

Spielend mehr Leistung – wie Industrien mit Gamification die Produktion ankurbeln

08.07.2021 | Kunde: Kearney | Ressort: Schweiz / Wirtschaft / Automotive / Industrie |
Presseaussendung

Candy Crush & Co. als Vorbild z. B. für die Automobilindustrie? Laut einer Studie der globalen Unternehmensberatung Kearney konnte durch «Gamifizierung» die Produktivität um bis zu vier Prozent erhöht und die Fehlerhäufigkeit um bis zu drei Prozent gesenkt werden. Das Einsparungspotenzial wird mit bis zu 6,5 Milliarden Euro in fünf Jahren beziffert, denn der natürliche Spieltrieb steckt in uns allen.

Honorarfreies Fotomaterial, Copyright siehe Dateinamen, [FOTOLINK](#)

Studie finden Sie hier: [LINK](#)

Zürich, 8. Juli 2021. Managerinnen und Manager in Produktionsbetrieben, insbesondere jene mit einem hohen Anteil an monotonen Tätigkeiten, kennen das Problem: Die Mitarbeiterleistung ist volatil und daher nicht vollständig planbar. Doch wie lässt sich hier gegensteuern? Ein recht neuer Ansatz zur Leistungsverbesserung ist die Gamification oder zu Deutsch «Gamifizierung». Thomas Luk, Partner und Automotive-Experte bei Kearney: «Bei dieser Methode werden spieltypische Elemente in einem eigentlich spielfremden Kontext implementiert. Ähnlich wie z. B. bei World of Warcraft, Candy Crush oder Landwirtschaftssimulationen werden Spielende dazu befähigt, Stunde um Stunde bei einer im eigentlichen Sinne monotonen Tätigkeit eigenmotiviert Höchstleistungen zu erbringen.»

Hoher Anstieg bei Arbeitszufriedenheit und Motivation

Die erfolgreiche Implementierung zahlt sich aus: In von Kearney durchgeführten Gamification-Projekten konnte die Arbeitszufriedenheit um bis zu 24 Prozent und die Mitarbeitermotivation um bis zu 33 Prozent nachhaltig gesteigert werden. Auch die Produktivität konnte um bis zu vier Prozent erhöht und die Fehlerhäufigkeit um bis zu drei Prozent gesenkt werden. In einem Beispielszenario eines führenden Automobilherstellers sind Leistungspunkte und der dadurch mögliche Erwerb und die Sammlung von attraktiven Fahrzeugen das zentrale Spielthema. Thomas Luk: «Der Spielbezug zur Automobilindustrie und die individuelle und teambezogene Leistungsmessung werden in eine gemeinsame Anwendung integriert. Voraussetzungen für den Erfolg sind, neben der transparenten und nachvollziehbaren Leistungsmessung der Ergebnisse und erstrebenswerten Aktivitäten, die Belohnung von erwünschtem Verhalten und eine emotionale Ansprache. Weiterhin zählen ein individueller Spielpfad entlang bewusster Leistungskorridore, Überraschungseffekte und Herausforderungen im Spielverlauf, sowie der bewusste Einsatz von positiven und negativen Motivationsfaktoren zu den Erfolgsgrössen.»

Amazon macht Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu «MissionRacer»

Auch Amazon, eines der grössten Unternehmen weltweit, setzt seit 2019 auf Gamification. In 20 seiner Fulfillment Center in den USA werden Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter durch Spielelemente, die mit den Kommissionierungsaufgaben verknüpft sind, dazu motiviert, ihr Tempo und ihre Effizienz bei der Arbeit und damit auch ihren Erfolg in einem unter anderem «MissionRacer» genannten Spiel zu steigern. Die Teilnahme am Spiel ist dabei freiwillig und der Modus kann beliebig ausgewählt werden. Durch weiterentwickelte Gamificationansätze kann man durch die stärkere Einbindung der Mitarbeitenden zusätzlich ein Fünftel mehr Verbesserungsvorschläge für Betriebsabläufe erzielen. Das zeigt, dass sie eine höhere Identifikation und ein besseres Verständnis ihres individuellen Beitrags gewinnen. Dadurch wiederum werden sie sich den Unternehmenszielen nachhaltig stärker verpflichtet fühlen – ein entscheidender Vorteil gegenüber herkömmlichen Motivationsprogrammen, die mit Auszeichnungen oder Punkten bewertet werden, die letztlich für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie Unternehmen wertlos sind.

Kearney Gamification Institute

Das Forschungsfeld der Gamification ist weiterhin offen, noch gibt es wenige spezifische Erfahrungen und Anwendungsbeispiele. Das Kearney Gamification Institute bietet schon heute eine fokussierte, funktionsübergreifende Expertise in der Automobilproduktion mit Expertinnen und Experten im Bereich Arbeitsmotivation und Mitarbeiterführung bis hin zu erfahrenen Anwenderinnen und Anwendern der Gamification. «Sicher ist, dass Gamification zukünftig, richtig angewendet, einen wesentlichen und wachsenden Beitrag zur nachhaltigen Leistungssteigerung und Mitarbeitermotivation leisten können wird und daher in keinem produzierenden Unternehmen unbeachtet bleiben sollte», so Luk.

Über Kearney

Wir sind eine von einer globalen Partnerschaft geführte Unternehmensberatung. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter machen uns zu dem, was wir sind. Zu unseren Klienten zählen viele der Fortune 500 und des DAX sowie global agierende mittelständische Unternehmen. Als Einzelne bringen wir unterschiedliche Leidenschaften und Stärken aus verschiedenen Branchen ein. Was uns bei Kearney eint, ist, dass wir alle die gleiche Begeisterung für unsere Arbeit und die Menschen haben, mit denen wir zusammenarbeiten. Gemeinsam mit ihnen lassen wir aus grossen Ideen Realität werden und unterstützen sie dabei, ein neues Kapitel aufzuschlagen.

www.kearney.ch

<http://www.twitter.com/KearneyDACH>

