

Zum Anwendungspotential von Gamification in Unternehmen

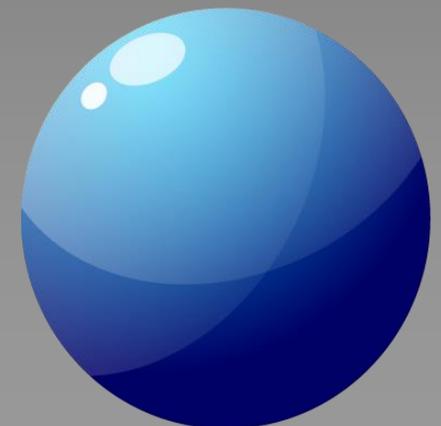
Martin Christof Kindsmüller¹, Lars Kämpfer², Julian Fietkau¹, Jens Heuer³

¹ Universität Hamburg

² Goodgame Studios, Hamburg

³ IBM Deutschland GmbH, Niederlassung Hamburg

Mensch und Computer 2014
<https://doi.org/10.1524/9783110344509.379>





Gliederung

- Was ist Gamification?
- Beispiele
- Wo steht Gamification?
- Psychologische Grundlagen
- Spielmechaniken
- Aussicht auf Praxisanwendung

Was ist Gamification?

- Die Anwendung von Spielmechaniken und -prozessen in spielfremdem Kontext. [1]



Language
Quality
Game



Gamification hat Potential

Language Quality Game



500.000 Seiten
werden in freiwilliger
Mehrarbeit auf Fehler
untersucht.



Mögliche
Fehlerquellen und
Sicherheitslücken
eines Programms
werden im Rahmen
eines Kartenspiels
frühzeitig aufgedeckt.



... und Herausforderungen



Google News Badges

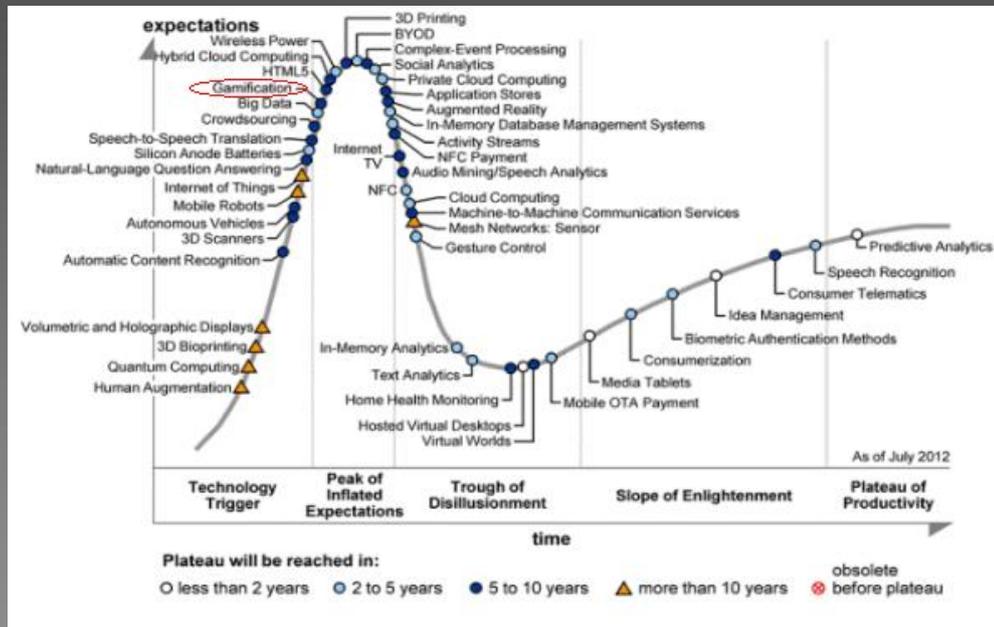


Wurde am 15.10.2012 nach etwa einem Jahr wieder beendet.



Wo steht Gamification?

Gamification steht noch am Anfang



- Das Marktforschungsunternehmen Gartner nimmt an, dass bis 2014 80% der Gamificationanwendungen ihr Ziel nicht erreichen.



Psychologische Grundlagen - Motivation

Intrinsische Motivation ist der Schlüssel zur Gamification

	Intrinsisch	Extrinsisch
Motivationsquelle	Innen (eigenes, persönliches Interesse)	Außen (Anreize)
Zweck der Handlung	Spaß	Ergebnis/Ziel, Belohnung, Vermeidung von Bestrafung
Vorteile	Flow, Zufriedenheit, Freiwilligkeit	Steuerbar, zielgerichtet
Nachteile	Uneinheitlich, nicht kontinuierlich	“Zwang”, Kosten
Beispiele	Spiele, Hobbys	Erfolg im Beruf

- Gamification kann durch spielerische Aufbereitung einer Handlung beide Motivationsformen unterstützen.



Psychologische Grundlagen – Sozialpsychologie

- Gruppen bilden sich über Gemeinsamkeiten beliebiger Art (z.Bsp. Nationalität). [3]
- Gruppenzugehörigkeit sorgt für Identifikation mit der Gruppe und Annahme der Gruppenziele als persönliche Ziele.
- Der eigene Status innerhalb einer Gruppe oder die Erstrebung desselbigen kann eine große Motivationsquelle sein und fördert die Identifikation mit der Gruppe.
- Gamification kann durch spielerische Anreize die Teambildung unterstützen und Status als Quelle extrinsischer Motivation schaffen.



Gamification nutzt bekannte Spielmechaniken

Game Mechanics	Human Desires					
	Reward	Status	Achievement	Self Expression	Competition	Altruism
Points	●	●	●		●	●
Levels		●	●		●	
Challenges	●	●	●	●	●	●
Virtual Goods	●	●	●	●	●	
Leaderboards		●	●		●	●
Gifts & Charity		●	●		●	●

Quelle: Bunchball 2013 (<http://www.bunchball.com/products/gamification>)



Praxisidee 1

- Interviews mit Mitarbeitern zu ihren Erfahrungen mit Gamification und ihrer Offenheit bezüglich solcher Ansätze
- Darauf basierende Entwicklung von Konzepten zum Einsatz von Gamification auf einer internen Communityplattform



Praxisidee 2

- Vorhandene Studie im Rahmen einer Masterarbeit. Einsatz von Gamification innerhalb einer Community für 6 Wochen.
- Mit der Studie als Grundlage Entwicklung von weiterentwickelten Konzepten der verwendeten Ansätze.



Vielen Dank für die Aufmerksamkeit!

Fragen?



Quellen

- [1] Zichermann, Gabe; Cunningham, Christopher (August 2011). Gamification by Design: Implementing Game Mechanics in Web and Mobile Apps (1st ed.). Sebastopol, California: O'Reilly Media.
- [2] J. E. Barbuto, R. W. Scholl: Motivation sources inventory: development and validation of new scales to measure an integrative taxonomy of motivation. In: Psychological Reports. 1998, Vol. 82 (3) pp 1011-1022
- [3] Hogg, M. A.; Williams, K. D. (2000). "From I to we: Social identity and the collective self". Group Dynamics: Theory, Research, and Practice