

Play Forward!

SPIELE HEUTE, VERÄNDERE MORGEN



12.11.2025

Session 7

Marketing und Starty-Mechaniken

Agenda

15.00 - 15.30	CHECK-IN
15.30 - 16.00	Recap & Prototyping
16.00 - 16.30	Elevator Pitches
16.30 - 17.00	Marketing 101 - Zielgruppen und USPs
17.00 - 17.15	PAUSE
17.15 - 17.35	Mechanik: Startspieler*innen
17.35 - 18:45	Übung: Zielgruppen-Proto
18.45 - 19.00	ABSCHLUSSRUNDE

CHECK-IN

Welche Spiele habt ihr gespielt? Welche Mechaniken kamen vor?

RECAP & PROTOTYPEN

The background features a vibrant color palette of orange and pink. It is composed of several overlapping, semi-transparent geometric shapes, including large triangles and polygons, which create a layered, modern aesthetic. The text is centered and stands out prominently against this colorful backdrop.

ELEVATOR PITCH

MARKETING

Zielgruppen & USPs

Warum früh über Marketing Gedanken machen?

- Gefühl, nicht in den leeren Raum zu designen, sondern für Spieler*innen
- Gibt Richtung für Design vor
- Hilft Entscheidungen zu treffen
- Hilft, sich zu fokussieren
- Wichtig, um die richtigen Testrunden zusammenzustellen
- Hilft beim Pitchen an Verlage

Zielgruppe – Definition

Eine über unterschiedliche Eigenschaften definierte Gruppe von Menschen, die durch ein Produkt und das Marketing dafür angesprochen werden soll.

Zielgruppe – Typische Kategorisierungen

- Demografische Daten
- Finanzielle Situation & soziale Lage
- Werte & Einstellung
- Themenspezifische Einstellung (z.B. zu Technologie etc)
- Interessen, Hobbys
- Konsumverhalten

Typische Zielgruppen der Brettspielbranche

- Vielspieler*in
- Sammler*in
- Gelegenheitsspieler*in
- Familien
- Neugierige
- Strategiespieler*in
- Andere (vor allem über das Thema)

Zielgruppen-Tool: Persona

- Detaillierte Beschreibung eines*r idealen Kund*in
- Enthält Informationen zu verschiedenen Charaktereigenschaften und demografische Daten
- Dient als Grundlage, um Entscheidungen zu treffen: *Würde PERSONA auf diese Marketingmaßnahme anspringen?*
- Nicht nur Marketingmaßnahmen sondern auch Produkt selbst wird an PERSONA ausgerichtet

Unique Selling Points (USPs) – Definition

Aufzählung der wichtigsten Eigenschaften des Produkts oder der Marke, die sie von der Konkurrenz abheben.

Gute Faustregel: 2 oder 3 USPs für ein Produkt

Unique Selling Points (USPs) – Fokuspunkte bei Brettspielen

- Mechanik (zB “mit ganz neuem Aktionsmechanismus”)
- Thema/Setting (zB “in einer utopischen Solar Punk Welt”)
- Artwork (besonderer Stil)
- Produktion (zB nachhaltig)
- Personality (berühmte Namen beteiligt)
- Brand (persönliche Geschichte, Bezug zum Thema)
- IPs (Herr der Ringe, etc)

Unique Selling Points (USPs) – Formulierungsarten

- **Story** (verschiedene Archetypen e.g. Underdog Story)
- **Vergleich zum Status Quo ausformulieren** (das einzige/erste Spiel mit...)
- **Vergleich zu anderen Produkten** (
- **Ähnlichkeit zu anderen Produkten** (verbindet Mechanik von A mit Thema von B)
- **Customer as Hero** ("hier kannst du dein Taktisches Geschick beweisen...")

The background features a vibrant pink-to-orange gradient. Three large, semi-transparent orange polygons are positioned in the upper left and center. A solid orange shape occupies the bottom left corner. The word "PAUSE" is centered in a white, bold, sans-serif font with a subtle drop shadow.

PAUSE

ÜBUNG 10 MIN.

WIE KANN MAN DIE STARTPERSON BESTIMMEN?

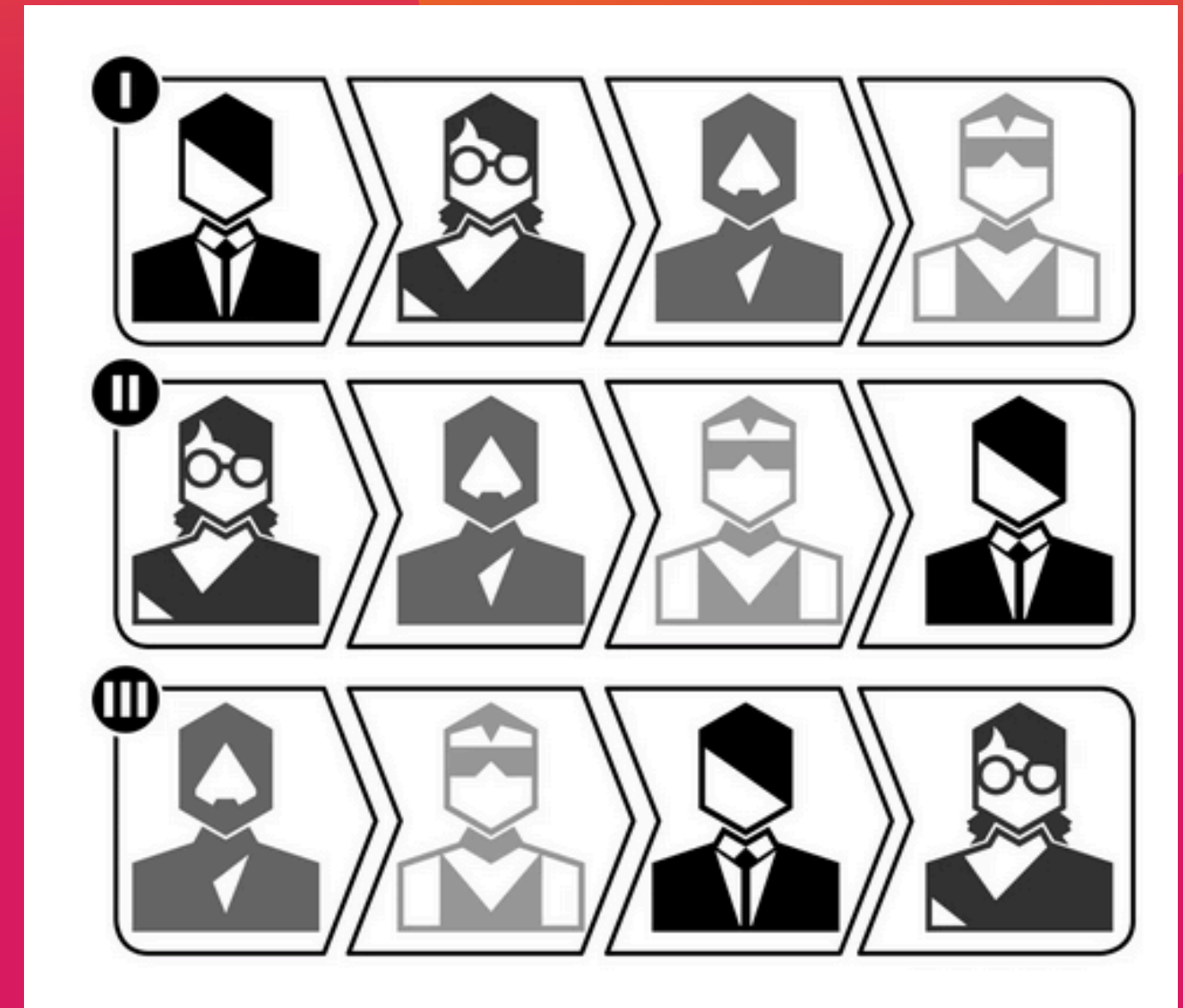
The background features a vibrant pink-to-orange gradient. Three large, semi-transparent orange polygons are positioned in the upper half of the frame. A diagonal line separates the pink upper section from an orange lower section.

STARTY- MECHANIKEN

Progressiv

Bei der progressiven Zugreihenfolge wandert der Startymarker nach jeder Runde im Uhrzeigersinn weiter, sodass jede*r einmal Startspieler*in wird und sich die Reihenfolge gleichmäßig verschiebt.

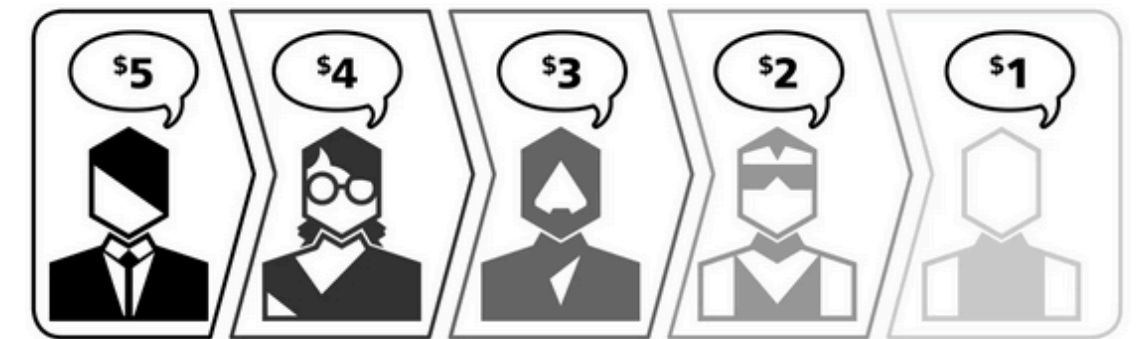
- Die Zugreihenfolge bleibt während einer Runde stabil, ändert sich aber am Rundenende.
- Funktioniert sehr gut bei symmetrischen und rundenbasierten Spielen.
- Keine Einflussnahme durch Spieler*innen – die Reihenfolge ist fix und vorhersagbar.
- Beispiele: Skyteam, Orleáns, Flügelschlag



Auktion/Bieten

Durch Auktionen/Bieten wird die Zugreihenfolge festgelegt

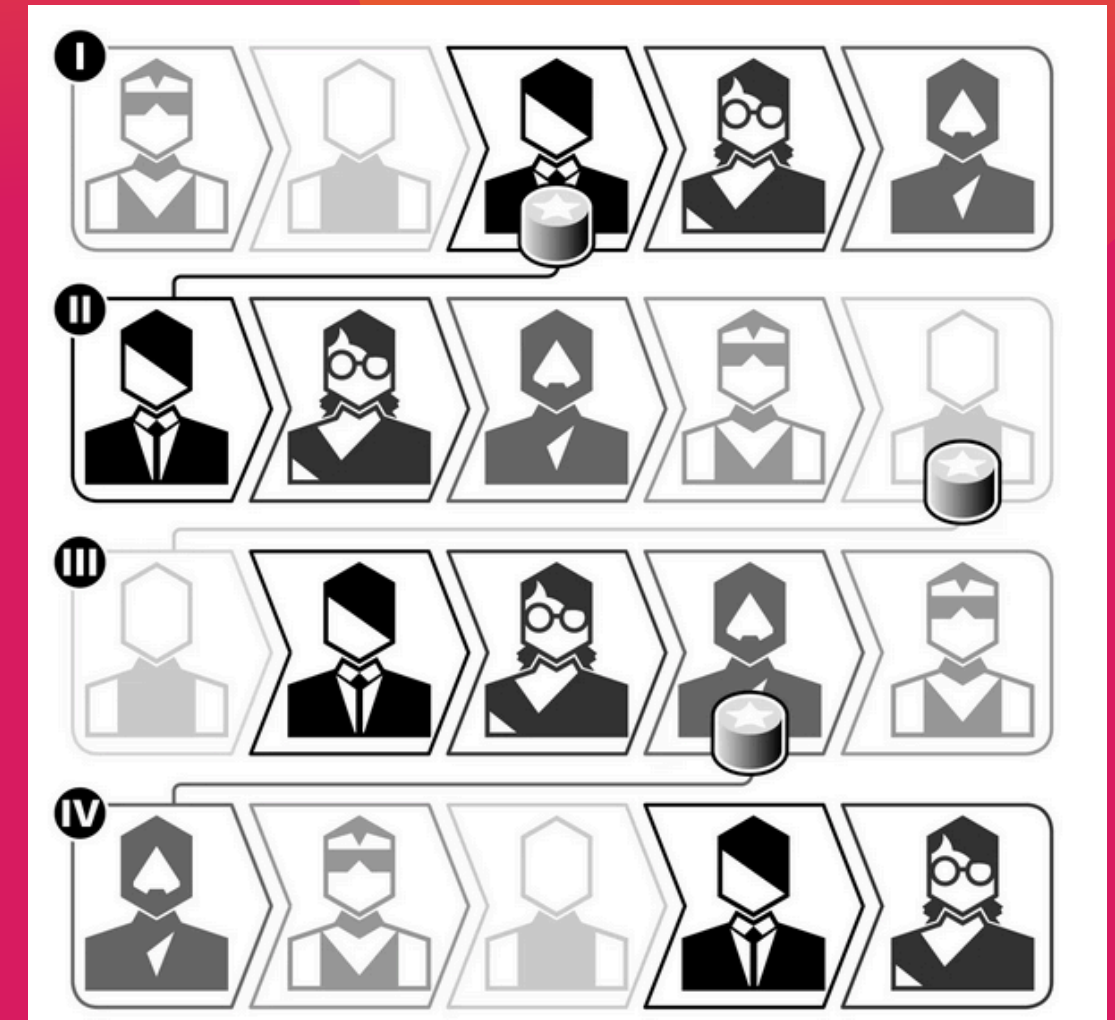
- Spieler*innen können aktiv Einfluss auf ihre Position in der Zugreihenfolge nehmen
- Verschiedene Auktionsformen möglich (offen, verdeckt, einmalig, steigern)
- Spannung entsteht durch Einschätzung des Werts des nächsten Zuges.
- Kann strategisch genutzt werden, um Timing-Vorteile zu sichern.
- Beispiele: Cyclades, Five Tribes, Viticulture



Claim Action

Ausführen einer bestimmten Aktion bestimmt Platz in der Zugreihenfolge der nächsten Runde (meist 1.)

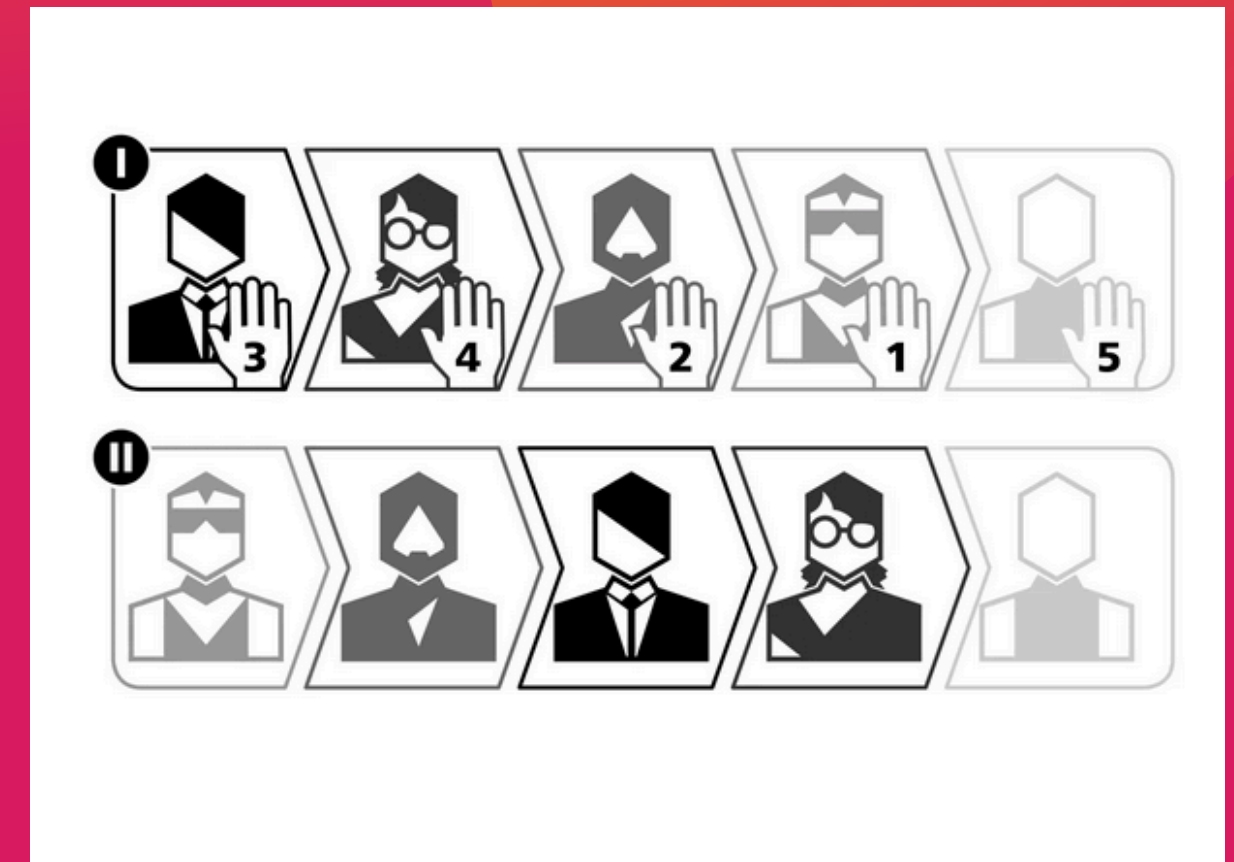
- Die Zugreihenfolge kann aktiv beeinflusst werden durch Wahl einer speziellen Aktion
- Oft: Wird die Aktion nicht genommen, bleibt die Reihenfolge unverändert.
- Aktion kostet oft einen Zug oder blockiert eine andere wertvolle Option
- mit/ohne Bonus bei der Aktion
- **Caylus, Lords of Waterdeep, Agricola**



Passreihenfolge (Pass Order)

Bei der Passreihenfolge entsteht die Zugreihenfolge der nächsten Runde daraus, in welcher Reihenfolge die Spieler*innen passen – wer zuerst passt, beginnt als Erster.

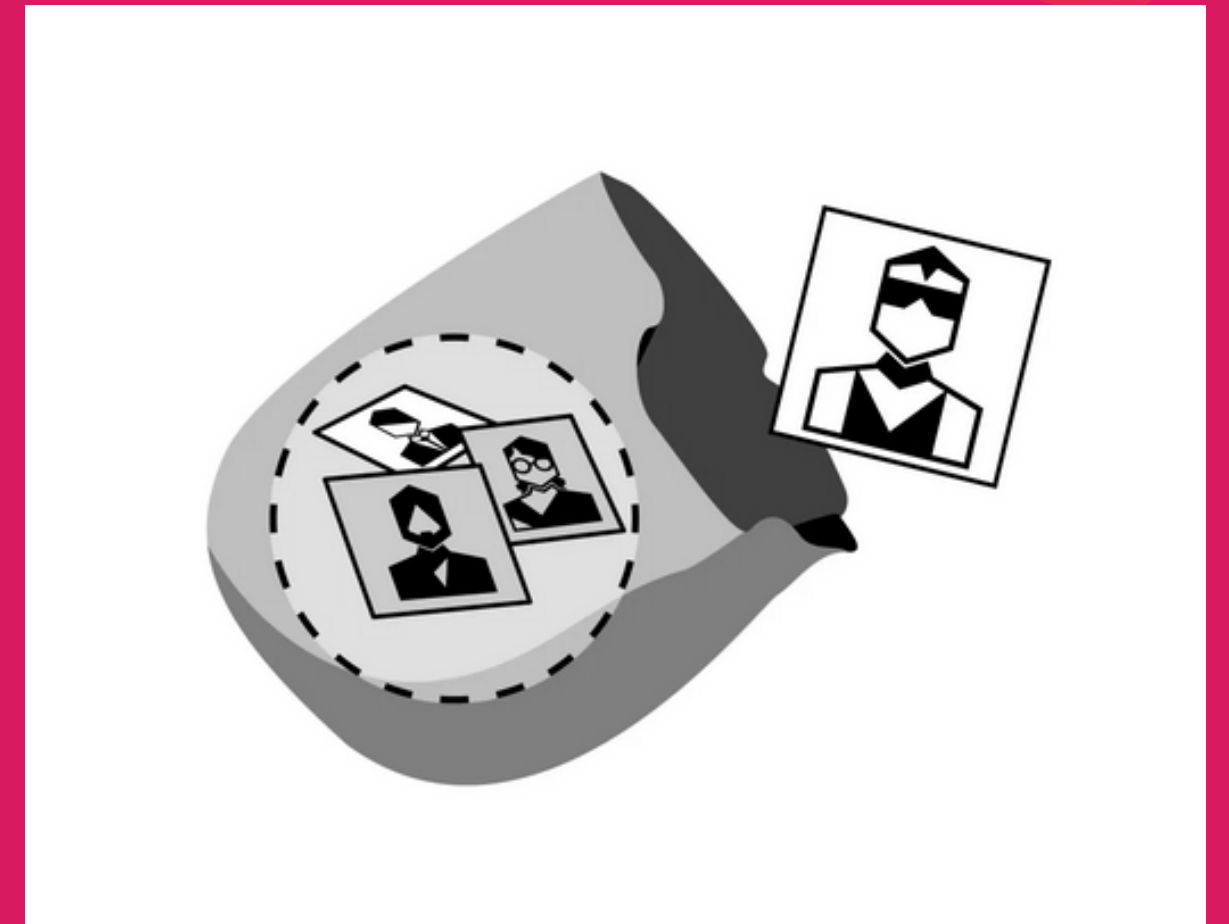
- Spieler*innen wählen zwischen weiterspielen oder passen
- Frühes Passen = bessere Position für die nächste Runde | Spätes Passen = mehr Aktionen, aber schlechtere Startposition
- Beispiele: Le Havre, Keyflower,



Random/Chit Pull

Bei der zufälligen Zugreihenfolge wird vor jedem Zug per Ziehung bestimmt, welche Figur oder Spieler*in als Nächstes an der Reihe ist

- Hoher Zufallsfaktor
- Jede Figur/Person kann mehrmals früh oder spät dran sein
- Erhöht Spannung, da Aktionen nicht sicher planbar sind.
- Beispiele: Robin Hood, Aeon's End, Camel Up
-



Rollenbasierte Zugreihenfolge (Role Order)

Rolle oder Aktion bestimmt die Reihenfolge

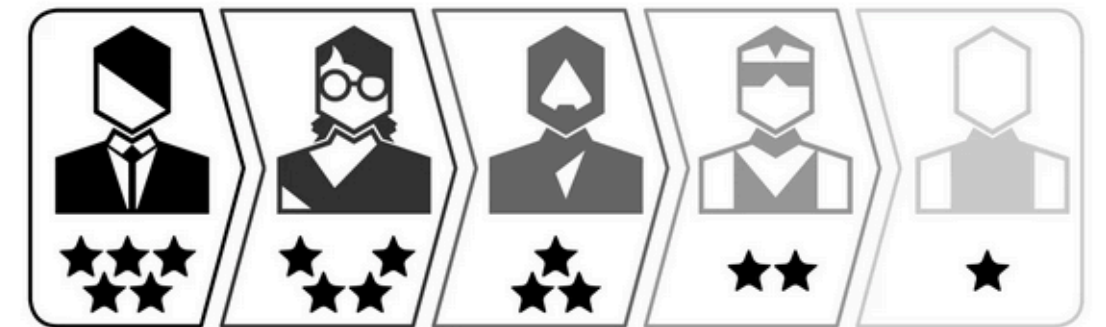
- Die gewählte Rolle bestimmt sowohl Aktion als auch Initiative
- Bluffen, Einschätzen und Antizipieren der Gegner spielt eine große Rolle
- Rollen können feste oder variable Prioritätswerte haben.
- Erzeugt hohe Interaktion und taktisches Timing
- Beispiele: Broom Service, Libertalia



Stat-Based/Wertebasiert

Spielreihenfolge richtet sich nach einem bestimmten spielrelevanten Wert – z. B. Punkten, Ressourcen oder Position

- Häufig als Catch-Up-Mechanik genutzt: Spieler*innen mit niedrigem Wert starten früher/ Balancing
- Punkte, Einfluss, Geld, Position auf einer Leiste usw.
- Turnorder kann sich jede Runde dynamisch verändern.
- Beispiele: Brass, Barrage Trickerion



Time Track

Hinterster Marker macht Aktion, Aktionen kosten Zeit und bewegen den Marker nach vorne

- Aktionen mit unterschiedlichen Zeitkosten
- Wer am weitesten hinten liegt, ist als Nächstes dran
- Eine Person kann mehrere Züge hintereinander bekommen, wenn andere teurere Aktionen wählen
- Beispiele: Glenn More Chronicles, Suche nach Planet X, Patch Work



ÜBUNG 10 MIN.

WELCHE STARTYMECHANIKEN PASSEN IN DEN
PROTO? WAS VERÄNDERT SICH?

PROTOTYPING

SPIEL FÜR PERSONA ENTWICKELN

Ausblick 2025

19.11.2025

26.11. Recap und Prototypen Jam

3.12. Nicht-Strategie-Spiele

10.12. Recap und Prototypen Jam

17.12. Recap und Prototypen Jam

The background features a vibrant pink field with three large, semi-transparent orange polygons. A diagonal band of solid orange runs from the bottom left towards the center. The text 'ABSCHLUSS RUNDE' is centered in a bold, white, sans-serif font with a subtle drop shadow.

ABSCHLUSS RUNDE