

Verspielte Welt

VON EVA ROSSNER

Einst galten Computerspiele als eine der Ursachen für Gewalt und Zerstörung. Doch der Wind hat sich gedreht, mittlerweile weht ein laues Lüftchen, wenn es um Fragen rund ums Gaming geht. Es sei die Zauberformel für Motivation, mancherorts vermutet man sogar, die Welt werde in Zukunft sogar lustiger, wenn nur alle etwas mehr spielen. Doch weit gefehlt: Wenn es ums Spielen geht, kann es in Zukunft auch sehr ernst werden.

© DECK13 interactive GmbH

© Thinkstock





Lords of the Fallen: Das Actionspiel von Deck 13 erscheint voraussichtlich im Herbst 2014 für PC, PS4 und Xbox One.

Wer kennt ihn nicht: Klein, etwas dicklich, trägt Latzhose, Schirmmütze und einen kräftigen Schnauzer. Sein Name ist Mario, und er kommt aus dem Super-Mario-Land. Man sagt ihm nach, er sei Klempner – aber ein einfacher Handwerker ist er deshalb noch lange nicht. Denn Mario ist die wohl bekannteste Videospieldfigur der Welt. 2005 wurde er deshalb sogar mit einem Stern auf dem Walk of Game geehrt, der Auszeichnung für Videospiele, Spielfiguren und Spieleentwickler des Elektronikkonzerns Sony. „Mama Mia“ ruft er gerne und sammelt emsig

Münzen und goldene Sterne. Millionen von Kinder haben ihren Super Mario schon auf dem Weg zum Highscore begleitet. Sie fieberten mit ihm und fochten oft stundenlang Kämpfe aus, nur um den nächsten Level zu erreichen. Immer mit voller Konzentration dabei. So manche Eltern haben sich da wohl gewünscht, dass nur ein Funke davon in die täglichen Matheaufgaben gesteckt worden wäre. Doch dürfte es den wenigsten geglückt sein, die Mechanismen des Computerspiels erfolgreich auf ihre erzieherischen Pläne zu übertragen.

Motivation auf Toplevel

Unternehmen sind da mittlerweile weiter. Sie wissen, dass der menschliche Spieltrieb Berge versetzen kann. Langsamer fahren, mehr Sport treiben oder eine höhere Leistungsbereitschaft im Büro zeigen, die Zauberformel dafür lautet „Gamification“. Ihre Verfechter gehen davon aus, dass das menschliche Belohnungssystem spielerisch aktiviert und die Motivation so auf Toplevel gebracht werden kann. Der Weg dorthin erscheint zunächst simpel: Spielelemente in spielfremde Kontexte überführen. Das können Belohnungspunkte oder der Aufstieg in höhere Levels sein, um Menschen zu einem bestimmten Verhalten zu bewegen. Das Knifflige daran ist jedoch die richtige Mischung aus Spannung, Spiel und Erfolg.

„Ob Prozessoptimierung oder Mitarbeitermotivation, die Ansätze aus Videospiele können auf alles Mögliche übertragen werden“, sagt Florian Stadlbauer. Er ist Geschäftsführer von Deck 13 Interactive, einem Spieleentwickler aus Frankfurt am Main. Stadlbauer bewegt mit simplen Tastenkombinationen komplexe Welten. Und weiß genau, warum erwachsene Menschen jede Menge Zeit und Geld für Ritterschlachten in fernen Welten investieren: „Wir denken aus der Sicht des Nutzers“, so Stadlbauer. Sein Job ist es, virtuelle Welten so zu konzipieren, dass der Spieler an der Konsole immer wieder von neuem herausgefordert wird. Unterforderung würde zu Langeweile führen und Überforderung zu Frust. „Ein Balanceakt, aber >



Im Actionspiel „Tiger & Chicken“ schlagen sich die Nutzer als Shaolin-Kämpfer durch und müssen ihr unterdrücktes Volk befreien. Und natürlich die Liebe ihres Lebens retten.

© DECK3 Interactive GmbH

genau das ist Motivation, eine der Kernkompetenzen von Spieleentwicklern“, erklärt der Geschäftsführer. Mittlerweile unterstützt Deck 13 auch andere Unternehmen dabei, spannende Softwarelösungen zu entwickeln. Mit den Tipps und Tricks aus der Spielekiste können beispielsweise Mitarbeiter eines großen Industrieunternehmens bei Laune gehalten werden. Früher waren die Bedieneroberflächen für die Maschinen womöglich etwas öde und schwer verständlich. Mit der Softwareoberfläche aus dem Hause Stadlbauer gibt es nun eine ansprechende und freundliche Benutzerführung. „Das Spiel dahinter erkennt niemand“, so Stadlbauer.

Auf die Erfolgsprinzipien guter Spiele dürfte auch der Autobauer Volkswagen zurückgegriffen haben. VW möchte seine Kunden zu Umweltschutz animieren – und so als nachhaltiges Unternehmen wahrgenommen werden. Um zwei Fliegen mit einer Klappe zu schlagen, haben die Wolfsburger ein virtuelles Spritsparspiel herausgebracht. Bequem über das Smartphone bedient, könnten so das Bewusstsein für effizienteres Fahren geschärft und gleichzeitig verdeutlicht werden, dass Umweltschutz nicht gleich Verzicht auf Fahrspaß bedeutet, heißt es in der Pressemitteilung zum Spielstart. Für die Teilnehmer sei sogar die Qualifizierung für einen Spritsparwettbewerb vorgesehen. Und wenn sie sich in Sachen Umweltschutz und Nachhaltigkeit gut anstel- ➤

Anzeige

Intensivseminar I:
25. und 26. Juni 2014 in München oder
5. und 6. November 2014 in Wiesbaden

management forum
starnberg

Fördermittel des Bundes für F&E-Projekte

Antrags-
stellung Schritt
für Schritt
am eigenen
Laptop!



Wie Unternehmen Förderungen des Bundes richtig beantragen, nutzen und Projekte professionell durchführen

Intensivseminar II:
27. Juni 2014 in München oder 7. November 2014 in Wiesbaden

EU-Fördermittel für F&E-Projekte – Horizon 2020

Getrennt
buchbar!



Überblick – Beantragung – Nutzung

Medienpartner

INNOVATIONS
MANAGER
Zukunftsmanager

Sonderpreise
für Vertreter von
öffentlichen Ein-
richtungen und
Hochschulen

Ausführliches Programm: www.management-forum.de/FuE-Foerdermittel
Infos & Anmeldung: Telefon: 0 81 51/27 19-0 · info@management-forum.de

len, feiern sie ihren Sieg vielleicht sogar in Kalifornien, so die in Aussicht gestellte Belohnung für den fleißigen Umweltschützer.

Von Eseln und Karotten

Das Konzept Gamification lässt vermuten, dass Menschen Veränderungen nur dann anstreben, wenn es lustig wird und am Ende das Siegereppchen wartet. Doch der Schein trügt. „Es geht nicht nur um ‚just for fun‘“ sagt Nora Stampfl. Die Zukunftsforscherin und Buchautorin beschäftigt sich mit der Frage, was hinter der Motivationskraft des Spiels steckt. Spiele würden den Menschen auch das Gefühl geben, dass sie die Situation

beherrschten. Aufstieg in höhere Level, eine Belohnung bei einem Wettbewerb, der Spieler verzeichne Erfolge und messe sich an den Erfolgen der anderen. Erfolg und Wettbewerb seien also wichtige Elemente, die fesseln könnten, so Stampfl. Doch die Zukunftsexpertin weiß: So kann zwar das Beste aus jedem Einzelnen herausgeholt werden. Doch um Motivation lange Zeit aufrechtzuerhalten, brauche es mehr als Belohnungspunkte und Highscores.

„Jeder Esel, der einer Karotte nachläuft, hat irgendwann keine Lust mehr dazu“, erklärt sie. Stampfl bezeichnet die Karotte als äußere

Belohnung, die austauschbar sei. Menschen richteten ihr Verhalten nach diesem Belohnungsmuster nämlich nur solange aus, bis ihnen etwas Besseres über den Weg laufe. Fluggesellschaften bänden Kunden also nicht unbedingt durch Flugmeilenprogramme, denn sobald eine andere Airline bessere Konditionen biete, wechselten sie. Die Kunst des Spielens sei es jedoch, durch innere Motivation zu binden, so Stampfl. Das Spiel müsse also so gestaltet sein, dass der Nutzer nicht die Belohnung im Auge habe, sondern dass er das Spiel um seiner selbst willen spielen wolle. „Gute Spiele können Menschen Perspektiven bieten“, so Stampfl. Sie eröffneten neue Räume, um beispielsweise Ideen oder Strategien zu testen oder um einfach nur mit anderen Menschen in Kontakt zu treten.

Spielen mit Ziel

Mit ausgefuchsten Spielen beschäftigt sich Stefan Göbel. Er leitet die Arbeitsgruppe „Serious Games“ an der Technischen Universität Darmstadt. Der Fachausdruck Serious Games zeigt bereits, dass Spaß und Ernst gar nicht so weit voneinander entfernt sind. Göbel ist auf der Suche nach Spielen mit ernsthaften Zielen. Bei dem Computerspiel „Re-Mission“ handele es sich um solch ein zielgerich-

+

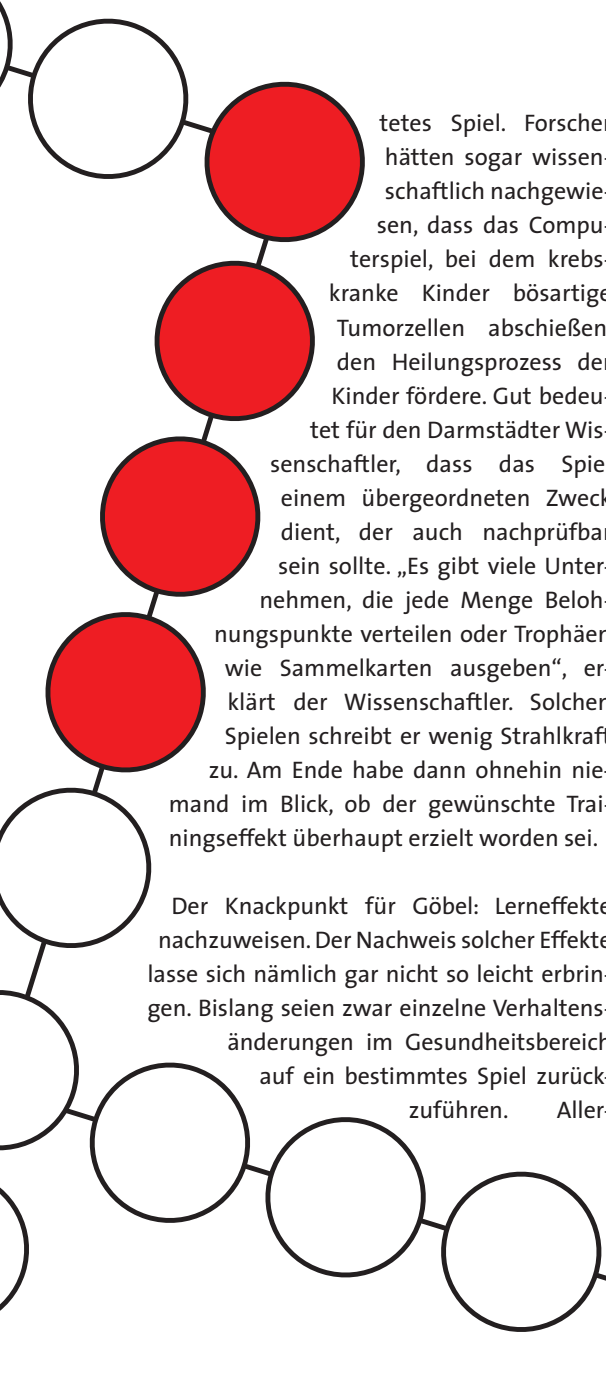
Jack Keane ist ein Abenteurer – sein Vater könnte der berühmte Indiana Jones sein.

+



© DECK3 Interactive GmbH





tetes Spiel. Forscher hätten sogar wissenschaftlich nachgewiesen, dass das Computerspiel, bei dem krebskranke Kinder bösartige Tumorzellen abschießen, den Heilungsprozess der Kinder fördere. Gut bedeutet für den Darmstädter Wissenschaftler, dass das Spiel einem übergeordneten Zweck dient, der auch nachprüfbar sein sollte. „Es gibt viele Unternehmen, die jede Menge Belohnungspunkte verteilen oder Trophäen wie Sammelkarten ausgeben“, erklärt der Wissenschaftler. Solchen Spielen schreibt er wenig Strahlkraft zu. Am Ende habe dann ohnehin niemand im Blick, ob der gewünschte Trainingseffekt überhaupt erzielt worden sei.

Der Knackpunkt für Göbel: Lerneffekte nachzuweisen. Der Nachweis solcher Effekte lasse sich nämlich gar nicht so leicht erbringen. Bislang seien zwar einzelne Verhaltensänderungen im Gesundheitsbereich auf ein bestimmtes Spiel zurückzuführen. Aller-

dings seien noch keine generellen Aussagen darüber möglich, inwieweit bestimmte Unternehmensziele mit Hilfe von Spielen Wirklichkeit werden können. Das bringt den Verfasser der ersten Spiele in eine schwierige Lage. Komplexe Spiele mit übergeordnetem Zweck sind zwar zielgerichtet, aber die Lerneffekte sind nicht nachweisbar. Außerdem ist ihre aufwändige Entwicklung recht kostenintensiv. Investoren reagieren deshalb meist zurückhaltend, wenn es um den Einsatz von Serious Games geht. Oft seien es ohnehin Minderheiten, die von den entwickelten Spielen profitierten. Daher kommen die Serious Games von Stefan Göbel für eine kommerzielle Vermarktung nicht in Betracht. Trotzdem steht Göbel hinter seinen Serious Games. „Ich bin kein Fan von klassischer Gamification. Die Spiele werden doch meist oberflächlich angewendet. Außerdem handelt es sich derzeit ohnehin um ein Modewort“, so der Wissenschaftler.

Gaming ist ein alter Hut

Gamification versus Serious Games – Nora Stampfl hält nicht viel davon, sich in Begrifflichkeiten zu verirren. Ganz so neumodisch sei das Instrument Gaming übrigens auch nicht, ergänzt sie. Gaming und Ranking gehörten in der Unternehmenswelt schon lange zur Tagesordnung. Dort nenne man es „Leistung in Bezug zur Leistung anderer setzen“ und „Erfolge belohnen“. „Wenn man sich jedoch

von dem Hype um Gamification löst, geht es schlicht um Psychologie“, erklärt sie. In den sechziger Jahren wurde das Prinzip auch dort eingesetzt. Die sogenannte Token Economy, also Tauschgeschäfte, sollten Verhaltensänderungen herbeiführen. Ärzte versprachen bei psychologischen Behandlungen für ein bestimmtes Verhalten Münzen. Ab einer bestimmten Anzahl gesammelter „Tauschgüter“ wurde der Patient dann belohnt.

Der Trubel rund um den Spieltrieb sei ein alter Hut, aber die Sache bleibe doch trotzdem spannend, findet die Zukunftsexpertin. Vor allem dann, wenn technologische Entwicklung diesen Hut in neuem Glanz erstrahlen lasse. Mit dem Smartphone lasse sich die Welt in ein riesengroßes Spielbrett verwandeln. Hinzu komme das Internet der Dinge, in Zukunft sei jeder Gegenstand des Alltags ins Datennetz integriert. Alles trage einen Chip, und selbst Produktverpackungen seien mit Kameras und Sensoren ausgestattet. In Kombination mit clever konstruierten Spielen sieht die Buchautorin viel Potential für eine spannende Zukunft. Es sei durchaus denkbar, dass es in Zukunft Spaß mache, die Steuerklärung zu erstellen. Oder Altersvorsorge zu betreiben. „Spiele können in so einer Welt ganz neue Möglichkeiten schaffen“, so Stampfl. Neue Kommunikationskanäle, neue Plattformen, um Ideen auszutauschen, das könne durchaus dazu führen, dass Menschen in Zukunft kreativer würden und bessere Ideen zustande brächten.

Aus Spaß wird Ernst

„In so einer Welt kann Gamification aber auch sehr machtvoll werden“, sagt die Zukunftsforscherin. Sie kann sich durchaus vorstellen, dass Menschen im Zuge strategisch konstruierter Spiele in Situationen regelrecht hineingetrieben würden, deren Ausgang sie weder abschätzen könnten noch wünschenswert fänden. „Menschen werden zu etwas gebracht, das sie ohne das Spiel nicht tun würden und auch nicht wollen“, so Stampfl. Sofern Ziel und Zweck der Anwendungen nicht transparent sei, handele es sich um reine Manipulation. Gerade das Thema „verdeckte Ziele“ beschäftige sie derzeit sehr. Sie kenne Spieleanwendungen für das eigene Finanzmanagement oder die Haushaltsführung. Dort würden Daten über die Finanzsituation, die Lebensplanung und die sozialen Kontakte gespeichert. Es handele sich um eine riesige Datenquelle, die das Verhalten Einzelner transparent und messbar mache. Pessimistische Zukunftsbilder seien angesichts solcher Entwicklungen nicht von der Hand zu weisen. Aus Spiel könne da recht schnell Ernst werden, und die Folge sei der ferngesteuerte Mensch. Bleibt zu hoffen, dass in Zukunft nicht jeder in einer verspielten Welt gefangen ist, um dort in Latzhose und Schirmmütze Giftpilzen auszuweichen. <

e.rossner@zukunftsmanager-magazin.de