwendet.

### Krona One

40% Kerning, wird für Unterüberschriften verwendet.

Nitti regular / medium / **bold** / *italic*

wird für Fließtexte verwendet.

## Farben

Für die farbliche Gestaltung haben wir uns auf fünf warme, intensive Farben und zwei Grautöne beschränkt. Das dunkle Grau nutzen wir als Schriftfarbe, das helle Grau als Hintergrund, um zu harsche Schwarz-Weiß-Kontraste zu vermeiden. Die fünf Hauptfarben – ein blasses **himmelblau**, ein intensives **grasgrün**, ein **sonnengelb**, ein erdiges **rot-orange** und ein kräftiges **weinrot** – sind möglichst bunt gewählt, da es sich um ein Spiel handelt, das nicht seriös wirken muss, sondern vor allem fröhlich aussehen und Lust am Spielen machen soll. Dabei war es uns außerdem wichtig, dass die Farben in jeder Kombination miteinander gut harmonieren, um möglichst viel gestalterischen Freiraum zu haben.

#F1DC4B

#83B0E6

#F69876

#6FD085

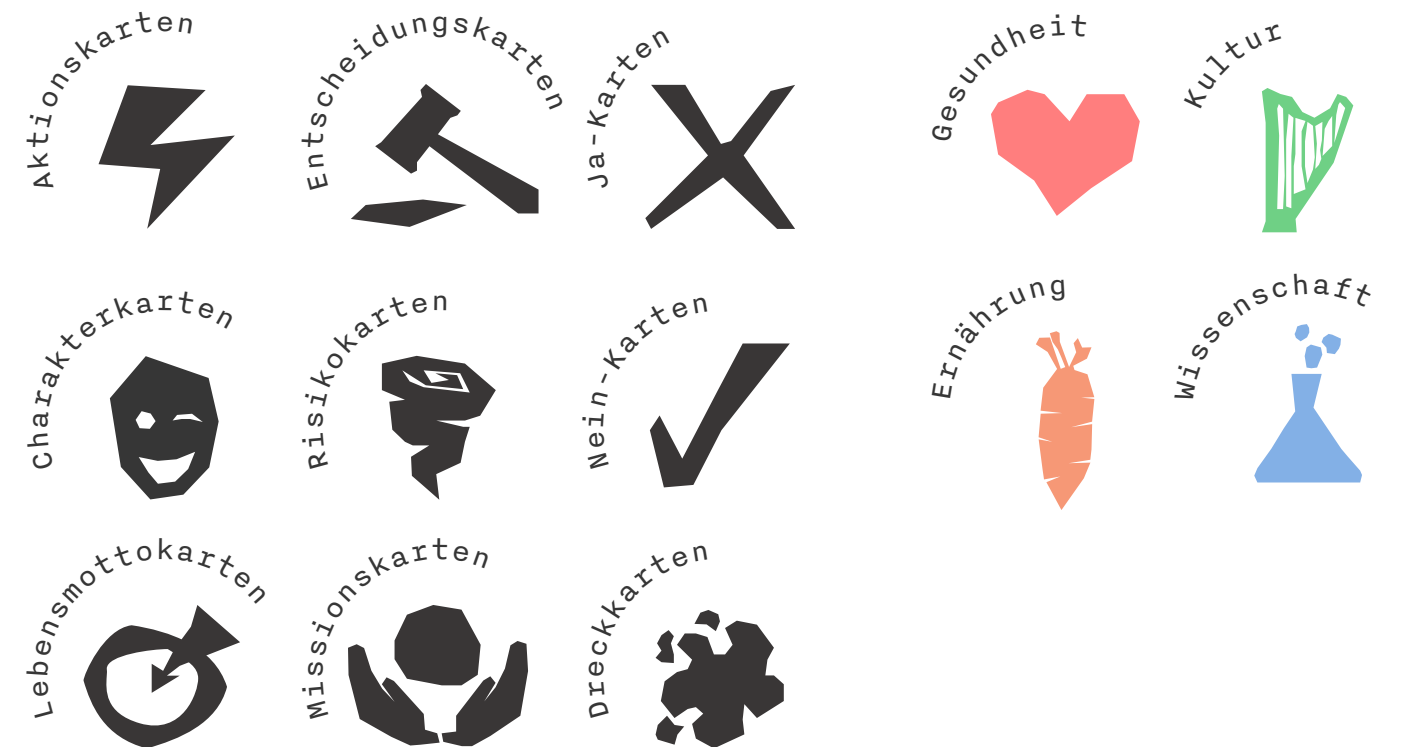
#E88D89

#F6F6F6

#393636

## Icons

Die von uns erstellten Icons sind in einem kantigen, eckigen Stil gehalten, da auch auf dem Klumpen alles hart, steinig und dreckig ist. Um die Kartentypen visuell zu unterscheiden, haben wir Vektorgrafiken erstellt. Für die im Spiel vorkommenden Punkte-Kategorien haben wir ebenfalls Icons erstellt und unserer Farbpalette zugeordnet.





## Illustrationen

Die von Mareile gezeichneten Illustrationen sind hauptsächlich inspiriert von US-amerikanischen Midcentury-Illustrationen, die häufig mit dem Atomic Age und dem Space Age in Verbindung gebracht werden und so auch ganz klar eine Verbindung zu Zukunftstechnologien und Futurismus haben. Sie sind zudem meist verspielt und flächig.



Für die Illustrationen unseres Spiels nutzen wir schwarze Outlines und Farbflächen, die leicht verschoben sind. Die Flächen haben entweder ein Halftone-Muster (ähnelt einem Druckraster) oder sind in einem Gouache-Stil gezeichnet. Das alles führt dazu, dass die Illustrationen, obwohl digital erstellt, aussehen, als wären sie im Siebdruck entstanden und dadurch der Retro-Look wieder aufgegriffen wird.

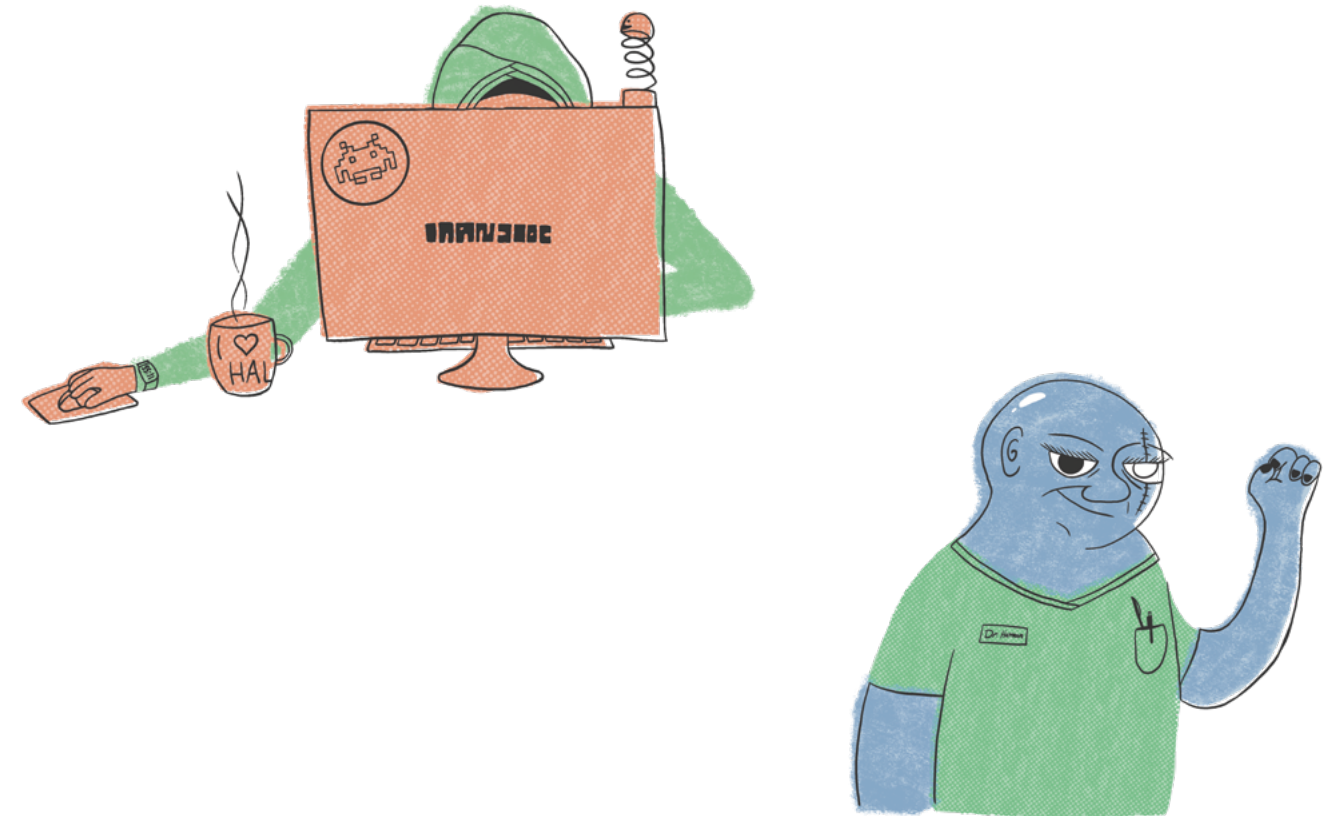


Abb. 22, 23, 24  
(vlnr, von oben nach unten):  
Illustrationen zu den Spielcharakteren



### Verständliche und zugängliche Sprache

Es wird eine klare, präzise Sprache verwendet, sodass trotz des kurzen Textes auf den Karten der Inhalt verständlich vermittelt werden kann. Zusätzlich möchten wir eine möglichst zugängliche Sprache für alle Spieler\*innen schaffen. Deswegen verzichten wir auf englische Wörter und Anglizismen.

### Konsistenz

In dem Spiel werden einheitliche Begriffe und Bezeichnungen verwendet, um Verwirrungen und Missverständnisse zu vermeiden. Wenn verschiedene Karten oder Elemente im Spiel und in der Anleitung unterschiedlich benannt werden, kann das zu Unsicherheit und Fehlern bei den Spieler\*innen führen. Die Verwendung konsistenter Begriffe und Bezeichnungen fördert somit die Klarheit und Verständlichkeit des Spiels.

### Humor

Eine humorvolle, teilweise satirische Sprache soll den Spielspaß unterstützen und dazu beitragen die Spieler\*innen zu unterhalten. Das lockert das Spiel auf und sorgt dafür, dass es der Spielverlauf nicht zu ernst und angespannt wird. Auf den Aktionskarten werden beispielsweise bekannte deutsche Sprichwörter auf humorvolle Weise verändert (z.B. „Reden ist Silber, Schweigen ist... doof!“). Dies schafft eine kreative Verbindung zwischen Altbekanntem und Neuem.

### Tonalität und Sprache entsprechen dem Narrativ

Das Spielnarrativ wird in allen Texten sprachlich mit eingebunden, um Atmosphäre zu schaffen, die die Spieler\*innen in die Spielwelt eintauchen lässt.

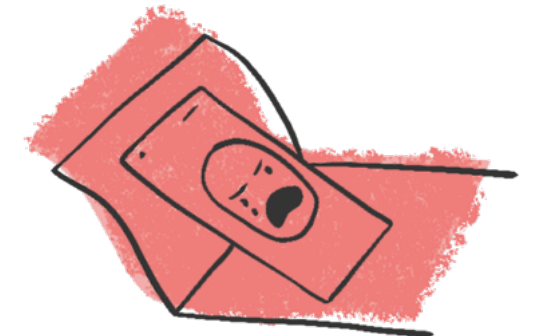
# The next Siri

## Anleitung

### Die Einstiegshürde

„Kennt hier jemand schon die Regeln?“ Die Antwort auf diese Frage entscheidet wohl nicht selten, welches Spiel die besten Aussichten hat, zum Mittelpunkt der nächsten Spielpartie zu werden. Denn ganz ehrlich: Nur die wenigsten von uns lesen gerne Anleitungen. Besonders dann nicht, wenn diese mehr als vier Seiten haben. Die Krux bei einem nagelneuen Spiel ist nur, dass es natürlich niemand kennt.

Und wir geben es zu: Unsere Anleitung wird auch deutlich mehr als vier Seiten haben. Bevor wir unsere Spielidee damit aber zum Scheitern verurteilen, machen wir uns lieber Gedanken über eine Lösung des Problems. Eine Anleitung muss her, die nicht anstrengend zu lesen und schwierig zu verstehen ist. Am besten etwas leicht verständliches, vielleicht sogar ganz witziges, was einen direkt ins Spielen bringt? Die Idee für unsere Audioanleitung ist geboren. Wer sich gerne weiter klassisch durch die Papieranleitung kämpfen möchte, kann das tun. Wer Lust hat, sich von Kai2.3, unserer intelligenten Raumschiffassistentin, ein paar Überlebensstipps für den Aufenthalt auf dem Planeten „Klumpen“ geben zu lassen, der muss nur die Ohren spitzen und sich durch den Audioguide auf unser Website klicken.



## Die Vorteile einer auditiven Anleitung im Überblick

### 1. Gemeinsames Erlebnis:

Die auditive Anleitung stellt schon zu Beginn des Spiels ein Gemeinschaftsgefühl her, da sie von allen Spieler\*innen zusammen angehört wird. Offene Fragen können direkt in der Gruppe geklärt werden.

Die Spieler\*innen werden auditiv durch die erste Runde des Spiels geleitet. Die Anweisungen werden direkt gehört und ausgeführt, wodurch das Spiel einfacher zu verstehen ist. Die Narration macht es außerdem einfacher, sich die Regeln zu merken, weil diese in eine Geschichte eingebettet sind und sich in der Spielwirklichkeit logisch ergeben.

### 2. Einfachere Verständlichkeit:

### 3. Höhere Aufmerksamkeit:

Die Aufmerksamkeit der Spieler\*innen wird stärker auf das Spiel gelenkt, da sie sich auf das Gehörte konzentrieren müssen. Dadurch ist es wahrscheinlicher, dass sie alle wichtigen Informationen aufnehmen und nicht versehentlich etwas übersehen.

Das Spielszenario und Narrativ ist in die Audio-Dateien eingebettet. Dadurch tauchen die Spieler\*innen direkt in die Spielwelt ein und können sich besser mit den Charakteren und der Handlung identifizieren.

### 4. Besseres Eintauchen in das Spiel:

### 5. Zugänglichkeit:

Eine auditive Anleitung ist auch für Spieler\*innen, die normalerweise Schwierigkeiten haben lange, klein geschriebene Texte zu lesen hilfreicher als eine schriftliche Anleitung. Wir haben besonders darauf geachtet, die Sprache so einfach wie möglich zu gestalten.

## Ein kurzer Auszug aus der Anleitung

Hallo

Ich bin **Kai2.3**, Ihre persönliche Raumschiff-Assistenz. Leider muss ich Ihnen mitteilen, dass sich unser Weiterflug auf Grund eines technischen Fehlers verzögern wird. Deshalb musste ich Ihre Schlafkapsel vorzeitig deaktivieren. Bitte bewahren Sie Ruhe, der technische Support wurde bereits kontaktiert. Sollten Sie ein Kaviarsandwich als Frühstückssnack wünschen, antworten Sie bitte laut und deutlich mit „Ja“. (Pause) Das habe ich leider nicht verstanden. Ihr Sprachmodul scheint noch etwas eingerostet zu sein. Aber kein Wunder, Sie haben soeben „2-0-2-3“ Jahre im Hyperschlaf verbracht. Keine Sorge: Unser vollautomatisierter Life-Support hat Sie frisch und knackig gehalten. Sie sehen genauso aus wie an dem Tag, an dem Sie die Alte Erde verlassen haben.

Wir setzen unsere Reise zum nächstmöglichen Zeitpunkt fort. Zunächst müssen wir allerdings einige dringende Reparaturen am Raumschiff durchführen. Die Fehlermeldung des Systems lautet: Schraube locker. Die Wartezeit auf den Handwerker beträgt „3“ Jahre. Um die Leistung unseres Schiffs für den Weiterflug zu optimieren, werden alle Systeme bis auf weiteres in den Energiesparmodus versetzt. Wir entschuldigen uns für etwaige Unannehmlichkeiten.

Ihr Wohlergehen steht für mich selbstverständlich an erster Stelle. Dicht gefolgt von Ihrem Kontostand. Deshalb haben wir den nächsten bewohnbaren Planeten der Gattung „Klumpen“ für Sie ausfindig gemacht. Bitte begeben Sie sich nun zum nächsten Notausgang. Wir haben Ihnen bereits ein Klumpen-Survival-Kit zusammengestellt und ich werde Sie höchstpersönlich dabei unterstützen, sich für die verbleibende Wartezeit auf dem Klumpen einzurichten. Wir hoffen, Sie in drei Jahren wieder bei uns an Bord begrüßen zu dürfen und wünschen Ihnen einen angenehmen Aufenthalt.

Bereitet das Spielfeld vor. Orientiert euch dabei an der Abbildung.





# Das Spiel

Dieser Text wurde von uns vertont, und mit Soundeffekten hinterlegt. Um die Anleitung benutzerfreundlich zu gestalten, haben wir sie in einzelne Kapitel unterteilt und aussagekräftige Überschriften gewählt. Um das Gesprochene visuell zu unterstützen, haben wir Grafiken unterhalb der jeweiligen Audio-Dateien platziert.

Wohin mit den Audio-Dateien? Eine Website muss her!

Wir haben uns entschieden, die Audio-Dateien über eine eigene Website zur Verfügung zu stellen, um die Nutzung und den Zugriff für die Spieler\*innen so einfach wie möglich zu halten. Für unsere Website [www.uebermorgen-spiel-um-die-zukunft.de](http://www.uebermorgen-spiel-um-die-zukunft.de) verwenden wir einen Webhosting-Provider, der zu 100% mit Ökostrom betrieben wird.

Wir haben uns gegen einem Cloud-Provider, wie Youtube, entschieden, da wir auf einer eigenen Website mehr Kontrolle über die Präsentation und Organisation der Audio-Dateien und Grafiken haben und eine übersichtliche Kapitelübersicht bereitstellen können. Außerdem bietet die Website uns zusätzlich weitere Möglichkeiten zur Außendarstellung.

Hört doch mal rein:

Abb. 25, 26, 27: Theresa und Mareile nehmen die Anleitung auf



1 Einleitung & Spielvorbereitung

02:44

Abbildung zum Spielaufbau

Käpt'n-Karte

Charakter-Karten

Lebensmotto-Karten

Dreck-Karten

Spielverpackung mit Karten

Aktions-Karten

Missions-Karten

Risiko-Karten

Dreckschleuder

Ihr benötigt zusätzlich folgende Spielmaterialien:

Zettel und Stift

80x Dreck (zB. Nudeln, Bohnen, Streichhölzer)

1x Beutel pro Person (zB. eine Socke)

Objekte

OBJEKT

HINWEIS:

Im Einstiegsmodus alle Aktionskarten mit Hammer-Symbol aussortieren

Jetzt kommt der Dreck ans Licht!

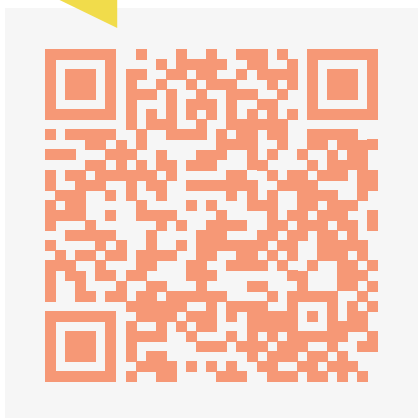


Abb. 28: Screenshot unserer Website mit Audio-Datei und Grafik zur auditiven Anleitung (ÜBERmorgen GbR, 2023a)

Anleitung



## Die analoge Anleitung

Darüber hinaus ist das Spiel aber auch ohne die Nutzung der auditiven Anleitung über eine analoge, schriftliche Anleitung spielbar. Bei der Erstellung der schriftlichen Anleitung haben wir ebenfalls einen großen Fokus auf die einfache Verständlichkeit, eine klare Struktur und auf Grafiken und Bilder, welche die Regeln veranschaulichen, gelegt. Die Spielanleitung enthält auch ein FAQ, in dem häufig gestellte Fragen aus unseren Spiele-Tests beantwortet werden. Dabei werden wichtige Hinweise hervorgehoben, um mögliche Unklarheiten zu vermeiden.

Abb. 30: Mockup des fertigen Spiels

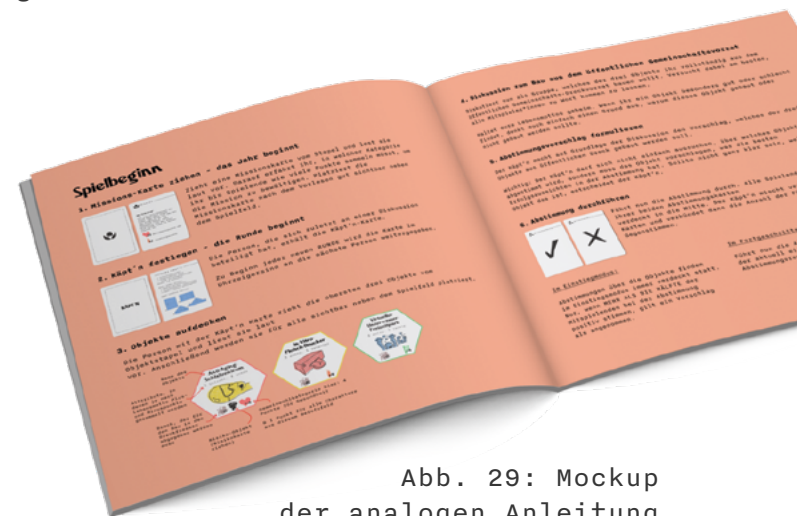


Abb. 29: Mockup der analogen Anleitung

Damit ist das Spiel soweit fertig entwickelt! Yaaaayyy!

**...und was passiert jetzt damit?**

# Testen, Testen, Testen

## Testen

### Ein ewiger Kreis

Unser Spiel ist natürlich nicht einfach über Nacht entstanden. Bis zum fertigen Produkt brauchte es eine ganze Reihe an Prototypen. Der erste davon entstand an einem einzigen Nachmittag Mitte Januar in einem kalten Haus in der Uckermark. Dass er in so kurzer Zeit entstanden ist, sah man dem Prototypen dann auch an. Die Karten mehr oder weniger lesbar, auf einfachem Papier geschrieben, als Dreck einfach irgendwelche Spielsteine verwendet und die Objektnamen ad hoc aus den Fingern gesogen. Trotzdem waren im Kern alle Spielelemente da. Wir wagten uns an eine erste Testrunde und stellten fest: Es läuft noch nichts so richtig. Zu viele Ressourcen, die Punkte auf den Objektkarten zu ungleich, die Missionen zu leicht. Das Potenzial unserer Idee schimmerte trotzdem durch. Wir passten unsere Karten an, feilten sie aus und entwickelten sie weiter - immer und immer wieder. Unser Dreck wurde zu Perlen, Bohnen und Kieseln und die Qualität näherte sich einem Zustand an, in dem man das Spiel gut spielen konnte. Auch das Balancing lief immer runder. Das Designtool Figma wurde für uns schnell unentbehrlich: Hier fertigten wir Entwürfe an, sodass wir recht schnell auch einen ersten gedruckten und fein säuberlich ausgeschnittenen Prototypen zur Hand hatten (über unseren Kampf mit Druckern könnten wir wahrscheinlich ein eigenes Buch schreiben). Dieser sollte nicht der letzte bleiben.

Testen



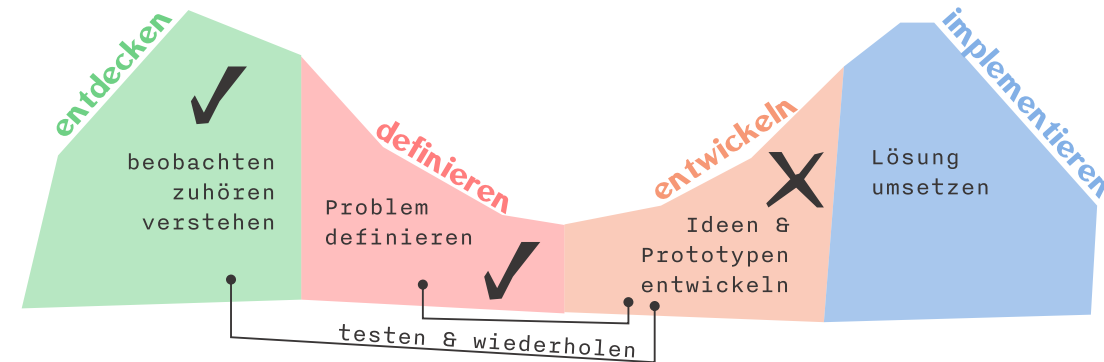
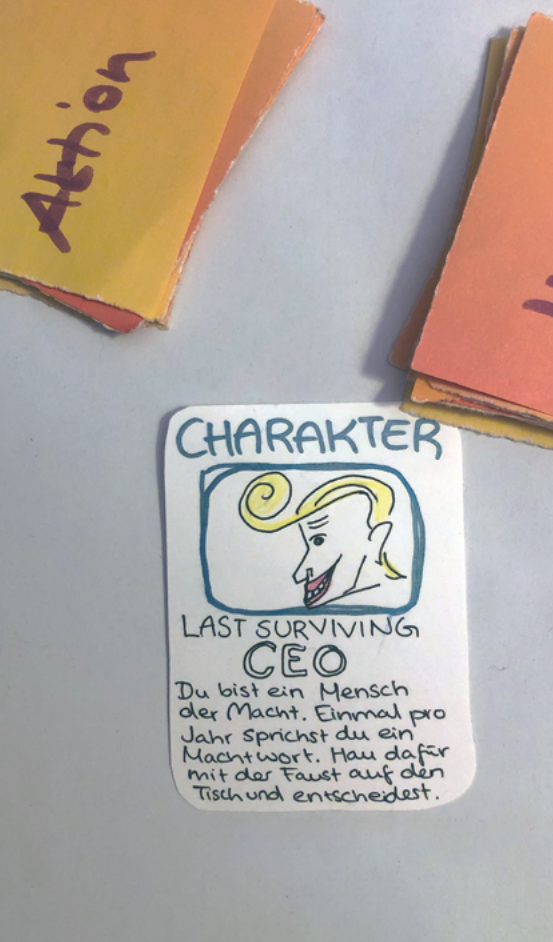


Abb. 37: Stufen des Human Centered Design. Entwickeln

Eine Erkenntnis aus unseren Expert\*innengesprächen vom Anfang war, dass es wichtig ist, das Spiel umfangreich zu testen. Und das haben wir dann auch gemacht. Die ersten zwei, drei Runden haben wir damit verbracht, das Spiel in einen halbwegs spielbaren Zustand zu bringen. Im Anschluss haben wir dann vor allem mit unseren Familien und Freund\*innen gespielt. Hier haben wir darauf geachtet, verschiedene Gruppengrößen und Altersspannen zusammenzustellen. Somit haben wir uns auch in den Tests an den Konstellationen unserer Zielgruppe (Familien und Spieleabende unter Freund\*innen) orientiert. Die Bindung an unser Umfeld hat allerdings den Nachteil, dass sich kein repräsentatives Bild ergibt. Des Weiteren ist zu beachten, dass viele unserer Tester\*innen das Spiel zum ersten und einzigen Mal gespielt haben. Das ist für einen Spieleabend aber eher ungewöhnlich, da oft mindestens eine Person das gespielte Spiel bereits kennt. Das hat auch Auswirkungen auf das strategische Level, auf dem das Spiel gespielt wird. Oft braucht man eine erste Runde, um das Spiel richtig zu verstehen und probiert neue und kompliziertere Strategien erst beim erneuten Spielen aus.



Abb. 31, 32, 33 (obere Reihe, vlnr): Prototypen im Laufe der Zeit vom ersten bis letzten

Abb. 34, 35, 36 (untere Reihe, vlnr): Spielelemente auf Figma erstellt (Mockup)

Testen



**Bei unseren Tests haben wir in einem vierteiligen Prozess Daten erhoben.**

## Teil 1: Begleitbogen

Den Begleitbogen hat immer ein Mitglied unseres Teams ausgefüllt. Hier wurde die Spielkonstellation (z.B. Anzahl der Spieler\*innen, Erst- oder Wiederholungsspiel) erfasst. Auf einer zweiten Seite konnten Notizen zum Spiel selbst angefertigt werden (was läuft gut und was nicht). Auf einer dritten Seite gab es Impulsfragen für eine anschließende Diskussion und Raum, um Feedback zu notieren. Dieser Bogen hat uns einen guten Überblick darüber gegeben, wer gespielt hat, wie die Runde lief und wo es akuten Verbesserungsbedarf gibt. Die Diskussion hat uns sehr geholfen, um zu verstehen, wie die Personen das Spiel wahrgenommen haben.

## Teil 2: Strichliste

Während des Spiels wurde von uns eine Strichliste geführt. Hier haben wir Daten zu den Spielmechaniken gesammelt. So haben wir unter anderem erfasst, wie viele Abstimmungen positiv ausgefallen sind und wie viele Aktionskarten gespielt und Objekte gebaut wurden. Mit Hilfe dieser Strichliste konnten wir unser Balancing anpassen und die Spieldynamiken verbessern.

## Teil 3: Persönlicher Fragebogen

Noch bevor eine Diskussion in der Gruppe geführt wurde, hat jede\*r Spieler\*in individuell einen Fragebogen ausgefüllt. Insgesamt haben wir hier 28 Antworten erhalten. Mit dem Fragebogen wurden Daten zu verschiedenen Bereichen erhoben: Zum einen persönliche Informationen (z.B. Alter, Spielerfahrung) und die individuellen Einschätzungen des Spiels (Verständlichkeit der Anleitung, angemessene Spiellänge, etc.). Zum anderen gab es offene Fragen für Verbesserungsvorschläge und Anmerkungen. Durch die Vielfältigkeit der Fragenformate konnten wir differenzierte Erkenntnisse

über die Spielerfahrung der Spieler\*innen sammeln und entsprechende Schlussfolgerungen für die Weiterentwicklung des Spiels ziehen.

Wenn man sich die Daten zum Alter der Spieler\*innen anschaut, fällt auf, dass unsere jüngsten Tester\*innen 19 Jahre alt waren. Wir können also nicht so gut abschätzen, ab welchem Alter das Spiel tatsächlich gut spielbar ist, gehen aber von einem Erwartungswert von 15 Jahren aus.

## Teil 4: Nachbefragungsbogen

Vier bis sieben Tage nach dem Testspiel erhielten allen Spieler\*innen einen Nachbefragungsbogen. Hier hat uns vor allem interessiert, ob die Spielerfahrung die Spieler\*innen noch weiter beschäftigt hat. Dafür haben wir unter anderem gefragt, ob die Personen das Gefühl haben, anders mit Diskussionssituationen umzugehen und eine andere Perspektive auf das Abwägen von Gemeinwohl und Eigeninteressen zu haben. Mit der Nachbefragung haben wir versucht herauszufinden, welchen Einfluss unser Spiel auf die Spieler\*innen hatte und ob die Spieler\*innen das Spiel weiter beschäftigt hat. Die ausführliche Auswertung des Bogen befindet sich im Fazit auf Seite 153.





## Ergebnisse

Die Daten haben uns geholfen, um unser Spiel kontinuierlich zu verbessern. Teilweise sind Anpassungen auch Abwägungsfrage, denn wenn ein Aspekt optimiert wird, kann ein anderer leiden. Wir haben also nicht jeden Vorschlag eingearbeitet. Trotzdem haben wir im Laufe der Entwicklung viel verändert.

Die folgenden wesentlichen Änderungen haben sich unter anderem durch unsere Tests ergeben:

Reduktion der maximalen Anzahl der Spieler\*innen von 8 auf 6

Maßnahmen zur Verkürzung des Spiels, zum Beispiel durch weniger Objektkarten

Einführung eines Missionskartenstapels, damit auf jeden Fall auf das Gemeinwohl geachtet wird

Umfangreiche Überarbeitung der Anleitung

Anpassung des Balancing

Designänderungen wie z.B. Anpassungen bei Text- und Icongröße oder farbliche Hervorhebungen der Objekte zur besseren Unterscheidung

Sprachliche Anpassung für einfacheres Verständnis: Anglizismen entfernt, einfachere Sätze, weniger Text auf Karten

Anpassung zur Menge der gespielten und spielbaren Aktionskarten

## Weitere Einblicke:

### Wie alt bist du?

Alterspanne: 19-56

Ø 24,9

### Wie viel Erfahrung hast du mit Gesellschaftsspielen?

wenig	0
eher wenig	4
eher viel	9
viel	11

Im Bezug auf die Spielerfahrung bilden die Testspieler\*innen unsere Erwartungen an das Spektrum in unserer Zielgruppe gut ab.

### Das Spiel hat mir Spaß gemacht.

stimme gar nicht zu	0
stimme eher nicht zu	1
stimme eher zu	6
stimme voll zu	17

### Die Rahmenhandlung des Spiels war gut gewählt.

stimme gar nicht zu	0
stimme eher nicht zu	1
stimme eher zu	9
stimme voll zu	14

### Ich würde das Spiel nochmal spielen.

stimme gar nicht zu	0
stimme eher nicht zu	0
stimme eher zu	7
stimme voll zu	17

Wir fühlen uns von diesen Ergebnissen in unserem Projekt bestärkt.

### Die Anleitung war gut verständlich.

stimme gar nicht zu	0
stimme eher nicht zu	9
stimme eher zu	9
stimme voll zu	5

An diesem Punkt haben wir intensiv gearbeitet. Zu beachten ist, dass die Daten aus der Grafik sich nicht auf den aktuellen Stand der Anleitung beziehen. Es ist also davon auszugehen, dass unsere Anleitung mittlerweile wesentlich besser verständlich ist.

## Ich habe meinen Charakter im Spiel lebendig werden lassen.

stimme gar nicht zu 8  
stimme eher nicht zu 9  
stimme eher zu 7  
stimme voll zu 4

Wir haben versucht verschiedene Anreize zu setzen um eine Verbindung zwischen Spieler\*in und Charakter herzustellen. Eine Strategie ist es, die Spieler\*innen dazu zu ermutigen, sich während des Spiels mit ihren Charakternamen anzusprechen. Dazu werden zu Beginn des Spiels Namensschilder geschrieben. Außerdem regen die Charakterfähigkeiten dazu an, die Figuren durch eine typische

Geste oder einen Ausspruch zu verkörpern. Die Spieler\*innen geben jedoch an, dass die Charaktere im Spiel für sie nicht wirklich lebendig werden. Hier sind wir uns unsicher, ob das an der Funktionalität der Anreize liegt, oder daran, dass diese von den Spieler\*innen bewusst übergangen werden.

## Zitate:

„Die Charaktere haben nur eine geringe Rolle gespielt.“

„Etwas zu komplex und zu viel zu verstehen am Anfang.“

„Die Texte waren nicht immer auf Anhieb zu verstehen.“

„Die Risikokarten sind zurzeit komisch benannt und hatten quasi keinen Effekt.“

„Ein komplett neues Spielprinzip für mich. Nicht langweilig, weil alle spielen gleichzeitig und als Team.“

„Die Mischung aus eigenem Profit und dem Streben nach Gemeinwohl fand ich super!“

„Toll und spannend. Ich würde es mir kaufen.“

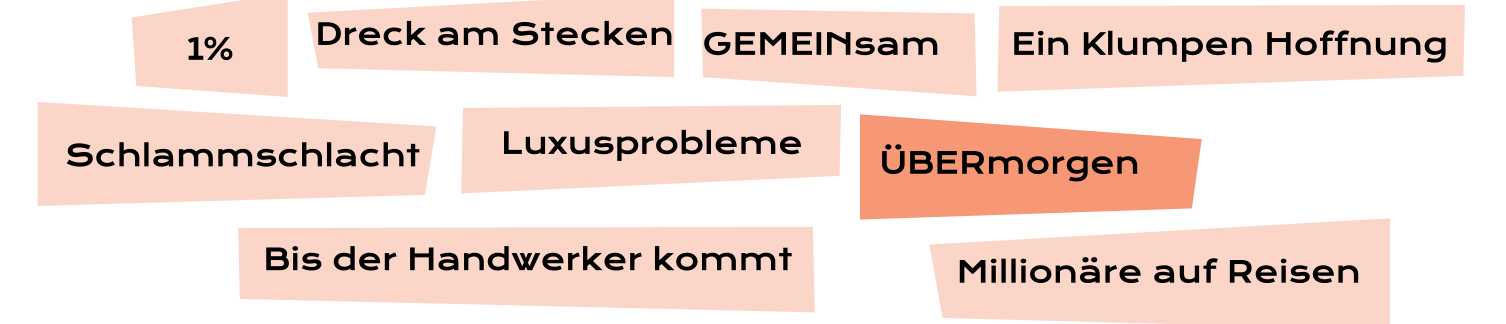
„Das Design und die Wortspiele sind sehr schön! Die Story rund ums Spiel ist kreativ, neu und generationsrelevant.“

„Macht weiter so. Ich glaube, das wird ein richtig, spaßiges, ausgeklügeltes Spiel!“

# Namen finden? Übermorgen. Name und Logo

## Auf der Suche nach einem Namen

Die Spielentwicklung ist so gut wie abgeschlossen - doch wie heißt unser Spiel denn jetzt eigentlich?



Beim Namen für das Spiel war uns wichtig, dass er das Thema oder die Geschichte des Spiels widerspiegelt und das Interesse unserer Zielgruppe weckt. Zudem soll der Name humorvoll, kurz und prägnant sein, um Aufmerksamkeit zu erregen und im Gedächtnis zu bleiben. Ein weiterer wichtiger Aspekt bei der Namensgebung des Spiels ist die Einzigartigkeit, um Verwechslungen mit anderen Spielen zu vermeiden. Zusätzlich haben wir sichergestellt, dass der Name keine Konflikte mit bereits registrierten Marken oder Urheberrechten verursacht.

...and the winner is: **ÜBERmorgen!**

## ... und auf der Suche nach einem Logo

Zum Abschluss haben wir den Namen in ein visuell ansprechendes Logo eingebettet. Dabei spiegelt die Gestaltung des Logos unser Spieldesign wider. Das Logo als visuelles Element trägt dazu bei, unser Spiel besser zu vermarkten und bekannter zu machen, indem es auf Flyern, unserer Website und Social-Media-Kanälen eingesetzt wird.



Abb. 38: Wandlung der Schriftmarke bis zur finalen Version



Abb. 39: Wandlung des Logos bis zur finalen Version

## Steckbrief

**Titel des Spiels:** ÜBERmorgen - Ein Spiel um die Zukunft

**Konzept:** humorvoll satirisches Gesellschaftsspiel, schult soziale Kompetenzen: Abwägen von Gemeinwohl und eigenen Interessen, Balance von Empathie und Durchsetzungsvermögen, Umgang mit begrenzten Ressourcen

**Narrativ:** superreiche Weltraumreisende, die auf einem Erdklumpen bruchlanden und sich zusammenraufen und kooperieren müssen, um zu überleben, bis der Handwerker kommt

**Zielgruppe:** ab 15 Jahren, Spieleabend mit Freund\*innen oder mit der engeren Familie und Familientreffen mit der erweiterten Familie

**Spielerlebnis:** Die Spieler\*innen schlüpfen in die Rolle eines der Weltraumreisenden und müssen zusammen die Stadt ihrer Träume bauen. Dabei kann es schnell zu Interessenkonflikten und Diskussionen kommen. Das Gelernte unterscheidet sich von Mensch zu Mensch. Am Ende sollen die Spieler\*innen aber vor allem Spaß gehabt haben, damit der Aspekt des Konfliktes mit etwas Positivem verbunden wird.

### Unique Selling Proposition:

1. Das Spiel als Methode, um vielschichtige Systeme erlebbar zu machen
2. Unterhaltung, statt Lernziel steht im Vordergrund
3. Auditive Anleitung online verfügbar
4. Komplexe soziale Mechaniken auf eine einfach verständliche Ebene gebracht und durch leichte Sprache zugänglich gemacht
5. Non-Profit-Finanzierungsmodell und Kooperation mit Bibliotheken und anderen öffentlichen Institutionen

**Genres:** Science Fiction, Satire, semi-kooperativ

**Visueller Style:** Mid-Century Style, Atomic Age, Space Age, Retro-Futurism

**Spieldynamiken:** Semi-kooperativ, Modular Board, Multiscorer, Legacy, Variable Player Power, Ressourcenmanagement, Aufträge, Take That, Gleichzeitigkeit/Echtzeit, Negotiations



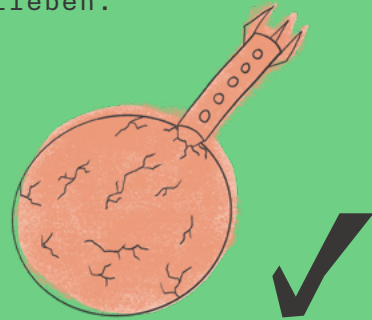
# Entscheidungsübersicht



Entscheidung

## Narrativ: Klumpen

Superreiche Weltraumreisende bruchlanden auf Planeten und müssen zusammenarbeiten, um zu überleben.



Entscheidung

## Narrativ: Gott spielen

Gott ist ein Großraumbüro. Aus der Hauptkontrollzentrale des Universums wird neben anderen Planeten auch über das Schicksal der Erde entschieden.



Entscheidung

## Auditive Anleitung

Eine hörbare Anleitung zum schnelleren Verständnis und zur Einführung ins Spiel. Sorgt außerdem für ein Eintauchen in die Welt.



Entscheidung

## Narrativ: Sinkende Luxusyacht

Eine Luxusyacht voller reicher Menschen ist dem Untergang geweiht (im wahrsten Sinne des Wortes).



en ÜBERmorgen ÜBERmorgen

en ÜBERmorgen ÜBERmorgen

en ÜBERmorgen ÜBERmorgen

en ÜBERmorgen ÜBERmorgen

en ÜBERmorgen ÜBERmorgen

Level 6

# Das Geschäftsmodell

S. 127  
Vertriebskonzept

S. 131  
Finanzierung

S. 140  
Druck

Das Geschäftsmodell

## Kein zweites Monopoly Vertriebskonzept

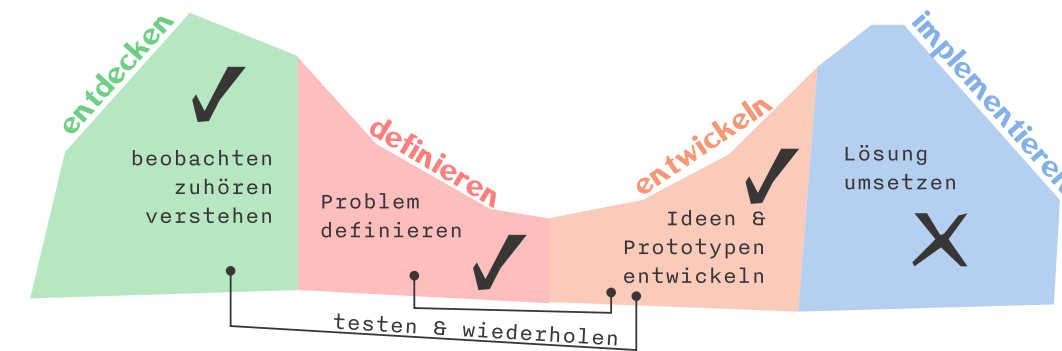


Abb. 40:  
Stufen des Human  
Centered Design.  
Implementieren

Neben der ganzen Spielentwicklung müssen wir uns gleichzeitig überlegen, was wir mit dem Produkt machen, wenn es fertig ist. Von Anfang an ist für uns klar, dass wir ÜBERmorgen veröffentlichen wollen. Ein Spiel ist schließlich da, um gespielt zu werden und nicht, um in irgendeinem Archiv alter Kommunikationsprojekte zu verstauben!



Vertriebs-  
konzept



## Konzept Veröffentlichung

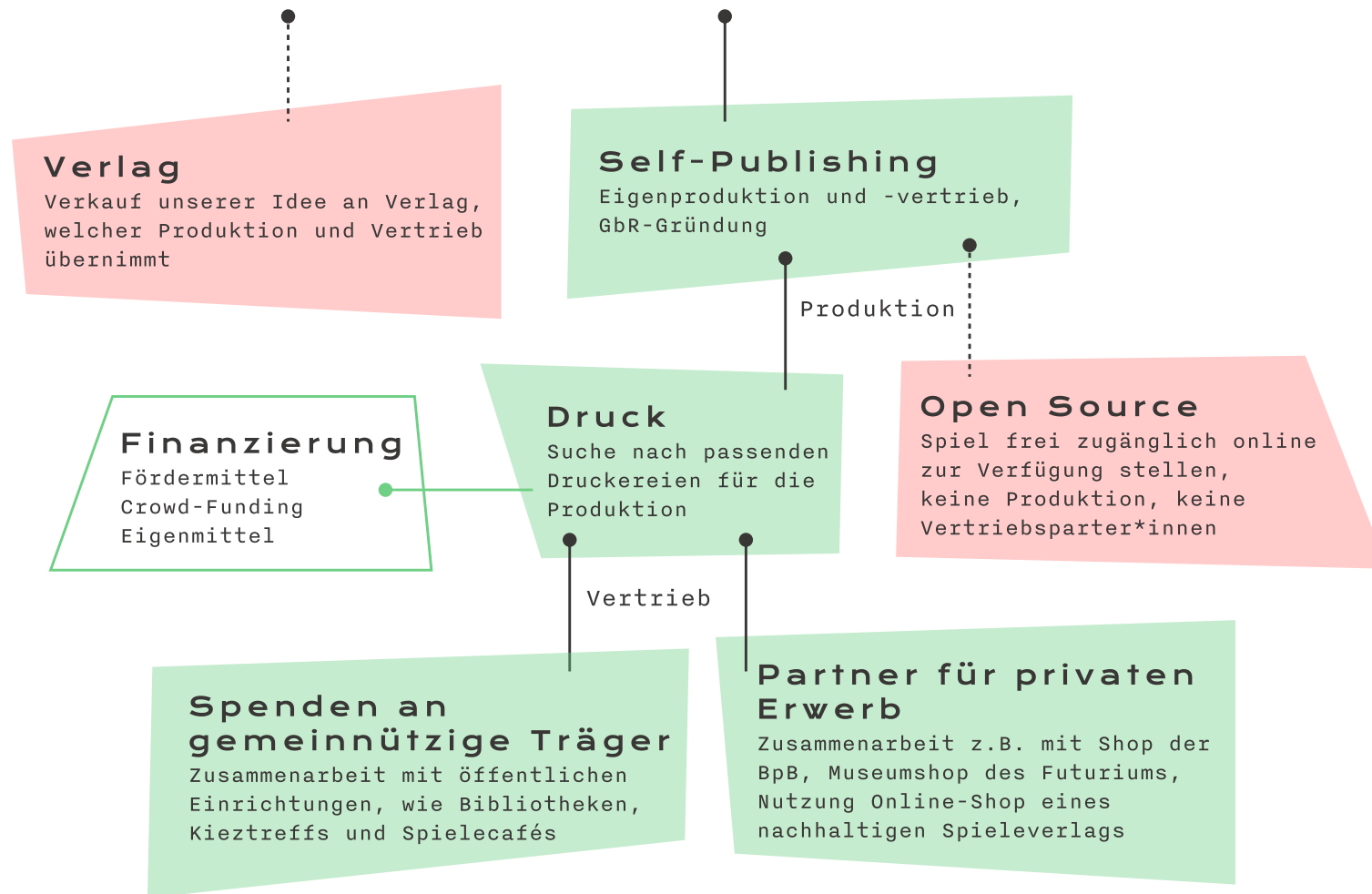


Abb. 41:  
Stufenmodell zu unserem Veröffentlichungskonzept  
rot -> Entscheidung dagegen, grün -> Entscheidung dafür

Wir entscheiden uns dagegen, mit einem Verlag zusammenzuarbeiten. **“Wieso nochmal kein Verlag?”** fragen uns alle, denen wir unser Konzept erklären.

**1** Der Verkauf unseres Spielkonzeptes geht mit dem möglichen Verlust von Entscheidungsmacht einher. Wir haben für ÜBERmorgen nicht nur ein Konzept entwickelt, wir haben auch jede einzelne Karte geschrieben, unzählige Male getestet, nachjustiert und perfektioniert, immer wieder gebalancet, von Beginn an das Design der Spielelemente mitbedacht, jede Illustration selbst gemalt und jedes kleinste Detail unter uns Vieren ausdiskutiert. Bei einer Übertragung der Vertriebsrechte an einen Verlag, kann es dazu kommen, dass Einzelheiten des Spiels verändert werden oder sogar das ganze Design oder Illustrationen neu gemacht werden. Entschuldigung, aber da wollen wir uns nicht reinreden lassen.

**2** Wir möchten, dass das Spiel für einen möglichst geringen Preis oder sogar umsonst verfügbar gemacht wird. Ein Verlag könnte sich so etwas leider nicht leisten. Da gibt es laufende Kosten, Gehälter zu bezahlen und ein Gewinn muss auch meist dabei herauskommen. Wir aber möchten keinen Gewinn machen, wir brauchen keine Gehälter, sondern möchten nur die Kosten des Drucks (plus ein paar andere Beträge, wie zum Beispiel Websitekosten) decken. So können wir ÜBERmorgen viel preiswerter anbieten, als es durch einen Verlag möglich wäre und so möglichst vielen Menschen preiswert oder umsonst Zugang zum Spiel verschaffen.

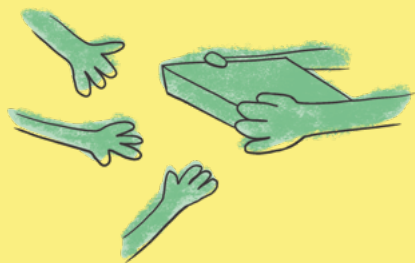


Wo kann man denn normalerweise Spiele für umsonst herbekommen? Ja, Bibliotheken halt. Und Spielecafés. Und vielleicht Nachbarschaftstreffs und Jugendclubs. Wenn wir allen diesen Institutionen ein oder mehrere Exemplare von ÜBERmorgen schenken, dann können weitaus mehr Menschen das Spiel spielen, da es ja immer wieder von verschiedenen Haushalten oder Personengruppen ausgeliehen werden kann. Für all diejenigen, die das Spiel trotzdem gerne zuhause spielen wollen, möchten wir zusätzlich eine Kooperation mit einem Museumsshop oder einem Onlineshop eingehen. Der Preis würde sich nur aus dem Verkaufsaufschlag des Ladens und möglicherweise Druckkosten zusammensetzen, falls unsere geplanten Finanzierungsmodelle nicht reichen.

### Gespräche

#### Kooperationspartner

Bibliotheken,  
Spielecafés, Kieztreffs



Die Zusammenarbeit mit verschiedenen öffentlichen Einrichtung ermöglicht uns den Vertrieb unseres Spiels.

### Gespräche

#### Ronja Maria Lamberty

GWK-Alumna und  
Spieleentwicklerin

Weiß alles rund ums Thema Crowdfunding, weil sie zusammen mit einer Gruppe anderer GWKlis das Spiel "Fridge Fight" über Startnext finanziert und produziert hat.



## Geld brauchen wir trotzdem Finanzierung

Spiel steht, Verteilungskonzept steht... doch wie finanziert man so viele Spiele jetzt?

Wir machen uns schlau über das Konzept des Crowdfundings. Außerdem gibt es die Möglichkeit, sich für eine Förderung zu bewerben, die zum Beispiel nachhaltige Projekte oder politische Bildung unterstützt. Mit beiden Ansätzen hoffen wir, genug Fördermittel und Spenden zu erhalten um das Spiel einige hundert mal drucken zu lassen und in den von uns gewählten Institutionen verteilen zu können.

### Ein Grund zum Gründen

Über das Thema Crowdfunding reden wir mit Ronja, die zusammen mit einer Gruppe anderer GWKlis das Gesellschaftsspiel "Fridge Fight" über Startnext finanziert und produziert hat. Sie hat gute Erfahrungen mit Startnext gemacht, rät uns allerdings für den Zweck des Crowdfundings eine Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR) zu gründen, da wir dann zusammen haften und auch zusammen Steuern zahlen können (romantisch) und eine Steuer-ID haben, die bei Startnext angegeben werden muss. Außerdem können wir so Rechnungen für unsere Unterstützer\*innen schreiben. Und last, but not least: mit den drei Buchstaben „GbR“ haben wir einfach eine gewisse Geltung bei der Kommunikation mit möglichen Kooperationspartner\*innen und wirken gleich professioneller. Wir sind also jetzt die ÜBERmorgen GbR und stolz darauf.

## Finanzplan

Um unsere gemeinsamen Einnahmen und Ausgaben übersichtlich an einem Ort zu haben und um diese von unseren privaten Finanzen zu trennen, eröffnen wir ein extra Konto, über das all unsere Gelder laufen. Dabei haben wir uns bewusst für eine sozial-ökologische Bank (GLS) entschieden.

### Vergangene Ausgaben in €

Werbeauftritt (E-Mail, Website)	18
Konto GLS-Bank	12
Büromaterialien (Flipcharts, Mod-Karten)	22,70
Anmeldung GbR (4 Gesellschafter)	60
Gesamt	112,70

### Geplante Ausgaben in €

Werbemittel (Flyer)	35
Spiel-Druck (Ø Angebote für 400 Stück)	9.000
Versand Spiele (DHL BüWa)	880
Druck & Versand Dankeschöns	450
Druck Dokumentation	300
Gesamt	10.665

Abb. 42:  
Finanzplan mit bis zum Druck dieser Dokumentation getätigten und weiteren geplanten Ausgaben zur Veröffentlichung und dem Vertrieb von ÜBERmorgen

## Förderprogramme

Die Modellförderung der Bundeszentrale für politische Bildung ist ein Förderprogramm, welches innovative Projekte und Konzepte im Bereich der politischen Bildung finanziell unterstützt (Bundeszentrale für politische Bildung, 2022). Wir haben uns Mitte März mit dem ausgefüllten Projektantrag, einer Projektbeschreibung und einem Finanzplan auf das Förderprogramm beworben. Kurz nach unserer Bewerbung wurde der Hinweis „Zurzeit werden grundsätzlich keine Anträge auf Modellförderung für das Haushaltsjahr 2023 mehr angenommen“ auf der Website der bpb veröffentlicht. Anfang April erhielten wir die offizielle Absage zur Förderung. Die Begründung: Die bpb unterstütze generell keine Projekte mit Produktionsschwerpunkt. Außerdem sei der Spendentopf sowieso schon leer. Wir recherchieren derzeit nach weiteren passenden Fördermöglichkeiten und denken darüber nach, uns bei weiteren Förderprogrammen zu bewerben.

## Crowdfunding

Crowdfunding ist in den letzten Jahren zu einer beliebten Möglichkeit geworden, um Projekte und Ideen zu finanzieren. Dabei wird das benötigte Geld von einer Vielzahl von Menschen bereitgestellt, welche das Projekt unterstützen. Wir haben uns dazu entschieden, unser Gesellschaftsspiel mithilfe von Startnext zu finanzieren! Was braucht man so dafür?

### Ein supertolles Video

1 Die Projektbeschreibung war schnell geschrieben, doch der Fokus der Kampagne liegt auf einem kurzen Video, welches das Konzept und die Idee des Projekts visuell darstellt. Mit dem Video wollen wir potenzielle Unterstützer\*innen emotional ansprechen und diese motivieren, das Projekt zu unterstützen.

Uns war wichtig, sowohl das Narrativ, als auch die Spieldynamiken und den Spielspaß zu zeigen. Der Fokus liegt aber vor allem auf unserem Purpose, weil wir glauben, dass dies für alle, die unsere Kampagne nicht sowieso schon unterstützen (aka unsere Eltern) das überzeugendste Argument ist. Nach mehreren Tagen Vorbereitung, zwei intensiven Drehtagen, und vielen Stunden Schnitt, war das 2,5-minütige Video – ähm Meisterwerk – vollendet.

## Perspektive 1 - Spiel

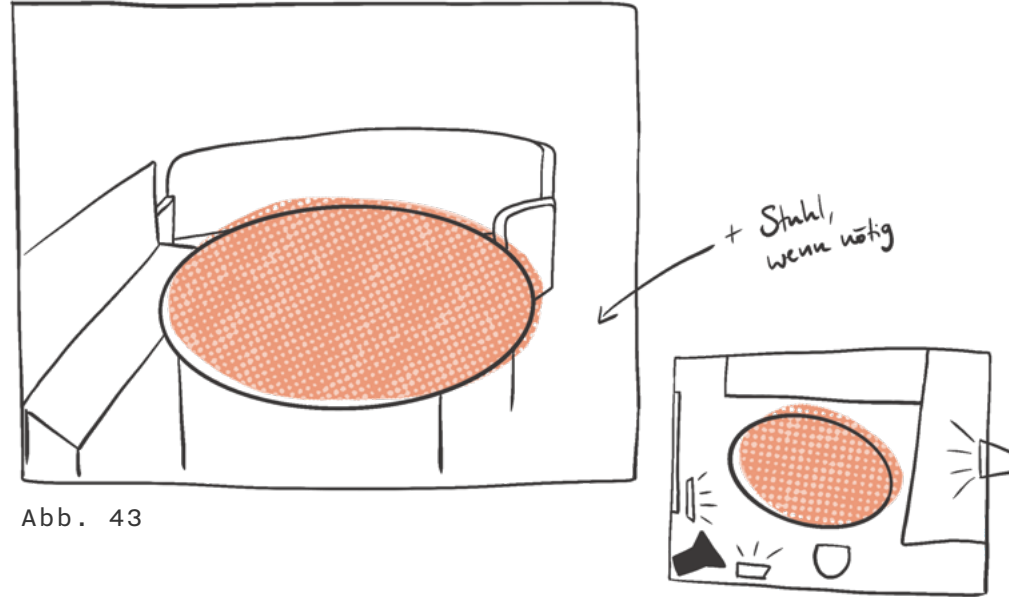


Abb. 43

Link zu unserem Kampagnen-Video

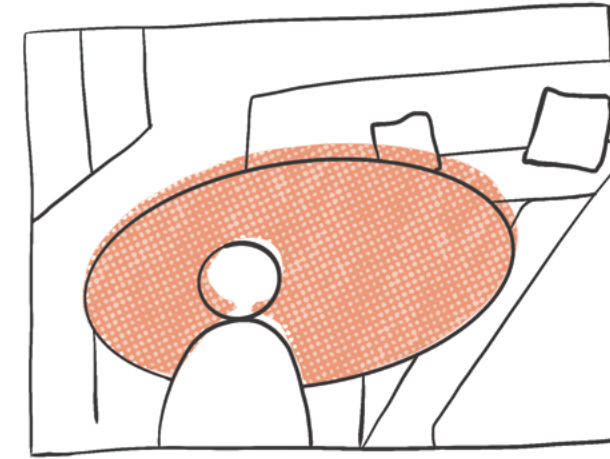


Abb. 44

## Shot mit Mareile

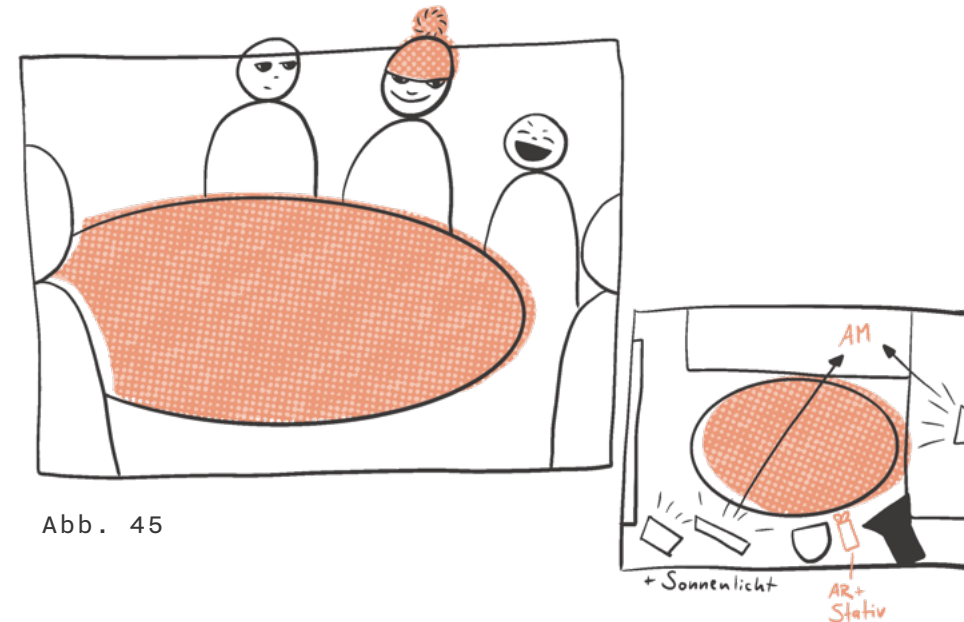


Abb. 45

Abb. 43, 44, 45:  
Storyboard für den Videodreh unseres Kampagnen-Video



## 2

### Dankeschön-Geschenke

Unterstützer\*innen erhalten sogenannte „Dankeschöns“, die ermutigen sollen, das Projekt mit einer Spende zu unterstützen. Wir haben keine Mühen und Kreativität gescheut, Sticker gestaltet, Postkarten illustriert, Star Dreck (Saatbomben) organisiert... und letztendlich 9 verschiedene Dankeschöns zusammengestellt, die wir auf unserer Projektseite anbieten:



Abb. 46: Postkarten (7€)



Abb. 47: Sticker (12€)



Abb. 48: ÜBERmorgen – Das Spiel! (34€)

## 3

### Social Media & Netzwerke

Um auf unser Crowdfunding aufmerksam zu machen, haben wir uns ein Instagram und LinkedIn Profil erstellt. In regelmäßigen Beiträgen sprechen wir über unser Projekt und Ziele und geben Einblicke in das Spiel. Durch das Teilen von Updates der Startnext-Kampagne ermutigen wir unsere Follower\*innen, uns zu unterstützen oder die Kampagne zu teilen, um ein größeres Publikum zu erreichen.

Zusätzlich haben wir all unsere Netzwerke aktiviert: Freund\*innen, Familie, Bekannte, Arbeitskolleg\*innen, Kooperationspartner, Uni-Verteiler und die Studienstiftung.

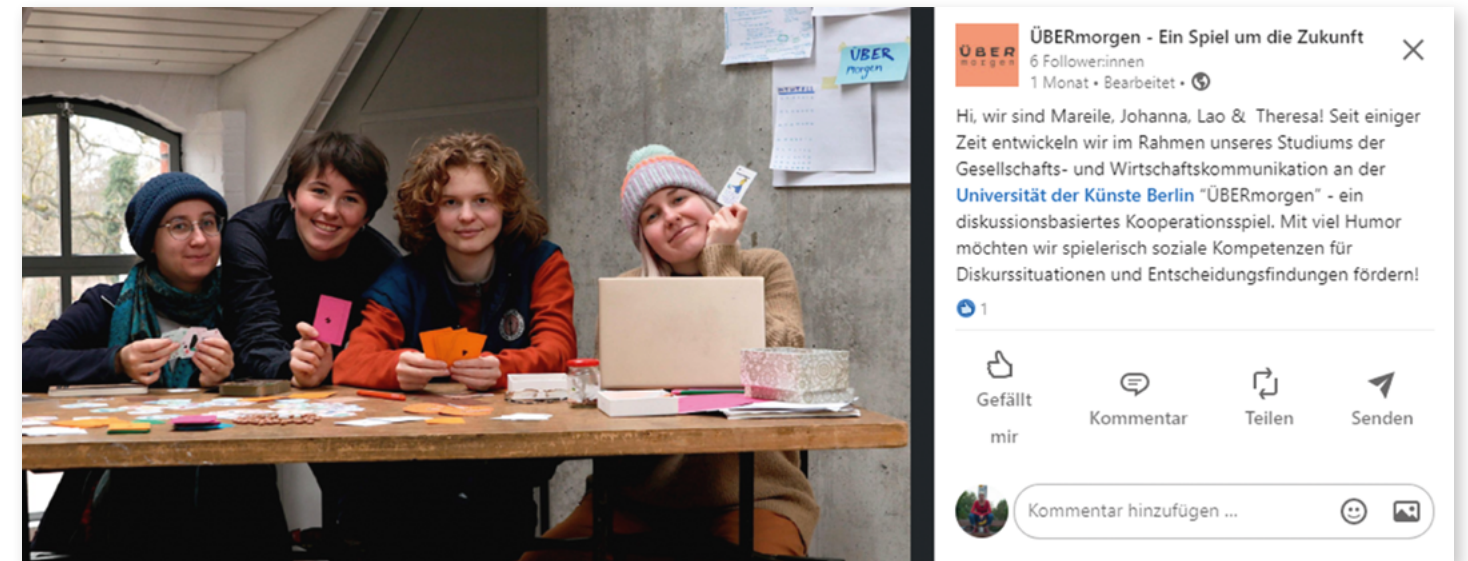


Abb. 49: Screenshot von unserem LinkedIn-Account zum Spiel (ÜBERmorgen GbR, 2023c)



Abb. 50, 51, 52: Screenshots von unserem Instagram-Kanal zum Spiel (ÜBERmorgen GbR, 2023b)



Unsere StartNext-Kampagne ist am 03.04.2023 gestartet und läuft voraussichtlich für ein-einhalb Monate, bis zum 17.05.2023. Wir haben uns ein Finanzierungsziel von 11.000 Euro gesetzt, um davon **400 Spiele** drucken zu können. Wir haben 400 Spiele als Mindestanzahl angesetzt, da eine geringere Auflage mit einem zu hohen Stückpreis einhergeht.



QR-Code führt zu unserer Crowdfunding-Kampagne auf Startnext

## Eigenmittel

Und wenn doch alle Stricke reißen und nicht genug Geld auf Startnext zusammen kommt, könnten wir uns vorstellen den restlichen Betrag durch Eigenmittel zu finanzieren. In diesem Fall möchten wir mit dem Geld aus Startnext so viele Spiele, wie mit den dort zustande gekommen Beträgen möglich ist, spenden und den Rest aus eigener Tasche bezahlen. Allerdings können wir die Spiele dann nur noch zu einem kostendeckenden Preis (den Druckkosten und Verkaufsaufschlag des Ladens entsprechend) für den privaten Erwerb zur Verfügung stellen. Hier können wir uns eine Kooperation mit einem Museumshop oder Onlineshop vorstellen. Eigenmittel würden wir in dem Fall aber nur einsetzen, wenn wir einen festen Vertrag mit einem Kooperationspartner haben.



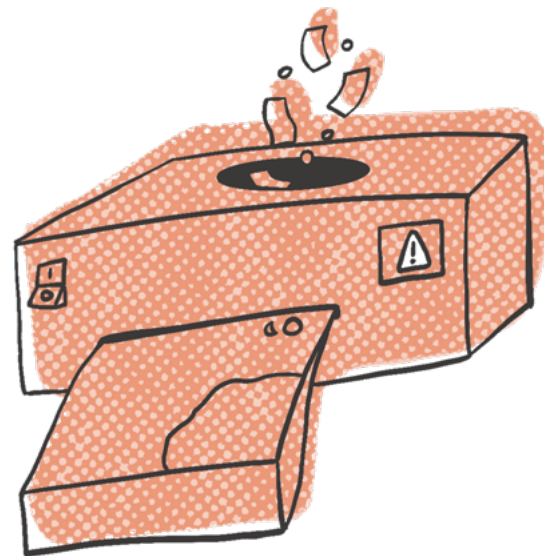


# 200, 400, 600?

## Druck

Die Finanzierungsstrategie ist im vollen Gange - fehlt ja nur noch der Druck! Einfacher gesagt, als getan, denn so ein Spiel mit verschiedenen Elementen zu drucken ist ganz schön kompliziert. Wir haben uns mit verschiedenen Druckereien innerhalb von Berlin in Kontakt gesetzt, Anfragen geschickt, telefoniert, uns in Person getroffen und verschiedene Angebote erhalten.

Die drei Angebote lassen sich aufgrund unterschiedlicher Papierstärken und unvollständigen Positionen (mit Fragezeichen und rot markiert) nicht vergleichen. Zusätzlich möchten wir die Spiele selbst zusammentragen, um so noch etwas Geld zu sparen. Dennoch haben uns die Angebote geholfen, eine ungefähre Preisvorstellung zu erhalten. Wir sind weiterhin im Gespräch mit den Druckereien.



	Druckerei 1			Druckerei 2		Druckerei 3		
Anmerkung	Preise inkl. ausbrechen und zusammentragen			nur Offset-Druck, mind. Auflage 600		Preise inkl. ausbrechen und zusammentragen		
Auflage	200	400	600	600	700	200	400	600
<b>Skalen</b>	600 g/m <sup>2</sup> 4.020 (S+0)	4.600 (S+0)	5.279 (S+0)	450 g/m <sup>2</sup> 3.627 (S+0)	3.917 (S+0)	250 g/m <sup>2</sup> 1.056	1.728	2.400
<b>Objekte</b>	600 g/m <sup>2</sup>			450 g/m <sup>2</sup>		400 g/m <sup>2</sup> 1.146	1.732	2.316
<b>Verpackung</b>	1,5 mm 3.192	3.896	4.230	225 g/m <sup>2</sup> ?	600	300 g/m <sup>2</sup> 1.428	1.513	1.598
<b>Karten</b>	350 g/m <sup>2</sup> 2.760	3.280	3.780	170 g/m <sup>2</sup> 2.076	2.224	250 g/m <sup>2</sup> 964	1.669	2.216
<b>Anleitung</b>	120 g/m <sup>2</sup> 438	492	582	? g/m <sup>2</sup> ?	?	? g/m <sup>2</sup> ?	?	?
<b>Netto</b>	10.410	12.268	13.871	2.076	10.368	4.594	6.642	8.530
<b>+19% MwSt</b>	1.978	2.331	2.636	?	1.969	873	1.262	1.621
<b>Gesamt</b>	12.388	14.599	16.507	?	12.337	5.467	7.904	10.151
<b>∅ Spiel</b>	62	37	28	?	18	28	20	17

Abb. 53: Übersicht der Angebote, die wir zum Druck eingeholt haben.



## Langlebigkeit vs. Nachhaltigkeit

Wir möchten klimaneutral und umweltfreundlich drucken, indem wir Recycling-Papier und umweltfreundliche Farben verwenden. Allerdings kann es sein, dass Recycling-Papier ohne Beschichtung nicht robust genug ist und die Langlebigkeit des Spiels beeinträchtigt wird. Da das Spiel vordergründig in Bibliotheken ausgeliehen werden soll und von vielen Menschen gespielt wird, sollte es besonders stabil und haltbar sein. Da es derzeit noch keine Recycling-Pappe gibt, werden wir bei einigen Elementen des Spiels ohnehin auf normale Pappe ausweichen müssen. Wir sind gerade dabei, eine gute Balance zwischen Nachhaltigkeit und Langlebigkeit zu finden.

## Ressourcenschonung

Die Spieler\*innen werden dazu aufgefordert, einige der Spielelemente aus dem eigenen Haushalt zu nutzen, zum Beispiel Bohnen, Nudeln oder Streichhölzer als Ressourcen und Socken als Säckchen zur Ressourcenaufbewahrung. Somit können wir nicht nur die Kosten des Spiels niedrig halten, sondern auch Ressourcen sparen. Da das Spiel an Bibliotheken und soziale Einrichtungen gegeben wird, kann das Spiel pro Exemplar viel mehr Menschen und unterschiedliche Personengruppen erreichen. Die Endkonsument\*innen müssen sich nicht selbst für viel Geld das Spiel kaufen. Auch so möchten wir in der Produktion Zeit, Geld und wertvolle Ressourcen, wie Papier, sparen.

## Die Frage nach der Auflage

Und dann ist da noch die Frage nach der Auflage, die den Druckpreis bestimmt. Das hängt wieder mit dem Geld zusammen, beziehungsweise der Höhe an Geld, die uns zur Verfügung steht... und die kennen wir zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht. Jedoch haben wir mithilfe der Angebote der Druckereien schon feststellen können, dass sich eine Auflage unter 400 Stück aufgrund höher Stückpreise nicht lohnt. Wir warten bis zum Ende der Crowdfunding-Kampagne, um zu entscheiden, wie hoch die Auflage wird, die wir drucken lassen.

# Entscheidungsübersicht

## Entscheidung

### Verlag

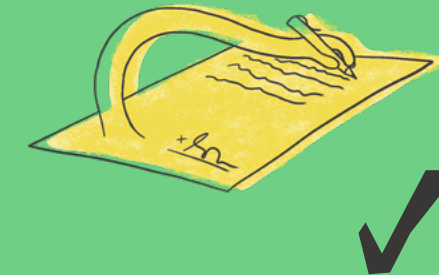
Der Verlag übernimmt den Druck und den Vertrieb. Wir verlieren jedoch vielleicht Eigenmacht und das Spiel wird nicht möglichst günstig verfügbar sein.



## Entscheidung

### Self-Publishing

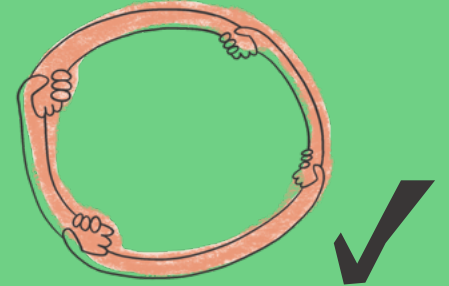
Wir veröffentlichen und verteilen das Spiel selbst ohne Gewinn an öffentliche Institutionen.



## Entscheidung

### GbR-Gründung

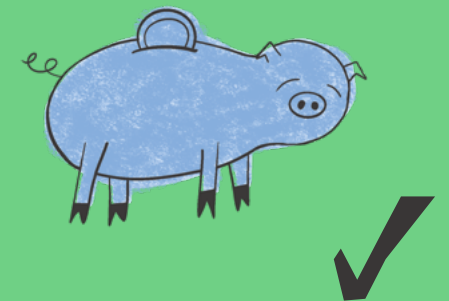
Wir gründen eine GbR, um ein gemeinsames Konto zu eröffnen, Rechnungen zu schreiben und professioneller aufzutreten.



## Entscheidung

### Finanzierung

Mithilfe von Förderprogrammen, Crowdfunding und (zur Not) Eigenmitteln finanzieren wir unser Spiel.



**S. 145**  
Einleitung

**S. 146**  
Wie wir zu  
Spielentwicklerinnen  
wurden

**S. 148**  
Unser Endergebnis

**S. 156**  
Spiel als Methode

**S. 158**  
Unser  
Geschäftsmodell

**S. 160**  
Letzte Worte und  
Danksagung

**S. 162**  
Quellen

Level 7

# Die Reflexion

Die Reflexion

## Ein ludischer Denker

### Einleitung

„Ein ludischer Denker bildet nicht ab, er tastet sich auf Grundlage bestimmter Annahmen voran. Er weiß, dass er konstruiert und nur aufgrund der Konstrukte etwas sehen und erkennen kann - und dass durch verschiedene „Brillen“ oder mit anderen Werkzeugen bzw. Methoden unterschiedliche Wirklichkeiten zugänglich werden. Der ludische Philosoph ist weniger ein Ingenieur, weil er nicht so sehr an einer einzigen Großbaustelle interessiert ist; er ist ein Bastler, kurz: er spielt und weiß, dass er dies tut.“  
(Rötzer, 2013, S.8)

Mit diesem Satz beginnt Fabian Rötzer seine Überlegungen zum Spielen. Er spricht hier über den ludischen Philosophen, den spielenden Denker, und obwohl wir uns wohl eher als Spielmacherinnen bezeichnen würden, sind seine Worte auch für uns von Bedeutung. Wer über Spiele nachdenkt, der denkt auch mit Spielen. Diese Erfahrung haben wir in den vergangenen Monaten am eigenen Leib gemacht. Spielerisch denken bedeutet, wie Rötzer aufzeigt, zweierlei: Das Spiel als Methode, als Werkzeugkasten, verstehen, das Weg und Gegenstand des Denkens in einem sein kann. Und zugleich immer wieder hinterfragen, welchen Bezug zur Wirklichkeit das so Konstruierte aufweist - oder mit Rötzer gesprochen, welche „Brille“ auf die Wirklichkeit wir uns und den Spieler\*innen aufsetzen.



# Wir sind (keine) Profis

## Wie wir zu Spielentwicklerinnen wurden

Wir haben ein Spiel entwickelt. Von der ersten Idee, über die Entwicklung und Gestaltung, bis hin zur Frage nach der Veröffentlichung - wir haben den Zyklus einer Spielproduktion einmal (fast) vollständig durchlaufen. Zu was macht uns das? Sind wir jetzt offiziell aufgenommen in den Club vollwertiger Spielentwickler\*innen oder stecken wir weiter fest im Wartezimmer, welches den enthusiastischen Amateur\*innen vorbehalten ist? Das Feld der Spiele ist ein weites und wir haben es nur in den ersten Ansätzen erkundet. In unseren guten Momenten planen wir schon die nächste Spielproduktion, in schlechten Momenten packen uns die Selbstzweifel.

Wir haben etwas geschafft. Das ist nicht von der Hand zu weisen. Nicht zuletzt unsere Tests haben uns geholfen, den Wert und das Potenzial unseres Spiels zu erkennen. Es ist eine unfassbar belohnende Erfahrung, wenn man miterleben kann, wie andere mit dem eigenen Werk interagieren, wie sie es sich aneignen und es zum Leben erwecken. Ein Spiel lebt durch das gespielt werden - die Wiederholung des immer Gleichen in unterschiedlichen Variationen. Den Wert jeder einzelnen Variation, jedes einzelnen Spiels, kennen und schätzen zu lernen, war für uns ein wichtiger Teil unserer persönlichen Reise. Darin liegt unser Vorteil als „Neulinge“: Wir sehen und machen alles zum ersten Mal. Alles ist neu, aufregend, und alle Lösungen müssen erst noch gefunden werden. Natürlich haben wir sehr von der Expertise unserer erfahrenen Gesprächspartner\*innen profitiert.

Neuland zu entdecken ist schön und gut, aber ein grober Reiseführer, so unvollständig er sein mag, bringt einen manchmal doch ein ganzes Stück weiter. Würde unser Spiel anders aussehen, wenn es nicht unser erstes wäre? Bestimmt. Vermutlich hätten wir uns die eine oder andere Schleife bei der Entwicklung auch sparen können. Aber einige der besonders innovativen Elemente, wie die Vermischung kooperativer und kompetitiver Spieldynamiken, wären vielleicht nie entstanden, hätten wir uns nicht zuerst mit ganz grundlegenden Fragen zum Thema Spielen - wie dem Konzept des Gewinnens - auseinandergesetzt. Vielleicht geht es zu weit, unsere Unerfahrenheit als Stärke zu interpretieren. Sie war aber die Grundlage für unseren doch recht erheblichen Lernprozess während des Projekts und spiegelt sich somit auch in unserem Endprodukt wider - im Guten wie im Schlechten.

Abb. 54: Auf dem Weg zum Workretreat und zum ersten Prototypen





# Wir haben's geschafft! Oder?

## Unser Endergebnis

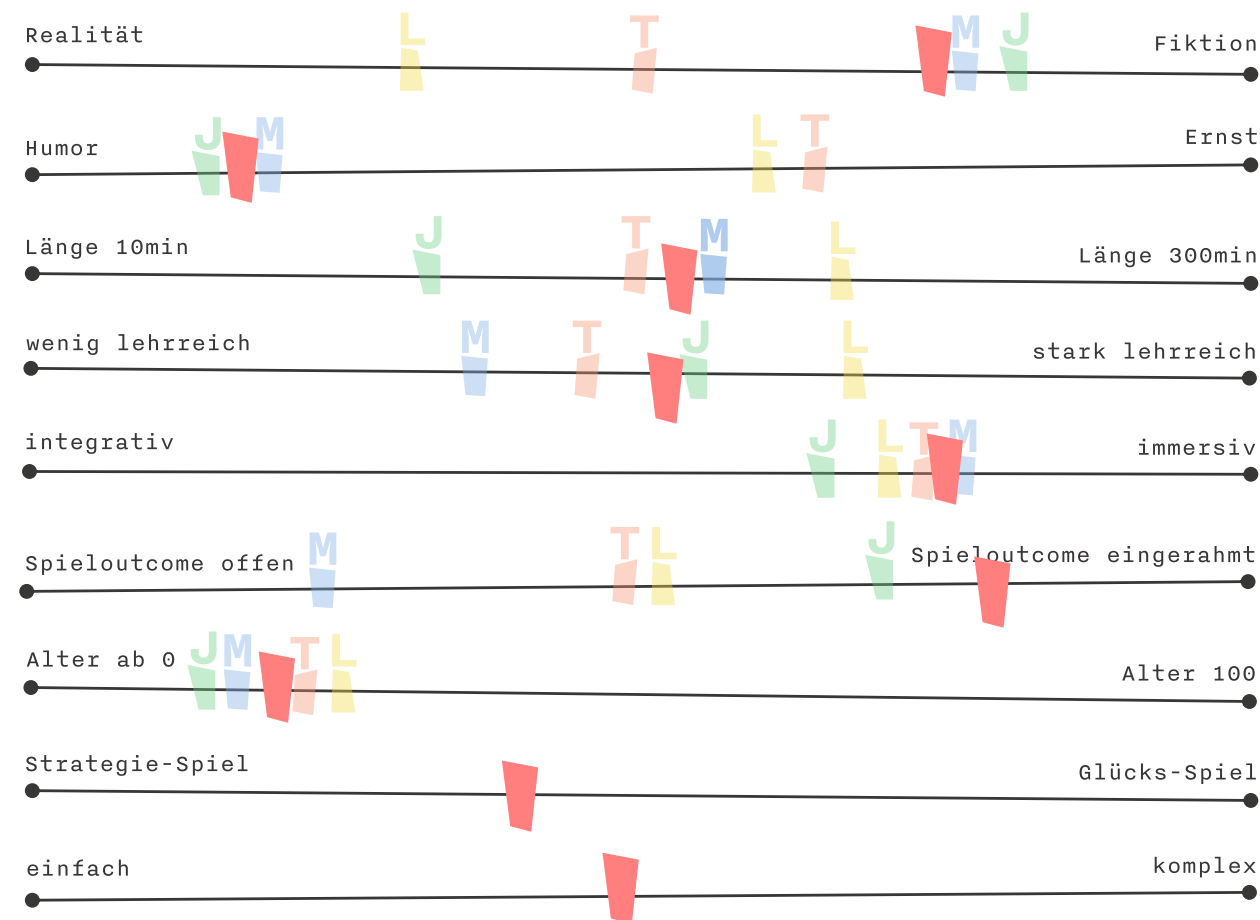


Abb. 55: Einschätzung unseres Spiels, Realität vs Erwartung

Was für ein Spiel ist es am Ende geworden? Auf unserer Skala (Abb. 55) haben wir vermerkt, wo wir unser Spiel heute einordnen würden.

### 1. Wen wir erreichen wollten - Zielgruppe und Verständlichkeit

Am Ende ist unser Spiel länger und komplexer geworden, als wir es zu Anfang geplant hatten. Wir haben uns aber auch bewusst dagegen entschieden, das Spiel in der Komplexität zu reduzieren. Zum einen, weil das Spiel viele Punkte berücksichtigt, die uns wichtig sind und zum anderen weil wir auch viel positives Feedback zur Vielschichtigkeit des Spiels bekommen haben. So bleibt ÜBERmorgen spannend, auch wenn es zum wiederholten Mal gespielt wird. Hinzu kommt, dass viele Spieler\*innen unser Spiel zum ersten Mal gespielt haben. Es ist deshalb auch viel Zeit in das Lesen beziehungsweise Hören der Anleitung geflossen und die Spielabläufe waren noch nicht routiniert. Ein wiederholtes Spielen von ÜBERmorgen sollte also weniger Zeit in Anspruch nehmen und den Spieler\*innen mehr Raum geben, sich stärker auf das Spiel einzulassen.

Ein anderer Aspekt ist der Humor unseres Spiels. Der ist zwar sehr lustig, aber auch etwas eigen geworden (links-grün-versifftes Bildungsbürgertum halt). Viele Spieler\*innen hat dieser Humor trotzdem sehr angesprochen. Einige hatten dagegen Probleme mit dem Verständnis der Wortspiele und somit nicht ganz so viel von den Witzen. Das Feedback der Tester\*innen zeigt aber: Es ist nicht unbedingt hinderlich für das Spiel, wenn nicht jeder Witz verstanden wird. Der Humor ist also eher ein Zusatz als eine Notwendigkeit. Was bei der überwiegenden Mehrzahl der Spieler\*innen gut ankam, war die Wahl der Rahmenhandlung. Außerdem fühlten sich die meisten während des Spiels wohl und hatten das Gefühl ihre Meinung in die Diskussionen einbringen zu können. Es ist uns also mit dem Spiel gelungen, einen Raum für Diskussionen zu schaffen.

Auch das Nutzen von alternativem Spielmaterial (eigene Socken und Spielsteine) ist auf Begeisterung gestoßen. Die Idee scheint sich gut in die lockere Atmosphäre des Spiels einzufügen und das Erlebnis von anderen Spielen abzugrenzen. Alle unsere Testpersonen gaben an, dass sie das Spiel noch einmal spielen würden.

Das hier wiedergegebene Feedback stammt fast ausschließlich von Personen unserer Zielgruppe. Dies könnte als Beweis dafür gelten, dass die zielgruppenorientierte Entwicklung des Spiels erfolgreich war.

## 2. Was wir erreichen wollten – Einarbeitung der Kompetenzschwerpunkte

### Kommunikationskompetenzen

Hier wird es etwas knifflig. Was sich recht deutlich sagen lässt: Es ist uns gelungen, spielinterne Konflikte zu erzeugen und die Leute dadurch ins Diskutieren zu bringen. Die Spieler\*innen müssen fortlaufend Entscheidungen treffen und bekommen die Auswirkungen ihres Handelns unmittelbar zu spüren. Es ist aber auch wichtig, sich vor Augen zu führen, dass das allein keine Garantie dafür ist, dass sich die Spieler\*innen Kommunikationskompetenzen aneignen. Einen Raum zu haben, in dem frei von realen Sorgen diskutiert werden kann, erscheint uns zwar weiterhin sinnvoll, führt aber nicht automatisch dazu, dass Spieler\*innen etwas über ihr Gesprächsverhalten lernen. Die Anreize, die das Spiel über den Gewinnmechanismus setzt, ermutigen zwar dazu, Kompromisse zu finden, lassen aber das „Wie?“ weitgehend offen. Da wir (auch weiterhin) der Meinung sind, dass ein festes Diskussionsschema zu sehr in den Charakter des Spiels eingreifen würde, haben wir versucht, stattdessen über die Aktionskarten einige Impulse zu geben, was allerdings nicht immer von den Spieler\*innen angenommen wurde. Hier hat sich gezeigt:

Ob und in welchem Maße Transfer- und Reflexionsleistungen stattfinden, hängt sowohl von den Spieler\*innen selbst, als auch von der Dynamik der Gruppe ab. Ob man es nun als Stärke oder Schwäche sehen möchte: Kompetenzerwerb ist bei unserem Spiel kein Muss für ein gelungenes Spielerlebnis.

### Es geht um nichts

Zwar versuchen wir in unserem Spiel Konflikt zu erzeugen, aber dieser ist natürlich nur künstlich. Die Eigeninteressen und das Gemeinwohl, welche wir in unserem Spiel inszenieren, gibt es nicht wirklich. Keine\*r der Spieler\*innen muss sich ernsthaft die Frage stellen, wie zum Teufel er oder sie die nächsten drei Jahre auf einem Planeten im Weltraum überleben soll. Da stellt sich natürlich schon die Frage, wie übertragbar auf die Realität das Ganze eigentlich ist. Schließlich lässt sich in so einem lebensfernen Setting viel einfacher sagen, „Das ist mir jetzt nicht so wichtig“, als es im echten Leben möglich wäre. Trotzdem haben bestimmte Erkenntnisse in unseren Augen das Potenzial, Veränderung anzustoßen. Ein Gedanke wie: „Wenn es mir gerade persönlich ganz gut geht, kann ich meine eigenen Interessen auch mal etwas zurückstellen.“ setzt vielleicht einen Erkenntnisprozess in Gang, der über das reine Spielerlebnis hinaus Wirkung entfaltet. Und um Herrn Professor Häfner an dieser Stelle einmal sehr frei zu zitieren: „Ich würde mir gar nicht so viele Gedanken um die Übertragbarkeit machen. Sind die Leute in das Spiel involviert, dann machen die das schon von selbst.“

### Systemkomponenten

Ziel unseres Spiels war es von Anfang an, bestimmte Komponenten des Systems „Realität“ erlebbar zu machen. Dabei muss man auch immer wieder betonen, dass unsere Betrachtung der Welt von unseren ganz persönlichen Vorerfahrungen und Dispositionen (Herkunft, Geschlecht, Hautfarbe,

## Die Reflexion

Alter, Einkommen, Bildung etc.) geprägt ist. Trotz dieser „Brille“ (Rötzer, 2013, S.8), die wir nie so richtig abnehmen können, hoffen wir doch, dass es uns gelungen ist, einige Bruchstücke dieser fragmentierten Realität mit dem Spiel eingefangen zu haben.

Das Herzstück von ÜBERmorgen ist die Abwägung von Gemeinwohl und Eigeninteresse. Diese systemische Komponente ist tief im Spiel verankert und in unseren Augen auch sehr geglückt. Hier wird deutlich, dass die Unzufriedenheit des\*der Einzelnen auch Einfluss auf die gesamte Gruppe haben kann und das gleichzeitig manchmal das einzelne Interesse hinter das der Gruppe zurücktreten muss. Interessant zu erwähnen ist, dass das Thema „Eigeninteresse / Gemeinwohl“ zu Beginn unseres Projekts noch nicht so sehr im Fokus stand. Erst die Arbeit am Spiel hat uns die Relevanz dieses Spannungsverhältnisses verdeutlicht und uns bewogen, es in unser Spiel einzuweben. Dieser dynamische Entwicklungsprozess ist charakteristisch für unser Projekt und hat es uns ermöglicht, unsere Ideen kontinuierlich weiterzuentwickeln, was wir für einen großen Zugewinn halten.

Auch die ungleiche Verteilung von Start-Ressourcen und das „Wenn’s alle ist, hört’s auf“-Prinzip, nach dem das Ressourcenvorkommen im Spiel funktioniert, bilden Teile der Realität ab und machen diese erlebbar. Besonders gelungen erscheint uns auch das Gewinnkonzept: Es kann niemand gewinnen, wenn die Gruppe es nicht als Ganze schafft, mit den an sie gestellten Herausforderungen umzugehen. Gleichzeitig gibt es doch – wie im echten Leben – am Ende meist eine Person, die am meisten profitiert. Und so gibt es jedes Mal, wenn die Gruppe das Spiel gewinnt, auch eine einzelne Person, die zum\*zur Gesamtsieger\*in gekürt wird.



Abb. 56: erster Spieletest

### 3. Was die Leute sagen - Ergebnisse der Nachbefragungsbögen

Hatte unser Spiel einen Einfluss auf die Personen, die es gespielt haben? Die Antwort auf diese Frage lässt sich am ehesten aus den Nachbefragungsbögen ableiten. Doch auch hier ist die Erfassung von Effekten gar nicht so einfach. Zum einen ist unser Spiel recht vielschichtig. Daraus folgt, dass alle Spieler\*innen sehr Unterschiedliches aus dem Spiel mitnehmen können. Zum anderen reden wir über eher kleine Effektgrößen, die Veränderungen könnten also zu subtil sein, um sie mit einem Fragebogen zu erfassen. Denkbar ist auch, dass die Impulse aus unserem Spiel nur als Teil eines größeren Prozesses ihre volle Wirkung entfalten. Wir hatten ja nie vor, das eine, alles verändernde Erlebnis zu designen und glauben auch nicht, dass das in dem von uns gewählten Rahmen möglich ist. Hinzu kommt, dass es sich beim Nachbefragungsbogen um eine Selbsteinschätzung der Personen handelt. Es ist also möglich, dass sich das Verhalten und die Einstellungen einer Person verändert haben, ohne dass sie dies bereits aktiv formulieren kann.

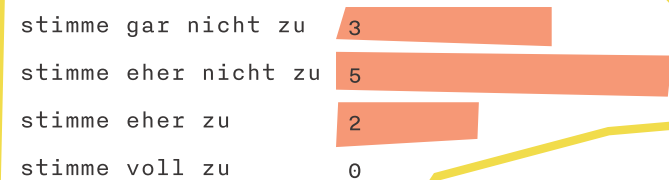


Nun zu den Ergebnissen: Insgesamt lässt sich aus den Nachbefragungsbögen ein eher verhaltener Effekt auf das Diskussionsverhalten ablesen. Zehn Personen beantworteten den Fragebogen. Die Anzahl ist hier also deutlich geringer als bei den Fragebögen, die unmittelbar nach den Testspielen ausgefüllt wurden. Dies liegt unter anderem daran, dass uns nicht von allen Testspieler\*innen Kontaktdaten zur Verfügung standen. Im Endeffekt führt das dazu, dass unsere Datenlage hier etwas spärlich ausfällt. Fünf der zehn Personen nahmen außerdem am selben Testspiel teil, wodurch dieses Spiel insgesamt deutlich überrepräsentiert ist und situative Faktoren Einfluss auf die Ergebnisverteilung gehabt haben könnten.

## Mit wie vielen Personen hast du über das Spiel geredet?

Median: 4

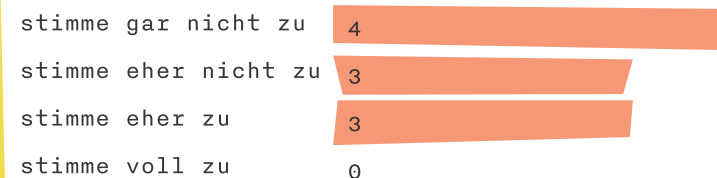
## Das Spiel hat mein Diskussionsverhalten verändert.



## Mich hat das, was während des Spiels passiert ist, danach nochmal beschäftigt.



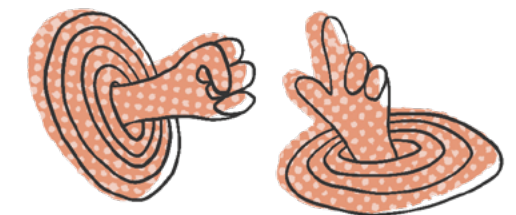
## Ich denke anders über Eigeninteressen und Gemeinwohl nach, seit ich das Spiel gespielt habe.



## 4. Und was stimmt jetzt? - Theoretische Betrachtung vs. Fragebögen

Betrachten wir nur die Fragebögen, fällt das Ergebnis etwas ernüchternd aus: Das Spiel scheint bei den meisten keine oder eher keine Veränderung bewirkt zu haben. Trotzdem bleibt das Spiel hängen und beschäftigt die Leute weiter. Von vielen haben wir das Feedback bekommen, dass sie die Grundidee richtig interessant fanden. Daraus schließen wir: Das Spiel hat die Spieler\*innen nicht kalt gelassen. Auch einige Beobachtungen, die wir während des Spiels gemacht haben, bestärken diesen Eindruck. So waren fast alle Spieler\*innen emotional sehr involviert, diskutierten angeregt und gerieten sich in nicht wenigen Fällen auch in die Haare, nur um dann kurz vor Ende umso intensiver zusammenzuarbeiten, um die gemeinsamen Missionen noch zu bestehen - und das nicht selten auf Kosten der eigenen Punkte. Auch besonders eindringliche Einzelfälle sind uns im Gedächtnis geblieben. Bei einer Spielerin konnten wir regelrecht zusehen, wie sie während des Spiels zu verstehen begann, dass es für sie und alle anderen von Vorteil ist, wenn sie ihr eigenes Interesse klar formuliert und nicht immer hintenanstellt. Zu beobachten, dass der Lernprozess auch in diese Richtung ablaufen kann, war für uns überaus interessant.

Die Frage nach dem Einfluss unseres Spiels lässt sich also nicht abschließend beantworten. Ein Kommentar, den wir nach dem Spiel immer wieder gehört haben, bestärkt uns aber in der Hoffnung, dass wir vielleicht doch den gewünschten Lernprozess angestoßen haben: „Tja, wir hätten halt mehr auf das Gemeinwohl achten müssen!“ Noch ist es für diese Erkenntnis ja vielleicht nicht zu spät.



# Ich mach mir die Welt, wie sie mir gefällt!

## Spiel als Methode

Spiel als Methode - dafür gab es für uns viele Gründe. Nicht zuletzt wollten wir damit einen Raum schaffen, der es Menschen ermöglicht, Kompetenzen zu erwerben, ohne, dass wir dabei aktiv belehren und damit möglicherweise Reaktanz auslösen. Außerdem sollten der Spaß und das gemeinsame Spielerlebnis in den Vordergrund treten. Damit wollten wir schwierigen Diskussionen und Entscheidungsfindungsprozessen ihren Ernst nehmen und die Spieler\*innen motivieren, in das Spielerlebnis einzutauchen.

Zuerst sollte noch einmal klargestellt sein: Dieses Spiel zu entwickeln hat uns wirklich Spaß gemacht! Dennoch haben wir gemerkt, dass es in der Praxis herausfordernder war als gedacht, die Idee des innovativen Lernspiels mit dem Gedanken eines unterhaltsamen Gesellschaftsspiels zu verbinden.

Dafür gibt es verschiedene Gründe: Wenn der Lerncharakter des Spiels in den Hintergrund treten soll, muss das Spiel so konzipiert sein, dass die Erkenntnisse des Spiels bei den Spieler\*innen nur indirekt ausgelöst werden. Eine Möglichkeit, dies zu erreichen, ist ein besonders immersives Spielszenario zu entwerfen, welches es den Spieler\*innen ermöglicht, Erlebnisse und Erfahrungen zu sammeln, die dann selbstständig reflektiert und auf die Realität übertragen werden können. Da dieser Reflexionsprozess aber in der Regel sehr abhängig von den Spieler\*innen ist, gibt es keine

Garantie, dass die intendierte Botschaft des Spiels bei den Spieler\*innen ankommt. Besteht außerdem der Anspruch, im Spiel mehr als nur eine Kerndynamik abzubilden, kann das Spiel schnell komplex werden und damit weniger spielaffine Menschen überfordern.

Außerdem stellt sich die Frage, ob es nicht andere, geeignetere Methoden gegeben hätte, um die gewünschte Wirkung zu erzielen. So lassen sich beispielsweise auch andere immersive Räume wie Workshops, Ausstellungen oder Audiowalks gestalten, bei denen Teilnehmende häufig sogar eine höhere Bereitschaft mitbringen, sich mit dem Angebot selbstkritisch und reflektiert auseinanderzusetzen. Genau darin sehen wir aber auch eine Schwachstelle dieser Art von Formaten: Es braucht eine aktive Initiative, sich in solche Räume hineinzugeben. Das Zielpublikum bringt dementsprechend bereits ein hohes Problembewusstsein für die Kernaspekte des Formats mit und hat ein gesteigertes Interesse, sich mit den angesprochenen Themen auseinanderzusetzen. Häufig gilt es ja aber bei schwierigen Themen, wie zum Beispiel dem Klimawandel, genau diejenigen zu erreichen, die sich bisher eher weniger mit der Thematik auseinandergesetzt haben und auch wenig Bereitschaft mitbringen, dies aktiv zu tun. Ein Spiel kann hier Berührungspunkte schaffen, die auf anderen Wegen nur schwierig zu erzeugen sind. Hierzu gehört auch, dass ein Spiel in der Regel unabhängig von seinen Entwickler\*innen funktioniert und direkt in den eigenen vier Wänden gespielt werden kann. Auch, wenn die Wirkung also vermutlich kleiner ist, als bei vergleichbaren Formaten, kann sich dies durch die besondere Platzierung des Spiels an der Schnittstelle zwischen sozialer Interaktion und privater Reflexion rechtfertigen lassen.

Heute, sechs Monate später, blicken wir mit mehr Erfahrung auf die Wahl unseres Mediums zurück. Das Ergebnis dieser Betrachtung ist dabei deutlich ambivalenter als zu Beginn unseres Projekts.

# War es den Stress wert? Unser Geschäftsmodell

### Stand Finanzierung

Zum Zeitpunkt der Verfassung dieses Textes befinden wir uns in der Finanzierungsphase und stehen am Anfang unserer Crowdfunding-Kampagne, die sich bis in den Mai hineinziehen wird (bei Interesse freuen wir uns also über eine kleine Spende bei Startnext, alle Infos auf unserer Website). Da wir bisher keine Fördermittel von anderer Stelle erwerben konnten, liegt der Fokus unserer Finanzierungskampagne zunächst auf diesem Standbein. Wir können aktuell noch nicht abschätzen, wie viel Geld wir auf diesem Wege einsammeln werden, sind aber zuversichtlich, da wir die Netzwerke unserer Kooperationspartner (z.B. der Berliner Bibliotheken) für die Spendenkampagne aktivieren können. Zudem werden wir bei kommenden Workshops Werbung machen können. Der Ausblick, unser Spiel in naher Zukunft gedruckt in den Händen halten zu können, ist für uns Belohnung und Motivation zugleich.

### Der Shop

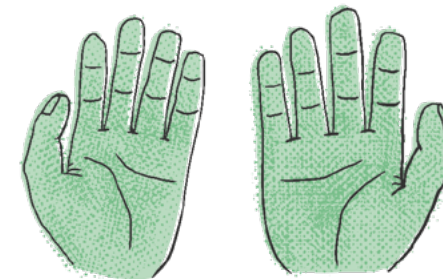
Eine Kooperation mit einem Shop ist bis jetzt nicht zustande gekommen. Ein von uns angefragter Webshop für nachhaltige Spiele ist schon mit den eigenen Produkten überlastet und setzt gerade eher auf eine Reduktion des Angebots. Der Verantwortliche für den Shop des Futuriums ist als eingefleischter Kaufmann von unserem idealistischen Konzept wahrscheinlich so geschockt, dass er sich nach einem sehr netten Telefongespräch gar nicht mehr gemeldet hat. Wir schauen uns weiter nach Museumsshops um.

### Die Einrichtungen

Für die Kooperationen mit Institutionen, die ÜBERmorgen möglicherweise anbieten könnten, haben wir sämtliche Berliner Bezirksbibliotheken angeschrieben, die bis jetzt 11 Exemplare von ÜBERmorgen angefordert haben. Auch zu verschiedenen Nachbarschaftstreffs konnten wir erfolgreich Kontakt herstellen, hier wurden bereits 16 Spiele angefragt. Ein weiteres Spiel erhält das Haus Bastian, Bildungsstätte der Staatlichen Museen Berlin. Wir suchen weiterhin nach neuen Kooperationspartnern und sind zuversichtlich, da unsere Recherche ergeben hat, dass es in Berlin und Umland genug Stellen gibt, die für eine Schenkung in Frage kommen. Damit bestätigt sich auch die grundlegende Idee unseres Vertriebskonzepts: Einrichtungen und Institutionen sind für uns gute Partner, um unser Spiel einer möglichst großen Zahl an Menschen zugänglich zu machen.

### Workshops

Die Kooperationspartner, mit denen wir bereits in Kontakt stehen, freuen sich sehr über unser Projekt und das Spiel. Wir haben mehrfach Anfragen erhalten, in den Räumlichkeiten unserer Kooperationspartner Workshops mit ÜBERmorgen durchzuführen. Das bietet uns die Möglichkeit, auch nach dem Druck mitzuerleben, welche Wirkung unser Spiel entfaltet und wir freuen uns sehr darauf, mit den Spieler\*innen über ihre Erlebnisse ins Gespräch zu kommen. Auch das Futurium ist im Rahmen ihrer Veranstaltungsreihe des Open Lab Abends an einer gemeinsamen Veranstaltung interessiert.





# Erste letzte Worte

Für ein vollständiges Urteil ist es noch zu früh, da die Veröffentlichung des Spiels noch nicht abgeschlossen ist. Unabhängig davon, wann und ob unser Spiel gedruckt wird, können wir eines aber schon mit Gewissheit sagen: Wir haben viel erreicht und gelernt. Das Projekt hat uns gezeigt, wie wichtig es ist, loszulegen – vom Denken und Reden ins Machen zu kommen. Dafür hatten wir ziemlich gute Grundbedingungen: eine tolle Projektgruppe mit hoher Motivation, vielen Ideen und Tatendrang. Wir hoffen natürlich, dass es uns gelingt, auch die letzte Hürde – die Veröffentlichung – gemeinsam zu meistern. Vielleicht können wir Ihnen bei der Präsentation im Mai bereits mehr erzählen. Und wer dieses Buch zufällig Jahre später in die Hände bekommt und bis hierhin gelesen hat, kann ja einfach mal in die nächste Berliner Bezirksbibliothek gehen und nachfragen, ob man sich dort ÜBERmorgen ausleihen kann.

# Danksagung

Leute, denen wir danken möchten:

Verena Bischoff, Prof. Klaus Gasteier, Fabian Arlt, Prof. Michael Häfner, Iris Jungels, Kevin von Gaia Games, Ronja und Niko von Fridge Fight, David von Startnext, Conni ... **Für ihre Expertise.**



Unseren Prüfer\*innen Prof. Timothée Ingen-Housz, Dr. Işıl Eğrikavuk, Prof. Dr. Franz Liebl und Julian Farny ... **Für konstruktive Kritik und unangenehme Fragen, aber auch Zuspruch und den Verweis auf Quellen.**

Marco, Richard, Elias, Michelle, Theo, Johann, Emilia, Jacob, Susan, Jens, Jannes, Kathi, Gabriel, Dorle, Hajö, Biggi, Lucie, Ron, Gonne, Luise, Fred, Nora, Paula, Aline, Ben, Henry, die Jungs vom Brettspielplatz und vom Spieleabend der HU-Mathefachschaft ... **Fürs Testen unseres Spiels.**

Prof. Dr. Jürgen Schulz und Dr. Andreas Galling-Stiehler ... **Für einen inspirierenden Einstieg in das Kommunikationsprojekt und Enthusiasmus bezüglich unserer Ideen.**

Dem Gutshof Sauen ... **Für die herzliche Gastfreundschaft.**

Unseren Eltern ... **Für das viele Korrekturlesen, die fachkundige Unterstützung in Sachen Steuerrecht und GbR-Gründung, und die Benutzung ihrer Drucker.**

**Allen Menschen, die unsere Crowdfunding-Kampagne unterstützt haben.**

**Allen Kooperationspartnern, die sich bereit erklärt haben, ÜBERmorgen in ihr Spielarsenal aufzunehmen und uns Platz für Workshops bieten.**

Unter anderem: Stadtteilzentrum Kotti e.V., Stadtteilzentrum Haus am See, Stadtteilzentrum Steglitz, Café Cralle, Kiezhaus Agnes Reinhold, Mittelpunktbibliothek Köpenick, Zentralbibliothek Pablo Neruda, Stadtteilbibliotheken Lichtenberg, Heinrich-Schulz-Bibliothek und viele weitere.

**Ohne all eure Unterstützung wäre es nicht möglich gewesen, ein so erfolgreiches Projekt abzuschließen!**

# Literaturverzeichnis

Alle Abbildungen ohne Quellenangabe sind eigene Darstellungen

BAT Stiftung für Zukunftsfragen. (2021, August). *Anteil der Befragten, die in ihrer Freizeit Gesellschafts-/Kartenspiele spielen, nach Lebensphasen in Deutschland im Jahr 2021*. Statista. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/665812/umfrage/umfrage-zur-freizeit-beschaeftigung-gesellschafts-kartenspiele-spielen-nach-lebensphase/>

Bemmer, A. (2023, January 22). Wenig guter Streit, viel schlimmes Gezänk: Wo ist unsere Konfliktkompetenz? *Tagesspiegel*. <https://www.tagesspiegel.de/meinung/wenig-guter-streit-viel-schlimmes-gezank-wo-ist-unsere-konfliktkompetenz-9203892.html>

Benedict, E. (2013). *The Jetsons Prototypes* [Animationsskizze, Zuschnitt]. <https://www.flickr.com/photos/95850362@N02/9528255286/in/photolist-fvYNky-91seL7-7ZAARR-5JNzCf-4BA1rq-od7gM9-5y7U5m-8SpLqg-afKB8E-8pjNmE-7EhYbe-5i1roH-7Dxeid-5UYuY3-nuES4N-9rkUr8-5EjDke-4UnPET-dYENS6-6zfozD-513TyA-jKRFgS-8uyWPq-7zza2f-9VRMMV-4fCTAC-6Wvw9N-6szt2a-nRMU2Q-5Hsf5N-aS1ZtM-hSwuax-aFfzxA-5V6J2d-o2t46X-mBFX4o-9t7tDq-eSKAX1-5aPnRm-jVB1ry-8FwgXL-nT8U7b-dNP8jR-ipKb3E-91sTco-5RaNfY-ouz9VC-4fpqjy-7vGVVE-c8w25S>

Bjork, S., & Holopainen, J. (2005). *Patterns in game design* (1st ed). Charles River Media.

Brettgames.de. (2021, August 30). *Brettspielpreise – Wie teuer sind Brettspiele?*. Brettgames. <https://www.brettgames.de/brettspielpreise-wie-teuer-sind-brettspiele>

Cadwell, T. (2002, February 21). *Techniques for Achieving Play Balance*. GameDev. Net. <https://gamedev.net/tutorials/game-design/game-design-and-theory/techniques-for-achieving-play-balance-r1765>  
*Originalzitat: „The first priority is always to get the game in a fun and playable state, and this requires macrocalibration, or getting the game in a state where most elements are at least vaguely balanced, and no element is egregiously imbalanced.“*

Clark, D. B., Tanner-Smith, E. E., & Killingsworth, S. S. (2016). Digital Games, Design, and Learning: A Systematic Review and Meta-Analysis. *Review of Educational Research*, 86(1), 79–122. <https://doi.org/10.3102/0034654315582065>

Christiansen, H. (2018, September 23). Spielmechaniken, Spielarten und Co. – Ein

Sammelsurium an Fachbegriffen kurz erklärt – Teil 1/2 – Brettspiele. *Teilzeithelden*. <https://www.teilzeithelden.de/2018/09/23/spielmechaniken-spielarten-und-co-ein-sammelsurium-an-fachbegriffen-kurz-erklart-teil-1-2/>

Christiansen, H. (2018, September 26). Mechaniken, Spielarten und Co – Ein Sammelsurium an Fachbegriffen kurz erklärt – Teil 2/2 – Brettspiele. *Teilzeithelden*. <https://www.teilzeithelden.de/2018/09/26/mechaniken-spielarten-und-co-ein-sammelsurium-an-fachbegriffen-kurz-erklart-teil-2-2/>

El Gato Gomez. (o. J.a). *Outer space ship rocket* [Artprint Retro Gemälde]. <https://i.pinimg.com/564x/26/ea/89/26ea890e6c05e394340879d5f6f98e7d.jpg>

El Gato Gomez. (o. J.b). *Space Station* [Artprint Retro Gemälde]. <https://elgatogomez.bigcartel.com/product/space-3>

Fairclough, A. (o. J.). *Mid-century style spot illustration* [Punktillustration]. <https://i.pinimg.com/564x/b2/c7/7b/b2c77b0148536adb6690b6a68639688e.jpg>

Fjællingsdal, K. S., & Klöckner, C. A. (2017). ENED-GEM: A Conceptual Framework Model for Psychological Enjoyment Factors and Learning Mechanisms in Educational Games about the Environment. *Frontiers in Psychology*, 8. <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2017.01085>

*Originalzitate: „For an educational game, being appealing to the player is absolutely fundamental in order for the learning to take place, otherwise it risks being put down before any educational content comes into play.“(S. 11); On the other hand, if a game is not considered fun or enjoyable, nobody wants to play it.“ (S. 3)*

IfD Allensbach. (2022). *Gesellschaftsspiele spielen – Häufigkeit in der Freizeit in Deutschland 2022*. Statista. <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/171127/umfrage/haeufigkeit-des-spielens-von-gesellschaftsspielen-in-der-freizeit/>

Klöckner, C. A. (2015). Playing Good? – Environmental Communication through Games and Simulations. In C. A. Klöckner (Ed.), *The Psychology of Pro-Environmental Communication: Beyond Standard Information Strategies* (pp. 197–212). Palgrave Macmillan UK. [https://doi.org/10.1057/9781137348326\\_10](https://doi.org/10.1057/9781137348326_10)

*Originalzitat: “These games are first of all games, meaning they are designed to entertain people. The environmental topic, message, or educative approach comes as an addition, although it is part of their design.“ (S. 198)*

Le Guin, U. K. (2017). Introduction. In *The Left Hand of Darkness* (pp. xiiv–xvii). Gollancz.

Mendelski, J. (2022, November 26). *Design Thinking Einführung*. Seminar Human Centered Design, Universität der Künste Berlin.

Mid-21st Century Modern: *That Jetsons Architecture*. (1963). [Filmstill aus Episode 21 der Original-TV-Show „The Jetsons“]. [https://tf-cmsv2-smithsonianmag-media.s3.amazonaws.com/legacy\\_blog/jetsons-mid-21st-century-470x251.jpg](https://tf-cmsv2-smithsonianmag-media.s3.amazonaws.com/legacy_blog/jetsons-mid-21st-century-470x251.jpg)

Noelle-Neumann, E. (1977). Turbulences in the Climate of Opinion: Methodological Applications of the Spiral of Silence Theory. *The Public Opinion Quarterly*, 41(2), 143-158.

ob1toy. (o.J.) レトロ郵便 [Retro Letter Set]. <https://twitter.com/ob1toy/status/1384452003993034756>

RetroSupply Co. (2018). *The Mid-Century Procreate Brush Pack* [Digitale Illustration zu Werbezwecken]. <https://creativemarket.com/RetroSupply/2997962-The-Mid-Century-Procreate-Brush-Pack#fullscreen>

Reusswig, F., & Küpper, B. (2022, May 20). *Tyrannie der Minderheit? Energiewende und Populismus*. Bundeszentrale für politische Bildung. <https://www.bpb.de/shop/zeitschriften/apuz/oekologie-und-demokratie/508501/tyrannei-der-minderheit/>

Rötzer, F. (2013). *Ist das Leben ein Spiel? Aspekte einer Philosophie des Spiels und eines Denkens ohne Fundamente mit dem Essay 'Spiele' von Vilém Flusser*. W. König.

Schrader, Ch. (2022). *Über Klima sprechen*. oekom Verlag. <https://doi.org/10.14512/9783962389314>

Schrader, Cl. (2023). Serious Games and Game-Based Learning. In O. Zawacki-Richter & I. Jung (Eds.), *Handbook of Open, Distance and Digital Education* (pp. 1255-1268). Springer Nature Singapore. [https://doi.org/10.1007/978-981-19-2080-6\\_74](https://doi.org/10.1007/978-981-19-2080-6_74)

Originalzitate: „Common to both the use of serious games in specific contexts and the game-based learning approach in general is the use of games' inherent entertaining characteristics to deliver specific goals, outcomes, and experiences.“(S. 1257); „[Games] are recognized as being much more than motivational tools. To a certain extent, games are argued to support the development of knowledge and skills that are otherwise hard to teach. They allow educators to virtually model real-world tasks in which students are able to interact, which gives students a sense of learning by doing or, in the case of games, learning by playing.“(S. 1256); “For instance, the interactive and competitive nature of games increases motivational constructs such as interest, intrinsic motivation, and what Csikszentmihalyi (e.g., 2008) has described as a state of flow, i.e., an

extended time spent on a task with intense concentration in a way that perception of time and fatigue disappear.“(S. 1257f.); „In terms of narrative design, the inclusion of a narrative for situating and anchoring learning in context has been demonstrated to lead to increased positive arousal compared to games without a narrative (Echeverria, Barrios, Nussbaum, Améstica, & Leclerc, 2012; Schneider, Lang, Shin, & Bradley, 2004). The design of human-like game characters with which players identify further leads to positive emotions during play (Hefner, Klimmt, & Vorderer, 2007).“ (S. 1262)

Schreiber, I. (2009, August 20). Level 16: Game Balance [Onlinetutorial]. *Game Design Concepts*. <https://gamedesignconcepts.wordpress.com/2009/08/20/level-16-game-balance/>

SPLENDID RESEARCH GmbH. (2017). *Umfrage zur Häufigkeit von Spielerunden* (Spieleland Deutschland) [Onlinebefragung]. <https://www.splendid-research.com/de/statistiken/gesellschaftsspiele-alter-einkommen-familienstand>

The Chicago Tribune. (1958). *30 retro-futuristic space-age inventions, including several we're still waiting for* [Illustration]. <https://clickamericana.com/wp-content/uploads/Moon-honeymoon-Futuristic-vintage-cartoon.jpg>

Tillmanns, K. (2017, September 1). *Serious Games – Die Motoren der Spieleindustrie von morgen* [Onlineartikel]. <https://www.kulturrat.de/themen/kulturgut-computerspiele/serious-games/>

ÜBERmorgen GbR. (2023a). Anleitung. ÜBERmorgen - Ein Spiel Um Die Zukunft. [uebermorgen-spiel-um-die-zukunft.de/](https://uebermorgen-spiel-um-die-zukunft.de/)

ÜBERmorgen GbR. (2023b). uebermorgen\_spielumdiezukunft. Instagram. [https://www.instagram.com/uebermorgen\\_spielumdiezukunft/](https://www.instagram.com/uebermorgen_spielumdiezukunft/)

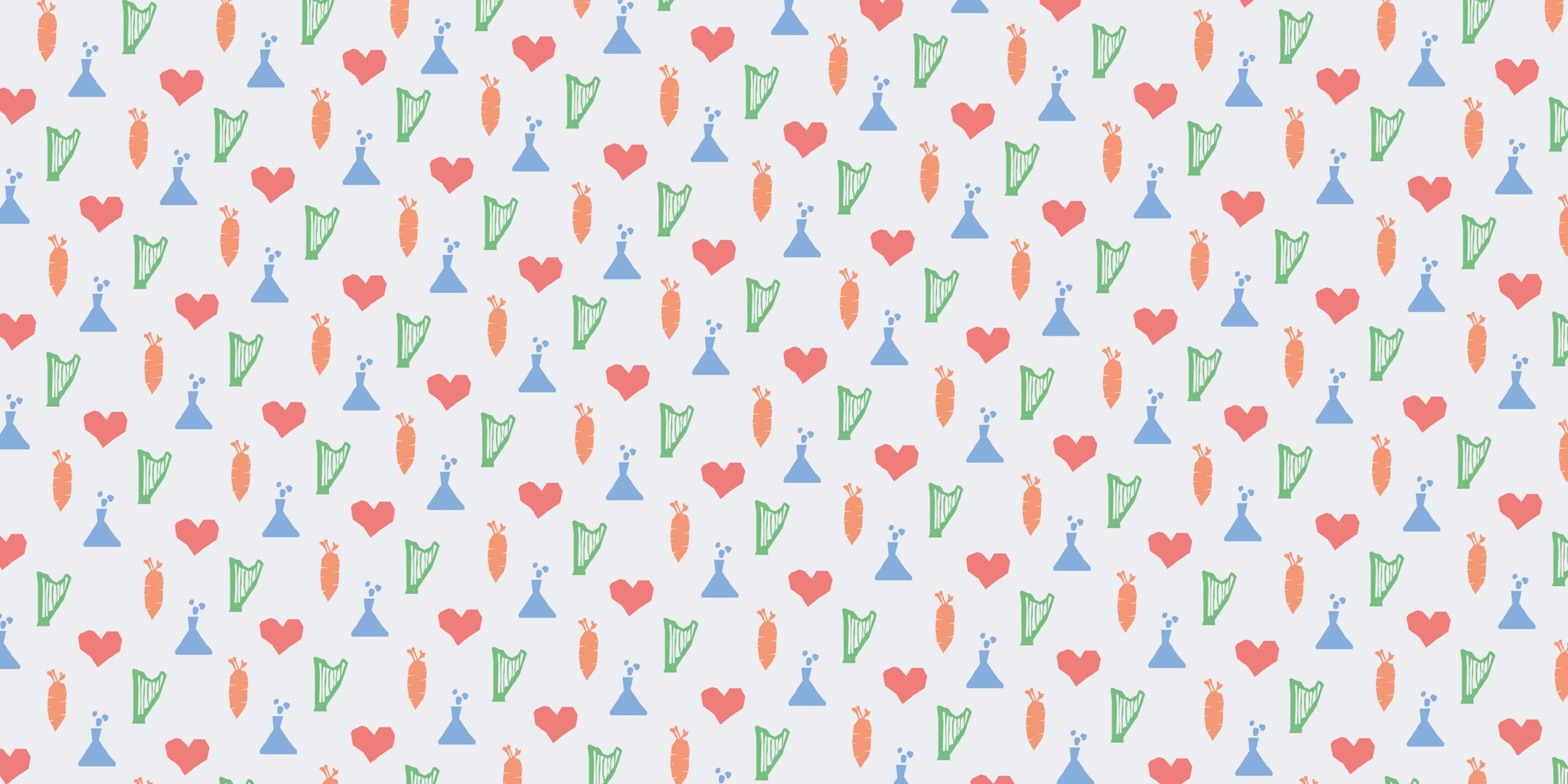
ÜBERmorgen GbR. (2023c). ÜBERmorgen - Ein Spiel um die Zukunft. LinkedIn. <https://www.linkedin.com/company/uebermorgen-ein-spiel-um-die-zukunft/>

Weber, S., & Chlopczyk, J. (2020). Welt wärmer, Gesellschaft kälter. In *Kursbuch* (pp. 89-102). Kursbuch Kulturstiftung gGmbH.

Yaniger, D. (o. J.). *It takes all kinds* [Zeichnung]. <https://i.pinimg.com/564x/69/bf/14/69bf14b33cc610b3cc61ed06328a70b8.jpg>

Zhonggen, Y. (2019). A Meta-Analysis of Use of Serious Games in Education over a Decade. *International Journal of Computer Games Technology*, 2019, 1-8. <https://doi.org/10.1155/2019/4797032>







Ein Spiel um die Zukunft Ein S  
kunft Ein Spiel um die Zukunft