



Macht mit!

Erstmals wurden beim Deutschen Evangelischen Kirchentag in Bremen 2009 der gemeindenahen Öffentlichkeit mit Hilfe des Slogans, der Farben, den Erklär-Sätzen die Imagekampagne mission.de präsentiert. Dazu hatte sich das Vorbereitungsteam des Kooperationsstandes Weltmission Spiele ausgedacht und durchgeführt, um missions-affinen Besuchern die Kampagne und den missions-fern die Bedeutung von Mission heute zu erklären.

Die Spiele, die am DEKT auf dem Kooperationsstand durchgeführt wurden, eignen sich ebenso für Gemeinde- und Schulfeste, für regionale Kirchentage und für andere Messen. Weitere Spielideen, Anregungen, Erfahrungen usw. bitte an die Kampagnen-Träger direkt oder über das Projektbüro weitergeben.

Ziel aller Aktionen war Gäste auf den **Stand einzuladen** und sich an einem **Spiel zu beteiligen**. So wurden die Besucherinnen und Besucher optisch, akustisch, taktil und sogar geschmacklich – es wurden Sirupdrinks (Tritop) in den vier Kampagnenfarben ausgeschenkt – **mit der Kampagne vertraut gemacht**. Daraus entwickelten sich **Gespräche**, in denen das Thema vertieft werden konnte. Mit Hilfe der **Materialien** (Materialhefte, Booklet usw.) konnten die **verschiedenen Aspekte** beleuchtet werden. Viele Standbesucherinnen und -besucher, die haupt- und ehrenamtlich in Gemeinde und Schule arbeiten, bestellten daraufhin Broschüren.

Im Umfeld der Spielaktionen sollen Plakate, Roll-ups, Fahnen u.s.w. auf die Kampagne mission.de aufmerksam machen. Diese Materialien können gekauft oder ausgeliehen werden (Infos im Projektbüro). Für Aktionen darf die Wort-Bild-Marke kostenlos platziert werden.

Kopien der Berichterstattung können ins Internet (<http://www.mission.de/mach-mit/wir-waren-dabei.html>) gestellt werden. Dazu bitte Texte und Bilder ans Projektbüro senden.

Nun wünschen wir Spielleiterinnen, Eventmanagerinnen, Mitspielerinnen und allen anderen – in weiblicher und männlicher Ausführung – viel Spaß und weitere gute Einfälle.

Die Projektlerinnen

Um die Wette SMS-Schreiben

Kurzbeschreibung:

Wer tippt als Schnellste fehlerfrei den Slogan ODER einen der Erklärsätze ins Handy? (Anm. alle Mitspielerinnen schreiben den gleichen Satz! Der Satz kann in jeder Spielrunde gewechselt werden.)

Ziel:

Eine Zielgruppe wird spielerisch mit den Sätzen vertraut gemacht.

Spielausstattung:

- Plakate und Poster mit Wort-Bild-Marke gut lesbar präsentieren;
- je Mitspielerin 1 Handy (T9-Funktion ausschalten! Evt. überprüfen);
- für die Spielleiterin eine Stoppuhr;

Variation:

Pro MitspielerIn gibt es einen Zeitnehmer, (d.h. mehrere Stoppuhren und mehrere Schiedsrichter sind nötig)

- 1 Tafel mit Kreide (Poster mit Marker; Karten mit Stift und Kartenständer mindestens für die 5 Besten);
- die Texte der Plakate und den Slogan auf einem (Steh-)Tisch als Abschreibvorlage (evt. für jede MitspielerIn) präsentieren;
- Gewinne

Vor dem Spiel:

Es empfiehlt sich per PC und Beamer den Werbefilm als Endlosschleife auf eine weiße Wand zu projizieren, um auf die Aktion aufmerksam zu machen.

Spielverlauf:

Menschen werden ermutigt, einen von der Spielleiterin festgelegten Satz bei ausgeschalteter T-Funktion ins Handy zu tippen.

„Wer ist die schnellste SMS-Schreiberin bei euch?“

Wettbewerbsdauer festlegen. (Die Siegerin wird am Ende der Runde/Veranstaltung/zu jeder vollen Stunde etc. gekürt.) Die Spielregeln werden erklärt. T-9-funktion wird ausgeschaltet. Für Spielvariation 3 Handy mit Laptop verbunden. Für Variation 4 die Telefonnummer verkündet (bitte auf Kosten hinweisen!)

Variation 1 (Gruppe): Jede gegen jede

Auf Kommando beginnen alle Mitspielerinnen zu tippen. Wer zuerst fertig ist, ruft „stopp“. Alle unterbrechen. Findet die Spielleiterin keinen Fehler, so wird der Name des Gewinners samt der Zeit auf Tafel/Plakat/Kärtchen notiert und am Ende der Spielzeit mit dem entsprechenden Preis belohnt. Hat sich die Stopp-Ruferin vertippt, scheidet sie aus, die anderen Mitspielerinnen fahren an der unterbrochenen Stelle (auf Kommando) fort. Dann geht es wie oben beschrieben weiter, bis die Siegerin ermittelt ist.



Variation 1 (EinzelspielerIn)

Auf Kommando beginnt die Spielerin zu tippen. Ist sie fertig, sagt sie „stopp“. Findet die Spielleiterin keinen Fehler, so wird der Name der Spielerin samt der Zeit auf Tafel/Plakat/Kärtchen notiert und am Ende der Spielzeit mit dem entsprechenden Preis belohnt. Hat sich die Stopp-Ruferin vertippt, hat sie verloren.

Wertungsvariation:

Die schnellsten fünf SMS-Schreiberinnen werden jeweils notiert und erhalten einen Preis. Wer übertroffen wird, verschwindet aus der Wertung.

**Erfahrung:**

Nach 1 Stunde Spielzeit hatten wir den „All-DEKT-Champion“, ein Schreiber, der weniger als 30 Sekunden für eine fehlerfreie SMS gebraucht hat. Das war nicht zu unterbieten. Auch die nächsten 4 Sieger waren so schnell, dass es keinen Spaß machte, gegen sie anzutreten. Deswegen „erfanden“ die Spielleiter das Spielen innerhalb einer Gruppe (s. Variation 2).

Variation 2: Gesucht: Die schnellste Tipperin in einer Gruppe

Die Mitglieder einer Gruppe spielen gegen einander. Auf Kommando beginnen alle zu tippen. Wer zuerst fertig ist, ruft „stopp“. Findet die Spielleiterin keinen Fehler, steht die Siegerin fest. Hat sich die Stopp-Ruferin vertippt, scheidet sie aus, die anderen Mitspielerinnen fahren an der unterbrochenen Stelle (auf Kommando) fort. Dann geht es wie oben beschrieben weiter. Siegerin ist, wer zuerst fehlerfrei den Satz geschrieben hat. Sie erhält den Preis.

Gibt es so viele Schiedsrichter wie Mitspielerinnen, dann stoppt je ein Schiedsrichter je eine Mitspielerin.

Variation 3: Das Publikum schaut beim Tippen zu.

Das Spielhandy ist mit dem Laptop verbunden und zeigt das Handy-Display, sodass die Zuschauer beim Tippen zusehen können. Die Spielerin spielt gegen die Zeit.

Diese Variation steigert die Lust, stehen zu bleiben und zuzusehen. Das Publikum hat so den Slogan vor Augen.

Variation 4: SMS senden

Das Laptop dient als SMS-Empfänger. Das Publikum sieht die getippte Nachricht.

Achtung: Das Laptop „hat“ eine Telefonnummer. Diese Nummer ist für alle Mitspielerinnen gut sichtbar und wird vor dem Spiel bekannt gegeben. (Achtung: Auf die Kosten hinweisen.)

Die Mitglieder einer Gruppe spielen gegen einander. Auf Kommando beginnen alle zu tippen. Wer fertig ist, sendet den Satz an das Laptop. Die Ankunftszeit jeder Nachricht ist sichtbar. Siegerin ist, wessen fehlerfreier Satz zuerst im Laptop ankommt.

Wichtig: Es kann zu zeitlichen Verzögerungen bei der Ankunft der SMS kommen. Wenn alle Handys die Funktion „Sendezeitpunkt“ haben, dann kann diese Angabe statt der Ankunftszeit gewertet werden.

Dies muss vor Beginn des Spieles mit den Mitspielerinnen ausgemacht werden.

Papphocker-Puzzle

Kurzbeschreibung:

Wer setzt am schnellsten die Wort-Bild-Marke zusammen?

Ziel:

Eine Zielgruppe wird spielerisch mit den Sätzen vertraut gemacht.

Spielausstattung:

- Mindestens 2 mal 12 Kirchentags-Papphocker
- Entsprechend viele, also min. 2 Sätze mit Aufklebern (siehe Anlage-Stuhlaufkleber)
- Mindestens 3 x 6 m Spielfläche

- 1 Tafel mit Kreide (Poster mit Marker; Karten mit Stift und Kartenständer mindestens für die 5 Besten);
- Gewinne

Vor dem Spiel:

Die Papphocker werden zusammengesetzt und die Sitzfläche mit den Aufklebern beklebt. (Achtung: beklebte Hocker lassen sich nicht mehr zusammen falten!)

Spielverlauf:

Die Spielleiterin hat die Papphocker gemischt und fordert Einzelpersonen und Gruppen auf, die Wort-Bild-Marke zusammenzusetzen. Die Hocker können dabei „mit dem Gesicht nach oben“ auf dem Boden oder übereinander (wie im Bild) zusammengesetzt werden.



Variante 1:

Individuen spielen gegen die Zeit. Namen und Zeit werden notiert und am Ende der Spielzeit die Schnellste mit einem Preis geehrt.

Variante 2:

Zwei Gruppen treten gegeneinander an. Die Gewinnergruppe erhält einen Gruppenpreis.

Anm.: Wenn die Spielfläche groß genug ist, können die Hocker der zwei Mannschaften vermischt werden.

Das Publikum kann in das Spiel mit einbezogen werden, indem sie die Teams anfeuern. Dadurch werden weitere Zuschauer angezogen. (Spielleiterin agiert als „Cheerleader“ und animiert die Zuschauer zum Applaus.)

Stuhlaufkleber:

Die Daten für die Puzzleteile des Stuhlaufklebers wurden von der Druckerei MHD (MHD Druck und Service GmbH, Harmsstraße 6, 29320 Hermannsburg; Telefon: 05052/9125-15 Web: www.mhd-druck.de) auf laminierte Klebefolie produziert. Für den DEKT 2009 ließen wir 5 Sets produzieren und zahlten ca. 520 Euro. Wer Vorsicht walten lässt, kann die Folie von den Papphockern abziehen und sie mit doppelzeitigem Klebeband wiederverwenden. Achtung: Beim Abziehen löst sich eine Schicht vom Karton ab!

Tisch-Puzzle

Kurzbeschreibung:

Wer setzt am schnellsten die Wort-Bild-Marke zusammen?

Ziel:

Eine Zielgruppe wird spielerisch mit den Sätzen vertraut gemacht.

Spielausstattung:

- Spieltisch mit Sitzgelegenheit
- beliebige Anzahl Puzzles
- Gewinne

Dieses Spiel kann als Stillbeschäftigung von Einzelpersonen oder als Wettspiel von mehreren Personen gespielt werden.

Vor dem Spiel:

Die Wort-Bild-Marke (Logo mit Schatten und 10 Grad Steigung) wird auf Karton (A4 oder A3) gedruckt oder kopiert. Der Papierbogen wird (am besten mit Lineal und Cutter) in geometrische Formen geschnitten (je kleiner die Teile sind, desto schwieriger ist es).

Für den Schnelligkeitswettbewerb werden die Formen gleich geschnitten (Papierbögen genau übereinander legen, fixieren, schneiden).

Als Vorlage können an der Wand befestigte Plakate dienen. Leichter ist es, wenn das Puzzle im Verhältnis 1:1 als Blattvorlage vorliegt.

Spielverlauf:

Die Puzzleteile werden mit der Abbildung nach oben auf dem Tisch gemischt und zusammengelegt. Im Wettspiel gibt eine Spielleiterin das Kommando für den gemeinsamen Start. Siegerin ist, wer das Puzzle zuerst richtig zusammengesetzt hat.

Magnet-Puzzle

Kurzbeschreibung: Wer setzt am schnellsten die Wort-Bild-Marke zusammen?

Ziel: Eine Zielgruppe wird spielerisch mit den Sätzen vertraut gemacht.



Spielausstattung:

- Magnet-Platte und Ständer
- Magnetteile

Der Aufsteller macht aus dem Magnet einen „Hingucker“. Natürlich kann die Vorlage auch flach hingelegt werden. Dieses Puzzle ist an einem Infostand eine gute Einleitung in ein Gespräch. Außerdem können die Kühlschrank-Magnete, die es im Kampagnen-Shop zu kaufen gibt, geschickt zusätzlich auf der Magnettafel präsentieren werden.

Das Puzzle kann nur ausgeliehen werden (bitte im Kampagnenbüro anfragen). Die Teile der Wortbildmarke sind Einzelstücke. Das Spiel muss auf Vollständigkeit überprüft werden.

Frage-Glücksrad

Ziel:

Eine Zielgruppe wird spielerisch mit den Sätzen vertraut gemacht. Außerdem gibt es Fragen, die im Bezug zur Kampagne, dem Thema Mission und der aktuellen Veranstaltung stehen. Es gibt einen Fragenkatalog, der erweitert und angepasst werden soll.



Spielausstattung

- Glücksrad
- Fragen in drei Schwierigkeitsstufen (siehe Anlage-Glücksradfragen)
- Die Plakate mit Slogans und Einführungssätzen oder die Roll-ups sollten sichtbar sein
- Preise

Vor dem Spiel:

Ein Glücksrad wird den Ansprüchen gemäß gestaltet. Die „Tortenstücke“ sind aus bedruckter Klebefolie (einseitig klebende A4-Bögen im Farbdrucker selbst fertigen). Die Kampagnen-Farben bitte dem Designmanual der Agentur entnehmen. Jocker-Felder nicht vergessen! (Teilnehmerin erhält einen Preis, ohne eine Frage beantwortet zu haben.)

Fragen in drei Kategorien auf Karten schreiben. Dazu eignen sich die neutralen Postkarten mit der Wort-Bild-

Marke. (Während die Frage vorgelesen wird, ist die Wort-Bild-Marke als Werbung sichtbar.)

Die Fragen beziehen sich auf die Kampagne, das Thema Mission (incl. Missionstheologie) und die Veranstaltung, an der diese Spiele durchgeführt werden (Kirchentage, Missions-, Gemeinde-, Schul- oder Gruppenfeste).



Um die Kärtchen vor neugierigen Blicken zu schützen, werden sie nummeriert und in ein Kästchen gesteckt (siehe Bild). Beantwortete Fragen werden zurück gesteckt.

Oder:

Die Kärtchen werden an einer Ecke gelocht und sortiert mit einer Buchschraube (im Bastelbedarf oder Schreibwarenfachhandel erhältlich) befestigt. Es entsteht ein Fächer, den die Spielleiterin praktischerweise in der Hand hält. Das kann ziemlich professionell aussehen.



Variation:

Wer kein Glücksrad hat, kann die Fragen in einer Lostrommel/Säckchen/Schachtel sammeln, aus der sie gezogen werden. Dann müssen die unterschiedlichen Schwierigkeitsstufen durch die Farbe des Papiers gekennzeichnet sein. Nach der Beantwortung, werden die Fragen zurückgelegt.

Spielverlauf

Das Glücksrad wird gedreht. Die Zahl, auf die der Zeiger beim Anhalten zeigt, bezieht sich auf die Nummerierung der Fragen. Je nach Teilnehmerin wird eine Schwierigkeitskategorie gewählt. Wer die Frage beantworten kann, erhält einen Preis.

Memory

Ausstattung

- Memory-Spiel
- Spieltisch und Sitzgelegenheit

Das mission.de-Memory-Spiel gibt es im internet-shop zu kaufen. Es wird in einer Ruhezone gerne von Kindern nach den bekannten Regeln gespielt.

Es gibt eine Groß-Ausgabe des memorys, die auf dem Boden gespielt werden kann. (Achtung, man muss immer wieder aufstehen, um sich einen Überblick zu verschaffen. Nix für alte Knochen!) (Anfragen bitte ans Projektbüro richten.)

Postkarten

Ausstattung:

- Doppelkarten
- Schere (zum Auseinanderschneiden der Postkarte)

Die Doppelpostkarten eignen sich gut, um mit Menschen ins Gespräch zu kommen.

„Wir haben ein Kampagnen-Motto: ‚um Gottes Willen – der Welt zuliebe‘. Was ist denn in Ihrem Leben wichtig?“

Mit Hilfe der Fragen kann ein interessantes Gespräch z.B. auch in Bibellesegruppen oder im Schul- und Konfirmandenunterricht entstehen.

Spielverlauf:

Wenn die Gäste die eine Hälfte der Doppelkarte ausgefüllt haben, dann kann sie abgeschnitten werden und in ein

Sammelgefäß gelegt werden. Die neutrale Postkarte wird ihnen geschenkt. Die Karten können



ausgewertet werden; das ist vor allem dann interessant, wenn weitere die Person, die eine Karte ausgefüllt hat, eine ausführliche Antwort gibt. Die Antworten können auf einer Pin-Wand präsentiert werden und als Diskussionsbeitrag verstanden werden.

Variante: Die Gäste können die Ansichtskarte an eine Adressen ihrer Wahl schreiben. Die Karte wird auf Kosten des eigenen Hauses anschließend verschickt.

Was ist mir am wichtigsten?

Ausstattung:

- 3 durchsichtige Zylinder (z.B. Vasen, Röhren aus dem Baumarkt)
- Tischtennisbälle (pro Teilnehmerin 1 Ball)

In Anlehnung an die Fragen auf der Postkarte werden 3 durchsichtige Zylinder aufgestellt und mit den Aufschriften „Gottes Wille“, „Liebe zur Welt“ und „Mission“ versehen. Mit Tischtennisbällen bewerten die Gäste, was ihnen am wichtigsten ist. Das Ergebnis dient als Gesprächsgrundlage.

Warum mission(.de)?

Ziel: Menschen werden aufgefordert, ihre Gedanken auf farbige Zettel zu schreiben und in ein „Wandbild“ einzufügen. Gespräche zum Thema werden initiiert. Das Lesen der Gedanken anderer ist wiederum gesprächsfördernd.

Ausstattung

- Zettel (10 x10 cm) in den 4 Kampagnen-Farben (gelb/ grün/ orange/violett; gerne in den Farbabstufungen gemäß des Designmanuals)
- Kleber
- Stifte
- Wandzeitung/4 weiße Plakate/große Pinwand oder 4 Pinwände.
- Liste mit Fragen
- Die Plakate mit den 4 Leitsätzen müssen gut sichtbar sein, denn die Fragen beziehen sich darauf.

Vor dem Spiel:

Zu folgenden Fragen sollen die Menschen Antworten aufschreiben. Die Fragen (farblich passend) sind über oder neben den Antwort-Plakaten gut lesbar befestigt. Die Farbe der Zettel bezieht sich auf das Thema, zu dem sie antworten:

Begeistern (weltweite christliche Gemeinschaft) = gelb

Welcher Geist weht da?

Wie steht's mit der christlichen Begeisterung bei uns?

Wie zeigt sich der Geist?

Werden so Probleme gelöst?



Stärken (solidarische Partner) = grün
Ist Solidarität christlich?
Sind weltweite Partner zu weit weg?
Wer bestimmt das Ziel des Weges?

Begegnen (Dialog) = orange
Geht das ohne Zwang?
Ist das nicht anstrengend?
Wo bleiben unsere Standpunkte?

Engagieren (gerechte Globalisierung) = violett:
Machen das nicht andere Organisationen als das Missionswerk x?
Haben Süden und Norden die gleiche Sprache?
Leben die Opfer nicht überall?
Was heißt denn da Gerechtigkeit?
Wer darf wen kritisieren?

Und/oder:
Was denken Sie, wenn Sie den Slogan: „um Gottes Willen – der Welt zuliebe“ lesen?

Neue Fragen können/müssen erarbeitet werden.

Mission Pursuit

Mission Pursuit (oder Trivial Mission?) ist ein Quiz-Spiel und wurde für die Präsentation von mission.de auf dem DEKT 2009 in Bremen entwickelt, jedoch nicht gespielt.

An fünf auf dem Stand verteilten Stationen (ggf. weniger) werden den Besuchern Fragen gestellt. Jede Fragestation soll zu einem bestimmten Themengebiet gehören und eine bestimmte Farbe (analog zu den vier Begriffen und dem bunten Logo) zugeordnet bekommen.

- | | | |
|---------------|---|------------------------------------|
| 1. mission.de | = | Mission allg. + Imagekampagne |
| 2. begeistern | = | weltweite christliche Gemeinschaft |
| 3. stärken | = | solidarische Partner |
| 4. begegnen | = | Dialog |
| 5. engagieren | = | gerechte Globalisierung |

Die Spieler können an einer beliebigen Station beginnen und bekommen dort ein Kärtchen, auf dem sie die zu erringenden Farbpunkte für jede beantwortete Frage aufkleben.
Wer alle Farbpunkte sammeln konnte, bekommt einen kleinen Preis.

5 Stationen = 5 Fragen = 5 Farbmarken = 1 Preis

Gegebenenfalls müssen für Kinder einfachere Fragen gefunden werden.



Für den Ablauf des Spiels sind drei Varianten denkbar:

Variation 1

Zu jedem Themenbereich werden 2 x 6 Fragen vorbereitet (Erwachsene und Kinder) und nummeriert. Jeder Teilnehmer würfelt und die Punktzahl gibt die Nummer der Frage an.

Antwortet er richtig, bekommt er den Farbpunkt für diese Station. Antwortet er falsch, bekommt er eine weitere Frage gestellt.

Auch möglich: Antwortet er falsch, verliert er einen anderen Farbpunkt.

Variation 2

Es gibt an jeder Station nur eine Frage (bzw. eine Erwachsenen- und eine Kinderfrage). An der Reihe ist, wer eine Sechs würfelt (drei Versuche).

Variation 3

Man kommt einfach nacheinander an die Stationen und bekommt eine Frage gestellt.

Vor dem Spiel:

Die Fragen können ebenso wie beim Vorbild „Trivial Pursuit“ offen oder als Multiple Choice gestellt werden.

(z.B. Wo steht der Missionsbefehl: a. 1. Buch Mose b. in den Psalmen c. Johannes d. Matthäus)

Spielkärtchen:

Gestaltete Kärtchen, mit dem Logo von mission.de, auf dem die Klebepunkte angebracht werden.

Durch die Nennung der Themengebiete (mission.de/ begeistern/stärken/begegnen/engagieren) sind die wichtigsten Begriffe der Kampagne den Mitspielern vor Augen.

- Frage
- Würfel
- Farbige Klebepunkte (Schreibwarenhandel) in ausreichender Anzahl
- Preise

Anm.: Hoher Personalaufwand!! Es müssen viele Leute zum Fragen stellen präsent sein.