



1. Schritt
 Online - Befragung zum Thema

- ca. 1 Monat offen
- 206 Antworten
- Teilnehmende hauptsächlich
 - * aus Bereich Konsum (83%), gefolgt von Landwirtschaft (9%)
 - * 18-25 Jahre alt (77%)
- Themen zur Auswahl:
 - WERTvolles Rind (31%)
 - MACHT-un-gleichgewichte (30%)
 - WOHL von Mensch - Tier und Natur (39%)



2. Schritt

1. Workshop Spieleentwicklung

- Projektteam, Kooperationspartner:innen, Spieleentwickler
- Ziele des Spiels, spannendsten Aspekte des Themas
- Kennenlernen von verschiedenen Spielmechaniken, die passen könnten



3. Schritt

2. Workshop Spieleentwicklung

- Welche Figuren können wir uns vorstellen?
- Entwicklung und Beschreibung von Charakteren
- Welche Szenarien können wir uns vorstellen?



4. Schritt

3. Workshop Spieleentwicklung

- Testen von konkreten Mechaniken für unser Spiel
- Entscheidung für eine Mechanik -> Alternate Reality Game

HEUTE
 Testen des ersten Prototypen




Testen der ersten Elemente des **Prototypen** in 3er und 4er Gruppen am Handy, anschließend Rückmeldungen.



Was wir vom Feedback, neben den detaillierten Rückmeldungen zur Tierhaltung, mitnehmen:

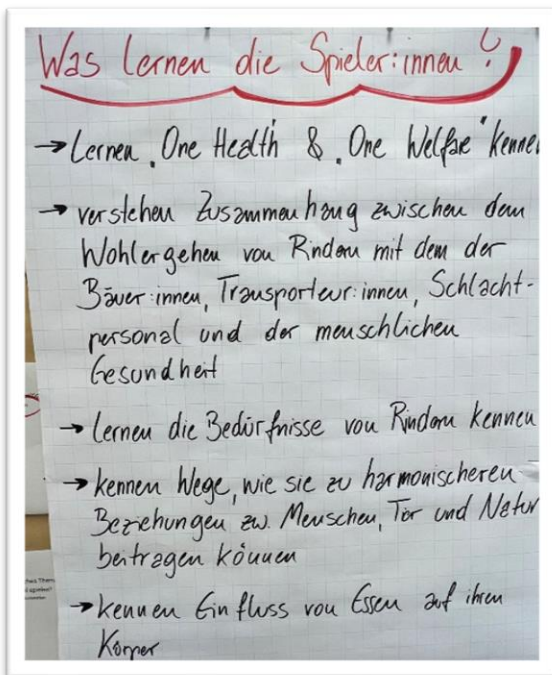
*) Story (Situation, Genre, Schreibstil) und Spielstil (SMS Nachrichten, Text-adventure, Alternate reality game) kommen sehr gut an, auch bei der Zielgruppe und eignen sich als Transportmittel für die wissenschaftlichen Fakten.

*) das Gesamtsystem als wichtiges Transportmittel und komplexes System an sich muss noch sichtbar werden (z.B.: die Verantwortung liegt nicht „nur“ beim Konsument:in/Bäuer:in/etc. Sondern es ist ein komplexes ineinander spielen vieler Elemente). Das ist in der derzeitigen Fassung kaum vorhanden, aber sehr wichtig.

*) deswegen: es wird 3 Erzählstränge mit je einem Thema als Fokus (mit vielleicht auch anderen Enden) geben, die man in kurzer Spieldauer durchspielt. Somit können wir bei ein paar Themen ins Detail gehen, und dennoch, durch die Klammer und Wiederspielbarkeit das größere Ganze und die Komplexität mitreinnehmen.

Fragen, die für uns noch offen sind und in zukünftigen Test abgeklärt werden:

- Wie lange soll das Spiel dauern?
- Welche Einleitung braucht es, damit man sich einerseits mit den Charakteren identifiziert, aber dieser Teil nicht zu lange wird.

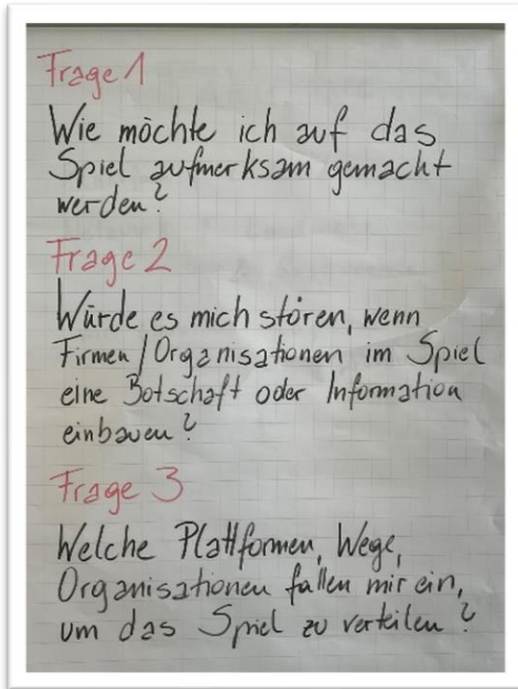


One Health/One Welfare

Der **One Health**-Ansatz fasst ein Konzept zusammen, das seit mehr als einem Jahrhundert bekannt ist: dass die Gesundheit von Menschen, Tieren und Pflanzen voneinander abhängig und mit der Gesundheit der Ökosysteme, in denen sie leben, verbunden ist. 2016 wurde die Definition von One Health durch den Begriff **One Welfare** (Wohlbefinden) erweitert. One Welfare bezeichnet die Wechselbeziehung zwischen dem tierlichen Wohlbefinden, dem menschlichen Wohlbefinden und der Umwelt (Biodiversität). Der Begriff One Welfare würdigt insbesondere auch die emotionalen und sozialen Aspekte des Wohlbefindens, ohne die Leben nicht möglich scheint. Ein Beispiel: Verbessertes Wohlergehen von Tieren und Landwirten - verbesserte landwirtschaftliche Produktivität. Das Wohlergehen der Landwirte steht

in direktem Zusammenhang mit dem Wohlergehen der Tiere. Produktive Betriebe mit gut gehaltenen Tieren sind im Allgemeinen mit einem positiven Wohlbefinden der Landwirte verbunden. Praktische Belege zeigen, dass ein besseres Wohlergehen der Nutztiere zu höheren Erträgen führt (z. B. verbessert eine bessere Klauenpflege die Gesundheit der Kühe und gesunde Kühe haben einen höheren Milchertrag).

Speed-Dating zu folgenden Fragen:



Antworten auf Frage 1:

(Antworten und Bewertungen)

- Influencer 17
- Bim – Infoscreen 13
- Bushaltestelle 8
- an Unis und FH 7
- auf Produkten im Supermarkt (Milch, Milchersatz) 7
- Soziale Medien 5
- Fitnessstudio 5
- Mundpropaganda 5
- Schule 4
- Sticker an Straßenlaternen, U-Bahn, Bars (Guerilla Marketing) 3
- Supermarkt - Plakate 3
- Milchregal, Fleischregal im Supermarkt 3
- von Freunden empfohlen 3
- Gewista Infoscreen und Co 3
- Einkaufswagerl 2
- Personen des öffentlichen Lebens 2
- Freunde; Plakate; Plakate an Treffpunkten (Beisl, Mensa, Café); Im Museum; Restaurants – Menükarte; Skifahrer; Einkaufsackerl im Supermarkt; Whats App Gruppen; Instagram; Setting, das zu mir passt (Café, Buchladen)

Antworten auf Frage 2:

- den überwiegenden Teil würde eine Botschaft von Firmen und/oder Organisationen stören (beispielhafte Begründungen: Spiel würde an Glaubwürdigkeit verlieren; schlecht, wenn Firmen dadurch etwas verkaufen möchten; wirkt wie Greenwashing)
- eine Person würde es nicht stören, eine Person wäre irritiert
- wenn ja, dann keine Firmen sondern Organisationen bei ausgewogener Vertretung aller Interessen (neutrale Wissensvermittlung)
- wichtig ist es, auf die Herkunft des Spiels zu verweisen (BOKU, VetMed)
- eventuell NGOs über alle Bereiche (Tierschutz, Menschenrechte, Umweltschutz)

Antworten auf Frage 3:

App Store, Warteplätze, Projektpartner Websites, Newsletter, Social Media, COWLEARNING Stakeholder, Unis/FH (Plakate, Sticker, Flyer), Social Media, Poster, Supermarkt (Kassa, Einkaufswagerl, Einkaufsackerl, Ausgang, Plakate, Rechnung mit Gutschein), Messen, Morgenrot, BÖLW (Bund ökologische Lebensmittelwirtschaft), Öffis Infoscreens, Plattformen (Ernährungsorganisationen, Boku HP, BML, Sportclubs, nst, X, e-learning Plattform moodle, UNO (SDGs), WHO), Pressearbeit, FM4 Sektion Games, Speisekarten, Mensen, Offizielle Seiten zu Tierhaltung, Ernährung (Stadt Wien, MA, BML, BMG), TikTok, Instagram, Straßenlaternen, Bars, U-Bahn, Pädak, Playstores, Ages, Beyoncé Stiftung, Raumberg Gumpenstein, Gesundheit Österreich, alternative Supermärkte, Orte des Essens, Facebook, Youtube, ÖPNV, LSL, Vier Pfoten, Esserwisser, Verband der Diätologinnen, ÖGE, Twitch Streamer, Spiel vor Publikum spielen, beim Inskribieren auf einer Uni, Univorlesung, Rechnung LEH

Herzlichen Dank für Eure Teilnahme!