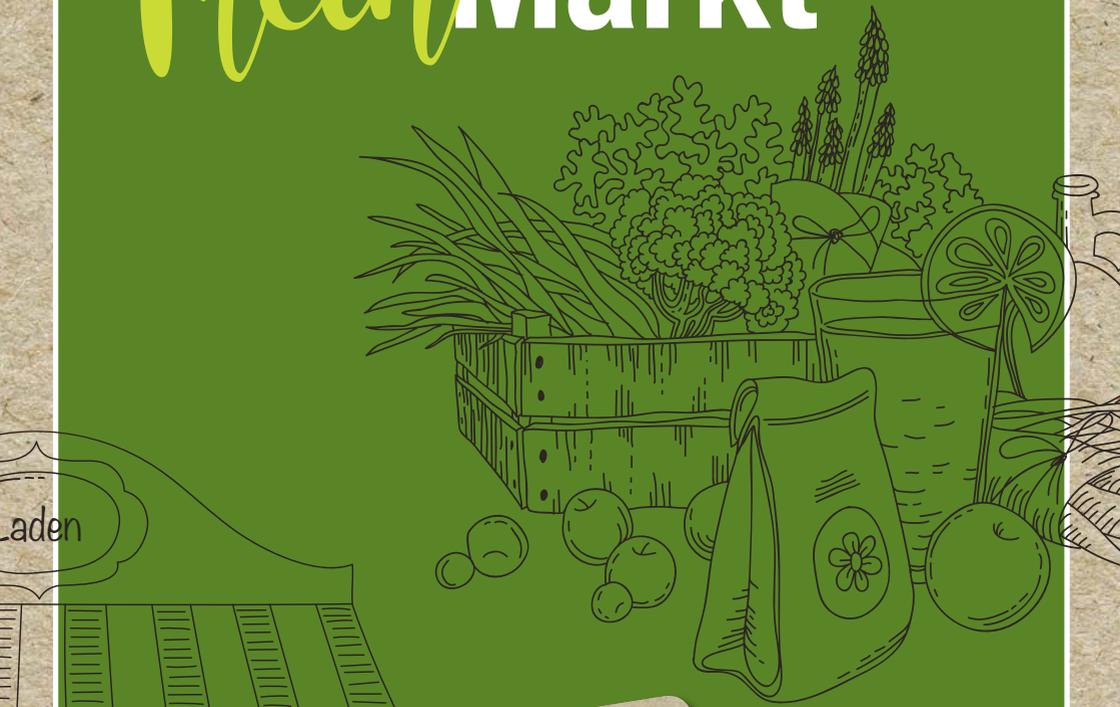


MeinMarkt



Spielanleitung

Spielidee

2 - 4 SPIELER

Die Bauernschaft ist in Aufruhr – der heißbegehrte Innovationspreis wurde wieder ausgelobt. Nur jene Bäuerinnen und Bauern, die sich in diesem Jahr durch besonders innovative und kundenorientierte Produkte abheben, können ihn gewinnen. Stellt euch dem harten Wettbewerb, krepelt euer Unternehmen ordentlich um und seid gewiefter als eure Konkurrenz! Wer am erfolgreichsten Kunden überzeugen kann, gewinnt den Innovationspreis.

Material

- 1 Deckblatt
- 72 Entwicklungskarten:
 - Produktkarten
 - Preiskarten
 - Vertriebskarten
 - Kommunikationskarten
- 17 Ereigniskarten
- 20 Kundenkarten
- 1 Spielanleitung



SPIELVORBEREITUNG

- Die drei Kartenstapel (Entwicklungskarten, Ereigniskarten, Kundenkarten) werden getrennt voneinander gemischt und als verdeckte Stapel auf den Tisch gelegt. Das Deckblatt wird aus dem Spiel genommen.
- Jedem Spieler werden fünf Entwicklungskarten ausgeteilt.
- Eine Kundenkarte wird offen in die Tischmitte gelegt – das ist der Markt. Im Verlauf des Spiels muss immer mindestens eine Kundenkarte offen am Markt liegen. Nimmt ein Spieler die letzte offene Kundenkarte aus dem Markt, wird sofort eine vom Stapel offen nachgelegt.
- Der älteste Spieler beginnt.

SPIELZIEL

Die Spieler versuchen innerhalb von drei Wertungsrunden (Trimester) durch das Kombinieren von vier verschiedenen Entwicklungskarten (Produkt, Preis, Vertrieb, Kommunikation) für die ausliegenden Kunden interessante Produkt-Sets auf den Markt zu bringen, Kunden zu gewinnen und dadurch Punkte zu sammeln. Wer nach den drei Wertungsrunden die meisten Punkte gesammelt hat, gewinnt das Spiel.

SPIELABLAUF

Das Spiel verläuft über **drei Trimester** (Wertungsrunden). In jedem Trimester werden von den Spielern reihum im Uhrzeigersinn folgende Spielzüge ausgeführt:

1 AKTION DURCHFÜHREN

Der Spieler führt eine der folgenden Aktionen aus:

- **PRODUKT ENTWICKELN ODER ANPASSEN** – Eine Entwicklungskarte spielen und sofort bezahlen, dazugehörigen Effekt ausführen (= Produkt entwickeln). Oder eine bereits ausliegende Karte durch eine neue Karte ersetzen. Die neue Karte muss vollständig bezahlt werden, der Karten-Effekt wird nicht ausgeführt (= Produkt anpassen).
- **NEUORIENTIERUNG** – Die gesamte Kartenhand abwerfen und entsprechend Karten nachziehen. Es dürfen aber maximal fünf Karten nachgezogen werden.
- **IDEEN SPINNEN** – Eine Runde aussetzen.

2 MARKTEINFÜHRUNG UND WERTUNG

Der Spieler überprüft, ob er marktreife Produkt-Sets in den Markt einführen und damit einen oder mehrere Kunden gewinnen kann, um Punkte zu erhalten.

TRIMESTER ABSCHLIEßEN UND WERTUNG

Sobald so viele Kunden gewonnen wurden, wie Spieler teilnehmen, wird das Trimester abgeschlossen und es kommt zu einer von drei Zwischenwertungen. Nach der dritten Wertung wird das Spiel sofort beendet.

3 KARTE ZIEHEN

Der Spieler zieht eine Karte und beendet damit seinen Spielzug. Der Spieler darf nie mehr als zehn Karten in der Hand halten. Überschüssige Karten müssen abgeworfen werden. Der nächste Spieler ist an der Reihe!

1 AKTION DURCHFÜHREN

1.1 PRODUKT ENTWICKELN ODER ANPASSEN

Das Produkt alleine ist zu wenig, es muss zur Marktreife entwickelt werden.

Der Spieler versucht, Produkt-Sets aus den vier verschiedenen Entwicklungskarten zusammenzustellen. Dafür spielt er eine Entwicklungskarte von seiner Hand vor sich auf den Tisch und bezahlt diese, indem er **sofort so viele weitere beliebige Handkarten offen abwerfen muss, wie der aufgedruckte Wert der ausgelegten Karte angibt.**

Beispiel: Kurt legt eine Produktkarte mit Wert 3 aus und wirft dafür sofort drei andere beliebige Handkarten auf den Abwurfstapel.



Jede gespielte Karte wird zu einem Produkt-Set hinzugefügt oder beginnt ein neues. Der Spieler darf **maximal zwei Produkt-Sets parallel entwickeln**, überschüssige müssen abgelegt werden.

Spielt der Spieler eine Entwicklungskarte aus, wird sofort der dazugehörige Effekt aktiviert:



PRODUKT – ALLES BEGINNT MIT EINER PRODUKTIDEE.

Damit ein Spieler ein Produkt-Set beginnen kann, muss er immer als erste Karte ein Produkt spielen. Danach muss der Spieler zwei Kundenkarten vom Stapel ziehen, eine davon auswählen, diese offen in den Markt legen und die andere unter den Kundenstapel.

Beispiel: Sara hat bereits ein Produkt-Set in Entwicklung. Sara legt nun eine weitere Produktkarte aus. Mit dieser beginnt sie ihr zweites Produkt-Set. Alle weiteren Entwicklungskarten (Vertrieb, Preis, Kommunikation) kann sie nun in beliebiger Reihenfolge zu einem der beiden Sets dazulegen.



PREIS – WERTSCHÖPFUNG BEEINFLUSST DEINE WIRTSCHAFTLICHKEIT.

Der Spieler darf gleich viele Karte nachziehen, wie er zum Bezahlen der gerade ausgelegten Preiskarte abgegeben hat.



VERTRIEB – ES PASSIEREN IMMER WIEDER UNERWARTETE DINGE!

Der Spieler zieht sofort die oberste Karte vom Ereigniskartenstapel, liest die Karte laut vor und führt – sofern nicht anders beschrieben – das Ereignis sofort aus.



KOMMUNIKATION – NUR WER GUT KOMMUNIZIERT, KANN SEINE VORZÜGE PRÄSENTIEREN.

Der Spieler darf nun einen Bereich dieses Produkt-Sets verbessern. Dafür legt er eine Entwicklungskarte aus der Hand auf eine entsprechende bereits ausliegende Karte dieses Produkt-Sets, ohne dafür bezahlen zu müssen (z.B. Produkt auf Produkt, Vertrieb auf Vertrieb, ...). Der neue Wert dieses Bereiches entspricht nun der Summe beider Karten.



Beispiel: Karl möchte seinen Preis erhöhen. Nachdem er die Kommunikationskarte gespielt und bezahlt hat, legt er eine zusätzliche Preiskarte mit Wert 3 von der Hand auf eine ausliegende Preiskarte mit Wert 1. Er muss für diese nicht zusätzlich bezahlen. Nun entspricht sein Preis dem Wert 4.

Es darf immer nur maximal eine Verbesserung in einem Set liegen.

Produkt anpassen:

Erfüllt das Produkt-Set die Bedingungen von keinem der ausliegenden Kunden (siehe Punkt 2 Markteinführung und Wertung), kann es an diese angepasst werden. Anstelle einer neuen Karte zu legen (= Produkt entwickeln), darf eine Karte eines bestehenden Produkt-Sets ausgetauscht werden (= Produkt anpassen). Dazu muss die ausliegende Karte, die der Spieler austauschen möchte, auf den Ablagestapel geworfen und die neue Karte wieder vollständig bezahlt werden. **Der dazugehörige Effekt der jeweiligen Entwicklungskarte wird nicht mehr aktiviert.**

Beispiel: Im Markt liegt nur mehr ein Kunde, der Single. Dieser kauft nur Produkte, deren Kommunikation und Vertrieb mindestens den Wert 2 haben. Das Produkt-Set von Karl besteht aus einem Produkt mit Wert 3, Vertrieb mit Wert 1, Preis mit Wert 3, Kommunikation mit Wert 2 und erfüllt so nicht die Kundenbedürfnisse des Singles. Karl entscheidet sich, sein Produkt an die Bedingungen des Singles anzupassen. In seinem Zug wirft er die ausliegende Vertriebskarte mit Wert 1 auf den Ablagestapel und spielt eine Vertriebskarte mit Wert 2. Er wirft zwei Handkarten ab, um die neue Vertriebskarte zu bezahlen. Karl darf keine Ereigniskarte ziehen, da der Effekt der Entwicklungskarte beim Anpassen eines Produkt-Sets nicht erneut aktiviert wird. Nun erfüllt Karl beide Bedingungen des Singles.

1.2 NEUORIENTIERUNG

Manchmal muss man sich komplett neuorientieren, um an sein Ziel zu gelangen. Der Spieler wirft alle seine Handkarten ab und zieht entsprechend Karten nach (maximal fünf Karten).

Beispiel: Karl hat drei Handkarten und keine davon kann er gerade gebrauchen. Er wirft alle seine Handkarten ab und zieht drei neue Karten nach. Wirft Karl acht Handkarten ab, darf er nur maximal fünf Karten nachziehen.

1.3 IDEEN SPINNEN

Gewisse Ideen brauchen einfach Zeit zum Reifen.

Der Spieler setzt diese Runde aus und führt keine Aktion durch.

2 MARKTEINFÜHRUNG UND WERTUNG

Nur wer die Bedürfnisse der Kunden berücksichtigt, kann seine Produkte erfolgreich verkaufen!

Hat ein Spieler ein Produkt-Set zur Marktreife entwickelt, d.h. das Set besteht aus den vier verschiedenen Entwicklungskarten, muss er sofort überprüfen, ob es für die Kunden im Markt zurzeit interessant ist. Der Spieler vergleicht seine marktreifen Produkt-Sets mit den im Spiel offen ausliegenden Kunden, um sie mit seinem Produkt-Set für sich zu gewinnen.

Folgende zwei Bedingungen müssen erfüllt sein, um mit einem Produkt-Set einen Kunden für sich zu gewinnen:

GESAMTWERT

Der Gesamtwert des fertig entwickelten Produkt-Sets (Summe aller Entwicklungskarten-Werte) muss innerhalb des angegebenen Bereiches auf der Kundenkarte liegen.

Beispiel: Karl hat gerade ein Produkt-Set fertig entwickelt. Dieses besteht aus einem Produkt mit Wert 3, Vertrieb mit Wert 2, Preis mit Wert 3, Kommunikation mit Wert 1 und hat somit einen Gesamtwert von $3+2+3+1=9$. Ein für den Kunden „Single“ interessantes Produkt-Set muss einen Gesamtwert zwischen 9 und 13 haben – also wäre es für den Single interessant!

KUNDENBEDÜRFNISSE

Die Werte der Entwicklungskarten im abgeschlossenen Produkt-Set müssen den Bedürfnissen des Kunden entsprechen. Diese werden durch die entsprechenden Symbole und Zahlen auf den Kundenkarten angezeigt. Es gibt dabei folgende Möglichkeiten:

Zahl & Symbol(e) der entsprechenden Entwicklungskarten: Der Wert der Entwicklungskarte(n) muss genau dem angegebenen Wert entsprechen.

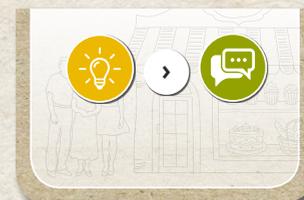
Beispiel: Preis und Kommunikation müssen beide den Wert 2 haben.

min. Zahl oder max. Zahl & Symbol(e) der entsprechenden Entwicklungskarten: Der Wert der Entwicklungskarte(n) muss mindestens oder darf maximal so hoch sein wie der angegebene Wert.

Beispiel: Preis und Vertrieb dürfen beide maximal den Wert 2 haben.

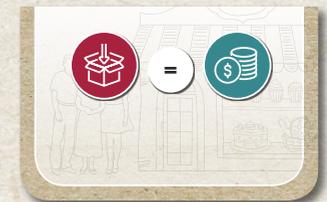
> oder < & Symbole der entsprechenden Entwicklungskarten: Der Wert der einen Entwicklungskarte muss größer oder kleiner sein als der Wert der anderen Entwicklungskarte.

Beispiel: Produkt muss einen größeren Wert als Kommunikation haben.



= & Symbole der entsprechenden Entwicklungskarten: Die Werte der Entwicklungskarten müssen dieselben sein.

Beispiel: Vertrieb und Preis müssen beide denselben Wert haben, die Höhe des Wertes ist beliebig.



Beispiel: Der Single kauft nur Produkte, deren Kommunikation und Vertrieb mindestens den Wert 2 haben. Das Produkt-Set von Karl besteht aus einem Produkt mit Wert 3, Vertrieb mit Wert 1, Preis mit Wert 3, Kommunikation mit Wert 2. Leider erfüllt Karl mit seinem Produkt-Set nicht die Kundenbedürfnisse des Singles. Er muss auf einen anderen geeigneten Kunden hoffen oder er passt sein Produkt-Set an die Kundenbedürfnisse des Singles an.

WERTUNG

Erfüllt das Produkt-Set beide Bedingungen eines oder mehrerer Kunden, kann es gewertet werden. Der Spieler erhält Punkte im Gesamtwert des Produkt-Sets, wirft das gewertete Produkt-Set auf den Ablagestapel und legt die gewonnenen Kunden bei sich ab. Für jeden Kunden, den der Spieler für sich gewinnen konnte, erhält er am Ende eines jeden Trimesters nochmal Punkte (siehe Punkt 2.1 Trimester abschließen und Wertung). Sollte kein Kunde mehr offen ausliegen, wird sofort ein neuer Kunde vom Stapel offen in den Markt gelegt.

2.1 TRIMESTER ABSCHLIEßEN UND WERTUNG

Ein Trimester wird abgeschlossen, wenn insgesamt so viele Kunden gewonnen wurden, wie Spieler teilnehmen.

Beispiel: Karl legt eine Preiskarte aus und schließt damit ein Produkt-Set ab. Dieses Produkt-Set erfüllt die Bedingungen (Gesamtwert und Kundenbedürfnisse) von zwei Kunden. Karl kann somit zwei Kunden für sich gewinnen. Elisa und Sara haben in diesem Trimester auch bereits jeweils einen Kunden gewonnen. Nur Sebastian hat es noch nicht geschafft, ein Produkt-Set zusammenzustellen. Es wurden also vier Kunden gewonnen, was der Anzahl der Spieler entspricht. Hätte Karls Produkt-Set die Bedingungen von drei Kunden erfüllt, hätte er alle drei Kunden für sich gewinnen können. Das Trimester wird am Ende von Karls Zug abgeschlossen und es kommt zur Zwischenwertung. Sebastian ist in diesem Trimester leider leer ausgegangen.

Kundenwert:



Jeder Spieler erhält für jeden bei sich liegenden Kunden den aufgedruckten Kundenwert. Die gewonnenen Kunden bleiben für den Rest des Spiels beim Spieler.

Beispiel: Sebastian hat zwar in diesem Trimester keinen neuen Kunden gewinnen können, aber er hat bereits zwei Kunden aus dem vorherigen Trimester bei sich. Diese haben die Werte 2 und 3. Sebastian erhält also auch in diesem Trimester nochmal 5 Punkte (2+3).

Ein neues Trimester beginnt. Der nächste Spieler im Uhrzeigersinn ist an der Reihe.

.....

3 KARTE ZIEHEN

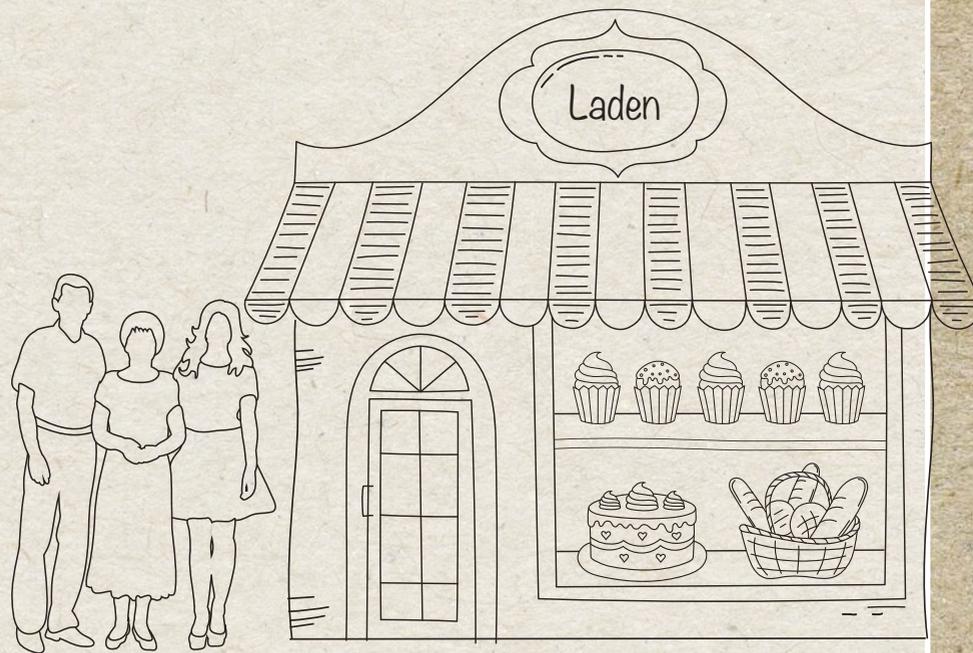
Am Ende des Zuges zieht der Spieler eine Karte nach. Dann ist der nächste Spieler im Uhrzeigersinn an der Reihe.

.....

SPIELENDE

Nach drei Trimestern oder wenn keine Kunden mehr nachgezogen werden können, wird das Spiel beendet. Wer insgesamt die meisten Punkte sammeln konnte, hat sich den Innovationspreis verdient und gewinnt das Spiel. Bei Gleichstand gewinnt der Spieler mit den meisten Kunden. Gibt es immer noch einen Gleichstand, gibt es mehrere Gewinner.

.....



ZUSAMMENFASSUNG

Eine Aktion durchführen:

- Produkt entwickeln oder anpassen
oder
- Neuorientierung: Kartenhand abwerfen und entsprechend Karten nachziehen (maximal fünf Karten)
oder
- Ideen spinnen: Eine Runde aussetzen

Spielzug beenden: Eine Karte ziehen

Produkt entwickeln: Entwicklungskarte spielen & bezahlen = in Werthöhe Handkarten abwerfen. Je nach Entwicklungskarte wird **sofort** der dazugehörige **Effekt** aktiviert:



Produkt: Die Produktkarte muss die erste Karte des Produkt-Sets sein. Der Spieler zieht zwei Kundenkarten, einen Kunden legt er aus, einen legt er unter den Stapel.



Preis: Der Spieler zieht gleich viele Karten nach wie er soeben bezahlt hat.



Vertrieb: Der Spieler zieht sofort eine Ereigniskarte und führt diese aus.



Kommunikation: Ein Bereich des Produkt-Sets darf kostenlos verbessert werden.

Produkt anpassen: Derselbe Spielzug wie bei „Produkt entwickeln“, aber der Effekt der Entwicklungskarte wird nicht mehr aktiviert. Die Karte, die ausgetauscht wird, wird abgeworfen.

Markteinführung und Wertung:

Entspricht ein fertiges Produkt-Set einem Kundenwunsch (Gesamtwert + Kundenbedürfnisse):

- Der Spieler erhält den Gesamtwert des Produkt-Sets als Punkte.
- Der/die Kunde/n kommen zum Spieler. Diese werden noch nicht gewertet.
- Das Produkt-Set wird auf den Ablagestapel geworfen.
- Falls kein Kunde mehr ausliegt, wird ein neuer Kunde offen in die Mitte gelegt.

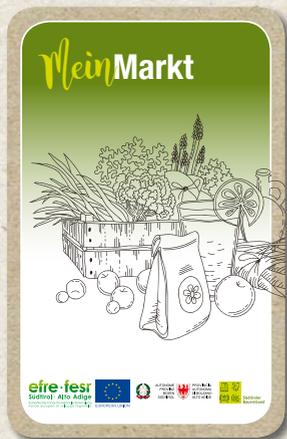
Trimesterende und Wertung:

- Sobald gleich viele Kunden gewonnen wurden, wie Spieler teilnehmen, werten alle Spieler die aufgedruckten Kundenwerte (2, 3 oder 4) von all ihren gewonnenen Kunden.
- Der nächste Spieler beginnt das neue Trimester.

Spielende:

Das Spiel endet nach drei Trimestern oder wenn alle Kundenkarten aufgebraucht sind.

Der Spiel Aufbau



Stapel
Entwicklungskarten
verdeckt



Stapel
Ereigniskarten
verdeckt

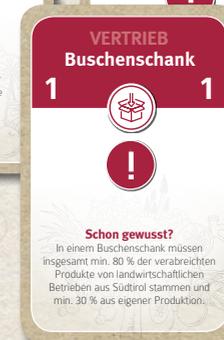


Stapel
Kundenkarten
verdeckt

Beispiel für ein fertiges Produkt-Set:



Gesamtwert = 7 (1 für Produkt, 1 für Preis, 3 für Kommunikation und 2 für Vertrieb)



Mit diesem Produkt-Set könnte z.B. der Handwerker als Kunde gewonnen werden:

Mit dem **Gesamtwert 7** liegt das Produkt-Set innerhalb des Bereiches des Handwerkers (6 – 11). Der Wert der Preiskarte (1) ist kleiner als der Wert der Vertriebskarten (2). Somit sind auch die **Kundenbedürfnisse** des Handwerkers erfüllt.



Abwurfstapel
Entwicklungskarten
offen



Offen ausliegende Kunden im Markt



IMPRESSUM

Herausgeber: Südtiroler Bauernbund, K.-M.-Gamper-Str. 5, 39100 Bozen

Spielleautoren: Hannes Waldner, Kathrin Hofer, Iwan Hofer – Capacitas

Inhalte: Helene Solderer, Astrid Weiss – Südtiroler Bauernbund, Abteilung
Innovation & Energie

Grafik und Illustration: Nadia Eisenkeil – Conceptart Werbeagentur

Druck: Unionprint, Meran

Finanzierung: Europäischer Fonds für regionale Entwicklung

Dieses Werk und seine Komponenten (Spielregeln, Grafik und Illustration, Texte) sind lizenziert unter einer Creative Commons Namensnennung - Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0 International Lizenz.

1. Auflage: April 2019



Südtiroler
Bauernbund

K.-M.-Gamper-Straße 5, 39100 Bozen
Tel. 0471 999 333, Fax 0471 981 171
info@sbb.it, www.sbb.it

Abteilung Innovation & Energie

Tel. 0471 999 363, Fax 0471 999 329
innovation-energie@sbb.it



efre · fesr
Südtirol · Alto Adige
Europäischer Fonds für regionale Entwicklung
Fondo europeo di sviluppo regionale



AUTONOME
PROVINZ
BOZEN
SÜDTIROL



PROVINCIA
AUTONOMA
DI BOLZANO
ALTO ADIGE