A. Weisbecker, M. Burmester & A. Schmidt (Hrsg.): Mensch und Computer 2015 Workshopband, Stuttgart: Oldenbourg Wissenschaftsverlag, 2015, S. 353-357.

Press Play² - Gamification in Wissenschaft und Praxis

Ralf Schmidt[1], Jörg Niesenhaus[2], Sandra Schering[3]

Entertainment Computing, Universität Duisburg-Essen[1]
Centigrade GmbH[2]
itemis AG [3]

1 Hintergrund und Themenfeld

Der Begriff *Gamification* ist ein viel zitierter und stark diskutierter Begriff, unter dem im Allgemeinen der Einsatz von Spielelementen in spielfremden Kontexten (Deterding et al., 2011, S. 10) verstanden wird. Gamification bildet damit einen Gegensatz zu eher geschlossenen Anwendungsformen des Spiels, wie dem „Game-Based Learning“ (Prensky, 2007) oder den „Serious Games“ (Michael & Chen, 2005). Durch die Integration von Spielmechaniken werden sich eine höhere Flexibilität und höhere Akzeptanzraten, besonders in Produktivkontexten, erhofft. Zielsetzungen sind im Allgemeinen ein verbessertes Nutzererlebnis sowie die Steigerung von Motivation und Engagement gegenüber Produkten oder Prozessen (z. B. Herger, 2014). Der Zusammenhang aus diesen Nutzenversprechen, die weite Verbreitung smarter Technologien und die postulierte zunehmende Akzeptanz gegenüber Spielen durch nachwachsende Generationen (Prensky, 2007) begründen ein stark wachsendes Interesse an der Thematik in Wissenschaft und Unternehmen.

Der letztjährige Gamification-Workshop (Schering et al., 2014) hatte, anknüpfend an vorherige Beiträge auf der Mensch & Computer Konferenzserie, eine breite Exploration des Themenfeldes Gamification zum Ziel. Durch Vorträge und in praktischer Zusammenarbeit mit den Teilnehmern aus Wissenschaft und Wirtschaft wurde das bislang weitestgehend amerikanisch geprägte Thema im Hinblick auf europäische Wirtschafts- und Kulturstandards diskutiert. Übergreifende Zielsetzung war es, die wesentlichen Chancen und Herausforderungen für die Umsetzung von Gamification-Projekten zu bestimmen. Mit *Anwendungsgebieten*, *Best Practices*, *Langzeitaspekten*, *Design*, *Motivation* und *Kritik* wurden insgesamt sechs Themencluster während des Workshops herausgearbeitet, die für die Teilnehmer und das Themenfeld an sich relevant sind und die im diesjährigen Workshop detaillierter beleuchtet werden:

Anwendungsgebiete

Durch den recht flexiblen Ansatz von Gamification und dem zumeist übergeordneten Ziel der Motivationsförderung existiert mittlerweile eine große Vielfalt möglicher Anwendungsdomänen und Beispiele. Dabei ist, analog zu dem Forschungsbereich der Serious Games, ein Fokus auf Lernanwendungen auszumachen (Hamari et al. 2014). Fragestellungen des Workshops in diesem Bereich sind die Erarbeitung einer möglichen Typologie der Anwendungsgebiete für Gamification in Organisationen.

Best Practices

Eine Vielzahl von Fallstudien aus Wissenschaft und Praxis sowie Präsentationen des letztjährigen *Press Play* Workshops beschreibt die Wirkung von Spielelementen in spezifischen Kontexten und mit spezifischen Zielgruppen (z. B. Mekler et al., 2013; Thom et al., 2012). Neben dem zunehmenden Erkenntnisgewinn aus der Diskussion um Einzelbeispiele wird die Forderung nach soliden empirischen Erkenntnissen um die Wirkung von Spielmechaniken aufgestellt (Deterding, 2014). Der Workshop bietet Raum zum Austausch eigener Erfahrungswerte sowie zur Diskussion über Anforderungen und Herausforderungen künftiger Evaluationen und Aufwand-Nutzen-Rechnungen aus Praxis und Wissenschaft.

Langzeitaspekte

Digitale Spielerlebnisse sind ebenso wie andere Erlebnisformen Abnutzungseffekten unterlegen. So untersuchte ein Workshop der Mensch und Computer 2013 die temporalen Aspekte des Nutzererlebens[1] in der Interaktion mit technischen Systemen. Im Bereich digitaler Spiele benennt Koster (2005) beispielsweise Mastery, also das Beherrschen eines Spiel durch Erlernen seiner unterlegenen Muster und Mechaniken, als Grund. In der Flow-Theorie wird ein notwendiger optimaler Anforderungsgrad postuliert, um Spieler langfristig zu begeistern (Csikszentmihalyi, 2008). Im Workshop wird thematisiert, welche Rolle diese und weitere Gründe im Kontext von Gamification–Anwendungen spielen und wie diese hinsichtlich der Designziele zu bewerten sind.

Design

Bereits im ersten Workshop bildeten Themen zum Designprozess und Vorgehensmodell einen Schwerpunkt der Diskussionen (Herrmanny & Schmidt, 2014; Schering, 2014). Diese werden daher erneut aufgegriffen. Relevante Fragen behandeln die Erhebung, den Kreativ- und Produktionsprozesses, die Teamzusammensetzung sowie Integration von motivationalen und didaktischen Zielen in ein Gamification-Projekt. Zudem sollen mit der Frage nach Vereinbarkeit von Businesszielen und Nutzerzielen wirtschaftliche Fragestellungen stärker in den Fokus rücken.

[1] http://www.uselab.tu-berlin.de/muc2013/muc2013-ws.html#audience

Motivation
Insbesondere der Aspekt der Motivation wird im Zusammenhang mit Gamification stark diskutiert, nicht zuletzt, weil dadurch eine Beurteilung der tatsächlichen Effektivität ermöglicht wird. Fragen wie: „Wie muss eine Gamification-Anwendung gestaltet werden, um Kurz- oder Langzeitmotivation erreichen zu können?“ oder „Welche Auswirkungen haben extrinsische oder intrinsische Motivationselemente auf den Nutzer?“ sind nur einige, denen auf den Grund gegangen werden soll.

Kritik

Aufgrund ihrer häufig verhaltensbeeinflussenden Zielsetzungen und extrinsischen Anreizsystemen werden Gamification-Vorhaben häufig kritisiert. So stellt Bogost (2011) die Vorstellung, durch Anreize eine Produktbindung zu erreichen, in Frage. Schell (2011) kontrastiert in seinem Tech Talk zusätzlich den Freizeitbereich mit Produktivkontexten. Im Workshop sollen diese und andere Kritikpunkte offen diskutiert und moralisch wie auch kulturell eingeordnet werden.

2 Beiträge

Die zuvor aufgeführten sechs Themencluster sollen im diesjährigen Workshop aufgegriffen und diskutiert werden. Um Anstöße und Impulse für entsprechende Diskussionen zu bieten, werden im Rahmen des Workshops verschiedene Vorträge gehalten. Einerseits dienen verschiedene Impulsvorträge und Posterpräsentationen, die nicht im Tagungsband enthalten sind, der Anregung weiterer Diskussionen rund um die Themencluster, ebenso wie dadurch ein Überblick über aktuelle Arbeiten geliefert werden soll. Unserem Aufruf zur Einreichung von Beiträgen zum Tagungsband sind mehrere Forscher und Praxisvertreter gefolgt, wovon zwei Beiträge zur Präsentation und Veröffentlichung ausgewählt wurden, die im Workshop detailliert vorgestellt werden:

Romina Kettner, Katja Herrmanny und Werner Gaulke weisen in ihrem Beitrag auf das vorherrschende Problem eines fehlenden Messinstruments zur Effektivitätsmessung von Gamification-Anwendungen hin. Sie stellen daher den entwickelten „Internal Gamification Questionnaire (IGQ)“ als ein eben solches Messinstrument vor und beschreiben dessen Evaluierung. Der Fragebogen zielt vor allem auf eine Wirksamkeitsbeurteilung sowie Vergleichbarkeit von in Unternehmen eingesetzten Gamification-Anwendungen ab.

Sebastian Korbas thematisiert in seinem Beitrag die Problematik, dass in nutzerzentrierten Designprozessen von Gamification-Anwendungen oftmals wenig darüber bekannt ist, wodurch die adressierten Nutzer motiviert werden können. Er stellt daher einen Fragebogen als Messinstrument vor, mittels dessen motivationale Nutzertypen im Kontext gamifizierter Systeme erhoben und somit die Eigenschaften der angestrebten Zielgruppe genauer charakterisiert werden können.

Neben den verschiedenen Vorträgen und Posterpräsentationen werden die Teilnehmer in interaktiven Sessions viel Raum für Diskussionen sowie Anwendung der Inhalte aus den einzelnen Beiträgen haben. Wir erwarten dadurch einen spannenden Mix aus Theorie und Praxis, um vielfältige Ideen zur Beantwortung der Fragestellungen rund um die identifizierten Themencluster zu sammeln.

Unser besonderer Dank gilt den beitragenden Autoren und den Organisatoren der Mensch & Computer 2015 für die gute Unterstützung bei den Vorbereitungen und der Durchführung des Workshops.

Kontaktinformationen

Ralf Schmidt**,** *Universität Duisburg-Essen***,** Forsthausweg 2, 47057 Duisburg, ralf.schmidt@uni-due.de

Jörg Niesenhaus, *Centigrade GmbH,* Kreuzstraße 1-3, 45468 Mülheim an der Ruhr, joerg.niesenhaus@centigrade.de

Sandra Schering, *itemis AG,* Am Brambusch 15, 44536 Lünen,
sandra.schering@itemis

Programmkommitee

Simon Eitering, itemis AG; Marc Herrlich, Universität Bremen; Katja Hermanny, Universität Duisburg-Essen; Markus Krause, Universität Hannover; Stefanie Waschk, Engage NRW

Literaturverzeichnis

Bogost, I. (2011). Notes on Loyalty. Gamification and Operational Closure. Online verfügbar unter http://www.bogost.com/blog/notes_on_loyalty.shtml, zuletzt geprüft am 01.08.2012.

Csikszentmihalyi, M. (2008). *Flow. Das Geheimnis des Glücks.* 14. Aufl. Stuttgart: Klett-Cotta.

Michael, D., Chen, S. (2006): Serious games. Games that educate, train, and inform. Boston, MA: Thompson Course Technology.

Deterding, S. (2014). Gamification Absolved? Gamification Research Network. Online verfügbar unter http://gamification-research.org/2014/08/gamification-absolved-2/, zuletzt geprüft am 06.01.2014.

Hamari, J., Koivisto, J., & Sarsa, H. (2014). Does Gamification Work? A Literature Review of Empirical Studies on Gamification. In: *Proceedings of 47th Haiwai International Conference on System Sciences*.

Herger, M. (2014). Enterprise Gamification: Engaging people by letting them have fun. CreateSpace Independent Publishing Platform

Herrmanny, K., & Schmidt, R. (2014). Ein Vorgehensmodell zur Entwicklung von Gameful Design für Unternehmen. In: Andreas v. Butz, Michael Koch und Johann Schlichter (Hg.): *Mensch & Computer 2014 – Workshopband 14. Fachübergreifende Konferenz für Interaktive und Kooperative Medien*. München. Berlin: De Gruyter, S. 369–378.

Koster, R. (2005). *A theory of fun for game design*. 1. Aufl. Scottsdale, Ariz: Paraglyph Press.

Mekler, E. D., Brühlmann, F., Opwis, K., & Tuch, A. N. (2013). Do points, levels and leaderboards harm intrinsic motivation? In: Lennart E. Nacke, Kevin Harrigan und Neil Randall (Hg.): *Gamification '13. Proceedings of the First International Conference on Gameful Design, Research, and Applications*. Gamification '13. Toronto, Ontario, Canada, 04.10.2013: ACM, S. 66–73.

Prensky, M. (2007). *Digital game based learning*. St. Paul, Minn. [u.a.]: Paragon House.

Schell, J. (2011). The Pleasure Revolution. Google Tech Talk, 29.11.2011. Online verfügbar unter http://www.youtube.com/watch?v=4PkUgCiHuH8, zuletzt geprüft am 14.09.2013.

Schering, S. (2014). Ein Design Space für internale Gamification-Anwendungen. In: Andreas v. Butz, Michael Koch und Johann Schlichter (Hg.): *Mensch & Computer 2014 – Workshopband. 14. Fachübergreifende Konferenz für Interaktive und Kooperative Medien*. München. Berlin: De Gruyter, S. 361–368.

Schering, S., Niesenhaus, J,, Schmidt, R. (2014). Tagungsband des Gamification-Workshops „Press Play? Praxisorientierte und wissenschaftliche Sicht auf Gamification. In: Andreas v. Butz, Michael Koch und Johann Schlichter (Hg.): *Mensch & Computer 2014 – Workshopband. 14. Fachübergreifende Konferenz für Interaktive und Kooperative Medien*. München. Berlin: De Gruyter, S. 355–360.

Thom, J., Millen, D., DiMicco, J. (2012). Removing gamification from an enterprise SNS. In: Steven Poltrock, Carla Simone, Jonathan Grudin, Gloria Mark und John Riedl (Hg.): *Proceedings of the ACM 2012 conference on Computer Supported Cooperative Work*. Seattle, Washington, USA: ACM, S. 1067.