

## Gamification im Human Resources – 6 coole Beispiele zur Umsetzung

Herzlich willkommen auf dem PLUSpoint HR Blog. Wie im letzten Artikel angekündigt, handelt unser heutiger Artikel über Gamification im Human Resources.

Doch was genau bedeutet Gamification? In dem Begriff steckt doch das Wort Game drin, oder? Ja! Wir Menschen spielen ständig, sei es Doodle Jump oder Angry Birds auf dem Smartphone im Zug oder diverse Spiele zuhause auf der Konsole. Durch das Spielen lenken wir uns ab, können abschalten und für eine kurze Zeit in eine andere Welt eintauchen. Aber Spiele motivieren uns Menschen auch – sicher will jeder in seinem Spiel ins nächste Level aufsteigen und den Highscore knacken. Und genau hier beginnen die Vorteile.

Gamification beschreibt den Einbezug von spieltypischen Elementen in einem spielfremden Kontext. Im Human Resources werden beispielweise Prozesse im Recruiting oder Talent Management spielerisch gestaltet. Im weiteren Verlauf möchte ich euch **sechs** coole Beispiele vorstellen, in denen Gamification in der Praxis erfolgreich angewendet wird.

Doch erstmal der Reihe nach. Was sind denn überhaupt die Vorteile von Gamification? Diese sind genauso vielfältig wie die Möglichkeiten der Anwendung selbst.

- **Effizienteres Lernen:** Die Mitarbeiter lernen nicht nur durch die spielerischen Elemente, macht es ihnen auch Spaß. Wir alle wissen, dass es sich mit Spaß besser lernt. Das ist sogar wissenschaftlich belegt.
- **Stetiges Feedback:** Dadurch das man auf den Tools seinen Status anhand von Leaderboards abrufbar ist, kann man die eigene Leistung im Vergleich zu anderen einschätzen.
- **Einsatz, immer und überall:** Gamification ist wie erwähnt, der Einbezug von Spielen im spielfremden Kontext und genau das ist das tolle an der Idee. Gamification lässt sich wirklich in fast allen Abläufen des Unternehmensalltags einbauen. So z.B im Vertrieb, für Projektschulungen oder auch im Kundensupport.
- **Attraktiv, vor allem für junge Mitarbeiter:** Besonders die jüngere Generation ist mit vielen spielerischen Elementen aufgewachsen. Spielerische Abläufe auf der Arbeit wiederzutreffen ist sicher besonders für die jüngere Generation eine tolle Sache. Und vor allem – ein cooles Employer Branding.
- **Langzeitmotivation:** Motivation kann durch Gamification langfristig gesteigert werden. Besonders an den Beispielen von BIMS und XEROX zeigt sich dies, da diese „Spiele“ über mehrere Monate oder Perioden laufen.

So, kommen wir nun zu den **sechs** Beispielen von Gamification Anwendungen in der Praxis.

### BIMS®ONLINE

---

PLUSpoint GmbH - Bahnstraße 33 - 41469 Neuss

Talent Management, Bewerbermanagement und Lohnabrechnung aus der Cloud

[www.pluspoint.de](http://www.pluspoint.de) – 02137/93694-55 – [info@pluspoint.de](mailto:info@pluspoint.de)

Bei BIMS handelt es sich um eine in Zusammenarbeit mit der Bayer AG durchgeführte Wirtschaftssimulation. Genau genommen ist es ein Planspiel, welches sieben Geschäftsjahre eines global agierenden Unternehmens simuliert. Die Leitung übernehmen dabei kleine Teams. Die Teilnehmer müssen nicht zwingend BWL-Erfahrung vorweisen können, da es Ziel des Planspiels ist, diese zu erlernen oder zu vertiefen. Die Teilnehmer lernen bei dem Spiel sämtliche Aufgaben eines Managers kennen. Die einzelnen Teams stehen dabei in einem Wettbewerb zueinander. Nach jeder Periode erfolgt eine Bewertung der jeweiligen Teams. Die Bewertung richtet sich an der Unternehmensperformance und der Planungsgenauigkeit.

## **FIRSTBIRD**

Das System von Firstbird wurde bereits in unserem letzten Blog-Artikel angeschnitten. Die Methode lautet „Mitarbeiter werben Mitarbeiter“. Hierbei werden statt externen Personalvermittlern die eigenen Mitarbeiter zu Talent Scouts. Der Vorteil liegt auf der Hand – denn wer kennt die Unternehmenskultur und Vision besser als die eigenen Mitarbeiter? Sobald Stellen zu besetzen sind, erhalten die Talent Scouts eine Benachrichtigung. Im nächsten Schritt können die Talent Scouts die Stellenanzeige über die gängigen sozialen Medien wie Facebook und Co. teilen. Der Clou ist, dass jeder Job einen personalisierten Link hat, mit diesem ist auf den jeweiligen Talent Scout zurückzuführen. Wird der geteilte Link auch geöffnet, erhalten die Talent Scouts Punkte. Der Vorteil für die Recruiter liegt darin, dass die Reichweite pro Job und Kanal genau nachvollzogen werden kann. Der Talent Scout erhält eine Prämie für seine Empfehlung. Dabei kann zwischen monetären und nicht-monetären Prämien gewählt werden. Das ist natürlich abhängig von den Leitern dieses Projektes.

Um auch den Wettbewerbscharakter nicht zu kurz kommen zu lassen, ermöglicht es Firstbird auch, Statistiken und Leaderboards einzusehen. Die HR-Abteilung kann anhand von KPIs nachvollziehen, welche sozialen Netzwerke am meisten genutzt werden oder welcher Fachbereich bzw. Standort die meisten Jobs teilt. Die Talent Scouts können anhand der Leaderboards sehen, wie viele Punkte sie bereits gesammelt haben. Somit ist auch ein Vergleich mit anderen Mitarbeitern möglich. Mitarbeiter sollen durch den freundschaftlichen Wettbewerb motiviert werden.

## **PC & MULTIPOLY**

Das renommierte Beratungsunternehmen PwC hat in Zusammenarbeit mit Multipoly ein, wie ich finde, geniales Beispiel für Gamification gelauncht. Dabei taucht man virtuell ins Unternehmen ein. Das Ganze startet mit einem virtuellen Bewerbungsgespräch bei PwC. Dabei muss der Kandidat versuchen, eine Zusage für den Job zu erhalten. Wie in einem Computerspiel sitzt man mit der HR-Abteilung zusammen im Büro und unterhält sich wie in einem echten Bewerbungsgespräch. Der Spieler kann dabei aus vorgegebenen Sätzen auswählen. Es entsteht ein Dialog. Man erhält somit Einblicke in den Recruiting-Prozess bei PwC und darüber hinaus nützliche Tipps und Tricks für eine reale Bewerbung.

Hat man den Job erhalten, lernt man seinen Mentor kennen, welcher einen über das virtuelle Traineeship begleitet. Man „arbeitet“ in realen PwC-Office – diese sind, originalgetreu animiert. Während des Traineeships lernt der Spieler reale Kollegen kennen. Hierfür wurden echte

Interviews mit PwC-Mitarbeitern gedreht. Seinen Status kann man stets über den Bereich „Inventory“ nachverfolgen. Um Punkte zu erhalten, muss der Spieler Aufgaben und Tests lösen. Auch hier lernt man immer mehr über das Unternehmen PwC kennen.

Es gab auch was zu gewinnen. Beim PwC Multipoly Next 2016 war der erste Preis ein MacBook, der zweite Preis ein iPhone 6s und der dritte Preis ein iPad mini. Neben den wertvollen Einblick in den Beratungsalltag konnte man somit auch hochwertige Preise gewinnen. Das Ganze ist eine coole Idee und erinnert stark an das Spiel Sims. Ich glaube bestimmt, dass dies einige High-Potentials dazu bewegt hat, sich bei PwC zu bewerben.

## XEROX

Xerox ist ein Technologie- und Dienstleistungsunternehmen aus den USA. Das Unternehmen nutzt Gamification in Form eines Social Games zum Managementtraining. Es wurde speziell zum Training von Trainees eingeführt und soll diese auf dem Weg nach oben (Positionsmäßig gesehen) begleiten. Das Spiel ist dabei den echten Strukturen und Aufgaben bei Xerox nachempfunden. Die Spieler erfüllen dabei Missionen und Tätigkeiten um das Managementtraining erfolgreich zu beenden. Ziel des Ganzen ist es, dass die Trainees das erlernte Wissen im realen Job anwenden. Die Aufgaben und Missionen können Alleine oder in Gruppen erledigt werden. Die Arbeit in Gruppen wird dabei als Teamwork gezählt. Die Erfolge werden klassisch in einem Leaderboard dargestellt.

## TRELLO

Ein Tool, welches wir selber hier bei PLUSpoint HR nutzen ist die Projektmanagementsoftware Trello. Nutzte man früher einfache Excel-Listen, bringt Trello heute Farbe und Spaß in das Projektmanagement.

Bei Trello gibt es keine Ampel-Funktion (rot – gelb – grün) die den Status der Bearbeitung anzeigt, sondern Boards, Listen und Karten. Eine Besonderheit ist es, dass mehrere Nutzer auf diese zugreifen, mitlesen und kommentieren können.

Ganz oben stehen die Boards – diese sind eine Art Ordner, in denen sich die Listen und Karten einordnen lassen. Wir führen für das ganze Unternehmen logischerweise mehrere Boards – für unseren Blog heißt das Board ganz simpel *Blog* ;-)

Eine Liste bildet einen Sachverhalt ab – wir nutzen hierfür bspw. Listen mit den Aufschriften „*Ideen, to do, doing und done*“.

Nach der Liste kommen die Karten – hierfür lassen sich mehrere Karten pro Liste erstellen. Das tolle ist, dass sich Karten per „Drag and Drop“ verschieben lassen. Eine Karte repräsentiert dabei eine größere Aufgabe, die noch erledigt werden muss. Eine mögliche Karte ist z.B. „*Blog-Artikel Februar*“. Unter dieser Karte können die Teilnehmer u.a. kommentieren und Anhänge hochladen. Wird kommentiert, erhalten alle Teilnehmer automatisch eine E-Mail zur Benachrichtigung. Die Karte „*Blog-Artikel Februar*“ steht Stand heute in der „*to do Liste*“ und

wird in den nächsten Wochen bearbeitet. Sobald die Bearbeitung stattfindet, wandert die Karte in die Liste „*doing*“ und sobald der Artikel online ist, in die „*done Liste*“.

Karten lassen sich sogar in Farben einteilen – jede Farbe kann dabei eine andere Bedeutung übernehmen, so z.B blau für zu *erledigen* oder rot für *dringend*. Karten haben aber auch andere Funktionen – so lassen sich beispielsweise Deadlines ansetzen. Hierdurch wissen die Teilnehmer immer, bis wann etwas zu erledigen ist.

Das Vorbild von Trello ist dabei die von Toyota entwickelte Kanban-Methode. Diese hilft, den Überblick über den Tasks zu behalten. Durch die Kanban-Methode soll ein gleichmäßiger und optimaler Flow in der Bearbeitung entstehen. Doch wie genau funktioniert die Kanban-Methode? Im Grunde genommen aus fünf Steps. Im ersten Schritt wird eine Tabelle mit To Do, Doing und Done gezeichnet. Im nächsten Schritt werden die Aufgaben in diese Tabelle eingetragen. Als dritter Schritt steht die Priorisierung der einzelnen Aufgaben im Vordergrund. Im vierten Schritt werden die Aufgaben bearbeitet. Der letzte Schritt besteht aus dem Output. Hier stehen Fragen im Vordergrund wie „*Konnten Arbeitsabläufe verbessert werden*“? Im Grunde besteht Trello aus diesen Prinzipien.

## NEGATIVES BEISPIEL!? AUTOHÄUSER IN DEN USA

Wer kennt es nicht aus Film und Fernsehen? Der klassische Autohändler aus den USA mit seiner Verkaufstafel, die für jeden sichtbar ist. Es ist ein Leaderboard, das die Anzahl der verkauften Autos eines jeden Verkäufers anzeigt. Wobei ich das persönlich eher als Konkurrenzettbewerb und nicht als Spiel sehe. Klar, der Geschäftsführer oder Inhaber des Autohauses verfolgt sicher die Ziele, die Gamification auch verfolgt, jedoch ist dies meiner Meinung nach der falsche Weg.

Vor allem weil hier die Haupttätigkeit in einem Wettbewerb gestellt wird. Eine erfolgreiche Gamification Aktion im Unternehmen sollte meiner Erfahrung nach parallel zur Hauptaufgabe und im Sinne der persönlichen Weiterentwicklung geschehen.

Steht mitten im Autohaus eine Tafel mit der Anzahl der verkauften Autos, für alle Mitarbeiter und Kunden sichtbar, kann es statt zu einem freundschaftlichen zu einem feindlichen Wettbewerb führen. Vor allem kann es zu einem Teufelskreis führen. Stellen wir uns folgende Situation vor: *Das Autohaus „Dream Cars Corp.“ hat 5 Mitarbeiter. Es ist die zweite Woche im Monat und 4 Mitarbeiter haben bereits mindestens 3 Autos verkauft. Der Mitarbeiter, nennen wir ihn Stuart hat einen schlechten Monat erwischt und bisher kein Auto verkaufen können. Würden Sie sich als Käufer nicht auch lieber von einem erfolgreichen Verkäufer beraten lassen? So wenden sich Kunden wohl direkt an die Verkäufer mit den hohen Absatzzahlen und Stuart bleibt weiterhin auf der Strecke.* Ich kann mir schon gut vorstellen, dass Stuart in diesem Fall sogar bloßgestellt fühlen kann, da sein Misserfolg für alle einsehbar ist. Motivationssteigernd ist dies auf keinen Fall.

## Fazit

Gamification stellt eines der Wachstumsthemen im HR in den nächsten Jahren dar. Hier gibt es viele Potenziale für Unternehmen, da Gamification einfach viele Möglichkeiten und Anwendungsmöglichkeiten bietet. Ich bin auch gespannt, welche Ideen und Varianten sich in der nächsten Zeit noch entwickeln lassen. Wichtig ist das der Wettbewerb immer im freundschaftlichen Kontext bleibt und nicht in Neid oder Missgunst endet.

Ich hoffe das euch der Artikel gefallen hat. Wir sind wie immer stets für Ideen, Anregungen und Kritik offen.

Anestis und das Team von PLUSpoint HR.

Quellen:

[Photomix Analise Benevides Unsp](#)

[Shelby Wyrón A Unsplash](#)

<https://h-p-m.info/erfolge/erfolgsbeispiele/bims-online/>

<https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/gamification-53874>

<https://www.webcampus.de/blog/22/gamification-in-e-learning-6-wichtige-vorteile>

<https://www.firstbird.com/de/how-it-works-firstbird/>

<https://de.slideshare.net/manumelwin/xerox-case-study-gamification-in-training-and-development-manu-melwin-joy>

<http://multipoly.hu/en/demo-video.html>

<https://katharina-lewald.de/trello-das-beste-tool-fuer-listen-aller-zeiten/>

<https://ut11.net/de/blog/startup-hustle-wie-du-mit-kanban-und-trello-den-fokus-behaltst/>

---

PLUSpoint GmbH - Bahnstraße 33 - 41469 Neuss

Talent Management, Bewerbermanagement und Lohnabrechnung aus der Cloud

[www.pluspoint.de](http://www.pluspoint.de) – 02137/93694-55 – [info@pluspoint.de](mailto:info@pluspoint.de)