

Unser Trainingsansatz

Das Herzstück des Workshops ist ein Spielbrett, das einer typischen Spielsituation ähnelt. Mithilfe von Karten und Checklisten folgen die Teilnehmenden dem Spielverlauf. Im Anschluss an jede Runde reflektieren sie gemeinsam über Entscheidungen und Folgen. In einer Übungssession vertiefen sie ihr Wissen über die Hintergründe der Geschehnisse im Spiel.

Die Teilnehmenden erlernen durch diese erfahrungsbasierte Methode, Finanzentscheidungen für sich, ihre Familie oder ihr Unternehmen zu treffen. Sie wenden das Erlernte direkt im Spiel und dann auch im Alltag an. So trägt die Deutsche Sparkassenstiftung dazu bei, die finanzielle Bildung von Personen überall auf der Welt zu vertiefen – auf spielerische Art und Weise.

Virtuelle Klassenräume

Ursprünglich als Präsenztraining entwickelt, wurde das bestehende Material und die Trainingsmethoden der Business Games angepasst, um die Distanz zu überwinden und gleichzeitig die Interaktivität zu erhalten. In virtuellen Klassenzimmern können Teilnehmende die Business Games interaktiv in kleinen Gruppen spielen.

Nachhaltigkeit

In den Projektländern werden mithilfe des Training of Trainers Ansatzes lokale Multiplikatorinnen und Multiplikatoren für die Business Games trainiert. Deren Kenntnisse der sozio-kulturellen Situation in der Region erhöhen die Identifikation der Teilnehmenden mit dem Spiel. Somit verbleibt das Wissen auch nach Projektende in der Region und die eingearbeiteten Fachkräfte können Know-how an die Gegebenheiten vor Ort anpassen.

Das sagen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer unserer Business Games:

»Ein ausgezeichnetes Trainingsprogramm. Es sollte für alle Bankfachleute zum Standard gehören.«

»Mir gefiel, dass wir aktiv in die Seminare eingebunden wurden, und nicht nur zuhören mussten.«

»Die Inhalte waren darauf ausgerichtet, professionelle Kompetenzen in allen Bereichen auszubauen.«



Gefördert durch



Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung

 **Deutsche Sparkassenstiftung**
FÜR INTERNATIONALE KOOPERATION

Simrockstraße 4 | D-53113 Bonn
Tel. +49 228 9703-0
Email: Business.Games@sparkassenstiftung.de
Homepage: www.sparkassenstiftung.de

 **Deutsche Sparkassenstiftung**
FÜR INTERNATIONALE KOOPERATION

**Business Games made by
Deutsche Sparkassenstiftung:
Ein Erfolgsmodell geht um die Welt**



**Global denken, lokal handeln,
international kooperieren**

Die Deutsche Sparkassenstiftung für internationale Kooperation e.V. macht das Know-how der deutschen Sparkassen in Entwicklungs- und Schwellenländern verfügbar. Bei ihrem Einsatz für finanzielle Bildung weltweit sind die Business Games ein unverzichtbarer Bestandteil der Projektarbeit.

Finanzielle Bildung und unternehmerisches Know-how leicht gemacht: Die Business Games der Deutschen Sparkassenstiftung

Wissensvermittlung mithilfe haptischer und computerbasierter Business Games bedeutet Lernerfahrung fernab von trockener Theorie. Interaktion, praktische Übungen und die Motivation, gewinnend aus dem Spiel hervorzugehen, führen zu einem hohen Lernerfolg der Business Games made by Deutsche Sparkassenstiftung.

Seit ihren Anfängen in den 1990er Jahren haben sie sich zu einer internationalen Marke entwickelt und stehen für innovative und interaktive Lernerfahrung.

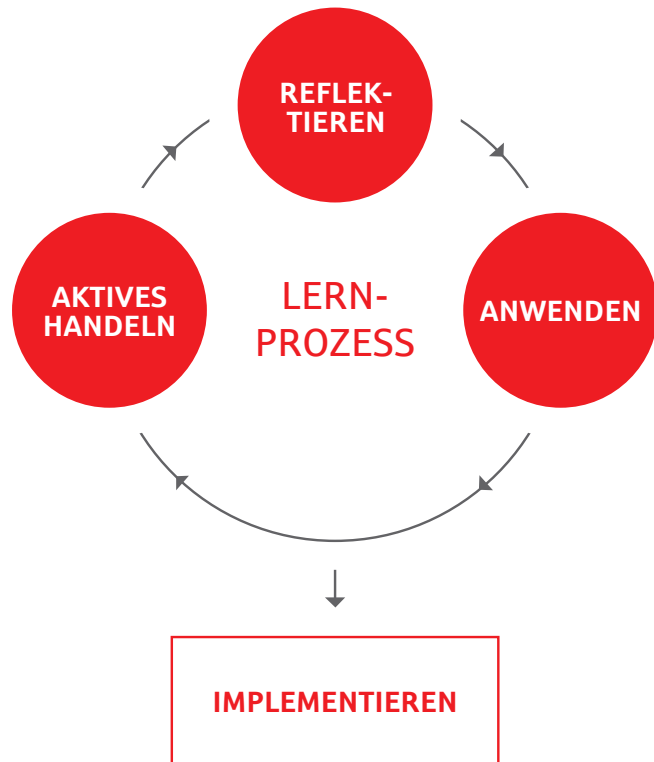
Ständig steigende Nachfrage und Erfahrungen aus vielen Ländern weltweit sowie hochgradig zufriedene Teilnehmerinnen und Teilnehmer zeugen vom

Mehrwert der Business Games. Ihr Erfolgsrezept: Sie erlauben risikofreies Ausprobieren, frei nach dem Motto: Versuch macht klug.

Die Identifizierung von Ursachen und das Verständnis von Zusammenhängen sind die wichtigsten Lernziele der Games, ebenso die Interpretation der eigenen Ergebnisse und das Erstellen teamorientierter Lösungsalternativen.

Eigens von der Deutschen Sparkassenstiftung ausgebildete internationale und lokale Trainerinnen und Trainer unterstützen die Teilnehmenden bei der individuellen Analyse der Ergebnisse und vermitteln Wissen, das im Spielverlauf direkt angewendet werden kann.

Der Lernprozess innerhalb der Business Games ist in vier Phasen unterteilt:



Die Erfolgsfaktoren der Business Games auf einen Blick:



Die Business Games der Deutschen Sparkassenstiftung im Überblick:

Farmers Business Game

Zielgruppen: Kleinbäuerliche und aufstrebende landwirtschaftliche Betriebe sowie Agrarunternehmen

Das brettbasierte Farmers Business Game soll mit Hilfe eines auf Erfahrung basierten Ansatzes die finanzielle Bildung fördern und das Bewusstsein für die Wichtigkeit von finanzieller Planung steigern. Dazu werden die Teilnehmerinnen und Teilnehmer in Kleingruppen eingeteilt. Jede Gruppe übernimmt die Leitung einer Farm, trifft Unternehmensentscheidungen und erhält einen Einblick in die Faktoren, die den Erfolg ihres landwirtschaftlichen Unternehmens beeinflussen.

Micro Business Game

Zielgruppen: Kleine Unternehmen und alle, die lernen wollen, wie der Erfolg eines Unternehmens verbessert werden kann

In dem brettbasierten Micro Business Game leiten die Teilnehmenden ein kleines Fruchtsaftgeschäft. Im Verlauf des Trainings bilden sie Teams und werden mit verschiedenen Ereignissen konfrontiert. Es ergeben sich Wachstumschancen, aber auch Herausforderungen als Arbeitgebende, Gefahren für das Unternehmen wie auch Entwicklungsmöglichkeiten. Die Teilnehmenden lernen so, betriebswirtschaftliche Prozesse besser zu verstehen und ihr Unternehmen kompetent zu führen.

Savings Game

Zielgruppen: Private Haushalte, Jugendliche und kleine Familienunternehmen

In dem ebenfalls haptisch basierten Savings Game nehmen die Teilnehmenden teamweise die Rolle einer fünfköpfigen Familie ein und verwalten gemeinsam ein Haushaltsbudget. Jedes Familienteam versucht, sein Budget möglichst vorausschauend zu planen und effizient zu gestalten, um ein anfangs festgelegtes Familienziel zu erreichen. Je erfolgreicher ein Familienteam wirtschaftet, umso mehr Punkte erreicht es auf der Skala der Lebensqualität. Die Gruppe, die das Familienziel und die höchste Lebensqualität erreicht, gewinnt. Die Teilnehmenden entwickeln so ein Bewusstsein für den Nutzen einer Budgetplanung und begreifen die Chancen des Sparens.

MFI Management Game

Zielgruppen: Höheres und mittleres Management sowie Nachwuchsführungskräfte von Finanzinstitutionen

Das softwarebasierte MFI Management Game vermittelt, wie man eine Mikrofinanzinstitution effizient steuert, indem die Teilnehmenden Geschäftsentscheidungen in einem realitätsnahen Umfeld treffen. Sie erlernen so die wichtigsten betriebswirtschaftlichen Grundsätze: Auf welcher Grundlage treffe ich Entscheidungen und wie gehe ich mit Risiken und Unvorhergesehenem um.