

Planspiel für Schülerzeitungsmacher

Wir planen unser TV-Programm

Ziel:

Die Teilnehmer sollen für den Aufbau des TV-Programms sensibilisiert werden. Sie sollen so unter anderem wirtschaftliche Zwänge verstehen. Diese Auseinandersetzung soll helfen, das Medium nicht nur zu konsumieren, sondern auch im Alltag zu hinterfragen.

Dauer:

Einführung:	ca. 30 Minuten
Pro Programmtag:	ca. 45 Minuten
Abschlussgespräch:	ca. 20 Minuten

Die Dauer kann variabel gehalten werden, indem mehr oder weniger Programmtage eingeplant werden und die Länge eines Sendetags verändert wird.

Ablauf im Überblick:

Die Teilnehmer werden in zwei Gruppen eingeteilt: Redakteure und Vermarkter.

Als zentrale Übersicht dient ein grobes Sendeschema, das z.B. an einer Tafel veranschaulicht wird. Hierbei enthält jede Programmstunde eine TV-Sendung sowie drei Werbeblöcke.

Die Redakteure erhalten die Aufgabe, aus einer Auswahl von Sendungen das Programm eines Sendetags eines fiktiven Senders zusammenzustellen. Für alle Sendungen sind Zielgruppen und Kosten vorgegeben, die beachtet werden müssen. Neben der Auswahl der Sendungen für die einzelnen Zeitschienen müssen die Redakteure versuchen, die Werbeblöcke so zu füllen, dass die Kosten für Ihre Sendung gedeckt werden.

Die Vermarkter erhalten eine Auswahl verfügbarer Werbeblöcke. Für diese sind ebenfalls Zielgruppen und Preise definiert. Die Vermarkter erhalten zudem eine Übersicht der möglichen Sendungen und können so wählen, nach welcher Sendung sie ihre Werbung gerne sehen würden.

Beide Gruppen bestimmen je einen Sprecher, der die Arbeit koordiniert. Diese Rollen können auch von Lehrern übernommen werden.

Der Spielleiter oder ein Assistent tritt als Intendant auf. Er hat das letzte Wort bei der Festlegung des Sendeablaufs.

Nach Ablauf der vorgegebenen Zeit muss der Sendeablauf für einen Tag vorliegen. Er muss alle Vorgaben für Sendungen und Werbungen erfüllen. Das Ergebnis wird dann in der Gruppe besprochen. Sind mehrere Tage geplant, beginnt die Programmplanung nach dem gemeinsamen Gespräch von vorne.

Optionale Erweiterung

Als weitere Gruppe können Zuschauervertreter eingeführt werden. Sie erhalten Vorgaben, welche Sendungen und welche Werbungen bei Zuschauergruppen beliebt oder unerwünscht sind. Zudem erhalten sie bei Programmstart eine Liste der verfügbaren Sendungen und können so auch wählen, wie ihr Lieblingsprogramm aussehen könnte. Sie können Einfluss auf Redakteure und Vermarkter nehmen.

Sendeschema

Das Sendeschema wird an einer Tafel angeschrieben. Die Teilnehmer müssen die Möglichkeit haben, die einzelnen Felder mit ihren Sendekarten zu füllen, indem sie dort angeheftet werden.

Zeit	Sendung	Werbung 1	Werbung 2	Werbung 3
8.00-9.00				
9.00-10.00				
10.00-11.00				
11.00-12.00				
12.00-13.00				
13.00-14.00				
14.00-15.00				
15.00-16.00				
16.00-17.00				
17.00-18.00				
18.00-19.00				
19.00-20.00				
20.00-21.00				
21.00-22.00				
22.00-23.00				
23.00-24.00				

Programmkarten

Die Programmkarten legen die Details der einzelnen Sendungen fest, die von der Redaktion eingeplant werden können. Die Karten können nach Bedarf geändert werden, um z.B. aktuelle TV-Sendungen der realen Welt aufzugreifen. Es sollte etwas mehr Sendekarten als Sendeplätze geben.

Sendung	
Titel:	
Inhalt:	
Kosten:	
Zielgruppe:	

Werbekarten

Die Werbekarten legen die Details der einzelnen Werbungen fest, die von den Vermarktern vergeben werden können. Die Karten können nach Bedarf geändert werden, um z.B. aktuelle Werbungen der realen Welt aufzugreifen. Es sollte etwas mehr Werbekarten als Sendeplätze geben.

Werbung	
Kunde:	
TV-Umfeld:	
Preis:	
Sendezeit:	

Zuschauerkarten

Werden Zuschauer eingeplant, erhalten auch diese Karten, die ihre Rolle festlegen.

Zuschauer	
Gruppe:	
Möchte:	
Möchte nicht:	

Vorbereitungen

Im Vorfeld des Spiels sollte ein „optimaler“ Sendeplan erstellt werden, indem die Sendeplätze vom Spielleiter mit seinen Wunschinhalten gefüllt werden. Er kann so Abhängigkeiten festlegen, die von den Teilnehmern später erkannt und berücksichtigt werden müssen. Dabei legt er Sendungen und Werbungen fest, die auf den Karten vermerkt werden. Auch kann er beteiligte Zuschauergruppen selbst definieren.

Nachdem sein Wunschablauf definiert wurde, sollten weitere Sendungen und Werbungen definiert werden, um den Teilnehmern eine größere Auswahl zu geben, einen eigenen Sendeablauf zu finden.

Einführungsphase

Die Teilnehmer erhalten eine Erklärung des Spielablauf. Dieser wird besprochen, damit er auch von allen verstanden wurde. Danach werden die Teilnehmer in die beteiligten Gruppen aufgeteilt und die Gruppen-Leiter festgelegt.

Start in den Sendetag

Die Gruppen erhalten ihre Karten und zugehörige Unterlagen. Mit Hilfe der Gruppenleiter teilen die Teilnehmer die Karten innerhalb der Gruppen unter sich auf und bestimmen so ihre Aufgaben. Die Teilnehmer machen sich dann mit ihren Inhalten vertraut und überlegen, wo sie diese gerne im Sendeauflauf einplanen möchten.

Ablauf der Programmplanung

Redakteure und Vermarkter, ggf. auch Zuschauer, müssen sich abstimmen um festzulegen, wie Sendungen finanziert werden können und wo sie eingeplant werden. Dazu können die Redakteure die Tafel nutzen. Die Vermarkter halten sich im Hintergrund und warten darauf, von Redakteuren angesprochen zu werden, die Werbung einkaufen müssen. Die Vermarkter achten dabei darauf, dass ihre Vorgaben an das richtige Umfeld eingehalten werden.

Der Intendant steuert die Arbeit an der Programmtafel und achtet auf eine richtige Platzierung der Sendung und die Einhaltung der genannten Vorgaben.

Ende der Programmplanung

Nach Ablauf der vorgegebenen Zeit beendet der Intendant die Planungsphase und ruf alle Teilnehmer zum Erfahrungsaustausch zusammen.

Abschlussrunde

Der Erfahrungsaustausch leitet nach der letzten Runde über in eine gemeinsame Diskussion über den Aufbau des TV-Programms und versucht, die eigenen Erfahrungen mit Beobachtungen des echten TV-Programms in Zusammenhang zu bringen.