

Planspiel: GreenRebelGames – Spiele für eine rebellische, nachhaltige Welt



1. Unternehmensidee

GreenRebelGames ist ein Startup, das Apps, Mobile Games und Brettspiele entwickelt, die bewusst „out of the box“ denken.

Die Spiele behandeln moderne, gesellschaftlich relevante und teils rebellische Themen:

- Nachhaltigkeit & Klimaschutz
- Gedächtnis- & Lernförderung
- Fast-Food-Kriege / Ernährungssysteme
- Rebellion & ziviler Ungehorsam (jugendgerecht, humorvoll, nicht politisch-extrem)
- Urbane Herausforderungen
- Kooperation & Community

Alle Spiele haben einen kreativen Twist, der Lernen, Humor und Gesellschaftskritik kombiniert.

2. Produkte (Brettspiele & Apps)

A. Brettspiele (Beispiele-Ideen)

Diese dienen als Vorlage für die Schüler, um eigene zu entwickeln:

1. „Fast Food War“
 - Spieler führen verrückte Fast-Food-Konzerne, sabotieren sich gegenseitig und müssen gleichzeitig CO₂-Grenzwerte einhalten.
2. „Green Rebellion“
 - Ein taktisches Brettspiel über urbane Guerilla-Begrünung (Bäume pflanzen, Dächer begrünen, Systeme austricksen).
3. „MindMaze“
 - Ein modulbasiertes Gedächtnis- & Problemlöse-Spiel mit wechselnden Regeln.
4. „EcoTycoon Kids“
 - Kinder ab 8 bauen nachhaltige Städte und lernen Ressourcenmanagement.

B. Apps & Mobile Games

- EcoRunner: Spieler sammeln Müll, retten Tiere, gegen die Uhr
- Memory Universe: Memory-Spiel in 3D-Welten
- Urban Rebels: Stadt-Abenteuer über Community-Projekte
- FastFoodWar Mobile: schnelle Multiplayer-App

Alle Spiele haben Gamification-Elemente und optionale Lerninhalte.

3. Zielgruppe

Primär

- Kinder 8–14
- Jugendliche 14–18
- junge Erwachsene 18–35
- Familien

Sekundär

- Schulen
- Bildungseinrichtungen
- NGOs (Partner für Spieleinhalte)
- Brettspielläden & Buchhandlungen
- App Stores / Mobile Gamer

4. Marktpotenzial

GreenRebelGames bewegt sich in mehreren boomenden Märkten:

- Mobile Games
- Brettspiele (seit Jahren stark wachsend)
- Edutainment (Lernen durch Spielen)
- Gamification für Nachhaltigkeit

Ein attraktives Feld für Investoren, da Trends wie Klimaschutz, Lernspiele und humorvolle Gesellschaftskritik stark an Bedeutung gewinnen.

5. Geschäftsmodell

Einnahmequellen

- Verkauf der Brettspiele (29–59 €)
- App Monetarisierung:
 - In-App Käufe
 - Werbefreischaltung
 - kosmetische Items
- Lizizenzen an Schulen / Bildungspakete
- Merchandising (Poster, Figuren)
- Kooperationen mit NGOs & Institutionen
- Crowdfunding für neue Spiele
- Einnahmen über Erweiterungssets

6. Kostenstruktur

Startkosten

Bereich	Kosten
App-Entwicklung (erste 2 Spiele)	180.000 €
Brettspiel-Design + Testdrucke	40.000 €
Produktion erste Auflage (2.000 Stück)	35.000 €
Marketing & Launch	40.000 €
Büro/Arbeitsplätze	20.000 €
Team 6 Monate (Designer, Programmierer, Vertrieb)	210.000 €
Gesamt	525.000 €

Fixkosten pro Monat

Bereich	Kosten
Entwicklerteam	18.000 €
Game-Designer	9.000 €
Vertrieb & Marketing	7.000 €
Social Media & Community	3.000 €
Material/Prototypen	2.000 €
Büro/Tools	2.500 €
Gesamt	41.500 € / Monat

7. SWOT-Analyse

Strengths

- Einzigartige Kombination aus Rebellion + Nachhaltigkeit + Humor
- Kreative, moderne und gesellschaftlich relevante Spiele
- Starke Marke für Social Gaming und Edutainment
- Cross-Media (Brettspiele + Apps) → stabile Einnahmen

Weaknesses

- viele unterschiedliche Produktlinien
- hoher Aufwand für Game Testing
- Content muss altersgerecht bleiben
- Marketing muss zielgruppenspezifisch sein

Opportunities

- Kooperationen mit Schulen, NGOs, Umweltprojekten
- Lizenzen für Firmen als Lernspiele
- starke Nachfrage nach alternativen Brettspielen
- stark wachsender App-Markt (Casual Gaming)
- Export: Deutschland ist einer der besten Brettspiel-Märkte weltweit

Threats

- App-Store-Abhängigkeit
- starke Konkurrenz im Mobile-Bereich
- Produktionskosten für Brettspiele steigen
- politische Themen können kontrovers sein
- Trends ändern sich schnell bei jungen Zielgruppen

8. Wettbewerbsanalyse

Konkurrent	Stärken	Schwächen	Vorteil GreenRebelGames
Ravensburger	starke Marke	wenig „rebellisch“	moderner, trendiger
Asmodee	große Vielfalt	teils komplexe Spiele	leichter Zugang
kleinere Indie-Brettspiele	kreativ	wenig Reichweite	Gemeinschaft + Plattform
Mobile Game Studios	große Konkurrenz	wenig Bildung	Edutainment-Fokus

Konkurrent	Stärken	Schwächen	Vorteil GreenRebelGames
Lernspiel-Hersteller	seriös	langweilig	Humor & Rebellion

9. Aufgaben

A. Rollen im Team

- Game Director
- Brettspiel-Designer
- App-Entwickler
- Marketing
- Finanzplanung
- Produktmanager

B. Hauptaufgaben

1. Entwicklung eines kompletten Brettspiel-Konzepts

- Thema
- Mechanik
- Spielkarten
- Regeln
- Spielfeld
- Zielgruppe
- Lern- oder Rebel-Element

2. Konzept für eine passende App

- Gameplay
- Monetarisierung
- Screens / Mockups
- Features (Multiplayer? Level? Items?)

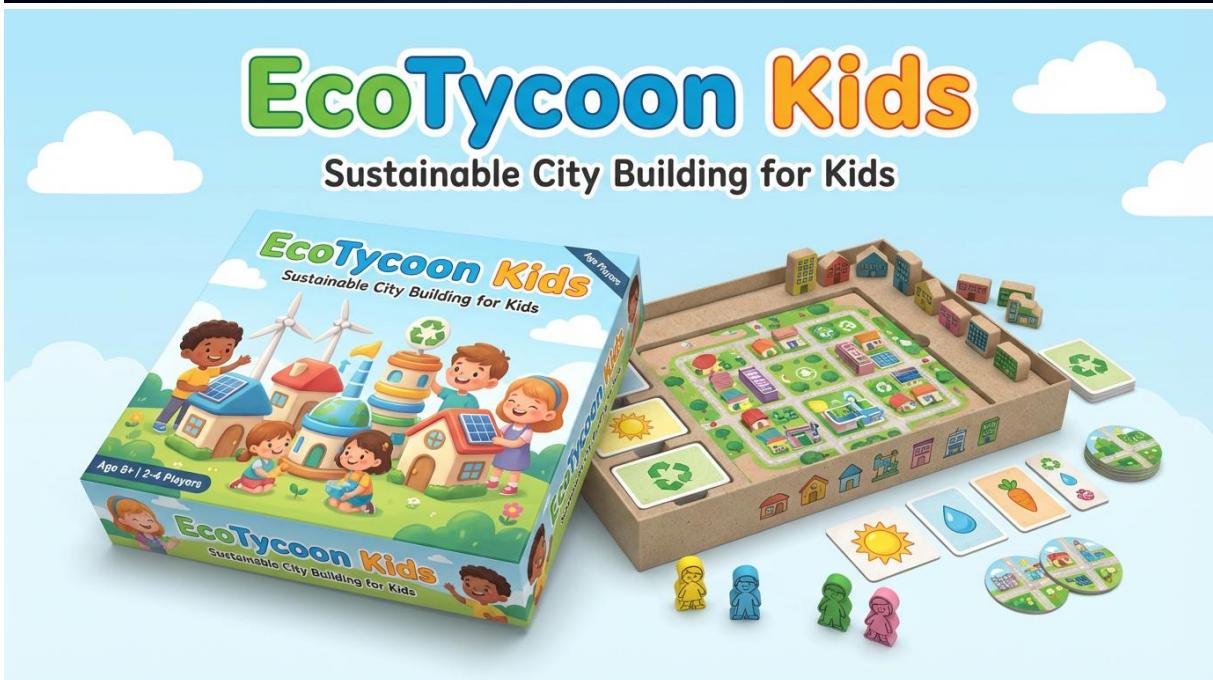
3. Markenidentität entwerfen

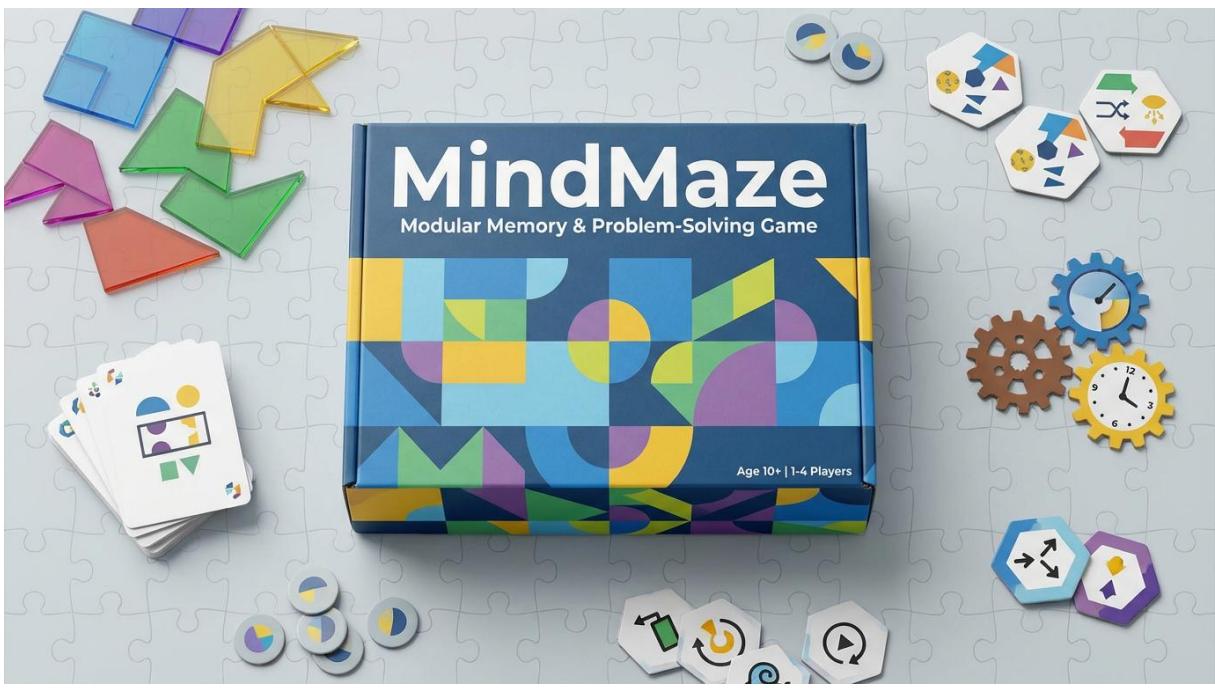
- Name
 - Logo
 - Look & Feel (Farben, Stil, Zielgruppenansprache)
4. Marketingstrategie entwickeln
- Social-Media Maßnahmen
 - Influencer-Partnerschaften
 - Community Events
 - Testspielrunden
5. Finanzplanung
- Herstellungskosten
 - Verkaufspreise
 - App-Einnahmen
 - Gewinnschwelle
6. Pitch vorbereiten
- Produktvorstellung
 - Zielgruppe
 - Markt
 - Geschäftsmodell
 - Finanzzahlen
 - Investmentanforderung

10. Pitchstruktur

1. Vision: Spielen mit Sinn + Spaß + Rebellion
2. Produkte (ein Brettspiel + eine App)
3. USP (Rebellion + Nachhaltigkeit + Humor)
4. Zielgruppe
5. Geschäftsmodell
6. Finanzen & Kosten
7. Markteintrittsstrategie

8. Team
9. Investorenanfrage (z. B. 300.000 € für 10 %)





FastFoodWar Mobile

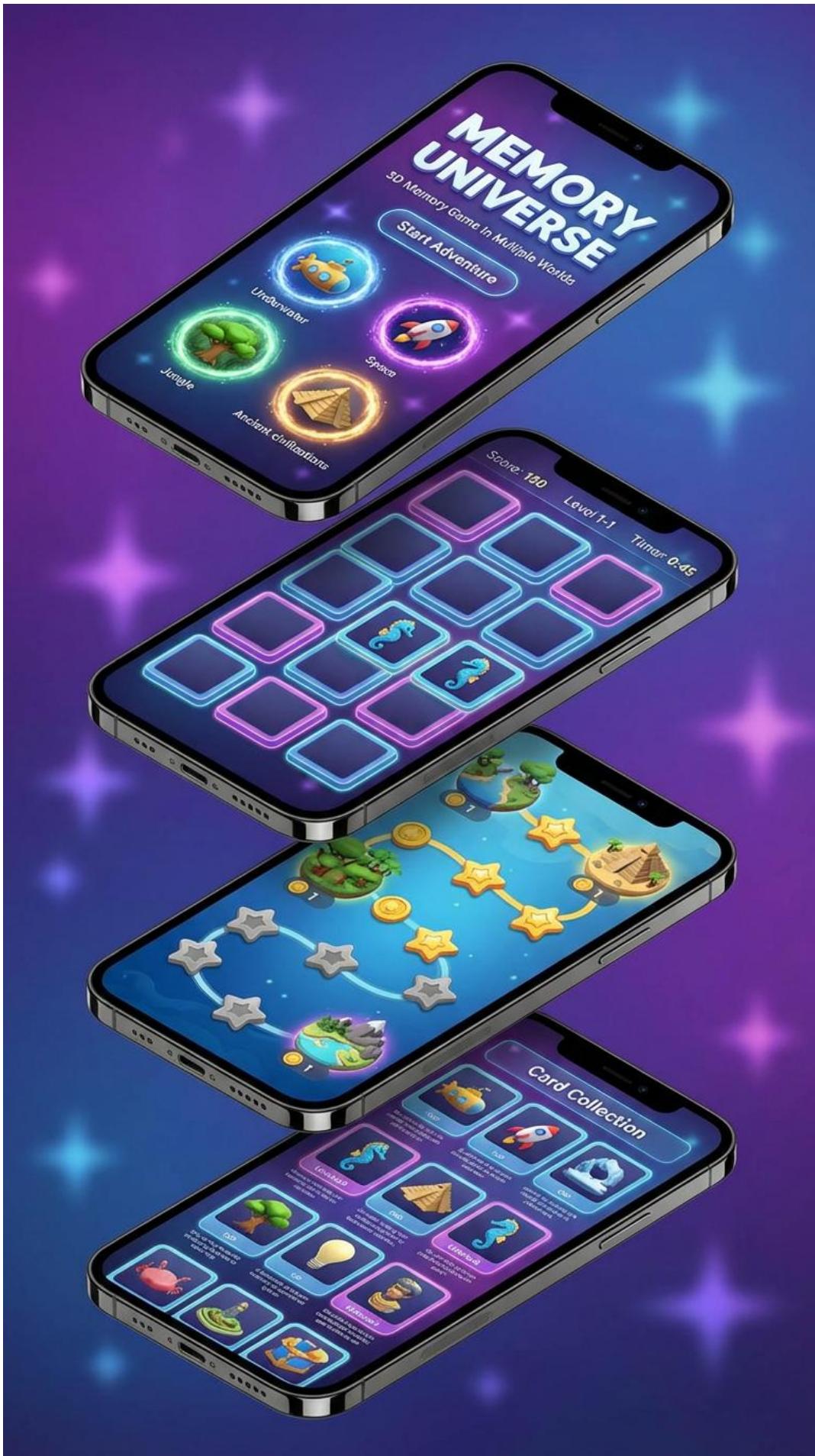


Urban Rebels

Community Adventure
About Real Projects



**Explore Cities, Complete Projects,
Build Communities**





EcoRunner

Save Animals & Clean Up

