Das süchtigmachendste Spiel

Thema: Kennenlernen und Reflektieren von Bindungsfaktoren

Zielgruppe: Pädagogische Fachkräfte

Gruppengröße: Max. 25 Personen

Dauer: 30 - 45 Minuten

Zielsetzung: Anhand der Konzeption eines digitalen Spiels, einer App oder eines sozialen Netzwerks sollen Faszinations- sowie Bindungsmechanismen sichtbar gemacht werden

Material: Plakate oder Flipchart-Papier, Eddings

CONCEPTOPIA

Schritt 1 - Durchführung

Zu Beginn der Methode bietet es sich an, dass die Teilnehmenden über das **Mediennutzungsverhalten von Kindern und Jugendlichen** ins Gespräch kommen. Je nach Schwerpunkt der Methode bedeutet das, sich mit den beliebtesten Spielen oder Apps junger Menschen auseinanderzusetzen.

- Was wird gespielt bzw. genutzt?
- Welche Rolle spielt das Spiel/die App/das soziale Netzwerk im Alltag?
- Welche Gefühle löst die Nutzung bei euch aus?
- Gibt es Unterschiede im Spielverhalten?

Die Fachkräfte werden im Anschluss in Kleingruppen (ca. 3-5 Personen) eingeteilt. Jede Gruppe erhält einen Edding sowie ein Flipchart-Papier.

Schritt 3 - Durchführung

Nun beginnt die Arbeitsphase. Dabei werden die Teilnehmenden in die fiktive Situation versetzt, ein möglichst „süchtig“ machendes Spiel/App/soziales Netzwerk zu entwickeln. Folgende Aspekte sollten sie hierbei diskutieren und anschließend auf einem Flipchart-Papier festhalten:

- Name des Spiels/der App/des sozialen Netzwerks
- Worum geht es bei eurem Angebot?
- An wen richtet sich das Angebot? Zielgruppe(n) näher benennen z.B. Alter, Geschlecht…
- Wie finanziert sich das Angebot? Welche Kosten kommen auf die Nutzung (z.B. einmaliger Kauf, monatl. Gebühren, Free2Play….) zu?
- Wodurch wird gewährleistet, dass die Nutzer*innen möglichst regelmäßig und lange das Angebot nutzen und vielleicht sogar „süchtig“ werden?
- Wie wird die gewünschte Zielgruppe erreicht und welche Werbestrategie verwendet ihr?

Name:

Wer soll das Spiel spielen:

System:

Wie wird das Spiel bekannt?

Wie spielt man euer Spiel:

Wie ist die Geschichte des Spiels:

Wie verdient ihr Geld mit dem Spiel:

Wieso bleiben die Spielenden am Spielen?

CONCEPTOPIA

Gruppe 4

Name des Spiels

Funktionen:
Was kann eure App/Spiel alles?

Zielgruppe:
Wen wollt ihr erreichen?

Was macht euer Spiel besonders?

Wie haltet ihr eure Spieler*innen am Ball?

Womit macht das Spiel Geld?

CONCEPTOPIA

Schritt 4 - Reflexion

- Schlussendlich präsentieren die Kleingruppen sich gegenseitig ihre Ideen. Stellt anschließend die Frage an die Runde, ob das Angebot genutzt werden würde und warum.
- Im Anschluss kann gemeinsam reflektiert werden:
  - Wie habt ihr euch in der Position der Entwickler*innen gefühlt?
  - Welche Faktoren finden sich übergreifend wieder?
  - Welche Mechanismen waren euch bekannt oder unbekannt?
  - Ist die Methode auch für die Arbeit mit eurer Zielgruppe geeignet?

Schritt 5 - Diskussion (optional)

Weiterführende Fragen für eine anschließende Diskussionen könnten sein:

- Erzielen gewalthaltige Spiele mehr Umsatz?
- Wie viel Nutzungszeit in der Woche ist zu viel?
- Was ist eure Meinung zu Dark Patterns?
- Sind Lootbox-Mechaniken und kostenpflichtige Zusatzinhalte Abzocke?
- Für welche virtuellen Gegenstände würdet ihr Geld ausgeben?
- Was würdet ihr Freund*innen raten, die zu viel spielen oder online unterwegs sind?

Die Veröffentlichung der Methode unterliegt folgender Lizenz: CC-BY 4.0 fjmk NRW

Weitere Infos zu dieser Lizenz findet ihr hier:
https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de

Impressum

ComputerProjekt Köln e.V.
als Fachstelle für Jugendmedienkultur NRW
Vitalisstr. 383A
50933 Köln

www.fjmk.de
Tel.: 0221 677741920
Mail: info@fjmk.de

Geschäftsführer Markus Sindermann
sindermann@fjmk.de

Projektleitung CONCEPTOPIA
Laura Eichler, eichler@fjmk.de

CONCEPTOPIA

Jugendförderung NRW geht digitale Wege

Ein Projekt der

fjmk Fachstelle für Jugendmedienkultur NRW

Gefördert vom

Ministerium für Kinder, Jugend, Familie, Gleichstellung, Flucht und Integration des Landes Nordrhein-Westfalen