

## Gewinner des Kampagnen-Wettbewerbs



Clip von Mirko Muhshoff



Clip von Valerie Quade



Comic von Nick Strobel

Aus über 40 kreativen Wettbewerbs-Einreichungen wählte eine Fachjury die Clips von Mirko Muhshoff (18 Jahre) und Valerie Quade (20 Jahre), sowie den Comic von Nick Strobel (16 Jahre) aus.

Die beiden Clips wurden zusammen mit Mirko Muhshoff, Valerie Quade und einem professionell Filmteam nachproduziert.

Der Comic wurde von Nick Strobel auch noch als kurzer Animationfilm umgesetzt.

Weitere Informationen: [www.Dein-Spiel-Dein-Leben.de](http://www.Dein-Spiel-Dein-Leben.de)



# DEIN SPIEL. DEIN LEBEN.

Find your level!

Eine Initiative im Rahmen des:



Gefördert vom:



Projektpartner:



**Spielraum**  
Institut zur Förderung  
von Medienkompetenz



Communitypartner:



Die Kampagne „**Dein Spiel. Dein Leben. - Find your Level!**“ wurde seit Jahresbeginn 2012 von über 100 jugendlichen Gamern aus dem ganzen Bundesgebiet gemeinsam mit dem Institut Spielraum der Fachhochschule Köln und dem Institut für Computerspiel Spawnpoint gestaltet. Die Jugendlichen haben in mehreren Workshop-Phasen, im Austausch mit Pädagoginnen und Pädagogen auf der sechsten medienpädagogischen Netzwerktagung an der Fachhochschule Köln, auf dem GamesCamp 2012 auf der Burg Lohra in Thüringen erarbeitet und mit Aktionen und Messestand auf der gamescom 2012 umgesetzt, wie Gamer angesprochen werden können, um über ihr eigenes Spielverhalten nachzudenken, sich mit anderen darüber auszutauschen und ein Gleichgewicht zwischen virtueller und realer Welt herzustellen.

Das Kernergebnis ist ein dreistufiger Aufruf an Gamer, sich in einem Wettbewerb kreativ zu betätigen, Gütekriterien für soziales Miteinander in Spielgemeinschaften zu etablieren und als Einzelspieler deutlich zu machen, dass Gaming reflektiert stattfindet.

### **Der Wettbewerb**

In fast allen Workshops kamen die jugendlichen Gaming-Experten zu dem Ergebnis, dass der Aufruf zu einem Wettbewerb ein gutes Mittel sei, andere Gamer nicht nur für das Thema zu sensibilisieren, sondern sie gleichzeitig aufzufordern, sich kreativ damit auseinander zu setzen und so auf ganz unterschiedliche Weise zeigen zu können, wie sie selbst Spielen und Leben in Einklang bringen.

Gefragt waren Ideen, die in Form von kurzen Videoclips, Audio-Beiträgen, Geschichten, Storyboards, Collagen, Graffitis usw. eingereicht werden konnten.

Aus über 40 kreativen und sehr facettenreichen Einreichungen wurden von einer Fachjury zwei Video-Clips und ein Comic zum Gesicht der Kampagne „Dein Spiel. Dein Leben. - Find your level!“ gekürt.

Alle drei Preisträger haben nach Ansicht der Jury ihre Wettbewerbsbeiträge sehr gut durchdacht und überzeugend dargestellt, wie sie ihre persönliche Game-Life-Balance gefunden haben. Die Beiträge wurden mit besonderem Engagement, Geschick und Humor ausgearbeitet. Die Jury ist davon überzeugt, dass die Beiträge die Zielgruppe ansprechen werden.

### **Die Gütekriterien**

- Die Spielgemeinschaft formuliert klare Anforderungen an das gemeinsame Spiel (Train- & Clanwar- bzw. Raidzeiten). Dabei achtet sie jedoch stets auf die individuellen Prioritäten ihrer Member in Bezug auf Game- und Reallife.
- Die Spielgemeinschaft trägt dem demokratischen Grundbedürfnis ihrer Member Rechnung, indem Beteiligungselemente (z.B. Wahlen und Teamspeak-Sitzungen) existieren oder geschaffen werden.
- Die Spielgemeinschaft erhöht das WIR-Gefühl, auch indem gemeinsame Aktivitäten außerhalb von (normalen) Trains, Wars bzw. Raids durchgeführt werden.
- Die Spielgemeinschaft achtet bewusst auf Schwierigkeiten, Probleme, Handicaps, etc. ihrer Member und geht darauf ein. Dafür werden Zuständige benannt, die von den Mitgliedern anerkannt und gut erreichbar sind (z.B. auf Leader-Ebene).
- Die Spielgemeinschaft ist bestrebt, Kontakt (auch außerhalb von Trains, Wars bzw. Raids) zu anderen Spielgemeinschaften zu etablieren, um dem Community-Gedanken Rechnung zu tragen.
- Die Spielgemeinschaft ist offen für konstruktive Diskussionen und somit z.B. auch für Freunde, Partner, Familie und Lehrer ansprechbar.

### **Gütekriterien für Clans & Gilden**

In den Workshops wurde diskutiert, dass ein Impulsgeber zur Auseinandersetzung mit dem (eigenen) Spielverhalten der Austausch und das soziale Miteinander in Spielgemeinschaften, Clans und Gilden sein kann. Als Voraussetzung hierfür wurde benannt, dass Regeln aufgestellt und akzeptiert werden, die den Umgang untereinander, sowie das eigene (Spiel-) Verhalten einer Gemeinschaft gegenüber definieren und festlegen.

Angestoßen von dieser Anregung wurde die Gaming-Community, der Verband der Video- und Computerspieler Deutschlands sowie erfahrene Gamer der Electronic Sports League (ESL) in den Prozess miteinbezogen. Das Ergebnis sind soziale Gütekriterien (siehe unten), die in den Clan-, Gilden- oder Community-Statuten aufgenommen werden können. Spielgemeinschaften, die sich hieran beteiligen, werden auf einer Member-Map veröffentlicht und zeigen so, dass sie eine funktionierende Gruppe sind, die aufeinander achtet und das Miteinander-Spielen vor das Spielen an sich stellt.

### **The Reflected Gamer**

Ein weiterer Diskussionspunkt in den Workshops war, dass natürlich nicht alle Gamer in Spielgemeinschaften organisiert sind und somit Gütekriterien zum gemeinsamen Spielen keine oder nur eine untergeordnete Rolle spielen. Um aber auch Einzelspieler mit der Kampagne zu erreichen, entstand die Idee des "Reflected Gamer".

Gamer erhalten die Möglichkeit, mit einem "Button" oder einer "Auszeichnung" darauf hinzuweisen, dass sie ihr Spiel reflektiert betreiben, also auf ihre Spielzeiten achten und versuchen, virtuelles und reales Leben in Balance zu halten. So kennzeichnen sie ihre kompetente Spiel- und Mediennutzung und machen deutlich, dass sie zumindest über ihre Spielzeiten nachdenken, was für den Dialog und die Auseinandersetzung mit Nicht-Spielern durchaus ein Vorteil darstellen kann.

Eine mögliche Umsetzung des "Reflected Gamer"-Gedankens ist eine Checkliste, mit der das eigene Spielverhalten überprüft werden kann. Die weitere Ausarbeitung dieses Kampagnenteils ist in Umsetzung.