

# „Serious Games“

Ein Lernspiel mit folgenden Moodle-Aktivitäten:

Befragung, Forum,  
Datenbank und Wiki.



von Martin Blatter lic.phil. I / dipl. publ., Chantal Glenz-Mounir lic.phil. I und Jean-Victor de Chastonay lic. hec.

# Spielend lernen...

"Spielen ist die einzige Art, richtig zu lernen". Die Echos der Studenten/innen haben die Aussagen von Frederic Vester bestätigt. „J'ai trouvé sympa qu'on puisse mettre en pratique la théorie. Nous avons appris tout en 'jouant' et en ce qui concerne notre groupe on a joué le jeu et ça nous a beaucoup amusé.“

<http://www.spielen-verbindet.de/top-thema/interview->  
(14.04.2010)

---

Der Einsatz der Studenten/innen war gross, obwohl es weder Noten noch Credits gab. Wir verstehen uns richtig: „Mit Sicherheit können (und sollen auch nicht!) Spiele Lehrer oder den Unterricht ersetzen. Vielmehr können sie als Ergänzung zum Präsenzunterricht eingesetzt werden.“[\[1\]](#)

[\[1\] http://www.spielen-verbindet.de/top-thema/interview-mit-dr-stefan-goebel.html](http://www.spielen-verbindet.de/top-thema/interview-mit-dr-stefan-goebel.html) (14.04.2010)

Wenn Studenten/innen neben  
rund 30 Lektionen  
Kontaktunterricht noch 60  
Prozent (!) Selbststudium  
machen „dürfen“, dann müssen  
wir uns Lernsequenzen fürs  
Selbststudium einfallen lassen,  
die sehr motivierend sind.

---

„Im Bildungskontext steigt der Einsatz der Lernplattform Moodle bevorzugterweise als Ergänzung zu Präsenzveranstaltungen rasant an“, schreibt Ulrike Höbarth Höbarth, U. (308, 2011) in:

*Kooperatives und kollaboratives Lernen mit Moodle. In: Wiegrefe, C. (2011): Das Moodle 2 Praxisbuch – Gemeinsam online lernen in Hochschule, Schule und Unternehmen. Addison-Wesley.*

„Hinter Moodle steckt vielmehr eine Philosophie, die davon ausgeht, dass Lernen insbesondere dann effektiv ist, wenn man etwas für andere ‚konstruiert‘. Moodle wurde mit dem Gedanken der Kollaboration im Hinterkopf ‚geboren‘. Ermutigen Sie Ihre Teilnehmer, Moodle gemeinsam zu erleben und zu nutzen - nicht wie ein Buch, das online verfügbar ist, sondern als Mitglieder einer aktiven, sich ständig weiter entwickelnden Lerngemeinschaft.“<sup>[1]</sup>

<sup>[1]</sup> [http://docs.moodle.org/de/Was\\_man\\_als\\_Trainer\\_tun\\_sollte](http://docs.moodle.org/de/Was_man_als_Trainer_tun_sollte) (12.04.2010)

... mit folgenden Moodle-Aktivitäten „gespielt“: Befragung, Forum, Datenbank und Wiki. Im Gegensatz zur Moodle-Aktivität „Workshop“ sind diese Aktivitäten sehr einfach in der Anwendung. Ein Nachteil ist allerdings die Terminüberwachung, die beim „Workshop“ viel einfacher zu handhaben ist.

# **Planspiel Sponsoring- und Eventmanagement**

Das Planspiel soll die Prozesse, Dynamiken und Zusammenhänge zwischen Sponsoringanfrage und -entscheid aufzeigen. Die Studenten/innen erarbeiten einerseits selber eine Sponsoringanfrage und lernen andererseits Anfragen anderer Studenten/innen richtig zu beurteilen. Das Planspiel wird im Fach Marketing als Selbststudium mit 6 Phasen durchgeführt, welche über das ganze Semester gehen. Für jede Phase werden im Kontaktstudium Inputs durch die Dozenten und Referenten gegeben.



# Lernziele

## Sponsoring- & Event-Game

Für das Event-Sponsoring-Game bitte sich unten einzuschreiben - bitte zuerst lesen - Termin bis nächste Veranstaltung. Es ist ein Einzelspiel!

### Lernziele

- Kennen die Begriffe im Bereich Marken, Sponsoring und Event
- Erstellen eine Firma-Vision sowie ein Event- und Sponsoring - Konzept
- Erstellen eine Sponsoringanfrage
- Beurteilen eine Sponsoringanfrage und geben eine begründete Antwort

### Intention:

**Phase 1 (Woche 1-3):** Sie entwickeln eine **Unternehmungs-Vision & Zielgruppen** für eine virtuelle Firma (eigener Name kreieren & eine solche Firma muss mehr als 1 Mio. K-Budget haben - sonst ist es nicht realistisch). Diese Vision wird für alle in einem Firma-Forum zugänglich sein (=pro Firma 1 Forum - Forum wird von mir geöffnet unter dem Firmennamen). Zudem veröffentlichen Sie die **Sponsoring Leitlinie** sowie ein **Sponsoringantrag** (word - pdf formular) - beides wird auch veröffentlicht. Sie finden die Beispiele im Internet (es gibt bessere Beispiele als die folgenden):

[http://www.sunrise.ch/uebersunrise/sponsoring/antragsponsoring\\_leitlinien.htm](http://www.sunrise.ch/uebersunrise/sponsoring/antragsponsoring_leitlinien.htm)

[http://www.sunrise.ch/uebersunrise/sponsoring/antragsponsoring\\_leitlinien/sponsoring-antragsformular.htm](http://www.sunrise.ch/uebersunrise/sponsoring/antragsponsoring_leitlinien/sponsoring-antragsformular.htm)

<http://www.fuerstenberg.de/de/partner/sponsoring/leitlinien.html>

Folgendes nicht veröffentlichen (Zeit bis Woche 7): Sie entwickeln ein **Sponsoring-Beurteilungsraster**, mit dem Sie mögliche Sponsoring-Gesuche beurteilen werden. Dieses Raster bleibt vertraulich und wird erst am Schluss veröffentlicht.

# Auftrag

**Auftrag 1:** Sie gründen dann aus folgenden Branchen (vgl. unten) eine Firma. Dabei darf die Anzahl der angegebenen Firmen nicht überschritten werden (= Anzahl in Klammer). Es dürfen keine bestehenden Firmen sein. Beispiel: Sie können eine Firma im Bereich Freizeitbekleidung im Sinne von Mammut nehmen, dürfen diese aber nicht als Mammut kennzeichnen. Die Firmen müssen eine bestimmte Grösse aufweisen und auch Sponsoring betreiben. Konkret: Ihre Firma muss ein Sponsoring-Budget von mindestens 100'000 CHF pro Jahr haben. Schreiben Sie Ihre Firmennamen (= kann immer noch geändert werden) unter der betreffenden Branche und Namen der Gruppenmitglieder (= Firmennamen, Familienname, Vorname, Klasse).

## Branchen:

1. Getränke (max. 1 pro Klasse)
2. Bekleidung - Geschäfte (max. 1 pro Klasse)
3. Freizeit- und Sportbekleidung (max. 1 pro Klasse)
4. Lebensmittel (max. 1 pro Klasse)
5. Banken (max. 1 pro Klasse)
6. Versicherungen (max. 1 pro Klasse)
7. Transportunternehmen - Bahn - Bus (max. 1 pro Klasse)
8. Fluggesellschaften (max. 1 pro Klasse)
9. Bau (max. 1 pro Klasse)
10. Wohneinrichtung - Möbel etc. (max. 1 pro Klasse)
11. Internet / Online (max. 1 pro Klasse)
12. Beratung - Consulting (max. 1 pro Klasse)
13. Kommunikation - Zeitungen - Radio (max. 1 pro Klasse)
14. Divers – ausserhalb von oben erwähnten (max. 1 pro Klasse)

## Bemerkungen:

Beim Forum können Sie nur während 30 Minuten Änderungen vornehmen. Dies ist Absicht: Sie können nicht plötzlich eine neue Version einhängen.

Wir wünschen viel Spielspass!

# Einschreiben auf wikis

## **CB Case Game Sponsoring Event**

Getränke - Nadja Urfer 703a (rivellution) Enzo Bregy 703\_b (Electric)  
Wohneinrichtung - Möbel : Sandra Kolb 703a  
Lebensmittel - star food, Chantal Pieren 703a, Danae Nicolaides 703b  
Freizeit- und Sportbekleidung - Daniela Bühler 703a, Imstepf Sandra 703\_b  
Restaurant (Div.) - Mama's Friend, Marleen Fässler, 703a  
Fluggesellschaften - Switzerland Airlines, Dominique Pigliapoco 703 a  
Internet/Online - Isabel Chastonay 703 a  
Kommunikation/ Zeitung / Radio - Caroline Moser 703a  
Versicherungen - Aline Halter - 703\_a, Jasmin Ryser - 703\_b  
Bau - Stefan Weber 703a - Weber AG, Eva BRunnenmeister 703\_b  
Transportunternehmen - Sandrine Borer 703a, Christy Keller 703\_b  
Wohneinrichtung und Möbel - Johanna Vogt 703\_b  
Banken - Jan Klemt 703\_b  
Wohneinrichtung - Möbel: Sophie von Siebenthal 703b, Mika Möbel  
Versicherungen - Jasmin Ryser - 703\_b, Youth  
Divers (Autofabrikant) - Hämmerli Automobile, Hämmerli Marc, 703\_a  
Kosmetikprodukt - Caroline Jeschke 703b  
Divers - Trendsportartikel - Michael Zimmermann, 703a  
Kosmetikartikel Sarah Weber 703a

# 5 Phasen – 3. Semester

**Phase 2 (Woche 4-7):** Sie erarbeiten ein Grobkonzept eines Event mit Grobbudget etc.. Für dieses Event brauchen Sie einen grösseren Sponsoringbeitrag. Sie werden also eine Sponsoringanfrage entwickeln, die Sie an diese Firmen (= direkt ins Forum an die Firma) senden.

**Phase 3 (Woche 8-10):** Sie beurteilen diese Sponsoringanfragen und vergeben je nach Event die Sponsoringfranken. Jede Firma kann maximal 50'000 CHF Sponsoringgelder ausschütten. Wichtig: Dabei dürfen ans eigene Event keine Sponsoringgelder verteilt werden. Alle Antworten werden mit Begründung im Forum veröffentlicht.

**Phase 4 (Woche 11-12):** Jede Firma stellt auf Excel-Tabellen übersichtlich dar, wie viel Sponsoringgelder er an wen verteilt hat. Zudem wird am Schluss das Sponsoring-Beurteilungsraster veröffentlichen.

**Phase 5 (27. November):** Sponsor-Spezialist gibt Feedbacks zu den Anfragen und gibt Tipps zum Sponsoring.

**Spielgrundsatz:** Das Spiel wird nur dann lehrreich, wenn Sie eine gewisse Vertraulichkeit wahren. Mit anderen Worten: Halten Sie das Sponsoring-Beurteilungsraster möglichst vertraulich und machen Sie keine "Deals" (= WENN DU MIR GIBST, DANN GEBE ICH DIR AUCH). Es ist ein Lernspiel und kein Wettkampf. Es gibt weder Punkte noch einen Preis zu gewinnen.

**Quellen:** Sie finden die verschiedenen Raster sowie Konzepte im Internet. Bitte immer die Quellen angeben.

**Spielschluss:** Sieger ist der Event, welcher am meisten Sponsoringgelder erhalten hat.

**Spieltermine:** Die einzelnen Termine werden immer im Klassenkalender angezeigt werden. Eine Spielphase dauert ca. 3 Wochen.

**Spielaufwand:** Sie erhalten während der Veranstaltung "Marken, Sponsoring, Event" Zeit für die Bearbeitung. Wenn Sie diese Zeit effizient nutzen, dann entsteht kein Mehraufwand ausserhalb der üblichen Lernveranstaltung.

# Befragung, Datenbank, Forum, Wikis

**CG case game "Event- & Sponsoring":** Visionen - Sponsoring-Leitlinie & Sponsoringantrag

 Sponsoring-Gelder

 Befragung CG - Phase I

 Befragung Phase I

 Datenbank Event-Konzepte - nicht vor 17. Nov abends

 Befragung - Phase II - Event-Innovation - Sponsoringanfrage

 Befragung Phase II

 Sponsoring-Gelder

 Electronixx Informatik

 BeautifulLine Kosmetik

 electric Getränk

 PilaYoga Freizeit- und Sportbekleidung

 J.K.Bank - Banken

 Youth Versicherung

 be-cool Lebensmittel

 SZG Transportunternehmen - Bahn - Bus

 All 4 One Bauunternehmen

 Mika Möbel

 Radio Now Kommunikation - Zeitung - Radio - TV

 More Real Kosmetik

 JVD TO

 LaFour Möbel

 Mama's Place Restaurantkette

# Phase I : U-Vision + Zielgruppen



## LIKE - Unternehmensvision

von Bühler Daniela - Tuesday, 5. October 2010, 09:48

### LIKE - Unternehmensvision

We **LIKE** to clothe you.

**LIKE** als international tätiges Unternehmen bietet eine Reihe von Kleidungsstücken und Accessoires an. Das Hauptangebot beinhaltet Indoor- sowie Outdoor-Sportkleidung und Turnschuhe für Mann und Frau.

Zunehmend bieten wir auch Casual Wear an, um uns weitere Präsenz auf dem Markt zu sichern.

Im Sinne unserer Konsumenten schaffen wir neue Trends und bieten beste Qualität. Mit innovativen Ideen streben wir danach, die Sportler optimal zu unterstützen, damit Sie ihr Potenzial ausschöpfen können.

Bei dem Ziel, zum weltweit führenden Unternehmen der Sportartikelbranche zu werden, geht es nicht nur um Ergebnisse, sondern auch darum, wie diese Ergebnisse erreicht werden.

Wir bekennen uns zu verantwortungsvoller Unternehmensführung und nutzen unsere Nachhaltigkeitserklärung und die Missionen unseres Unternehmens in den Bereichen Sozial- und Umweltangelegenheiten, Human Resources und gesellschaftliches Engagement, um dieses Ziel zu erreichen.

Just the way you **LIKE**...

### LIKE - Zielgruppen

- Sportlerinnen und Sportler, Alter 20-35 Jahre
- Sportlich aktive Frauen und Männer, Alter 35-50 Jahre

# Phase I : Sponsoring-Leitlinien + Antrag



## Sponsoring Leitlinien + Antrag

von [Bühler Daniela](#) - Wednesday, 13. October 2010, 10:31

[Sponsoring\\_Antrag\\_LIKE.docx](#)

**LIKE** erachtet Sponsoring als wichtiger Bestandteil in der Kommunikation. Unsere Engagements sollen für beide Seiten einen Nutzen erbringen und dem Publikum einen Mehrwert bieten.

Wir überprüfen gerne Ihre Anfrage für eine interessante Zusammenarbeit. Bitte beachten Sie vor dem Ausfüllen des Antragsformulars unsere Leitlinien der Sponsoringstrategie:

### **LIKE - Leitlinien:**

#### *International*

**LIKE** engagiert sich international und arbeitet mit internationalen sowie nationalen Sponsoringnehmern zusammen.

#### *Mehrwert*

Bei sämtlichen Engagements wollen wir durch das Sponsoring einen Mehrwert für unsere internen und externen Kunden generieren.

#### *Mitbewerb*

Angestrebt werden Partnerschaften als Exklusivsponsor oder Co-Sponsorings mit einer Exklusivitätsklausel für den Bereich Sportbekleidung. Die Zahl weiterer Sponsoren sollte 4 nicht überschreiten.

#### *Qualität*

**LIKE** hält die Zahl der Engagements gering, um genügend Raum für begleitende Massnahmen in Kommunikation und Marketing zu haben.

#### *Integriert*

Sponsoring-Massnahmen sind integrierter Bestandteil der Gesamtmarketingstrategie. Sie werden konsequent mit den anderen Kommunikationsinstrumenten vernetzt.

#### *Tabus*

Kein Sponsoring sittlich, religiös, oder ethisch fragwürdiger Anlässe.

Keine Beteiligung an polarisierenden Aktivitäten, die zu einer Spaltung der Kernzielgruppen führen könnten.

# Beispiel Antrag



## Sponsoring LIKE Anfrage um eine Projektunterstützung

**Persönliche Angaben:**

Projekt (Bezeichnung / Name) .....

Durchführende Organisation .....

Name des/der Verantwortlichen / Ansprechperson .....

Strasse .....

PLZ, Ort .....

Telefon .....

Fax .....

Email .....

Mobile .....

In welcher Beziehung stehen Sie zu LIKE?.....

.....

**Allgemeine Angaben zum Projekt:**

Beschreiben Sie bitte ihr Projekt in wenigen Sätzen und nennen Sie den anzunehmenden finanziellen oder materiellen Aufwand.

.....

.....

.....

.....



**Zielgruppen**

Welches sind Ihre Zielgruppen?

.....

.....

.....

.....

**Ziele**

Welche Ziele wollen Sie mit Ihrem Anlass erreichen?

.....

.....

.....

.....

**Gegenleistungen**

Welches sind Ihre Gegenleistungen an den Sponsor "LIKE"?

.....

.....

.....

.....

**Erfolgskontrolle**

Wie kontrollieren Sie das Erreichen Ihrer Ziele? (Anzahl Besucher, Anzahl Wettbewerbsteilnehmer, Medienecho usw.)

.....

.....

.....

.....



# Jede/R Student/in 1 Forum - Gruppen

Thema	Beginnt mit
Sponsoringgelder LIKE	 Bühler Daniela
Sponsoringantrag Art on Ice	 Moser Caroline
Sponsoring Anfrage RhugMel	 Urfer Nadja
Sponsoring Anfrage für Spendengala	 Weber Stefan
SponsoringAnfrage Big-Air Bundesplatz	 Hämmerli Marc
Sponsoring Leitlinien + Antrag	 Bühler Daniela
LIKE - Unternehmensvision	 Bühler Daniela





# Befragung – veröffentlicht in pdf

3. Schreiben Sie in Stichworten kurz auf, welche Vision (=auch warum) Ihnen besonders gefallen hat.

#	Antworten
1	Rivellution, kommt erfrischend farbig daher. Youth Versicherung ist kurz, einfach und klar formuliert = gut verständlich
1	electric getränke: Darstellung, das spiel mit den Schriftarten
1	Rivellution: farbig, anderes layout, besonders
1	Mama's Place
1	Rivellution = starke Vision weil geht mit gezielten Facts unter die Haut (Einbezug von Umwelt, Ehrgeiz (Sport), Freude, Vitalität...)
1	die Vision von Rivellution hat mir besonders gefallen. Farbenfroh, kurz, präzis, motivierend und überzeugend!
1	Rivellution: Kann sich von anderen Konkurrenten im Auftritt abheben, spricht eine Sprache CD; passt zur Firma (Zielgruppe Lebenskünstler)
1	be-Cool Lebensmittel. Mir gefällt die Wortwahl, die Beschreibung des Glaces...
1	LIKE finde das Konzept super! Gute Idee
1	electric Getränke: jung und frisch
1	Die Vision von LaFour. Sie ist klar und einfach formuliert. Zudem entsteht beim Lesen der Wunsch solch ein Möbelstück besitzen zu wollen.
1	Rivellution - kurz und prägnant, farbig -> sticht heraus, sagt etwas über die Firma aus, bereits im Design
1	PilaYoga: Gut da wissenschaftlich unterlegt
1	Rivellution, weil sie erfrischend und innovativ ist
1	Die Vision von Beautiful Line hat mir gut gefallen, da sie schön dargestellt ist und die Zielgruppen klar formuliert sind.
1	be-cool, sehr gut umzusetzen, ähnlich wie Red Bull, verspricht Erfolg
1	Version der Weber Bau AG, klingt realistisch und nicht zu hoch gegriffen sagen wir mal (einhalten)
1	Mir hat besonders gut gefallen die Vision von Rivellution und Electric Getränke
1	All 4 One Bauunternehmung. Sehr überzeugend geschrieben. Enthält alle wichtigen Aspekte.
1	FreeFeel Sortgeräte, weil: konkret, übersichtlich, aussagekräftig
1	Die Vision von Rivellution... bereits der name spricht an und die vision ist kurz, klar und übersichtlich

# Befragung – veröffentlicht in pdf

4.

Welcher Sponsoringantrag bzw. Leitlinie hat Ihnen besonders gefallen - werden Sie "klauen" (= Copyright - frei 😊)






#	Antworten
1	Sponsoringantrag keinen, da alle so ziemlich gleich. Leitlinien von be-cool, einfach und kurz erklärt
1	die meisten sind vom Inhalt her identisch;) alle die Anträge mit eigenem Logo werden somit bevorzugt. z.B. Be-cool
1	be cool, gute idee mit dem Logo, einfach Fragen, (ausser Budgetplanung)
1	die Farben von Rivellution
1	Electronixx = gute visuelle Umsetzung, Umfangreicher Fragebogen, einfach auszufüllen
1	Ich würde den Sponsoringantrag von HAC kopieren! 😊 graphisch sehr gut und das Wichtigste wird erwähnt!
1	Rivellution: Kann sich von anderen Konkurrenten im Auftritt abheben; spricht eine Sprache CD, passt zur Firma (Zielgruppe Lebenskünstler)
1	HAC Autobranche! Wunderschönes Design. Kluge Fragen
1	Ich finde den Rivellution sehr gut gemacht.
1	Radio Now: Leitlinien sind originell geschrieben, Darstellung und Formulierung passen zur Vision; FreeFeel: Sponsoringantrag super formatiert!
1	Die Leitlinien von Electronixx haben mir am besten gefallen, da sie einerseits einfach formuliert sind und andererseits sehr sinnvoll sind.
1	Study Food - sehr ausführlich, detailliert -> der Antragsteller weiss von Anfang an genau, was er zu tun hat etc.
1	HAC,Layout. Be cool: erfolgskontrolle,Layout angepasst
1	Rivellution, weil sie präzis, aber lustig und bunt ist: entspricht mit dem Farben der Idee
1	Verschiedene. Aber zum Beispiel der von LIKE gefällt mir sehr gut (übersichtlich und klar)
1	HAC Autobranche, sehr schön dargestellt
1	Sponsoring Antrag Mamas Place (Rk) kurz, knapp aber sachlich hat das wesentliche inbegriffen=lässt sich gut ausfüllen
1	Sponsoringantrag und Leitlinien von Rivellution fand ich gut
1	Antrag von Like. Alles enthalten, man erhält die Infos, die man braucht, wenn man den Antrag liest.
1	Like

# Befragung – Feedback Spiel

5. Schreiben Sie ganz spontan, wie Ihnen dieses "game" (=Lern-Spiel) gefällt. Was Ihnen gefällt, was Sie anders machen würden!

#	Antworten
1	An sich gut, dass wir das mal durchspielen können jedoch: Sehr viel Zeitaufwand nötig = schwierig mit so viel anderen Arbeiten - Zeit in Unterricht geben Schwierig einfach ein Event aus dem Ärmel zu schütteln Die Aufgabe ist sehr generell, da passen dann nicht alle Zielgruppen zusammen bzw. man bräuchte einen Sponsor den es im Spiel garn nicht gibt - vielleicht einige Einschränkungen machen vor Beginn Spiel.
1	Ich fands noch lustig. gute Erfahrung. Da wir alle ein bisschen faul sind, haben wir viele Leitlinien kopiert..gab noch witzige Resultate,) Dafür, dass es keine Punkte gibt, war es zu Zeit intensiv!
1	Es hat spass gemacht dieses SPiel zu "spielen", nur finde ich schade, dass man seeehr viel zeit investieren muss und keine Bewertung kriegt.
1	Eigentlich gefällt mir dieses Spiel, aber da wir in diesem Modul schon genug Arbeiten haben, war der Aufwand auch dementsprechend. Habe also nur ganz wenige Antragsformulare ausgefüllt. Eigentlich sollte das spiel im 4. semester anstelle des events gemacht werden. dann wäre auch nicht alles copy paste in den leitbildern und visionen.
1	Ende gut alles gut. Ich finde es eine gute Sache, da man am anfang selbständig recherchiert, und am ende die resultate aller anderen sieht wodurch man die vielseitigen (oder auch nicht) umsetzungen sieht. Evtl. wäre es von Vorteil am Anfang des Spiels bisschen genauer zu erklären (durchspielen)wie der Ablauf ist, um sich bei den Visionen und Leitlinien besser gedanken machen kann. Fazit: ganz ok.
1	Am Anfang konnte man sich dieses Game nicht recht vorstellen und ich hatte Mühe mich ins Spiel hinein zu versetzen. Jedoch war es dann interessant und spannend die verschiedenen kreativen Unternehmensvision zu lesen. Ich dachte aber, dass man den Event auf das eigene Unternehmen stützen muss. Ich war dann ein wenig enttäuscht, dass ich mein Unternehmen nicht mit meinem Event verbinden konnte. Alles in Allem, war das Game eine super Erfahrung!
1	Ich finde das Game sehr gut. Ich konnte mir mehr Wissen aneignen. Das Game hat einen Wert von mindestens 20 Punkten. Ich finde es schade, dass dies nicht als "kleine" Arbeit gewertet wird, denn der Aufwand ist ziemlich hoch! Ich bin überzeugt, dass die Arbeiten qualitativ besser ausgeführt werden, wenn es zählt.
1	Die Idee des Games ist super. Wir lernen, wie in der richtigen Welt das Sponsoring verläuft. Mich störte ein wenig, dass alles immer so unklar ist, wir keine genaue Angaben bekommen was, wie gemacht werden soll!!! Zusätzlich ist der Arbeitsaufwand SEHR gross und es gibt NULL Punkte...naja, das Verhältnis stimmt einfach nicht! Mir hätte es besser gefallen, wenn wir zu zweit einen Event hätten kreieren können. So kommen bessere Ideen auf und zusätzlich ist der Arbeitsaufwand ein wenig geringer. Im echten Leben, arbeitet man an solchen Projekten nämlich nicht alleine...

# Phase II: Event - Sponsoring-Anfrage

-  Befragung CG - Phase I
-  Befragung Phase I
-  Datenbank Event-Konzepte - nicht vor 17. Nov abends
-  Befragung - Phase II - Event-Innovation - Sponsoringanfrage
-  Befragung Phase II

## **Event: Sponsoring-Anfragen -Gesuche**

-  Sponsoring Anfrage Minus Beispiel A
-  Sponsoring Anfrage Minus Beispiel B
-  Sponsoring Anfrage Plus Beispiel A
-  Sponsoring Anfrage Plus Beispiel B
-  Sponsoring Anfrage Plus Beispiel C

# Eventkonzept



## Briger „Abusitz“<sup>66</sup>

Samstag den 29. Oktober 2011 in der Altstadt Brig

Präsentiert von





# Eventkonzept

**Briger „Abusitz“** 29.10.2011

## Konzept

Am 29. Oktober 2011 passend zu Halloween findet der erste Briger „Abusitz“ statt. Der „sagenhafte“ Abend widerspiegelt unsere Kantonsgeschichte von einer ganz anderen Seite, die selbst ein Walliser noch nie zuvor so zu Ohr bekommen hat.

Für einmal drehen wir die Uhren in die Vergangenheit zurück und entführen das Publikum aus ihrem Alltag. Bei einem spannenden und gruseligen Abendprogramm (18.30 Uhr-02.00 Uhr), kann sich das Publikum mit alten Walliser Geschichte und unserer Traditionen vertrauter machen. Die Altstadt von Brig wird sich in eine einzigartige Bühne verwandeln.

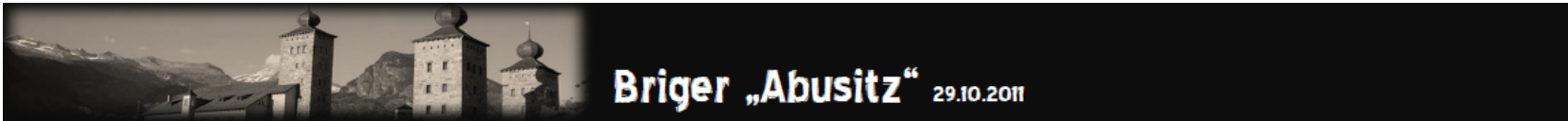
Das Verstummen der Walliser Sagen hält schon zu lange an, aus diesem Grund soll der traditionelle Abendsitz wieder zum Leben auferweckt werden.

## Abusitz

Früher, als die Arbeit des Tages getan war, setzten sich die Walliser Bauern, mit Familie und Freunden zum „Abusitz“ zusammen. Sie erzählten sich gegenseitig Sagen, Mythen und „Bozugschichte“ (Geistergeschichten).



# Eventkonzept



**Briger „Abusitz“** 29.10.2011

## Die Besucher

Wir erwarten ein breites Zielpublikum. An erster Linie wollen wir vor allem die regionale Bevölkerung ansprechen. Aus diesem Grund werden wir auch gratis Extrabuse für den Rücktransport organisieren, um so mehr Leute aus der Region anzulocken. Das Programm wurde so konzipiert, dass für alle Alterskategorien etwas dabei ist.

## Das Programm 29.10.2011, 18.30 Uhr-02.00 Uhr












	18.30 h	19.00 h	19.30 h	20.00 h	20.30 h	21.00 h	21.30 h	22.00 h	22.30 h	23.00 h	23.30 h	24.00 h	00.30 h	01.00 h	01.30 h
Stockalperschloss Führung	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red		
Stockalperpark Tanz, Theater	Tanz	Theater	Tanz	Theater	Tanz	Theater	Tanz	Theater	Tanz	Theater	Tanz	Theater	Tanz	Modenshow	
Hexenkeller Styling	Green														
Haus der alten Schmidtja Sagenerzählung	Blue		Blue		Blue		Blue		Blue		Blue		Blue		
Restaurants	Purple														
Püromärt	Red														
Kasparkeller Workshops	Green														
Hexenkessel Barbetrieb	Purple														
Gradzugwanderung	Blue														

- all 1/2 h wird eine Schlossführung durchgeführt
- das Styling kann jederzeit durchgeführt werden
- Workshops können jederzeit besucht werden
- in den Restaurants werden keine Reservationen entgegengenommen

# Sponsoringkonzept

<b>Sponsoringarten</b>		
<b>Hauptsponsor</b>	<b>Co-Sponsor</b>	<b>Sponsor Modenshow</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Branchenexklusivität</li> <li>• Ganzseitiges vierfarbiges Inserat im Programmheft</li> <li>• Logo-Präsenz auf der ersten Seite des Vouchers</li> <li>• Logo-Präsenz Werbeplakat und Flyers</li> <li>• Logo-Präsenz auf den Tischsets in allen Restaurants</li> <li>• Logo-Präsenz auf der Homepage</li> <li>• Erwähnung des Hauptsponsors in jedem Medienkonferenz</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Branchenexklusivität</li> <li>• Halbseitiges vierfarbiges Inserat im Programmheft</li> <li>• Logo-Präsenz auf den Tischsets in allen Restaurants</li> <li>• Logo-Präsenz Parkbühne</li> <li>• Logo-Präsenz Werbeplakat und Flyers</li> <li>• Logo-Präsenz auf einer Voucherseite</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Halbseitiges schwarz-weisses Inserat im Programmheft</li> <li>• Logo-Präsenz auf den Tischsets in allen Restaurants</li> <li>• Logo-Präsenz Parkbühne</li> <li>• Logo-Präsenz-Hexenkeller</li> </ul>
<b>Hospitality</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• VIP-Vouchers inkl. Abendessen im Restaurant Ihrer Wahl für 10 Personen</li> <li>• Alle Getränke gratis</li> <li>• 15 Plätze in der ersten Reihe für alle Darbietungen auf der Parkbühne</li> <li>• 25 gratis Vouchers</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• VIP-Vouchers inkl. Abendessen im Restaurant Ihrer Wahl für 4 Personen (inkl. Getränke)</li> <li>• 10 Plätze in der ersten Reihe für alle Darbietungen auf der Parkbühne</li> <li>• 20 gratis Vouchers</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 10 Plätze in der ersten Reihe für alle Darbietungen auf der Parkbühne</li> <li>• 10 gratis Vouchers</li> </ul>
<b>Sponsoringsumme:</b> CHF 15'000	<b>Sponsoringsumme:</b> CHF 6'500	<b>Sponsoringsumme:</b> CHF 2'500

# Sponsoring-Anfrage im Forum

Thema	Beginnt mit
<a href="#">Definitive Sponsorgelder</a>	 <a href="#">Kolb Sandra</a>
<a href="#">Sponsoringantrag Humanitäre Hometrainer Lesung</a>	 <a href="#">Brunnenmeister Eva</a>
<a href="#">Sponsoring Antrag</a>	 <a href="#">von Siebenthal Sophie</a>
<a href="#">Sponsoringantrag Sky Dinner</a>	 <a href="#">Vogt Johanna</a>
<a href="#">Sponsoring-Antrag Gourmetwanderung Bern</a>	 <a href="#">Fässler Marleen</a>
<a href="#">Sponsoringantrag Art on Ice</a>	 <a href="#">Moser Caroline</a>
<a href="#">Sponsoringantrag Hornschlittenrennen Bergün</a>	 <a href="#">Bühler Daniela</a>
<a href="#">Event: SKY-BERLIN</a>	 <a href="#">Klemt Jan</a>
<a href="#">Sponsoring Anfrage Event: SKY-BERLIN</a>	 <a href="#">Klemt Jan</a>
<a href="#">Leitlinien und Sponsoringantrag</a>	 <a href="#">Kolb Sandra</a>
<a href="#">Unternehmensvision</a>	 <a href="#">Kolb Sandra</a>

# Sponsoring – Antrag pdf + Anfrage



## Sponsoring-Antrag Gourmetwanderung Bern

von [Fässler Marleen](#) - Monday, 29. November 2010, 17:21

 [Sponsoring-Antrag\\_Gourmetwanderung\\_LaFour.pdf](#)

Sehr geehrte Frau Kolb

Wir würden uns auf eine gute Zusammenarbeit mit Ihrem Unternehmen freuen.

Besten Dank für Ihre Kenntnissnahme.

Freundliche Grüsse,  
Marleen Fässler



## Sponsoring Antrag

von [von Siebenthal Sophie](#) - Thursday, 2. December 2010, 07:58

 [Sponsoring\\_Antrag\\_LaFour.pdf](#)

Guten Tag Frau Kolb

Für unseren Event music&light suchen wir noch Sponsoren und senden Ihnen anbei unser Sponsoringantragsdossier.

Wir würden uns auf eine gute Zusammenarbeit freuen.

Freundliche Grüsse  
Sophie von Siebenthal

Leiterin Sponsoring/Marketing  
music&light GmbH  
Postfach  
3600 Thun

# Sponsoring-Anfrage mit .doc Vorgabe

# ***LaFour***

**SPONSORING-ANFRAGE**

---

Was ist der Name ihres Projekts?

music&light

***Kurzer Projektbeschreibung:*** Worum geht es in ihrem Projekt?

Am 9. Juli 2011 findet in der Thuner Innenstadt zum ersten Mal music&light statt. Am Nachmittag finden auf sechs Bühnen verteilt durch die Stadt Thun Musikwettkämpfe statt. Pro Bühne gibt es ein Musikstil und je fünf Teams die gegeneinander antreten. Das Publikum entscheidet wer gewinnt.

# Sponsoring-Anfrage mit .doc Vorgabe

**Leistungen:** Welche Leistungen erwarten Sie von uns?

Als Co-Sponsor der Jazzbühne erwarten wir Sponsoring für den Event auf der Jazzbühne sowie der dazugehörigen Lounge. Dies würde einer Summe von CHF 7'000 entsprechen.

**Gegenleistung:** Was könnten Sie uns als Gegenleistung anbieten?

Wir bieten Ihnen an mit Ihren Möbeln (ausrangiert oder nicht) die Lounge zu gestalten, wo Sie zudem mit einem Stand präsent sein können. Ihr Logo wird auf dem Flyer und diversen Plakaten erscheinen, sowie an der Abendshow im Rahmen der Co-Sponsoren vor Showbeginn an das Schloss projiziert. Zudem können fünf Ihrer Mitarbeiter am Abendevent teilnehmen.

**Partner:** Konnten Sie bereits andere Partner für Ihr Projekt gewinnen? Wenn ja, welche?

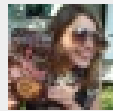
Bis jetzt bekannte Partner sind Thun Tourismus, die Stadt Thun sowie das Schlossmuseum Thun. Gesucht werden noch ein Hauptsponsor für den Hauptevent sowie weitere fünf Co-Sponsoren für die sechs Kleinbühnen und zwei Hospitality Sponsoren.

# Sponsoring-Gelder = 50'000.- / Firma

Sponsoringgelder DEFINITIV		Urfer Nadja
Sponsoring Anfrage Rock by the Rocks		Nicolai des Danae
Sponsoring Antrag Nostalgie Abfahrt Weissmies		Bregy Enzo
Sponsoring-Anfrage Lionel-Preis		Chastonay Isabel
Sponsoringanfrage Windsurf Worldcup Unersee 2011		Pieren Chantal
Sponsoring-Antrag Gourmetwanderg Bern		Fässler Marleen
Sponsoringantrag Art on Ice		Moser Caroline
Sponsoringantrag Hornschlittenrennen Bergün		Bühler Daniela
Sponsoring-Antrag Briger Abusitz		Imstepf Sandra
Sponsoring Leitlinien		Urfer Nadja
Unternehmungsvision & Zielgruppen		Urfer Nadja



# Sponsoringgelder - Excel



## Sponsoringgelder DEFINITIV

von [Urfer Nadja](#) - Monday, 20. December 2010, 14:09

 [Spendegelder.xlsx](#)

**Herzlichen Dank** für die Sponsoringanfragen.

Es waren viele interessante Events dabei.  
Leider haben wir nur ein beschränktes Budget zur Verfügung.

**Rivellution** unterstützt **sportliche & aktive Events!**

**Rivellution** freut sich auf eine **erfolgreiche Zusammenarbeit!**


Frohe Weihnachten 😊

Mit winterlichen Grüßen

Nadja Urfer  
Sales Manager **Rivellution**

# Sponsoringgelder mit Begründung

Budget 50'000 CHF							
Anfragen	Kontaktperson	erhalten	Idee (1-5)	Zielgruppe	Passt JA / NEIN	Anfrage (1-5)	Sponsoringart
Briger Abusitz	Sandra Imstepf	28.11.2010	4	Walliser, Kultur	NEIN	4	finanziell
Hornschlittenrennen Bergün	Daniela Bühler	29.11.2010	4	Junge, Aktive,	JA	5	finanziell
Art on Ice	Caroline Moser	29.11.2010	2	Kultur ; BERN	NEIN	3	finanziell
Gourmetwanderung Bern	Marleen Fäsler	29.11.2010	5	Bern, alt & jung	NEIN	3	finanziell
Windsurf Worldcup	Chantal Pieren	30.11.2010	4	aktiv, sportlich, revolutionär	JA	4	finanziell & Getränke
Lionel-Preis	Isabel Chastonay	01.12.2010	3	Kultur Jugendliche, Wallis	NEIN	3	finanziell & Getränke
Nostalgie Abfahrt Weissmies	Enzio Bregy	02.12.2010	5	aktiv, sportlich, revolutionär	JA	5	finanziell & Getränke
Rock by the Rocks	Danae Nicolaides	02.12.2010	4	aktiv, revolutionär	JA	4	Getränke

Sponsoring 							
Budget 50'000 CHF							
Anfragen	Kontaktperson	Eingang	Zielgruppe	Art			
Big-Air Bundesplatz	Marc Hämmerli	21.11.2010	Junge, Modebewusste, aktive/passive Wintersportler, Sportbegeisterte	finanziell			
Gehörlosen Spendengala presented by the Dolder Grand	Stefan Weber	24.11.2010	Promis aus Sport, Wirtschaft, Kultur, Politik	finanziell			
Rugh Me!	Nadja Urfer	25.11.2010	Amateur- und Firmenmannschaften, Akademiker, soziale Organisationen	finanziell & T-shirts			
Art on Ice...einmal anders	Caroline Moser	29.11.2010	Kunst- und Kulturinteressierte, aber auch nicht Museumgänger...	Winterbekleidung			

Sponsoringtyp	Beziehung zu LIKE	Definiver Sponsoring	Betrag
Hauptsponsor	LIKE als starke Marke ein Begriff, Übereinstimmung der Zielgruppe	Hauptsponsor	CHF 15'000.00
Apéro-Sponsor	The Dolder Grand Hotel Zürich ist Stammkunde im Indoorbereich	Apéro-Sponsor	CHF 10'000.00
Hauptsponsor	Sportlerin stattet sich mit LIKE Ausrüstung aus, kennt LIKE Produkte	Hauptsponsor (finanziell und T-Shirts)	CHF 20'000.00
Exklusivsponsor	viel gutes über LIKE gehört	Mützen & Handschuhe, Exklusivsponsor Sportbekleidung	CHF 5'000.00
			CHF 50'000.00

# Alle Eventkonzepte - Datenbank

Datum: 18. November 2010

Datei:  [Streethockey\\_Turnier\\_Zug.pdf](#)

Autor: [Weber Sarah](#)

Kurzbeschreibung: Streethockey Cup



Datum: 18. November 2010

Datei:  [Snow Challenge](#)

Autor: [Borer Sandrine](#)

Kurzbeschreibung:



Datum: 18. November 2010

Datei:  [La Notte Bianca - Bern](#)

Autor: [Pigliapoco Dominique](#)

Kurzbeschreibung:



Datum: 18. November 2010

Datei:  [Rock by the Rocks - 2011](#)

Autor: [Nicolaidis Danae](#)

Kurzbeschreibung:



Datum: 18. November 2010

Datei:  [Event-Briger Abusitz](#)

Autor: [Imstef Sandra](#)

Kurzbeschreibung:

**Briger Abusitz** - Ein sagenhafter Abend



Datum: 18. November 2010

Datei:  [eventkonzept\\_musicalandlight.pdf](#)

Autor: [von Siebenthal Sophie](#)

Kurzbeschreibung: music&light - the show 2011



Datum: 17. November 2010

Datei:  [nostalgieabfahrt.pdf](#)

Autor: [Bregy Enzo](#)

Kurzbeschreibung: Nostalgie Abfahrt Weissmies



Datum: 17. November 2010

Datei:  [Spendengala.pdf](#)

Autor: [Weber Stefan](#)

Kurzbeschreibung:



# Befragung - Eventkonzept

1.

**... aus Sicht der Innovation gebe ich folgende Punkte** von 1 - 10 (10= ausgezeichnet 8 = gut 6 = genügend 4 = ungenügend 2 = schlecht). **Hinweis:** Es müssen alle bewertet werden - Sie müssen also alle Unterlagen lesen!

	Durchschnittsbewertung											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
Windsurf World Cup									■			7.7
Streethockey Turnier Zug							■					6.8
Snow Challenge							■					7.1
La Notta Bianca									■			7.8
Rock by the Rocks										■		8.2
Event Briger Abusitz											■	8.8
musicandlight								■				7.3
nostalgieabfahrt									■			8.0
Spendengala								■				7.1
Art on Ice									■			7.7
Gourmetwanderung									■			7.9
Spiez4Cross										■		8.0
Spielabend auf dem UEtliberg							■					6.6
Sky Dinner									■			7.5
Wellnessevent Scuol									■			7.9
Humanitäre Hometrainer Lesung									■			7.5
Big Air Bundesplatz											■	8.5
Hornschlittenrennen Bergün									■			7.7
Lionel Preis									■			7.3

# Befragung - pdf

2.

Beim folgende Dossier fand ich die **Grafik/Layout super..!**

#	Antworten
1	Rock by the Rocks war super
1	Briger Abusitz & Big Air
1	Rock by the Rocks
1	Apple Days und Event Briger Abusitz sind super!
1	Rock by the Rocks
1	Nostalgieabfahrt
1	Briger Abusitz: starke Wirkung des Layouts!; Spiez4Cross: ansprechendes Layout
1	Ich fand das Event Event Briger Abusitz sehr interessant und vom Layout sehr schön!
1	das <b>Design</b> des Events "La Notta Bianca" fand ich sehr schön
1	Big Air Bundesplatz, hammer Schrift!
1	Apple Days hat ein super Layout!
1	Big Air Bundesplatz
1	Nostalgie-Abfahrt
1	Windsurf Worldcup
1	Wellnessevent Scuol
2	Briger Abusitz
1	briger abusitz Nostalgieabfahrt
1	Spiez4Cross finde ich gut Abgestimmt - Event-Farben-Layout
1	Windsurf World Cup
1	Das Grafik/Layout vom Event haiti gefiel mir besonders gut, da die Darstellung sehr professionell gestaltet ist und gleich so übernommen werden könnte.
1	Besonder La notte bianca, Rock by the Rocks oder auch Briger Abusitz haben mir vom Layout her super gefallen. Und auch vom Konzept her.

# 5 Phasen

**Phase 2 (Woche 4-7):** Sie erarbeiten ein Grobkonzept eines Event mit Grobbudget etc.. Für dieses Event brauchen Sie einen grösseren Sponsoringbeitrag. Sie werden also eine Sponsoringanfrage entwickeln, die Sie an diese Firmen (= direkt ins Forum an die Firma) senden.

**Phase 3 (Woche 8-10):** Sie beurteilen diese Sponsoringanfragen und vergeben je nach Event die Sponsoringfranken. Jede Firma kann maximal 50'000 CHF Sponsoringgelder ausschütten. Wichtig: Dabei dürfen ans eigene Event keine Sponsoringgelder verteilt werden. Alle Antworten werden mit Begründung im Forum veröffentlicht.

**Phase 4 (Woche 11-12):** Jede Firma stellt auf Excel-Tabellen übersichtlich dar, wie viel Sponsoringgelder er an wen verteilt hat. Zudem wird am Schluss das Sponsoring-Beurteilungsraster veröffentlicht.

**Phase 5 (27. November):** Sponsor-Spezialist gibt Feedbacks zu den Anfragen und gibt Tipps zum Sponsoring.

**Spielgrundsatz:** Das Spiel wird nur dann lehrreich, wenn Sie eine gewisse Vertraulichkeit wahren. Mit anderen Worten: Halten Sie das Sponsoring-Beurteilungsraster möglichst vertraulich und machen Sie keine "Deals" (= WENN DU MIR GIBST, DANN GEBE ICH DIR AUCH). Es ist ein Lernspiel und kein Wettkampf. Es gibt weder Punkte noch einen Preis zu gewinnen.

**Quellen:** Sie finden die verschiedenen Raster sowie Konzepte im Internet. Bitte immer die Quellen angeben.

**Spielschluss:** Sieger ist der Event, welcher am meisten Sponsoringgelder erhalten hat.

**Spieltermine:** Die einzelnen Termine werden immer im Klassenkalender angezeigt werden. Eine Spielphase dauert ca. 3 Wochen.

**Spielaufwand:** Sie erhalten während der Veranstaltung "Marken, Sponsoring, Event" Zeit für die Bearbeitung. Wenn Sie diese Zeit effizient nutzen, dann entsteht kein Mehraufwand ausserhalb der üblichen Lernveranstaltung.

---

**Fazit:** Mit dem Simulations-Spiel haben die Studenten/innen Wissen und Kompetenz erworben, was folgende Befragungs-Auszüge zeigen[1]:

- Kreativität: „... ich konnte kreativ sein“ = 9.3
- Input / Ideen der Beispiele der Mitstudenten/innen: „... habe von den anderen Ideen gelernt“ = 8.1
- Bewertung / Befragung der Mitstudenten/innen: „... gibt mir eine gute Bestätigung“ = 7.2
- Lerneffekt: „... ich habe viel gelernt“ = 7.0
- Lernspass: „... das Lernen hat mir so Spass gemacht“ = 6.9

[1] Ratingskala 1-10 (10 = ausgezeichnet; 9 = sehr gut; 8 = gut ; 7 = ziemlich gut; 6 = genügend; 5= eher ungenügend; 4 = ungenügend (...); 2 = eher schlecht ; 1 = schlecht / unbrauchbar)

Bei den offenen Fragen:

- „...man lernt viel, kann mal vergleichen, was andere so machen“.
- „...von einem Schritt zum anderen wird mehr über Sponsoring gelernt - dies gefällt mir gut. Zudem ist die Rückmeldung auf der offenen Plattform für das Dazulernen gut“.
- „...le fait d'être plusieurs groupes est bénéfique car on peut aussi voir ce que les autres ont fait et en tirer le meilleur“.



· „J'ai trouvé sympa qu'on puisse mettre en pratique la théorie. Nous avons appris tout en 'jouant' et en ce qui concerne notre groupe on a joué le jeu et ça nous a beaucoup amusé...“

· „Grace à cela, je suis actif et vais chercher l'information. Contrairement à une attitude passive que je pourrai avoir devant un document préformaté“.

· „...vielleicht sollte man so viel Aufwand auch benoten, einfach nur als Hausaufgabe ist der Aufwand enorm. Man steckt wirklich viel Zeit in das Sponsoringdossier“.

· „...ich würde das Spiel bewerten => noch mehr Motivation!!!“

Das Spiel gefällt mir gut, aber ich finde es läuft "nebenher" geht ein bisschen unter, weil es nicht soviel Zeitbedarf. Ich denke würde es bei diesem Spiel um etwas gehen, würden alle mehr motiviert sein und mehr daran arbeiten. 😊 Aber letztendlich macht es Spass und das ist die Hauptsache.

Bis jetzt finde ich das Spiel eigentlich ganz gut, es zeigt uns den Weg von der Entstehung eines Unternehmens bis hin zur Entwicklung. Ich hoffe, dass wir noch mehr Feedback bekommen, um einschätzen zu können, ob es gut oder schlecht ist, was wir da tun.

Ich finde das Spiel eine gute Idee. Allerdings auch sehr aufwändig. Bin gespannt auf die Feedbacks des Experten.

das Spiel ist unheimlich zeitaufwendig und würde mehr Spass machen, wenn man nicht noch 1.000 andere Sachen im Kopf hätte. Es war trotzdem sehr spannend, die Ideen der anderen und deren Umsetzung zu beobachten. Ausserdem kann man viel mit ins berufliche Leben übernehmen. KURZ gesagt: super Spiel, aber zum falschen Zeitpunkt.

Eigentlich gefällt mir dieses Spiel, aber da wir in diesem Modul schon genug Arbeiten haben, war der Aufwand auch dementsprechend. Habe also nur ganz wenige Antragsformulare ausgefüllt. Eigentlich sollte das Spiel im 4. Semester anstelle des Events gemacht werden. Dann wäre auch nicht alles Copy Paste in den Leitbildern und Visionen.

Ende gut, alles gut. Ich finde es eine gute Sache, da man am Anfang selbständig recherchiert, und am Ende die Resultate aller anderen sieht, wodurch man die vielseitigen (oder auch nicht) Umsetzungen sieht. Evtl. wäre es von Vorteil am Anfang des Spiels bisschen genauer zu erklären (durchspielen) wie der Ablauf ist, um sich bei den Visionen und Leitlinien besser Gedanken machen kann. Fazit: ganz ok.

Am Anfang konnte man sich dieses Game nicht recht vorstellen und ich hatte Mühe mich ins Spiel hinein zu versetzen. Jedoch war es dann interessant und spannend die verschiedenen kreativen Unternehmensvisionen zu lesen. Ich dachte aber, dass man den Event auf das eigene Unternehmen stützen muss. Ich war dann ein wenig enttäuscht, dass ich mein Unternehmen nicht mit meinem Event verbinden konnte. Alles in Allem, war das Game eine super Erfahrung!

Ich finde das Game sehr gut. Ich konnte mir mehr Wissen aneignen. Das Game hat einen Wert von mindestens 20 Punkten. Ich finde es schade, dass dies nicht als "kleine" Arbeit gewertet wird, denn der Aufwand ist ziemlich hoch! Ich bin überzeugt, dass die Arbeiten qualitativ besser ausgeführt werden, wenn es zählt.

Die Idee des Games ist super. Wir lernen, wie in der richtigen Welt das Sponsoring verläuft. Mich störte ein wenig, dass alles immer so unklar ist, wir keine genaue Angaben bekommen, was, wie gemacht werden soll!!! Zusätzlich ist der Arbeitsaufwand SEHR gross und es gibt NULL Punkte...naja, das Verhältnis stimmt einfach nicht! Mir hätte es besser gefallen, wenn wir zu zweit einen Event kreieren können. So kommen bessere Ideen auf und zusätzlich ist der Arbeitsaufwand ein wenig geringer. Im echten Leben, arbeitet man an solchen Projekten nämlich nicht alleine...

---

„...Zentral ist dabei eine Veränderung der Aufgabe des/der Dozent/in vom Wissensvermittler hin zum Lernbegleiter. Im angelsächsischen Sprachgebrauch (nicht von Martin Dougiamas) wird der Begriff des Facilitators verstärkt genutzt. Seine Aufgabe ist es, einen Handlungsrahmen zu schaffen, in dem eine lern- und entwicklungsförderliche Umgebung besteht, die ein entdeckendes und aktives Lernen ermöglicht.“[1]

[1] <http://docs.Moodle.org/de/Philosophie>

---

„...da jeder Lernende sich selbst kontrolliert und reflektiert, aber auch offen mit anderen Teilnehmern diskutieren, sich korrigieren und anregen kann. Hier spielt die Lernplattform in zweierlei Hinsicht ihren Vorteil gegenüber vielen anderen Unterrichtsformen aus: Die Kommunikation ist gleichberechtigt und bidirektional sowohl unter den Teilnehmern als auch mit dem Lehrer und sie ist permanent (synchron und asynchron) verfügbar.“[1]

[1] Scheppler, R. (2011, 337): Moodle@Schule. In: Wiegrefe, C. (2011): Das Moodle 2 Praxisbuch – Gemeinsam online lernen in Hochschule, Schule und Unternehmen. Addison-Wesley.

Die Studenten/innen erkennen die Zusammenhänge, da sie beide Seiten „spielen“ müssen. Zudem wird das systematische Denken (Strategien planen, Handlungen anderer mitberücksichtigen...) gefördert. Kleines Problem: Wenn die Termine nicht eingehalten werden, wird es schwierig. Vorschlag: Wir empfehlen ein Malus-System: Wer einen Termin verpasst erhält Minuspunkte.

# Epilog

Moodle – Methoden – Ideen - *Wiegrefe, C. (2011): Das Moodle 2 Praxisbuch – Gemeinsam online lernen in Hochschule, Schule und Unternehmen. Addison-Wesley.*

Merci für die Aufmerksamkeit

Idee zur Diskussion: Projekt – Ideen – Pool in moodle-café...

Buch „50 Methoden- Tipps und Tricks für moodle im Unterricht“

Merci für die Aufmerksamkeit