



# Homo ludens

Hernstein Report: Großteil der Führungskräfte kennt weder „Gamification“ noch „Playful Business“.

WIEN. „Der Mensch ist nur da ganz Mensch, wo er spielt“, meint Friedrich Schiller. Tatsächlich kann das Konzept des Homo ludens gerade in unserer komplexen, digitalen Welt ein hilfreicher Ansatz für mehr Motivation, Kreativität, Wagemut und Beweglichkeit in Unternehmen sein. Gamification und Playful Business sind Begriffe, die dafür stehen. Aber sind sie auch bekannt?

71% der befragten Führungskräfte, so der aktuelle Hernstein Report 2018 („Play the game? Gamification und Playful Business in Unternehmen“), kennen Gamification als Begriff nicht oder verbinden nichts Konkretes

damit; bei Playful Business ist es mit 73% ähnlich. In Summe verbinden weniger als 10% der befragten Führungskräfte mit diesen Begriffen eine Vorstellung.

## Ambivalent bis kritisch

Der Begriff Gamification wird als Anwendung spieletypischer Elemente in einem spielfremden Kontext definiert. Führungskräfte stehen dem Konzept ambivalent bis kritisch gegenüber: 41% der Befragten halten es für ein Modewort ohne tiefere Bedeutung. Etwa ein Viertel der Führungskräfte sieht in dem Konzept eine Ergänzung, um Mitarbeitende zu motivieren und zu binden, und immerhin 19% halten mehr

## Spielerisch

Kinder machen es uns vor: Spielerisch und unerschrocken probieren sie Dinge aus und lernen dabei.



© Parthimedia.net/Pressmaster

Gamification im eigenen Unternehmen für wünschenswert. 41% der Führungskräfte halten das Konzept in ihrer derzeitigen Unternehmenskultur für „unpassend“. Playful Business, als Weiterentwicklung des Gamifi-

cation-Ansatzes als neue Form des Managements beschrieben, wird von Führungskräften ähnlich geringgeschätzt, wobei es jüngere Führungskräfte und das Top-Management etwas positiver bewerten. (red)