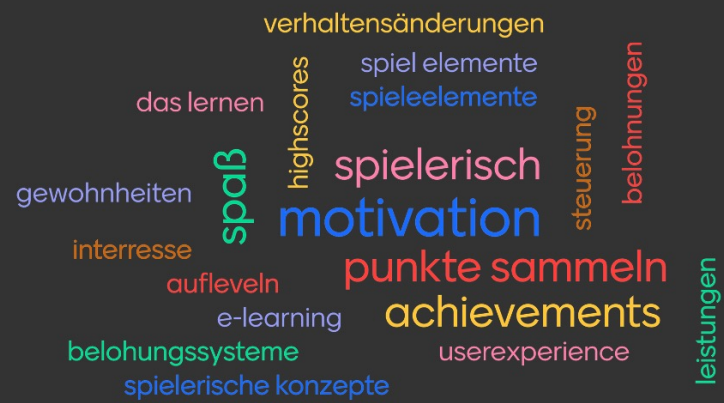


Gamification

Tag 5

Nudging



Uwe Müsse u.
Simon Schulte

23.06.22

1

Kursinhalt



Grundlagen



Game Thinking



Psychologie



Frameworks



Spielertypen



Nudging



Ethik

23.06.22

2

Heute steht das Thema Nudging auf dem Plan.

In dieser Einheit sprechen wir über

- Die menschliche Fehlbarkeit
- Die Definition von Nudging
- Beispiele für Nudging
- Einordnung von Nudging in das Fogg Behavior Model
- Verhaltensänderung durch Gamification und Nudging

Tages-Challenge



Betrachtet die **Aufgaben**, die im **Haushalt** so anfallen.

Staubsaugen, Wäsche waschen, bügeln, etc. stehen **immer wieder** auf dem Plan und sind **nicht immer** **spaßig**.

Überlegt euch, wie man solche **wiederkehrenden Aufgaben attraktiver gestalten** kann, sodass man motiviert ist, sie (gerne) zu erledigen. Lösungen können in analoger und digitaler Form entwickelt werden.

23.06.22

3

Am ersten Tag haben zwei der drei Teams die Aufgabe Staubsaugen ausgewählt. Hier wurde über das Bild ein Anker platziert, bzw. der Availability Bias getriggert.

Tages-Challenge



Im Studierendenalltag kommt irgendwann der Zeitpunkt, wo man sich auf eine Klausur vorbereiten muss. Sehr viele Menschen schieben das Lernen hierfür solange auf, bis der Klausurtermin kurz bevor steht. Und dann kommt der Stress ...

Überlegt euch, wie man solche aufeinander aufbauende Aufgaben attraktiver gestalten kann, sodass man motiviert ist, sie (gerne) zu erledigen. Versucht hierbei generisch zu bleiben, sodass es auch auf unterschiedliche Module angewandt werden kann. Aber erklärt euren Ansatz am besten anhand eines Beispiels.

23.06.22

4

Am zweiten Tag wurde von unserer Seite weder in dem Text noch über das Bild ein Beispiel gegeben. Vielmehr hat an diesem Tag das Losverfahren für die Gruppen (Pokemon) dafür gesorgt, dass zwei der drei Teams Ideen mit Pokemons hatten.

Tages-Challenge



Nachdem nun wiederkehrende und aufeinander aufbauende Aufgaben erfolgreich gamifiziert wurden. Wird es heute spezieller ...

Nehmt euch ein Thema aus eurem Studium, welches ihr entsprechend aufbereitet. Es kann z.B. die „verkettete Liste“ aus AP2 sein. Aber auch das „ISO-OSI-Modell“ aus KTN ist denkbar sowie viele andere Themenbereiche. WICHTIG ist, dass am Ende etwas prototypisches entsteht, was ihr als Gruppe auch jemand anderem geben könntet.

23.06.22

5

Am dritten Tag gab es zwei Lösungen, welche verkettete Listen als Idee beinhalteten. Das dritte Team wollte erst etwas mit dem ISO-OSI-Modell machen, hat sich dann aber doch umentschieden.

Menschliche Fehlbarkeit



23.06.22

6

Das menschliche Verhalten ist also nicht immer auf rationale Entscheidungen zurückzuführen. Der Mensch ist nicht unfehlbar.

Sein Verhalten kann durch Emotionen, gegensätzliche Motivatoren, Umweltfaktoren und Bedürfnisse beeinflusst werden.

Das macht es Menschen in einigen Situationen schwer, richtig zu entscheiden und zu handeln.

Dies führt zu unberechenbaren emotionalen bzw. automatischen Handeln.



Availability Bias

Menschen treffen Entscheidungen auf Basis der Präsenz von vergleichbaren Beispielen.

Demnach wird ein Risiko höher eingeschätzt, wenn einem Menschen passende Beispiele dazu einfallen, als wenn keine präsent sind.

Durch fehlende Wahrnehmung kann es zu Fehlentscheidungen kommen. Diese können verringert werden, wenn Entscheidungen mehr in Richtung realistischer Wahrscheinlichkeiten gelenkt werden.



Anker-Effekt

Hierbei orientieren sich Menschen in einem Entscheidungsprozess an Vergleichbarem. Das Vergleichbare dient dann als sogenannter Anker. Etwa bei der Schätzung der Einwohnerzahlen von Städten oder dem Alter von Personen. Ein Anker kann auch platziert werden, wenn er mit der tatsächlichen Entscheidung nichts zu tun hat.



Authority Bias

In Anwesenheit von Autoritäten tendiert der Mensch dazu,
das selbstständige Denken abzulegen.
Menschen vertrauen nahezu blind den Autoritäten.
Dabei können diese nachweislich falsch liegen.

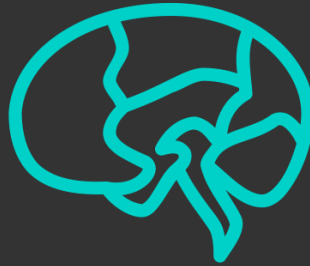
Kurze Rückschau ...

Reflektierendes System

Bewusstsein

0,1 %

5 mm



Automatisches System

Unterbewusstsein

99,9 %

11 km

23.06.22

10

Bei der Verhaltenspsychologie wurde bereits über die „Grenzen des Gehirns“ gesprochen. Dabei wurde zwischen bewussten und unterbewussten Prozessen unterschieden.

Dadurch tendiert der Mensch dazu widersprüchlich und entgegen jeglicher Logik zu handeln. (Thaler u. Sunstein, 2009, S.32)

Thaler u. Sunstein (2009, S.33 ff.) sprechen in diesem Zusammenhang von zwei kognitiven Systemen, dem automatischen- und dem reflektierenden System.

Das reflektierende System ist kontrolliert, angestrengt, deduziert, langsam, bewusst und regelgeleitet.

Das automatische System ist unkontrolliert, mühelos, assoziierend, schnell, unbewusst und erlernt.

Nudging

„[...] alle Maßnahmen, mit denen Entscheidungsarchitekten das Verhalten von Menschen in vorhersagbarer Weise verändern können, ohne irgendwelche Optionen auszuschließen oder wirtschaftliche Anreize stark zu verändern.“

Thaler u. Sunstein (2009) – Nudge: Wie man kluge Entscheidungen anstößt

23.06.22

11

Vor allem wenn das automatische System (siehe Abschnitt 3.2) eingesetzt oder nach Gewohnheiten gehandelt wird, können falsche oder unlogische Entscheidungen getroffen werden.

Auch kann die fehlerhafte Wahrnehmung einen Einfluss auf Entscheidungen haben (Thaler u. Sunstein, 2009, S.32).

Der Mensch tendiert dazu, durch verschiedene Gründe in seiner Entscheidungsfähigkeit eingeschränkt zu sein (siehe Designkit Menschliche Fehlbarkeiten).

„[Menschen brauchen kleine Schubser], wenn es um

Entscheidungen geht, die schwierig und selten zu treffen sind, bei denen sie nicht umgehend Rückmeldung bekommen und nicht alle Aspekte problemlos verstehen können.“ Thaler u. Sunstein (2009) – Nudge: Wie man kluge Entscheidungen anstößt

Es wird also nach dem Prinzip des libertären Paternalismus gehandelt. Libertär steht dabei für die freie Entscheidung eines Menschen. Keine Entscheidung soll aufgezwungen werden.

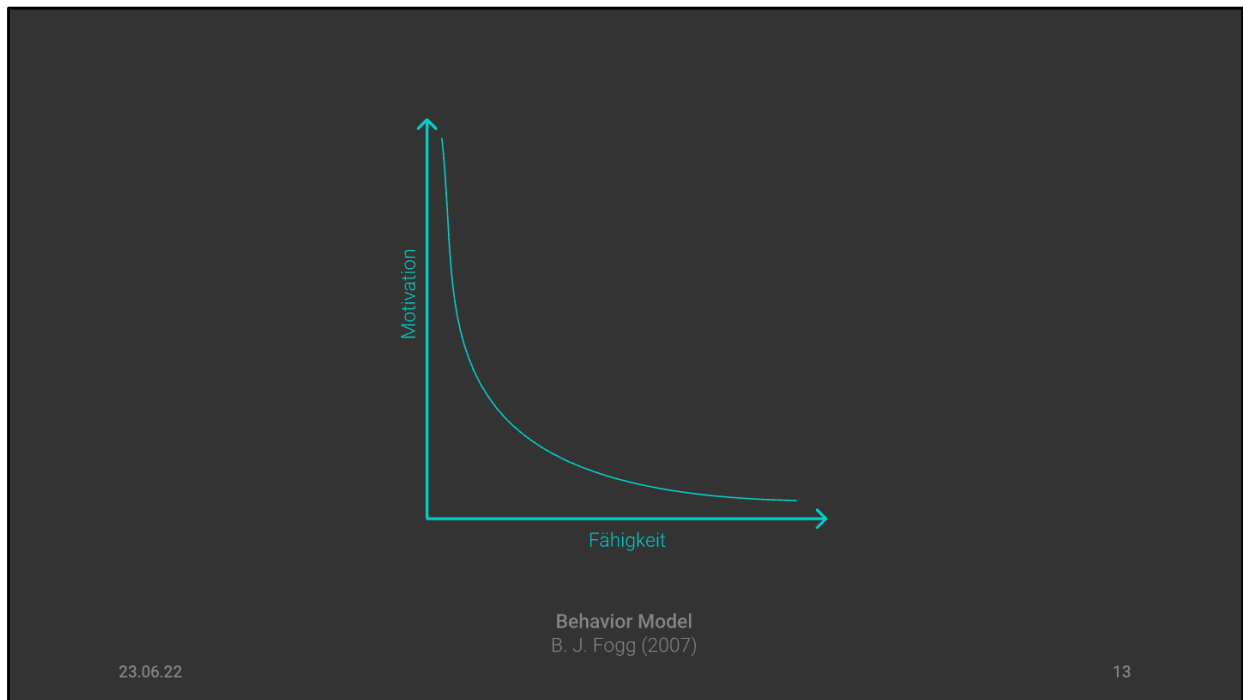
Paternalismus steht für die Beeinflussung von menschlichem Verhalten, um das Wohl Anderer zu verbessern. (vgl. Thaler u. Sunstein, 2009, S.14 f.) Hierbei sollten die positiven Absichten hervorgehoben werden.



23.06.22

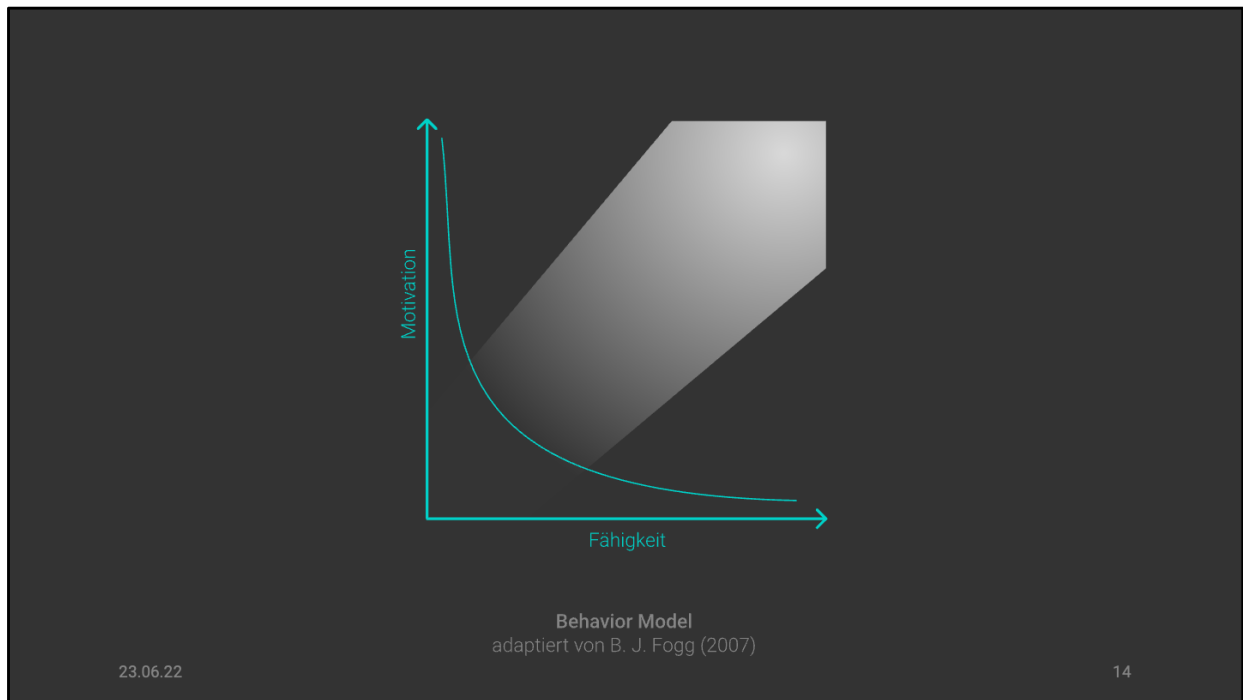


12



Mittels Gamification besteht die Möglichkeit die Motivation innerhalb des Fogg „Behavior Models“ zu verändern.


Nudging hingegen wirkt auf die Zugänglichkeit eines möglichen Verhaltens.



Mittels Gamification und Nudging soll ein aktuelles Verhalten in Richtung eines intendierten Verhaltens verändert werden.

Diese Veränderung findet eher wahrscheinlich statt, wenn Motivation und Zugänglichkeit oder eben Gamification und Nudging korrelieren.

Je ausgeprägter diese Korrelation ist, desto wahrscheinlicher etabliert sich dieses Verhalten auch langfristig.

1. Was?: Was wird betrachtet?			
Definition/Beschreibung		positiv	negativ
- Kernmerkmale - Einsatz/Zweck? * ...		- Was sind Vorteile? * ...	- Was sind Nachteile? * ...
2. Zielgruppe		3. Rahmenbedingungen	4. Prompt/Trigger
- Wer ist die Zielgruppe? - Aus wie viel Personen besteht die Gruppe? - Welche Vorkenntnisse bringt die Zielgruppe mit? * ...		- Welche Ressourcen stehen zur Verfügung?	- Gibt es Hinweise und wie sehen diese aus? * ...
5. akt. Verhalten - Wie ist das aktuelle Verhalten der Zielgruppe?	7.1 Befähigung - Welcher Aufwand/welche Hürden muss/müssen von der Zielgruppe aufgebracht/überwunden werden? - Welche Fähigkeiten benötigen sie? - Welche Ressourcen benötigen sie?	7.2 Nudge Idee - Welche Nudges können die Zielgruppe unterstützen? - Welche Nudges erhöhen die Zugänglichkeit?	
	8.1 Motivation - Was sind gewünschte Motivatoren, welche angesprochen werden sollen? (Stichwort: RAMP, Yu-Kai Chou)	8.2 Gamification Idee - Durch welche Gamification-Elemente können die gewünschten Motivationen erreicht werden?	
	8.3 Emotion - Welche Emotionen werden durch die Gamification-Elemente hervorgerufen? - Wie stehen erzeugte Emotion und Motivation im Verhältnis?		
	6. Intend. Verhalten  - Wie ist das gewünschte Verhalten der Zielgruppe in dem jeweiligen Kontext zu beschreiben?		

Das wars schon?
... noch nicht ganz!

Challenge

23.06.22

16

Szenario



Ein Cyber-Security-Unternehmen möchte, dass ihre Kund:innen und Nutzer:innen „Meister in Cyber Security Themen“ werden!

Dazu sollen Lerninhalte vermittelt werden, die die Lernenden gebrauchen können und kontinuierlich anwenden.

Problem



Bisher wurden E-Learning Module ausgespielt, die monatlich absolviert werden sollten. Dabei musste ca. 10 Minuten am Stück oder länger gelernt werden.

Insgesamt haben diese Module gut funktioniert, dennoch ergab sich ein gewisses **Motivationsproblem der Lernenden**, welche auf **Langweile, Desinteresse und Zeitmangel** (da die Nutzer:innen dies während ihrer Arbeitszeit absolvieren sollten) zurückzuführen waren.

Daraus folgten eine **erhöhte Abbruchrate**, eine **geringe Abschlussrate** und **keine nachhaltige Verhaltensänderung**.

Zieldefinition



Mittels eines **Chat-Bots**, der in Collaboration-Tools wie Microsoft Teams und Slack eingespielt werden soll, werden den Lernenden **innerhalb weniger Minuten Lerninhalte vermittelt**.

Man könnte Gamification und Storytelling-Elemente nutzen, um mittels eines Chat-Bots ein **spaßiges Erfolgserlebnis** auszulösen, bei der eine „**Bigger idea**“ dahinter erzeugt wird.

Challenge



Konzept und prototypische Umsetzung einer Lösung zur motivierenden Vermittlung von Cyber-Security-Themen innerhalb von Collaboration-Tools zur Verminderung der Abbruchrate und Steigerung des Interesses bei den Kund:innen und Nutzer:innen.

Tages-Challenge



Hilfreiche Fragen zu Beginn:

- Wie definiert sich der **Kontext**?
- Wie sieht das **aktuelle** und wie das **intendierte Verhalten** aus?
- Welche **Fehlbarkeiten** kommen hier zum Tragen?
- Welche **Motivationen** sollen angesprochen werden?
- Welche **Emotionen** sollen hervorgerufen werden?

Coming soon ...



23.06.22

22