

Spielerisch

Erlebnisse gestalten.

Wie Gamification Produkte zum  
Leben erweckt.

Lena Robinson

K  
—  
A  
T

# Wer spielt?

41

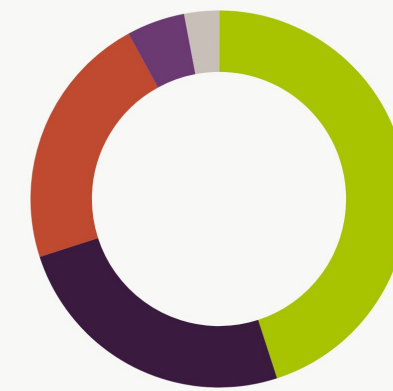
Hohes Durchschnittsalter

\* aller Spieler:innen ab 16



Frauen 48 %  
Divers 1 %

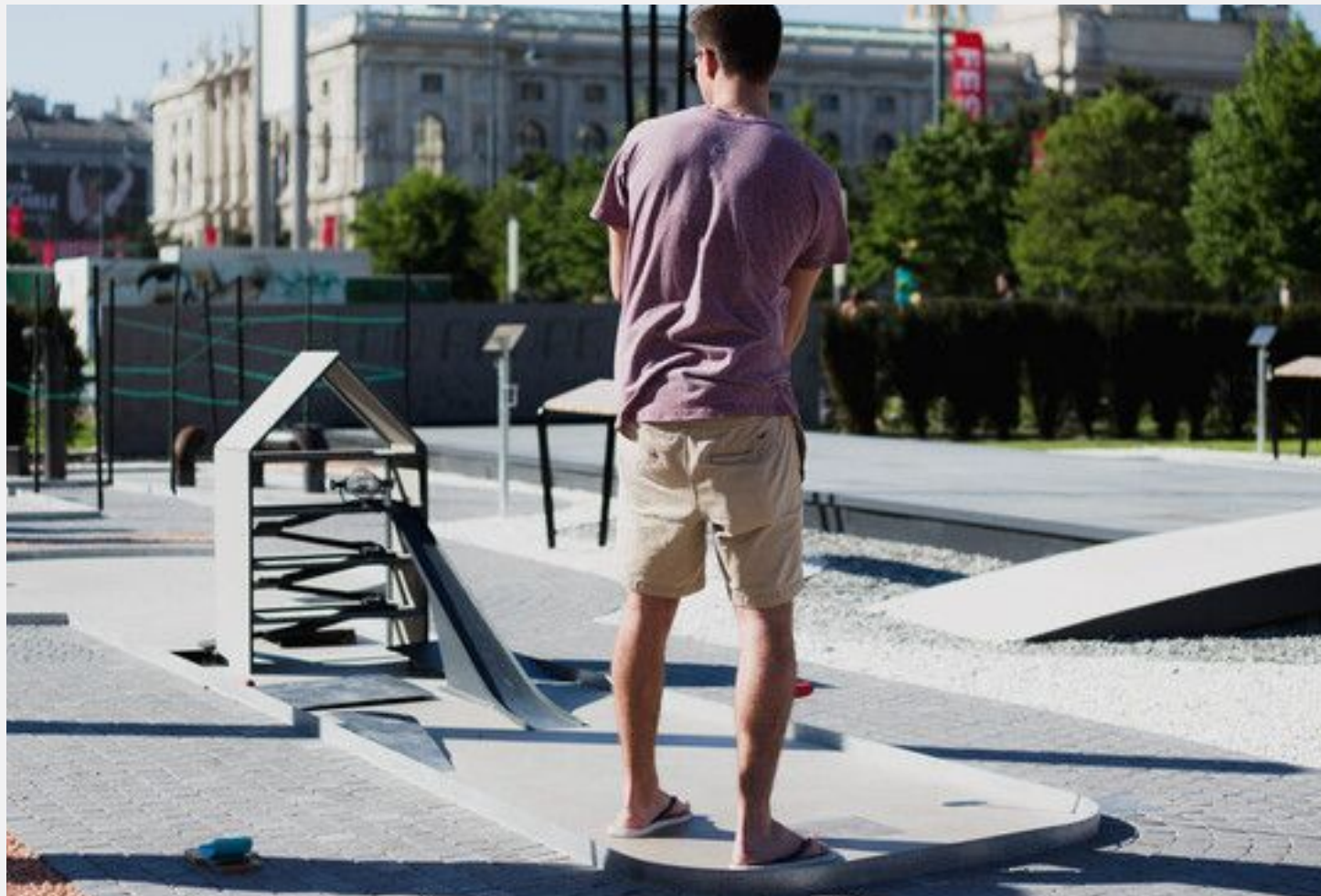
Fast gleiches Geschlechterverhältnis



Mobil 55 %  
Computer 22 %  
Spielkonsole 22 %

Mobil führt weltweit

# Spiele vs. Gamification



Spiele: “Einfaches Schwer machen”

Photo: Romar Ferry / mqw.at, Unsplash



Gamification: “Schweres einfach machen”

K  
I  
A  
T

#FEMPOWERMENT

# Definition

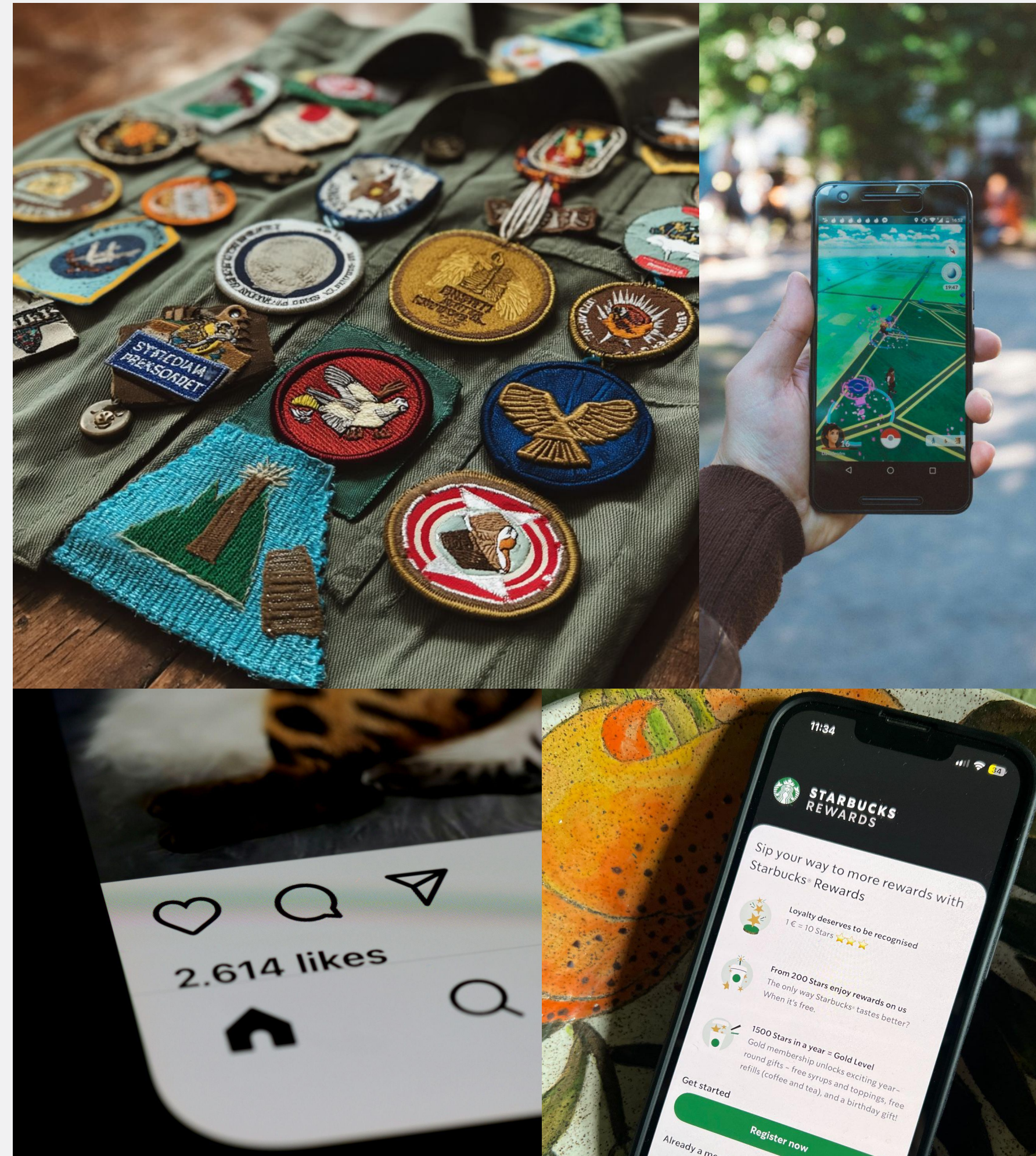
*“Die Verwendung von Game Design Elementen in Nicht-Game Kontexten”*

– Sebastian Deterding

*“... um Zielgruppen anzusprechen und zu bestimmten Verhaltensweisen zu motivieren”*

– Keith Ng

Photo: midjourney, unsplash



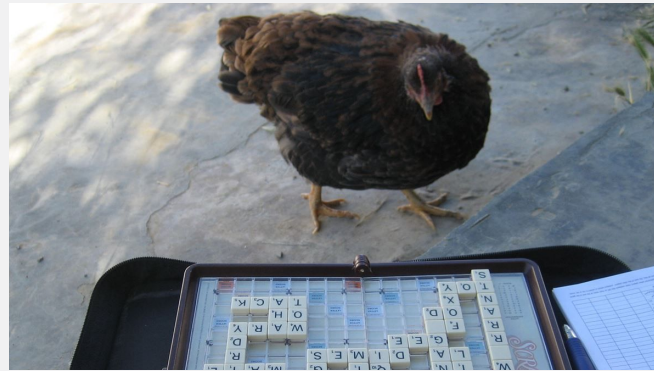


# Hexad – A framework for motivated design

by Andrzej Marczewski / Gamified UK

Source: <https://hexad.gamified.uk/>

# Gamification Persönlichkeitstypen



## Player Belohnung

Belohnungen gezielt anstreben  
Punkte und Preise sammeln  
Klare Anreize brauchen



## Achiever Meisterschaft

Sich selbst übertreffen wollen  
Fortschritt messbar machen  
Im Wettbewerb glänzen



## Free Spirit Autonomie

Eigenen Weg gehen  
Frei erkunden und erschaffen  
Verstecktes entdecken



## Socializer Beziehung

Mit anderen verbunden sein  
Teams und Gruppen bilden  
Erlebnisse teilen wollen



## Philantropist Sinn & Zweck

Anderen helfen, ohne Erwartung  
Sinn und Zweck spüren  
Beitrag sichtbar machen





## Disruptor Veränderung

Echten Einfluss haben  
Veränderungen anstoßen  
System aktiv mitgestalten

# Ausprobieren!



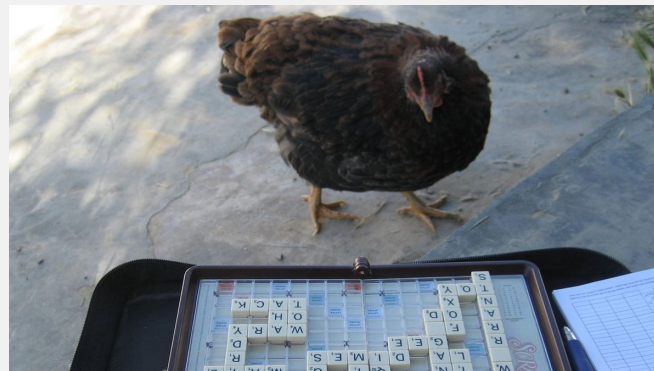
 myhexad.com

 Deutsch

English

Deutsch

# Gamification Mechaniken (Beispiele)



## Player Belohnung

- Punkte / XP
- Preise
- Badges
- Tombola



## Achiever Meisterschaft

- Levels
- Challenges
- Fortschritt
- Checklisten



## Free Spirit Autonomie

- Personalisierung
- Exploration
- Offene Quests
- Stationen



## Socializer Beziehung

- Kollaboration
- Social Discovery
- Wissen teilen
- Buddy System



## Philantropist Sinn & Zweck

- Wissen zur Verfügung stellen
- Verantwortung / Rollen
- Schenken
- Erkenntniskarten



## Disruptor Veränderung

- Systemveränderung
- Voting
- Feedback
- Kritikformat

Zielgruppen: Menschen die neue Sprache lernen wollen

Angebot: Kostenlose Sprachlern-App

Motivationsstyp → Mechanik

# Duolingo

K  
I  
A  
T

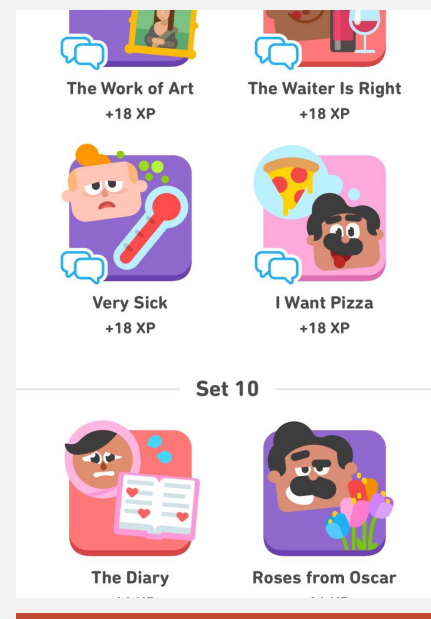
#EMPOWERMENT



## Philantropist

Bejuble deine Freunde

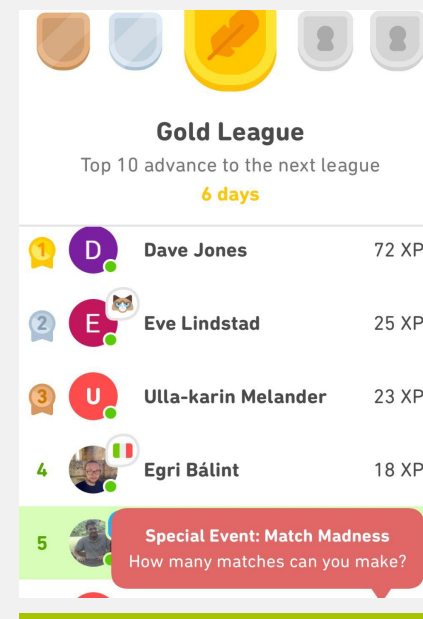
Zahle für andere



## Free Spirit

Lese Geschichten basierend auf deinen Interessen

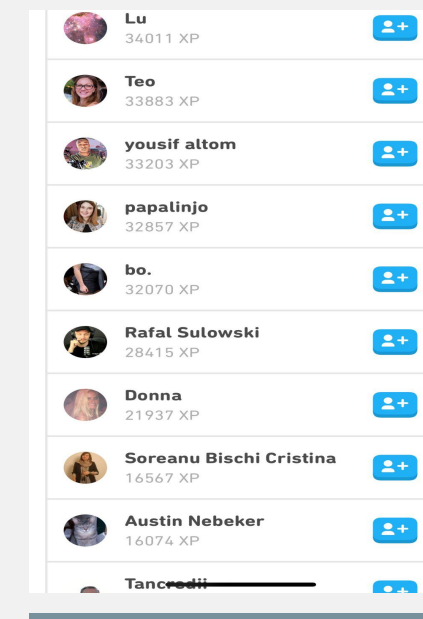
Missionen außerhalb des Haupt-Lernpfades



## Achiever

Tritt gegen andere in deiner Liga an

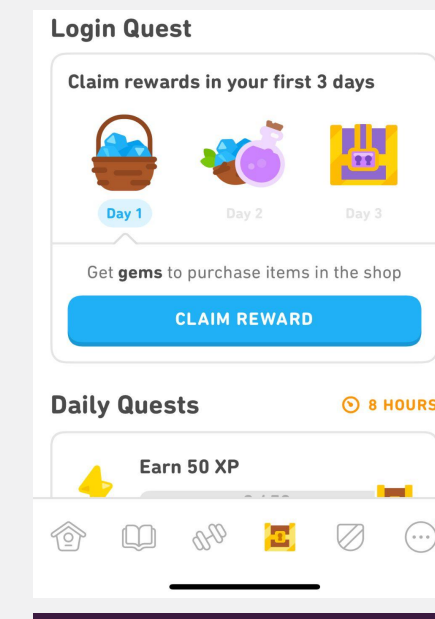
Nur die Besten steigen auf



## Socializer

Folge deinen Freunden und werde gefolgt

Teile deine Achievements



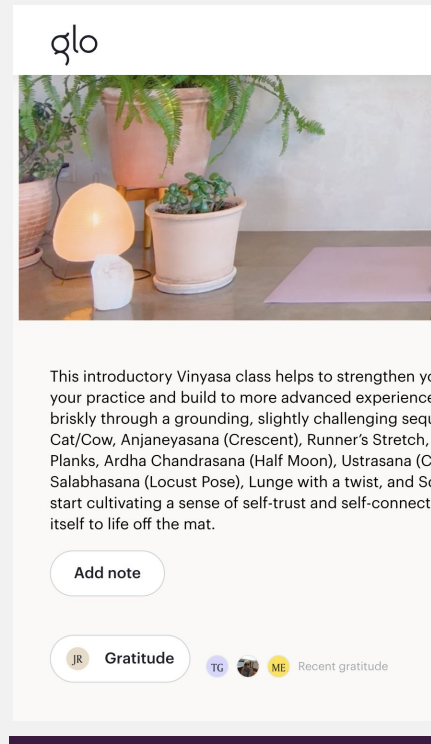
## Player

Sammele Punkte, wenn du aktiv bist

Behalte deinen Streak

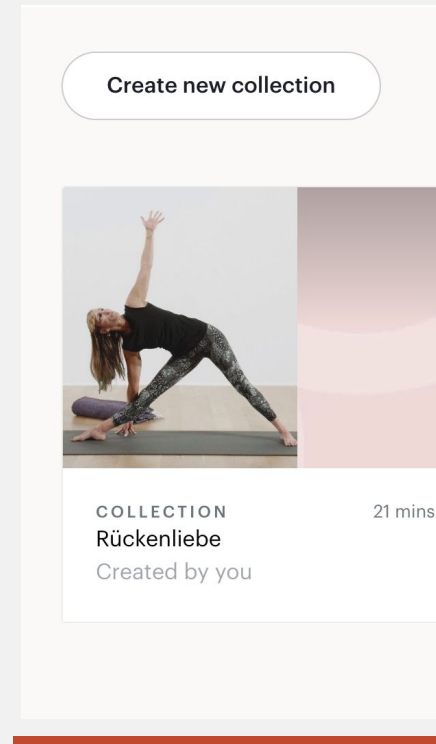
# Glo

## Zielgruppen: Yoginis die zuhause praktizieren wollen Angebot: Yogaklassen und Kurse im Abo Modell



**Philantropist**

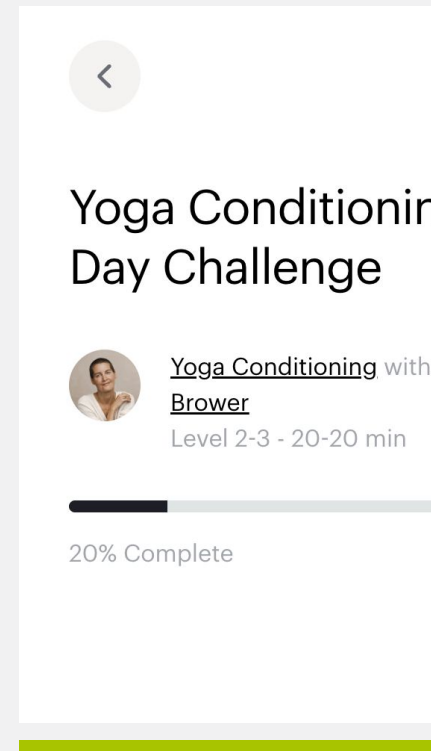
Dankbarkeit über die Klassen teilen



**Free Spirit**

Eigene Themen-Collections aus Klassen erstellen

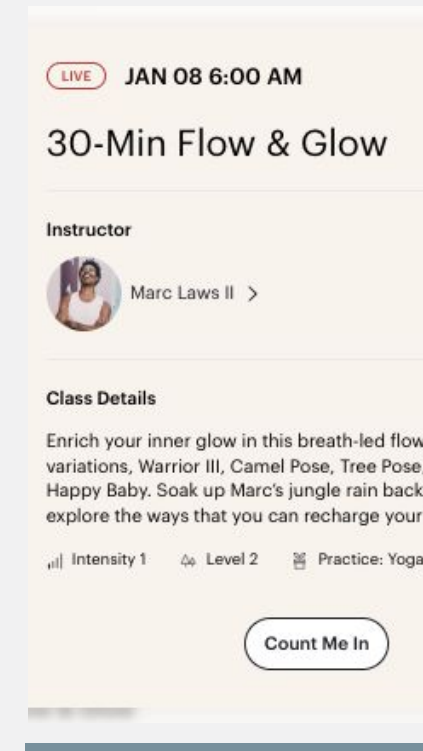
Freie wahl aus 5000+ Klassen



**Achiever**

Fortschrittsbalken

Bonusklassen bei erreichtem Ziel



**Socializer**

Livestreams

“Count Me In” Funktion

K  
-  
A  
T

#FEMPOWERMENT

# Lena Robinson Gamification & Experience Design Worksheet



**CREATIVE  
TRANSFORMATION**

K Kreativwirtschaft  
A Austria **WKO**  
T Bundesministerium  
Wirtschaft, Energie  
und Tourismus

## MEINE ZIELGRUPPE:

*Für wen gestalte ich mein Angebot/Produkt? Was weiß ich über sie?*

## IHRE MOTIVATION:

*Welche Motivationstypen erkenne ich in meiner Zielgruppe, bzw. welche Motivationstypen möchte ich im Rahmen meines Angebots anziehen?*

## MEIN ANGEBOT:

*Was tut und erreicht meine Zielgruppe in meinem Angebot / Produkt?*

## GAMIFICATION:

*Welche Gamification-Elemente passen sowohl zu den Motivationstypen als auch meinem Angebot/Produkt?*

## NÄCHSTE SCHRITTE:

*Was kann ich konkret ausprobieren? Was brauche ich dafür?*

**Lena Robinson**  
Gamification & Experience Design  
Worksheet



**CREATIVE  
TRANSFORMATION**

K Kreativwirtschaft  
A Austria **WKO**  
T Bundesministerium  
Wirtschaft, Energie  
und Tourismus

**MEINE ZIELGRUPPE:**

*Für wen gestalte ich mein Angebot/Produkt? Was weiß ich über sie?*

**IHRE MOTIVATION:**

*Welche Motivationstypen erkenne ich in meiner Zielgruppe, bzw. welche Motivationstypen möchte ich im Rahmen meines Angebots anziehen?*

 Schreibübung / Beispiel

 [myhexad.com/about-hexad](https://myhexad.com/about-hexad)


→ MOTIVATIONSTYPEN (EN oder DE wählen)

**MEIN ANGEBOT:**

*Was tut und erreicht meine Zielgruppe in meinem Angebot / Produkt?*

**GAMIFICATION:**

*Welche Gamification-Elemente passen sowohl zu den Motivationstypen als auch meinem Angebot/Produkt?*

 Schreibübung / Beispiel

 [hexad.gamified.uk/mechanics](https://hexad.gamified.uk/mechanics)

→ GAMIFICATION MECHANIKEN (EN oder Google Translate link)

**NÄCHSTE SCHRITTE:**

*Was kann ich konkret ausprobieren? Was brauche ich dafür?*

# Kontakt

<https://www.linkedin.com/in/lerobinson/>

Lena\_robinson@icloud.com

0699/18975391