

Task A

A1

Gamification bedeutet, dass man spielerische Elemente außerhalb des Gaming-Kontexts verwendet. Der User soll motiviert werden die App / Dienstleistung langfristig zu nutzen. Spielerische Elemente, die in der Praxis oft genutzt werden, sind bspw. Herausforderungen, Level- und Punktekonzepte, Erfolge, sowie Leaderboards. Diese Elemente werden in Kontexten genutzt, deren Ziele über die Unterhaltung hinaus gehen (bspw. im Bildungskontext).

Wissenschaftler, die sich mit Gamification auseinandersetzen, versuchen herauszufinden, *warum* Menschen mit Produkten oder Systemen interagieren, und was deren Motivation dafür ist. Ein Ansatz ist die „Self-determination theory“ welche besagt, dass Menschen eine intrinsische oder extrinsische Motivation haben können. Intrinsische Motivation bedeutet, dass man etwas tut, weil dies Spaß macht. Extrinsische Motivation bedeutet, dass man etwas tut, weil man etwas erreichen kann, Erfolge oder Belohnungen. Intrinsische Motivation wird durch folgende drei psychologische Nöte begünstigt: Kompetenz, Autonomie, und Verbundenheit. Gamification versucht diese drei Nöte zu erfüllen.

Gamification ist kein durchweg erforshtes Konzept. Viele Design-Konzepte haben nur durch deren praktische Anwendung Akzeptanz gefunden, sind jedoch nicht wissenschaftlich belegt. Es gibt jedoch auch wissenschaftlich fundierte Konzepte, bpsw. „meaningful gamification“ – ein Versuch den User durch die Herstellung einer persönlichen Bindung langfristig zu motivieren.

Der neueste Trend der Gamification ist die Personalisierung – eine personalisierte App kann eine tiefere Bindung zum User erzeugen als eine „One-Size“-App.

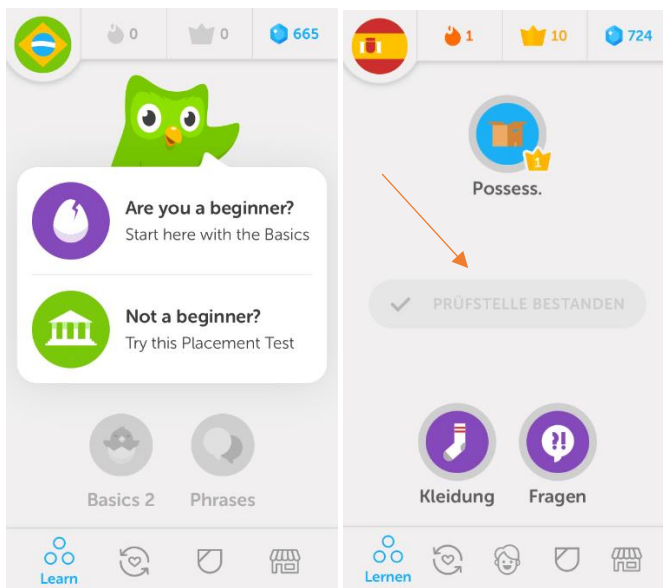
A2

Eine App, die sehr vielschichtige Gamification-Elemente verwendet, ist Duolingo. Duolingo ist eine kostenfreie Lern-App für Fremdsprachen. Viele Lernversuche scheitern wegen einer mangelnden Langzeitmotivation. Duolingo versucht deshalb mit Hilfe von Gamification-Elementen diese Langzeitmotivation herzustellen. Es wird versucht, die in der App genutzten Gamification-Elemente den drei intrinsischen Motivatoren der „self-determination theory“ zuzuordnen.

- Kompetenz

Es beginnt bereits beim ersten Öffnen der App. Sobald man eine Sprache auswählt gibt es eine Abfrage, ob man bereits Vorwissen in dieser Sprache hat. Falls man mit „ja“ antwortet, folgt ein Einstufungstest, der entscheidet, in welchem Level man anfangen kann. Damit ist sichergestellt, dass man sich nie verloren vorkommt – gerade für Wieder-Einsteiger wichtig. Auch jede einzelne Lektion gibt ein Feedback zur eigenen Kompetenz. Hierfür wird ein Punkte-System genutzt, dass bspw. Bonuspunkte gibt für das Abschließen einer fehlerfreien Lektion.

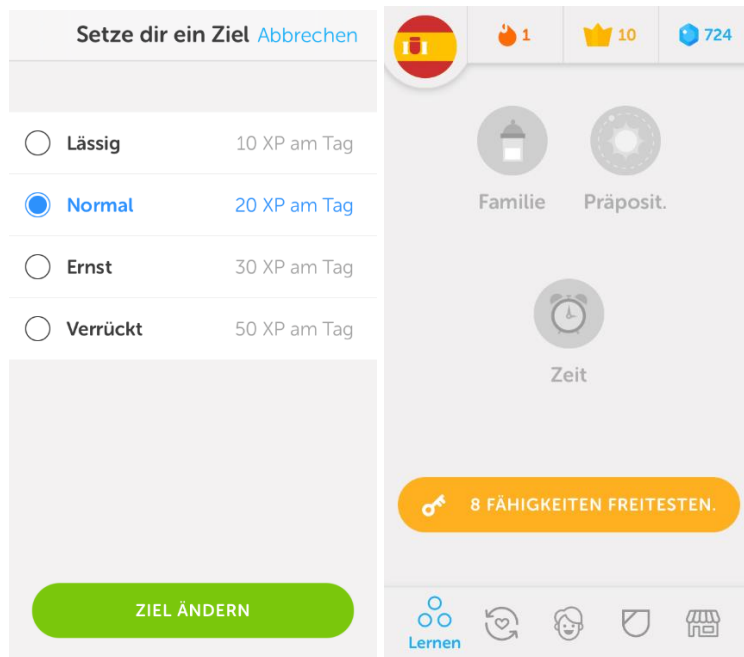
Weiterhin gibt es immer wieder „Boss“-Lektionen, die jeweils eine weitere Palette an Lektionen freischalten.



- Autonomie

Auch hier beginnt es bereits bei der ersten Nutzung. Es gibt eine Abfrage, wie viel Zeit ich täglich investieren möchte. Je ehrgeiziger die Ziele, desto mehr Bonuspunkte erhält man.

Wie bereits im ersten Punkt erwähnt werden immer wieder ganze Paletten an Level freigeschalten. Die Reihenfolge, in welcher diese ausgeführt werden, ist dem User überlassen. Der User hat somit immer die Freiheit die Lektion auszuführen, auf die er gerade Lust hat. Es gibt weiterhin die Möglichkeit direkt, ohne abschließen aller Lektionen, direkt die nächste Lektions-Palette freizuschalten. Hierzu muss man lediglich die nächste „Boss“-Lektion erfolgreich abschließen.



- Verbundenheit

Hier gibt Duolingo mit Hilfe von sog. „Clubs“ die Möglichkeit mit anderen Usern zu interagieren. Dort gibt es auch die Möglichkeit sich miteinander zu messen, etc. . Man kann auch zu sich selber Verbundenheit schaffen. Denn man kann auf sich selbst wetten. Man kann erarbeitete Gems, die Duolingo-Werbung, verwetten. Wenn man bspw. sieben Tage am Stück sein Tagesziel erreicht, erhält man den doppelten Wetteinsatz.

