

3 THESEN, WARUM CORPORATE GAMING KÜNFTIG ZUM ARBEITSALLTAG DAZUGEHÖREN WIRD WIE EINST KAFFEEPAUSE UND STECHUHR:

These 1: Spielen verwandelt Wissen in Handlungskompetenz

Unsere Arbeitswelt fordert heute eine Qualifikation ein, für die eine klassische Schullaufbahn und auch die universitäre Bildung nur unzureichend sorgt - Handlungskompetenz. Dem Training-on-the-job kommt in modernen Unternehmen eine wachsende Bedeutung zu, doch die klassischen Vermittlungsmethoden werden in Zukunft immer öfter durch spielerische Ansätze ergänzt werden. Die Vorzüge liegen laut Bas Kesting von der niederländischen Firma Spel-Maker (Spelmacher) auf der Hand: „Spiele sind so erfolgreich bei der Vermittlung von Wissen, weil Menschen sozusagen vorgeprogrammiert sind, um spielerisch zu lernen. Das fand Huizinga schon 1938 heraus und es ist heute vielfach wissenschaftlich bewiesen, dass Spiele als Lehrmittel ausgezeichnet funktionieren.“ Nun wird das Corporate Gaming Einzug in die interne Weiterbildung halten und theoretisches Wissen spielerisch in praktisches Handeln überführen.

SAP – Mit realen Spielen fürs Virtuelle lernen

Dass Brettspiele auch verwendet werden können, um den Umgang mit dem Virtuellen zu schulen, verdeutlicht das „Lern!Spiel!SAP“. Dabei erlernen die Teilnehmer den Umgang mit dem als äußerst komplex geltenden Software-Ungetüm SAP. Alle notwendigen Arbeitsabläufe, vom Vertrieb bis zum Controlling, können am Beispiel der fiktiven Minitruck GmbH und ihrem neuesten Produkt, dem LKW „Aquamax“ durchlaufen werden. Die Lerninhalte werden über die Beantwortung von Fragen vermittelt und in jeder Spielphase durch zahlreiche Erläuterungen und Hintergrundinformationen erweitert. Neben den vordergründigen Lernzielen im Umgang mit der SAP-Software fördert das Spiel aber vor allem auch den fachlichen Dialog der Mitspieler über Abteilungsgrenzen

hinweg – sogar Kunden und Geschäftspartner können mit einbezogen werden.

ThyssenKrupp – Mit Mensch-ärgere-dich-nicht-Figuren in Changeprozesse einsteigen

Je besser jeder Einzelne im Unternehmen die Entscheidungen der Geschäftsleitung oder anderer Unternehmensbereiche versteht und die Zusammenhänge durchschaut, umso einfacher lassen sich interne Kommunikations- und Changeprozesse durchsetzen. Simulationen schöpfen ihr volles Potential vor allem dann aus, wenn es darum geht, abstrakte oder komplexe Themen in ein Unternehmen zu tragen. „Die Simulation ist eine besonders effiziente Methode. In nur zwei bis drei Tagen lernen die Teilnehmer Konzepte, für die auf konventionelle Art Monate nötig wären“, so AHCène Baatiche, Partner der Schweizer Firma Targetsim, die spielerische Simulationen erstellt. Um den notwendigen Realitätsgrad zu erreichen, bildet Targetsim oft die gesamte Wertschöpfungskette eines Unternehmens, teilweise bis hin zur realen Zahlenstruktur des Jahresberichts in Form eines Brettspiels ab. ThyssenKrupp setzt solche Spiele z.B. dazu ein, leitende, technische Angestellte für das Wertemanagement im Konzern zu sensibilisieren. In 2-tägigen Trainingsveranstaltungen „durchspielen“ die Teilnehmer die Höhen und Tiefen von drei simulierten Geschäftsjahren. Um die Motivation zu erhöhen, können die 4-Personen-Teams ihr virtuelles Unternehmen sogar gegen reale Einsätze in Höhe von 50 Euro erstein. Seit 2006 erfuhren so fast 3000 Mitarbeiter hautnah, wie sich ihre technisch begründeten Strategien und Maßnahmen auf andere Geschäftsbereiche auswirken – und auf ihre persönlichen Einsätze.