

Playful Business

Spielend weiterkommen mit LEGO® SERIOUS PLAY® & Co.



Business-Bereich

Management

Personal

Führung

Erfolg & Karriere

Kommunikation

Marketing & Vertrieb

Finanzen

IT & Office

Sofort-Nutzen

Sie erfahren:

- Weshalb Playful Business innovative und nachhaltige Lösungen ermöglicht.
- Was die Unterschiede zwischen «game» und «play» sind.
- in welchen Unternehmensbereichen spielerische Elemente nicht mehr wegzudenken sind.
- wie LEGO® SERIOUS PLAY® funktioniert.
- weshalb die Re-Aktivierung des Spieltriebs oberste Priorität hat.

Sie können:

- Erkennen, wann in welchen Situation Probleme mit spielerischen Elementen gelöst werden können.
- Denkmodelle mit LEGO® SERIOUS PLAY® erstellen.
- Den LEGO® SERIOUS PLAY® – Prozess anwenden.
- Erkennen, wann mit einer Co-Kreativitäts-Methode das volle Potenzial eines Teams entfaltet werden können.

Autor

Martina Hofer Moreno, MBA

Pascal Ott, Betriebsökonom FH, Gründer/Geschäftsführer & Spieltriebförderer der PROsoludo GmbH.
www.prosoludo.rocks



Pascal Ott ist Berater und Betriebsökonom, der sich auf die Bereiche Spieltriebförderung, Co-Kreativität, Themenvernetzung und Unterstützung von Unternehmen beim Umgang mit Komplexität spezialisiert hat. Er liebt es, den Status quo herauszufordern. Mit Neugierde und Leidenschaft. Verspielt, begeisterungsfähig, aktivierend und mitdenkend, aber immer mit Blick für eine zukunftsgerichtete Lösung, die Mehrwert generiert.

er ist ... :

- ein «Spieltriebförderer»
- ein «Serious Player»
- ein «Betriebsökonom»
- ein «mental agiles Multitalent»
- ein «Linkedin-Enthusiast»
- ein «Premiersucher»
- ein «Spielgestalter von und mit LEGO® SERIOUS PLAY®»
- ein «Seminarleiter von Unternehmensplanspielen»
- ein «Host von Casino-Nights»
- ein «Business-Pokerer»
- ein «Corporate Unruhestifter»
- ein «Sachverhalte-Vereinfacher» und »Themen-Vernetzer«
- ein «Experte für Generalistenwissen»
- ein «neugieriger Wissenscoach und unterstützender Berater für die Themen Finanz- und Rechnungswesen, Unternehmensführung, Prozessmanagement, strategisches Management, Finanzplanung, Kommunikation & BWL»

Kontaktdaten

Pascal Ott
PROsoludo GmbH
Spieltriebförderer & Geschäftsführer
+41 79 658 88 88
pascal.ott@prosoludo.ch
www.prosoludo.ch

Impressum

WEKA Business Dossier

Playful Business – Spielend weiterkommen mit LEGO® SERIOUS PLAY® & Co.

Satz: Tonio Schelker
Korrektur: Margit Bachfischer M.A., Bobingen, margit.bachfischer@web.de

WEKA Business Media AG
Hermetschlostrasse 77
8048 Zürich
Tel. 044 434 88 34
Fax 044 434 89 99
info@weka.ch
www.weka.ch
www.weka-library.ch

1. Auflage 2021

VLB – Titelaufnahme im Verzeichnis Lieferbarer Bücher:
ISBN: 978-3-297-02252-8

© WEKA Business Media AG, Zürich

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werks darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme gespeichert, verarbeitet oder verbreitet werden.

Inhalt

1.	Spielend weiterkommen	4
2.	Playfulness vs. Gamification	6
2.1	Spielend weiterkommen	6
2.2	Die Macht des Spielens	7
3.	Playful Business als Kernkompetenz	8
4.	Spiele – ein Überblick	12
5.	LEGO® SERIOUS PLAY®	17
5.1	Rund um LEGO® SERIOUS PLAY®	17
5.2	Anwendungsgebiete von LEGO® SERIOUS PLAY®	18
5.3	Weshalb Lego®?	19
5.4	Die 6 Schritte im LEGO® SERIOUS PLAY®-Prozess	20
6.	Exkurs: Business Poker	23
6.1	11 Fähigkeiten, die Du beim Pokern lernst und die für mehr Erfolg und Spass im Leben sorgen.	23
7.	Fazit/Spiel des Lebens	26
	Literaturverzeichnis	27

1. Spielend weiterkommen

Wir wollen Entdecker sein: «In einer Welt in der Komplexität und Ungewissheit zunehmen, braucht die Wirtschaft von morgen Entdecker mit einem «Playful Mindset». Mit einer Denkweise, die nicht linear auf klare Ziele fokussiert ist, sondern auch neugierig zur Seite blickt, sich ablenken lässt, offen für Neues ist.»

Seien wir Entdecker.

Das Modell des Homo Ludens besagt, dass der Mensch seine Fähigkeiten über das Spielen lernt. Mit spielerischer Wissensvermittlung und «innovativen» Problemlösungsansätzen wird der Spieltrieb bei Erwachsenen reaktiviert und damit die Basis für «Playful Business» gelegt.

Selbst-Check



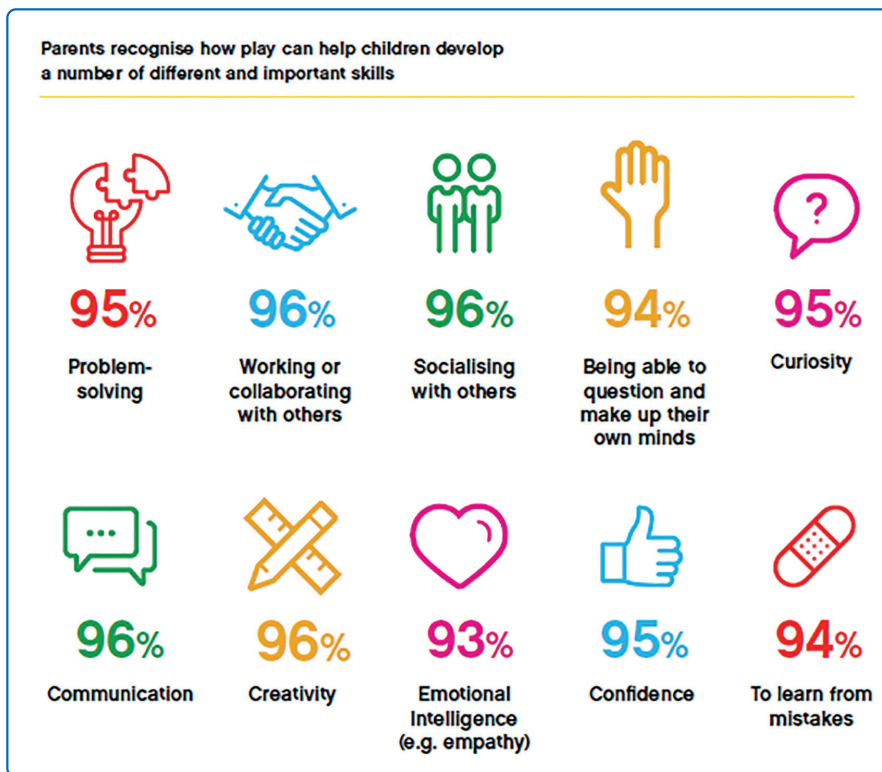
Beim Spielen kann man ...

- Kreativität fördern
- Risikofrei ins «Tun» kommen
- Blockierte Situationen spielerisch lösen
- Das Zusammengehörigkeitsgefühl im Team fördern
- Gewohnte Rollen abstreifen
- Je nach Spiel bestimmte Fähigkeiten trainieren
- Mehr über eigene Stärken und Schwächen lernen
- Experimente durchführen

Es scheint, als würden in Krisenzeiten spielerische Elemente, Spieltrieb und Kreativität wieder vermehrt im Zentrum stehen. Es vergeht kein Tag, in denen wir nicht mit Rätseln, Challenges oder anderen spielerischen Elementen herausgefordert werden. Das macht Spass. Die Wirksamkeit von spielerischen Elementen wird immer mehr erkannt, denn Spielen ist unter anderem wichtig, weil ...

- Spielen fördert das Lernen
- Spielen sorgt für Spass und Freude
- Spielen macht glücklich
- Spielen fördert die Potenzialentfaltung
- Spielen lehrt den Umgang mit Emotionen
- Spielen fördert die Resilienz
- Spielräume sind Möglichkeitsräume

Bei einer Umfrage der Firma LEGO® im Jahr 2018 bei Eltern kam auf die Frage: «Welche relevanten Fähigkeiten entwickeln die Kinder beim Spielen» kamen folgende Antworten zustande:



Genau dieselben Auswirkungen haben spielerische Elemente auf die Entwicklung von Fähigkeiten bei Erwachsenen!

2. Playfulness vs. Gamification

2.1 Serious Play

Co-Kreativ spielend weiterkommen erobert aktuell die (Business-) Welt. Ist das nicht wunderbar? Denn Spielen ist lebenswichtig – vor allem in einer komplexen Umgebung. Wer selber Kinder hat oder sich an seine Kindheit erinnert, der stellt fest, dass wir alles Elementare über das Spielen gelernt haben. Diesen – während der Schulzeit und der Ausbildung – meistens erfolgreich abtrainierten Spieltrieb wieder an die Oberfläche zu bringen, das ist das Ziel von «Playful Business».

Denn eines ist klar: «wer spielt, gewinnt».

Und doch stellen sich Fragen:

- Welche (Spiel-)kompetenzen sind für die Zukunft einer vernetzten Wirtschaft notwendig oder hilfreich?
- Wie kann ein auf die zukünftigen Bedürfnisse ausgerichtetes Spielverständnis für unsere Netzwerk-Gesellschaft aussehen?

Grund für den aktuellen Boom ist auch die Tatsache, dass die Mitarbeitermotivation in den Firmen seit einigen Jahren immer weiter am Sinken ist, vergleiche dazu auch den «Gallup Engagement Index» aus der gleichnamigen Studie. Mittels «Gamification» soll diesem Trend entgegen gewirkt werden.

So definiert das Zukunftsinstitut in seiner Trendstudie zu «Playful Business» den Begriff Gamification folgendermassen:

«Gamification bezeichnet die Anwendung spieltypischer Elemente (etwa Punkte, Auszeichnungen, Fortschrittsbalken, Ranglisten, Quests) in spielfremden Kontexten. Ziel ist eine Erhöhung der Motivation für Aufgaben, die als wenig herausfordernd, monoton oder zu komplex empfunden werden.»

Wichtig



In der deutschen Sprache kennen wir nur den Begriff Spiel, während im Englischen zwischen «game» und «play» unterschieden wird:

- «Game» beschreibt hauptsächlich das Spiel, die Sportart, dessen Regeln, die notwendigen Fähigkeiten, die Strukturiertheit des Spiels
- «Play» beschreibt das Spielen des Spiels, das sich beteiligen, sich messen

Daraus leitet sich ab, dass «Gamification» nicht mit «Playfulness» zu verwechseln ist.

2.2 Die Macht des Spielens

Viele «Gamification-Elemente» zielen darauf ab, eine sofortige Belohnung zu erreichen. Wenn ein Verhalten des Menschen, – ob Lohn, Bonus, oder anderes – aber allein durch die Belohnung ausgelöst wird, ist klar, dass das entsprechende Verhalten bei einem Wegfall der Belohnung unmittelbar wieder verloren geht. Um dieses gewünschte Verhalten aufrecht zu erhalten, braucht es für jede einzelne Handlung eine erneute Belohnung. Gleichzeitig stumpfen die Menschen gegenüber dieser Art von Belohnung aber ab, was bedeutet, es braucht immer mehr davon um das gleiche Verhalten auszulösen.

Wenn es uns jedoch gelingt, den Menschen sinnstiftende Tätigkeiten – einen «Purpose» – zu geben, dann geben wir der Person eine intrinsische Motivation, das Verhalten selbstbestimmt, eigeninitiativ wiederholt und nachhaltig auszuführen. Die Bedürfnisbefriedigung des Menschen nach Sinn, nach Kompetenzen, nach Selbstbestimmung und nach Zugehörigkeit/Verbundenheit sind hilfreich bei wirksamen Etablierung intrinsischer Belohnungen.

Wichtig



Die Reise wird zum Ziel und nicht die (monetäre) Belohnung.

Um die Überleitung vom «Game» zum «Play» zu schaffen, braucht es vor allem 2 Kernelemente:

- Persönliches Wachstum
- «Flow»

Persönliches Wachstum bedeutet, dass die intrinsische Motivation dann am Grössten ist, wenn sich Menschen ihre eigenen Ziele setzen können und ihr Tun anschliessend darauf ausrichten können. Spiele können dabei einen Beitrag leisten, diese Selbst-Entwicklung zu fördern, dabei zu unterstützen, die beste Version seiner Selbst zu werden und für die eigene Potenzialentfaltung zu sorgen. Das geschieht durch das Ausprobieren, das Tun und dem daraus lernen. Das gelingt allerdings nur, wenn sich die Menschen sicher fühlen, nur dann trauen sie sich im Spiel zu öffnen, wirklich zu spielen.

Der Psychologe M. Csikszentmihaly hat den Spielmodus im Gehirn als «Flow» bezeichnet. Das Zukunftsinstitut hat diesen Zustand folgendermassen beschrieben: «ein hochintensiver und -konzentrierter mentaler Zustand des Glücksgefühls, der beim gänzlichen Aufgehen in einer Beschäftigung entsteht – sei es im Schreibfluss, bei einer Ski-Abfahrt oder beim Basteln. «Flow» ist der Grundmodus des Lernens und hilft uns, Unbekanntes in Bekanntes zu verwandeln. Diese hochgradig fokussierte Aufmerksamkeit und «Selbstvergessenheit» macht Menschen entspannt, kreativ, immun gegen Ablenkungen und offen für Neues – all das was auch verbunden ist mit dem kindlichen Eintauchen in spielerische Parallelwelten.»

3. Playful Business als Kernkompetenz

Aus dem Zusammenspiel von spielerischen Elementen und betriebswirtschaftlichem/strategischem Wissen lassen sich einzigartige Lösungen für ganze Unternehmen oder Abteilungen und Teams ableiten. Durch den Einsatz von spielerisch-simulativen Elementen inkl. Reflexion durch die Teilnehmenden und der anschliessenden Transformation in den Business-Kontext entstehen auch im HR-Bereich innovative, individuelle, nachhaltige und praktische Lösungen für:

- Führungsthemen
- Collaboration
- Kommunikation
- Lernen
- Personalbeschaffung (Rekrutierung, Onboarding)
- Personalmarketing
- Employer Branding

«Wer spielt, der lernt! Wer lernt, der lebt! Wer lebt, der spielt!»

J. Roggensack

Der «verspielte» Mensch ist der Startpunkt für das Eintauchen ins Thema. Dabei fällt oft der Begriff Gamification, für den es verschiedene Definitionen gibt. Eine davon besagt, dass es sich bei Gamification um die Anwendung spielerischer Elemente in spielfremder Umgebung handelt.

Wer dies zulässt, wird «belohnt» mit mehr Motivation, mehr Leidenschaft, mehr Spass und mehr «Ownership» für seine Themen. Diese Entwicklung hat bereits still und leise Einzug in unser Alltagsleben gehalten, Fitnesstracker, Diät-Apps, Kundenbindungsrankings im Online-Handel und spielerische Belohnungssysteme sind nur einige Beispiele.

Mittlerweile sind die spielerischen Elemente aus der Gesellschaft nicht mehr wegzudenken, die zunehmende Komplexität und die Vernetzung der Welt führen dazu, dass wir uns schneller auf neue Sachverhalte, neue Konstellationen einstellen müssen. Je weniger planbar ist, desto flexibler und «spielerischer» sollten wir reagieren können, um den Anschluss in der aktuellen Hochgeschwindigkeitswelt nicht zu verlieren. «Playfulness» wird dabei immer mehr zur Kernkompetenz.

Themen der digitalen Transformation in einer vernetzten Welt sind «Agilität», Anpassungsfähigkeit, Co-Kreativität, Entscheidungen treffen bei unvollkommener Information. Sie sind im Kern auch die zentralen Elemente des Spielens. Sie brauchen Spielräume um Experimente zu starten. «Playfulness» macht uns und unsere Tätigkeit immer stärker aus.

Der positive Nebeneffekt: Spielen/Gaming ist «in» und verliert immer mehr das negative Klischee, das ihm über viele Jahre angehaftet wurde. E-Sportler füllen mittlerweile ganze Hallen und sind die neuen Stars einer Generation. Eine kurze Suchmaschinenrecherche zum Thema «e-sports» zeigt die Grösse dieser Szene.

Spiele und spielerische Elemente sind Teil unseres (Business-)Alltags, unseres Lebens.

«Das Spiel ist die höchste Form der Forschung.»

A. Einstein

Die Einsatzmöglichkeiten für spielerische Elemente im Business sind vielfältig und die Spiele resp. Methoden nahezu unbegrenzt. Im Kern geht es darum, Situationen im spielerischen Umfeld zu erleben, zu analysieren und in den Business-Kontext zu transferieren.

Nicht umsonst gibt es das Sprichwort:

«Beim Spiel kann man einen Menschen in einer Stunde besser kennenlernen, als im Gespräch in einem Jahr.»

Platon

Menschen zeigen sich bei einem neuen Spiel praktisch ausnahmslos mit ihren «Default-Werten». Sie können sich am Anfang nicht verstellen und bleiben authentisch, pur. Erst mit zunehmender Erfahrung im Spiel können Menschen bewusst bestimmte Rollen einnehmen.

Für folgende Business-Themen sind spielerische Elemente nicht mehr wegzudenken:

- Organisation
- Leadership
- Kollaboration
- Innovation
- Lernen
- Rekrutierung

Organisation

In einer Welt, in der komplexe Aufgabenstellungen auf dem Vormarsch sind, und komplizierte Aufgaben tendenziell abnehmen und/oder automatisiert werden, gewinnen spielerische Elemente der involvierten Menschen an Bedeutung. In Situationen in denen die Problemlösung durch Können, durch Experimentieren erfolgt, braucht es Mannschaften, die ein gemeinsames Ziel verfolgen, zu dessen Erreichung alle einen Beitrag liefern. Nicht das Individuum erzeugt Wirkung, sondern das Zusammen-Spiel verschiedener Individuen entfaltet Mehrwert. Spielerische Elemente helfen, das Gemeinschaftsgefühl zu stärken.

Leadership

In seinem Buch «Wer nicht spielt, ist krank» hat Prof. Dr. N. Bolz beschrieben, dass «erfolgreiche» Typen heutzutage Spielertypen sind.

Kollaboration

Spielerische Elemente, die den Bedürfnissen und Neigungen der Teammitglieder entsprechen, führen zu einer höheren Motivation und in der Folge zu einem Mehr an Engagement. Sich im Team besser Kennenzulernen, Talente der Spielenden zu erkennen, Leidenschaft zu fördern, sind Komponenten für eine erfolgreiche Zusammenarbeit.

Innovation

Echte Innovation hat immer nur dort eine Chance, wo bestehende Regeln und Strukturen bewusst und kreativ hinterfragt werden dürfen. Die Trendstudie «Playful Business» des Zukunftsinstitutes zeigt schrittweise auf, wie eine Unternehmenskultur erschafft werden kann, bei der Menschen mit Freude grossartige Leistungen vollbringen, denn nur dabei entsteht aus Kreativität Innovation.

Allzu oft werden Gamification-Elemente als reine Massnahmen zur Effizienzsteigerung mit Belohnungskomponenten eingesetzt, aber das ist nicht der eigentliche Zweck von Playful Innovation, denn es geht vor allem darum, den Fokus auf die spielerischen und kreativen Fähigkeiten des Menschen zu legen. Auch im spielerischen Umfeld sollen Erwachsene wieder wie Erwachsene behandelt werden, denn wer selber Entscheidungen trifft, der übernimmt auch Verantwortung. Diese Entscheidungskompetenz liefert den Freiraum für die kreative Entfaltung.

Lernen

Wissen verliert immer mehr an Bedeutung. Wissen ist aber nach wie vor die Grundlage für Erlangung von Qualifikationen. Qualifikationen und Kompetenzen unterscheiden sich fundamental. Kompetenzen setzen ein hohes Niveau an Qualifizierung voraus. Menschen mit hoher Kompetenz sind stets auch qualifiziert, Hochqualifizierte sind jedoch nicht zwangsläufig auch kompetent.

In diesem Umfeld können spielerische Elemente an mindestens 3 Punkten ansetzen:

- spielerische Elemente in der Wissensvermittlung können für Festigung des gelernten Wissens sorgen, zum Beispiel durch ein Repetitionsquiz mit Kahoot.
- Unternehmensplanspiele und ähnliches unterstützen dabei, ins Tun zu kommen, das Wissen anzuwenden und dadurch aus Qualifikationen Kompetenzen zu entwickeln.
- Spielerische, agile Methoden im Schulbereich, Eduscrum genannt, fördern die Selbstorganisation im Team, Transparenz, Einfachheit.

Rekrutierung

Spielerische Elemente in der Rekrutierung simulieren risikofrei den «Ernstfall», denn im Spielfieber zeigt sich relativ schnell, wer stressresistent und teamfähig ist und analytische Fähigkeiten hat. Schnell dringt man zum wahren Gesicht des Kandidaten vor.

Zum Beispiel, wenn es darum geht, mittels Hinweisen einen Zahlencode zu knacken, zeigen sich Unterschiede zwischen handlungsorientierten Machern, Kopfmenschen, die analysieren, spontanen Kreativen oder Kommunikationsorientierten, die Strukturen schaffen oder die Führung übernehmen.

In folgenden Themenbereichen werden bereits spielerische Methoden eingesetzt:

- Teamentwicklung/Teambildung
- agile Zusammenarbeit/agile Führung
- Beförderung/Agilität
- Kandidatenselektion
- Startup-Support mit Business-Spielen

4. Spiele – ein Überblick

Die Möglichkeiten rund um den Einsatz von spielerischen Elementen im Thema «Playful Business» sind beinahe unbegrenzt, nachfolgend einige Beispiele als Inspirationsquelle:

LEGO® SERIOUS PLAY®

Wird im nächsten Kapitel ausführlich vorgestellt.

Business Poker

Beim Business Poker-Workshop werden die Gemeinsamkeiten von Poker und Business erarbeitet und es wird aufgezeigt, inwiefern Spielelemente und Strategien aus dem Pokern zu mehr Erfolg und mehr Spass im Job und allgemein im Leben führen. Denn Poker ist Business in verdichteter Form; alles hängt von der Qualität der getroffenen Entscheidungen ab.



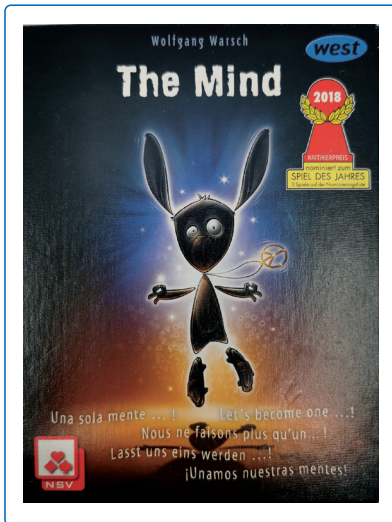
Unternehmensplanspiele

Mit Unternehmensplanspielen wird betriebswissenschaftliches Verständnis gefördert und abteilungsübergreifendes Wissen entwickelt. Eine gamifizierte Methodik fördert einen nachhaltigen Lernerfolg der Teilnehmenden. Mögliche Einsatzgebiete sind

- Die Entwicklung von Fach- und Führungskräften
- Strategieentwicklung
- Digitale Transformation
- Onboarding/Recrutainment
- Employer Branding
- Resilienztraining

The Mind

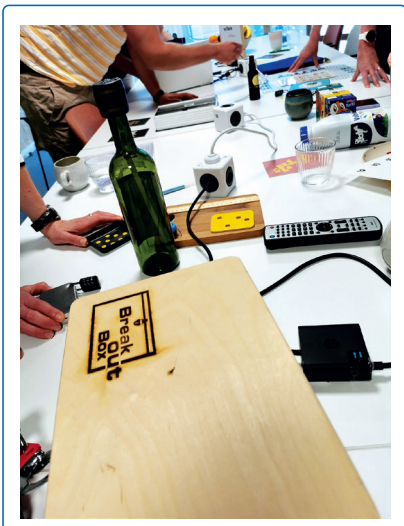
The Mind ist ein kooperatives Spiel, das sich für Teambuilding eignet. Die Spieler versuchen über mehrere Level Karten abzulegen und dabei alle Karten der Hand loszuwerden. Anders als bei anderen kooperativen Spielen dürfen die Mitspielenden sich nicht absprechen, keine Informationen austauschen. Trotzdem funktioniert es. Online und offline. Das Geheimnis des Spiels besteht darin, ein gemeinschaftliches Gefühl, also einen Teamspirit, in kürzester Zeit zu entwickeln. Das Team muss eins werden.



Mobiler Escape Room

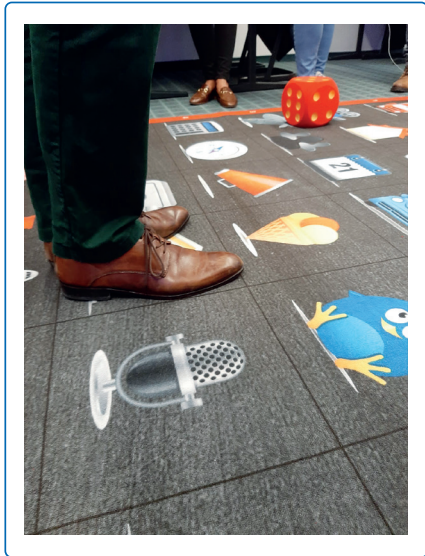
Ein Team spielt einen mobilen Escape Room, um die Kollaboration fernab vom üblichen Arbeitsplatz aufleben zu lassen. Mindestens so spannend wie der Rätselspass ist die Analyse im Anschluss:

- wie verschaffen wir uns den Überblick in einer neuen Situation?
- wie gehen wir mit Schwierigkeiten um?
- welchen Einfluss hat Zeitdruck?
- wer übernimmt welche Rolle?
- wie stellen wir die Kommunikation im Team sicher?



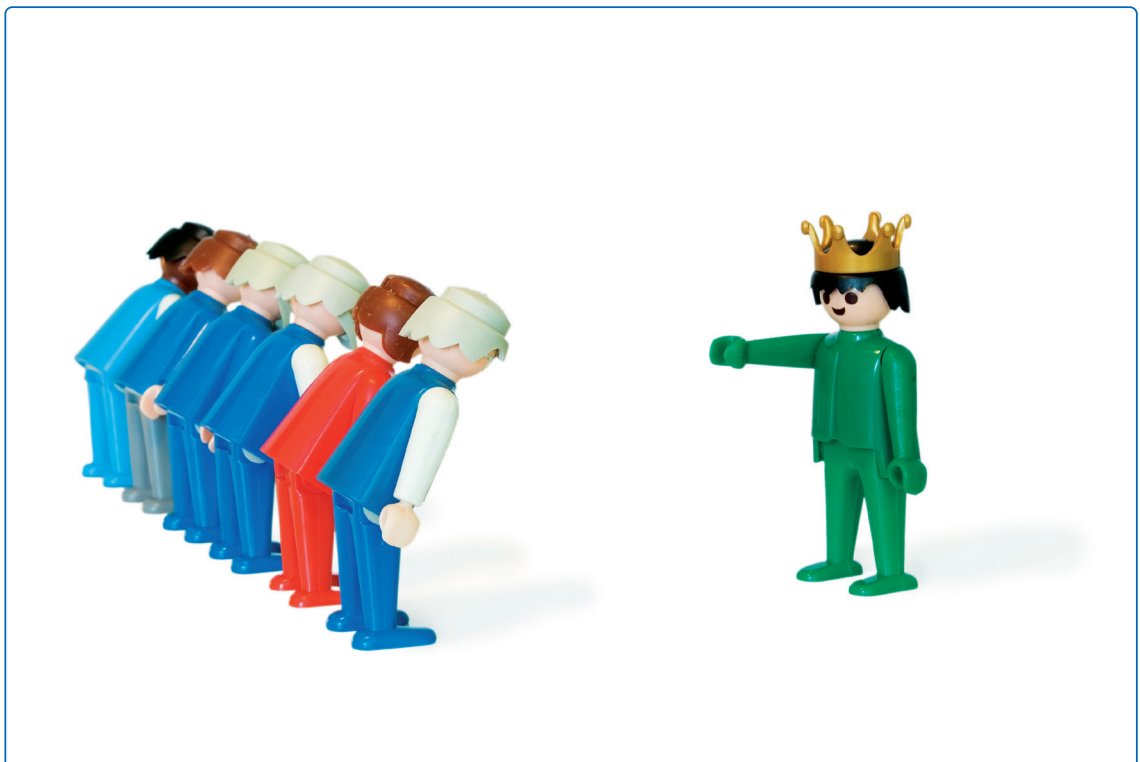
Brain2Business™

Brain2Business™ sind Tools, die die Mitarbeitenden unterstützen, schnell unkonventionelle und kreative Ideen und Lösungsansätze zu kreieren. Durch die visuellen Reize und den spielerischen Ansatz wird das kreative Denken im Unternehmen gefördert. Brain2Business™ befähigt Menschen dazu, ihre Kreativität punktgenau abzurufen, wodurch das Implementieren und Umsetzen von Massnahmen im Unternehmen vereinfacht wird.



Playmobil PRO

Playmobil® Pro bietet die Möglichkeit, co-kreativ und interaktiv Businessabläufe zu visualisieren, Herausforderungen und Lösungen zu erarbeiten und die agierenden Menschen sowie ihre Rollen dabei ins Zentrum zu stellen. Dabei werden Szenarien ganzheitlich «durchgespielt».



Digital Networking

Mit spielerischen Elementen lassen sich auch Engagement und Positionierung auf Social Media erreichen. Dazu zwei eigene Erfahrungsberichte über spielerische Elemente auf LinkedIn, der grössten beruflichen Social Media-Plattform:

Real People of Engagement Award

Mit dem Real People of Engagement Award (#rpea) haben wir Schweizer LinkedIn-Persönlichkeiten gewürdigt, die mit ihren LinkedIn-Beiträgen echten Mehrwert für ihr Netzwerk bieten.

Dazu einige Facts & Figures:

- 71 Personen wurden von der LinkedIn-Community nominiert, wovon 48 Teilnehmer für den Awards ausgewählt wurden.
- Insgesamt führten wir 16 Umfragen (jeweils 24 Stunden) mit gesamthaft 7567 Stimmen durch um die Gewinner zu ermitteln.
- Begleitend erarbeiteten wir 40 Beiträge, Interviews & Videos zum Award (inkl. Abstimmungen) mit einer totalen Reichweite von über 200 000 Views. Ergänzend dazu gab es viele Aktionen aus der Community.
- Für die 4 Co-SiegerInnen wurde sogar ein Empfang im Stadthaus Zürich inkl. offiziellen Vertretern von LinkedIn organisiert.

Spendenwalk von Zürich nach Basel

Aus einem Spass heraus ist die Idee entstanden, von Zürich nach Basel zu laufen. Um dem ganzen Projekt einen tieferen Sinn zu geben, wollten wir beim Marsch Geld für einen guten Zweck sammeln. Daraus ist die bisher erfolgreichste Aktion auf der Online-Spendenplattform «Give a smile» der Stiftung Theodora entstanden. Die Stiftung Theodora sorgt mit ihren Traumdoktoren dafür, Kindern im Spital Lachen und Freude zu schenken.

Wir wollten in der aktuellen Netzwerkgesellschaft zeigen, welche Power ein aktives, engagiertes Netzwerk haben kann. Digital Networking hat vor allem in der aktuellen Pandemie stark an Bedeutung gewonnen und wird aus unserer Sicht, diese Wichtigkeit auch nicht mehr verlieren.

Diese Übersicht bildet definitiv nur einen Bruchteil der Möglichkeiten von Playful Business ab.

Persönlicher Themenspeicher / Notizfeld

Gibt es spielerische Elemente in deinem Leben, in deinem Umfeld die Du gerne in deinen (Business)-Alltag transferieren möchtest?

Spiel	Spielsituation / Spielkonzept	Anwendungsbeispiel im Alltag

5. LEGO® SERIOUS PLAY®

5.1 Rund um LEGO® SERIOUS PLAY®

LEGO® SERIOUS PLAY® ist ein einzigartiger Co-Kreativitäts-Prozess, der für die Entfaltung des vollen Potentials und der Kreativität eines Teams oder eines gesamten Unternehmens sorgt. Die Verknüpfung von Hand und Hirn schafft Verständnis für bestehende Herausforderungen und hilft bei der Suche nach innovativen, einzigartigen Lösungen in einer komplexen Welt.

Wir leben in komplexen Zeiten. Unternehmen müssen sich je länger je dringender strategisch auf Unsicherheit und Komplexität vorbereiten. Unerwartete Änderungen sind der neue Standard. Aus diesem Grund wird Vorstellungskraft zum Schlüssel. Wir können durch Spielen unsere Vorstellungskraft auf die Auswirkungen zukünftiger Szenarien verstärken. LEGO® SERIOUS PLAY® bietet einen Spielraum, um den Fokus und die Reflexion auf das «Unvorstellbare» und «the impossible» zu richten – ohne Risiken und Konsequenzen in der realen Welt. Der LEGO® SERIOUS PLAY® -Prozess und das Lego-Material unterstützen dabei, unsere Vorstellungskraft zu verstärken.

Im Zentrum von LEGO® SERIOUS PLAY® stehen Storytelling und Metaphern. Storytelling verstärkt die Kreativität. Metaphern bleiben im Gedächtnis haften, bringen Ideen zum Leben, ermöglichen Storytelling und helfen uns zu fokussieren und zu erinnern. In Kombination mit be-greifbaren LEGO® -Modellen wird Komplexität sichtbar, es entsteht ein gemeinsam geteiltes Verständnis für eine Marke, ein Produkt oder die Zukunft eines Unternehmens und darauf aufbauend lassen sich eine gemeinsame Vision oder Werte entwickeln.

Ein LEGO® SERIOUS PLAY® – Workshop unterscheidet sich fundamental von herkömmlichen Workshops, denn 100% der Teilnehmer sind während 100% der Workshop-Zeit engagiert. Die durch das Team gemeinsam co-kreativ entwickelten Lösungen führen dazu, dass eine persönliche Identifizierung mit der Lösung entsteht und diese erhöht die Einsatzbereitschaft und Motivation bei der Umsetzung.

Und ausserdem: ein Workshop der LEGO® SERIOUS PLAY® -Material und die entsprechende Methodologie verwendet, der macht einfach Spass.

5.2 Anwendungsgebiete von LEGO® SERIOUS PLAY®

Wichtig



Daraus entsteht eine Grundidee, für wen LSP wirkt:

- Teams, die Herausforderungen proaktiv und spielerisch angehen möchten.
- Teams, die darauf vertrauen, dass unter den Teilnehmenden genügend Wissen und Erfahrung vorhanden ist, um die Zukunft in die eigenen Hände zu nehmen
- Teams, die erkannt haben, dass gemeinsam co-kreativ entwickelte Lösungen ein Mehr an «Ownership» durch das Team generieren

Wichtig



Die Einsatzkriterien von LEGO® SERIOUS PLAY® sind mannigfaltig, aber davor die Ausschlusskriterien für wen LEGO® SERIOUS PLAY® **NICHT** funktioniert:

- Wer Workshop-Ergebnisse steuern möchte
- Wer die Teilnehmenden auf vorbestimmte Ergebnisse hinarbeiten lassen möchte (Entertainment inklusive)
- Wer schnell zu einer detaillierten Lösung inkl. Aktionsliste kommen möchte

Praxisbeispiel



Beispiele für Einsatzmöglichkeiten:

- komplexe Fragen einzigartig und nachhaltig lösen
- innovative Strategien, Produkte und Dienstleistungen entwickeln
- Strategien erlebbar machen
- effektiv Veränderungsprozesse begleiten
- Werte, Führungskultur und Agilität gestalten
- Konferenzteilnehmer aktiv zu beteiligen
- Vielfalt als strategischen Erfolgsfaktor zu erkennen

Praxisbeispiel



Zur Inspiration einige Praxisbeispiele aus unseren Facilitator-Einsätzen:

- standortunabhängige Zusammenarbeit im Team fördern
- gelebtes neues Leitbild erarbeiten
- zukünftige Produkte/Dienstleistungen entwickeln
- gemeinsames Führungsverständnis erarbeiten, auch für angehende Führungspersonen
- gemeinsames Verständnis für interne Begriffe erarbeiten (z.B. Transparenz etc.)
- Umgebung der Lernlust innerhalb eines Unternehmens erarbeiten

Oft kommt im Vorfeld die Frage auf, was tun, wenn es Teilnehmende gibt, die nicht mitspielen wollen.

Bis zum aktuellen Zeitpunkt ist diese Situation noch nie bei einem unserer Workshops vorgekommen, denn spätestens mit dem zweiten Bauauftrag sind die Teilnehmenden im «Flow».

Normalerweise gibt's in jeder Gruppe mindestens diese eine Person, die von sich behauptet, nicht kreativ zu sein. Jeweils zu sehen, wie sie sich im Lauf des Workshops davon lösen können, wie sie Vertrauen in die eigenen Fähigkeiten gewinnen, wie sie beginnen mit den Händen zu denken und dabei die Verknüpfung von Hand & Hirn herstellen, das sind jeweils «magic moments» in einem Workshop.

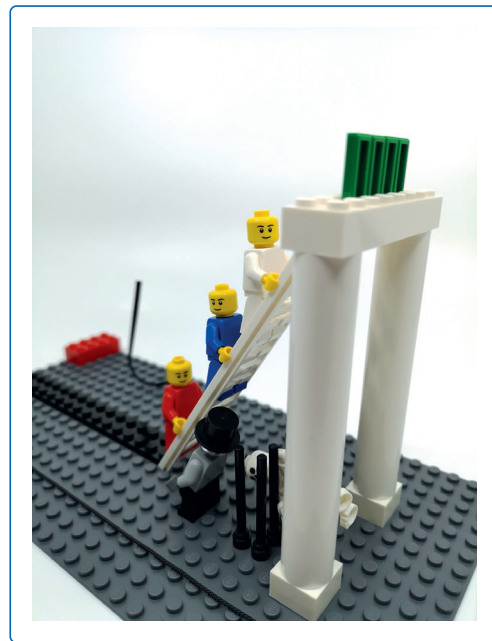
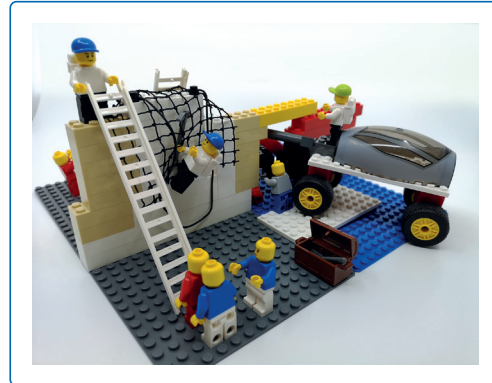
5.3 Weshalb Lego®?

Es gibt verschiedene Modelle und Tools im Bereich der Begleitung von Co-Kreativitäts-Prozessen. Spielerisches und co-kreatives «Bauen» von Ideen und Denkmodellen im Bereich Strategie und Teambildung mit Lego® bietet 3 elementare Vorteile:

Wichtig



- gute Eignung als Prototyping-Material
- das Bauen ist einfach, es braucht kein Talent, um sich ausdrücken zu können
- alle Bauwerke sind individuell



5.4 Die 6 Schritte im LEGO® SERIOUS PLAY®-Prozess

Jeder Workshop ist anders, denn er wird individuell auf die Fragestellung, das Ziel und die Gruppengröße der Teilnehmenden zugeschnitten. Gemeinsam ist allen Workshop der übergeordnete LSP-Prozess in 6 Schritten:

Skillsbuilding

Inhalt des Prozessschrittes

«Warm-up» für Geist und Hände, das die Teilnehmenden zum Prototyping (Ideen visualisieren & Aspekte einer Lösung erkunden) und Storytelling mit Lego® befähigt. Kurze Herausforderungen führen zu «quick-learnings» und bereiten auf das Workshop-Thema vor.

Herausgepickt

Metaphern helfen, komplexe Ideen zu vermitteln, die nur schwer in Worte zu fassen sind. Storytelling ist fast so gut wie das eigentlich Tun – es ist risikolos. Die Teilnehmenden erfinden Geschichten, um zu erkunden, zu entdecken, aber auch zu entscheiden.

Identität

Inhalt des Prozessschrittes

Tiefgehende und herausfordernde Fragestellungen gehen an die Teilnehmer. Diese bauen und erzählen ihre Gedanken am Modell. Die Teilnehmenden entscheiden gemeinsam, welche der Aspekte der individuellen Modelle in das gemeinsame Identitäts-Modell aufgenommen werden.

Herausgepickt

Statt einer Identität des kleinsten gemeinsamen Nenners entsteht so ein vielschichtiges und detailliertes Modell, in dem die individuellen Sichtweisen und Schwerpunkte jedes Teilnehmers vertreten sind.

Landschaft

Inhalt des Prozessschrittes

Rund um das gemeinsame Identitäts-Modell werden Modelle von externen Faktoren mit Einfluss auf die Identität, sogenannte Agenten gebaut. Durch die Gruppierung, Verbindung und Beziehung der Objekte entsteht ein vernetztes Modell der gemeinsamen Unternehmensrealität.

Herausgepickt

Echtzeit-Strategie erfordert ein stetiges Bewusstsein der Agenten, die das Geschäftsumfeld beeinflussen. Die Art der Verbindungen, bsp. nach Verlässlichkeit oder nach Vorhersehbarkeit zwischen eigenem Identitäts-Modell und Agenten hat einen grossen Einfluss auf das Unternehmen.

Szenarien

Inhalt des Prozessschrittes

Ereignisse sind die natürliche Folge der Komplexität. Sie treten bei Wechselwirkungen innerhalb der Landschaft auf. Die Teilnehmer entwickeln realistische Szenarien durch das Spielen mit möglichen Zukunftsentwicklungen.

Herausgepickt

Nach Vorstellung möglicher Szenarien durch die Teilnehmer und der Gruppierung nach prognostizierter Eintrittswahrscheinlichkeit werden je nach Zeitbudget 1–3 Szenarien ausgewählt.

Emergenzen

Inhalt des Prozessschrittes

«Hands-on» werden danach die Auswirkungen der Szenarien auf die Landschaft durchgespielt. Statt abstrakt zu diskutieren, werden Strategien auf spielerische, risikofreie Weise an einem realen Modell ausprobiert, um anschliessend den Real-Time-Aspekt einzubringen.

Herausgepickt

Real-Time-Aspekt bedeutet, im Prozess zurück ins «Hier und Jetzt» zu gehen. Ziel ist es, die gewonnenen Erkenntnisse aus dem Szenario in Aktionen umzuwandeln, die bereits heute getroffen werden können, um das System so zu beeinflussen, dass die gemeinsame Zukunftsvision auch bei auftretenden Ereignissen Bestand hat.

Simple Guiding Principles

Inhalt des Prozessschrittes

Ganz natürlich entstehen im Schritt «Emergenzen» grundsätzliche Entscheidungsprinzipien, die immer gelten und mit der Identität und der Umgebung harmonisieren. Zum besseren Verständnis und zur Verinnerlichung werden Modelle dieser Prinzipien gebaut.

Herausgepickt

Die Prinzipien-Modelle (z. B. «Verfolge Dein Ziel, aber mit Spass» – «Bevorzuge ein Netzwerk gegenüber einer Hierarchie» – etc.) erlauben es künftig, flexibel und angemessen auf neue Situationen zu reagieren. Diese flexiblen Rahmenbedingungen schaffen die Grundlage für das Unerwartete.

Wichtig



Viele Workshops umfassen – vor allem aus zeitlichen Restriktionen – «nur» die Prozessschritte 1 bis 3 (Skillsbuilding – Identität – Landschaft), dafür ist durchschnittlich mit einer Workshopdauer von 4–5 Stunden zu rechnen. Für die Erarbeitung aller 6 Prozessschritte ist mit einem Zeitbedarf von 8–10 Stunden zu rechnen, am besten über 1,5 Tage verteilt.

Persönlicher Themenspeicher / Notizfeld

In welchen Themengebieten Deines Umfeld siehst Du konkrete Einsatzmöglichkeiten für LEGO® SERIOUS PLAY®?

Idee	Konkrete Einsatzmöglichkeit

6. Exkurs: Business Poker

6.1 11 Fähigkeiten, die Du beim Pokern lernst und die für mehr Erfolg und Spass im Leben sorgen.

Das Einzige was sich beim Pokern und bei Business-Meetings unterscheidet, ist die Farbe des Tisches!

Nicht umsonst wird in unserem Sprachgebrauch das Feilschen um Verträge und Löhne als «Vertragspoker» bezeichnet, bei dem man sich nicht «in die Karten schauen lässt». Dieser Beitrag zeigt Dir die Gemeinsamkeiten von Poker und Business auf und gibt Dir einen ersten Einblick, inwiefern Spielelemente und Strategien aus dem Pokern zu mehr Erfolg und mehr Spass im Job und allgemein im Leben führen. Ich verwende spielrelevantes Wissen bereits in unzähligen Situationen des Alltags. Du kannst das auch.

Poker ist Business in verdichteter Form, alles hängt von der Qualität der getroffenen Entscheidungen ab.

Die Gemeinsamkeiten von Poker und Business sind unübersehbar:

- Die Basisregeln sind schnell gelernt, aber zur Beherrschung der Materie sind vertiefte Kenntnisse und eine grosse Erfahrung notwendig. Oder wie es M. Sexton ausdrückte: «Poker takes 5 minutes to learn but a lifetime to master».
- Ein gutes Verständnis der aktuellen Situation sowie strategisches und taktisches Geschick erhöhen die Gewinnchancen.
- Dauerhaft erfolgreich wird nur derjenige, der langfristig die besseren Entscheidungen trifft.
- Die Suche nach Wettbewerbsvorteilen gleicht beim Pokern der Suche nach Situationen mit einem positiven Erwartungswert.
- Die eigene Situation bei unvollständiger Information optimal einzuschätzen und darauf basierend die bestmögliche Entscheidung zu treffen, sind sowohl im Business wie auch beim Pokern zentral. Das Abwägen von Chancen und Risiken gehören genauso dazu wie die Steuerung der Emotionen und die Erarbeitung einer angemessenen Taktik und vielem mehr.

11 Fähigkeiten eines Pokerspielers, die Dir im Business helfen können ...

Zugegeben, das war jetzt noch etwas abstrakt, aber wir kommen dem Kern immer näher. Ein Spiel am Pokertisch bietet das perfekte Übungsfeld/den perfekten Spielraum um gewohnte Muster abzustreifen, neue Situationen spielerisch zu erlernen und situationsabhängige, kreative Lösungen zu kreieren.

Diese 11 Fähigkeiten lernst Du beim Pokern und kannst sie spielerisch in Deinen (Business-) Alltag integrieren:

1. Geduld

Geduld und Ausdauer sind erlernbar und für den Erfolg im Spiel unabdingbar. Eine übermütige Spielweise zum falschen Zeitpunkt, kann Dir Deine Arbeit vieler Stunden mit einer falschen

Entscheidung kaputt machen. Deshalb heisst das Spiel «No limit» ;-). Das Eingehen smarterer Risiken und zu Wissen wann Du alles aufs Spiel setzen solltest, sind zentrale Faktoren beim Pokern.

2. Disziplin

Das Kennen von Strategien und Konzepten beim Pokern ist das Eine, aber Du musst sie auch korrekt anwenden. Zu erkennen, wann Du eine Hand wahrscheinlich verloren hast, ist schon mal nicht schlecht, aber Du musst Deine gute Hand dann auch noch wegschmeissen können. Das ist nicht einfach und ist nur mit einer disziplinierten Spielweise möglich.

3. Gelassenheit

Poker ist ein Strategiespiel mit Glückskomponente. Dies kann dazu führen, dass Dein Spielzug einen positiven Erwartungswert hat, Du aber die Hand dennoch verlieren wirst. Da musst Du, im Wissen die richtige Entscheidung getroffen zu haben, den Mund abzuwischen und weiterzuspielen. Es muss Dein Ziel sein, den Erfolg in einer Hand an der Richtigkeit der getroffenen Entscheidung und nicht am Ausgang der Hand festzumachen. Diese emotionale Kontrolle und Analysefähigkeit benötigt Wissen, Übung und einen wachen, gesunden Körper und Geist. Wer tiltet (sich emotional nicht unter Kontrolle hat) wird langfristig scheitern.

4. Fleiss

Glaube an Dich, aber denke daran, dass Du nur durch Training besser wirst und Training bedeutet Zeit zu investieren. Zeit, zum Beispiel um Deine Adaptionfähigkeit zu verbessern. Du lernst beim Pokern, wie man die Gegner studiert und wie Du Deine Spielweise auf die Spielweise Deiner Mitspieler adaptierst. Eine Fähigkeit, die auch im Geschäftsleben von grossem Nutzen ist. Trainiere am Pokertisch für Deine Karriere. Lerne Dein Team oder Deine Mitstreiter besser kennen.

5. Objektivität / Analysefähigkeit

Glaube an Deine Fähigkeiten, aber überprüfe Deinen eigenen Spielstil. Mit regelmässigen Realitätschecks überprüfst Du am Pokertisch Deinen eigenen Spielstil. Wie nehmen mich die Mitspieler wahr. Was denken Sie, wie ich spiele? Und wie kann ich dieses Bild, das ich vermittele, gewinnbringend für mich einsetzen? Und falls das beim ersten Mal nicht klappt, was lerne ich daraus für das nächste Mal?

6. Mut

Effektive Bluffs brauchen vor allem 3 Dinge: Mut, ein gutes Pokerface und eine gute Körperbeherrschung. Ich bin jedes Mal wieder von neuem fasziniert, wie der eigene Körper bei einem Bluff reagiert. Übung, Übung und nochmals Übung ist das einzige Hilfsmittel dagegen.

7. Sportsgeist

Lerne mit Niederlagen umzugehen

Du kannst alles richtig machen und dennoch verlieren. Das ist das Faszinierende am Pokern. Die Glücksspielkomponente sorgt dafür, dass in der Einzelsituation jeder Spielausgang möglich ist, möge die Eintretenswahrscheinlichkeit noch so klein sein. Da musst Du durch. Tröste Dich mit dem Wissen, dass Du die richtige Entscheidung getroffen hast und langfristig mit diesem Spielzug gewinnen wirst.

Lerne mit glücklichen Siegen umzugehen

Aber auch das gehört dazu, Du kannst eine schlechte Entscheidung treffen und dennoch glücklich gewinnen. Mit der Fähigkeit, Deine Hand unabhängig vom tatsächlichen Endergebnis zu analysieren, kannst Du den Unterschied zwischen Glück und Skill verstehen. Ja, manchmal gibt es genau 2 von 50 Karten die Dir zum Sieg verhelfen und wenn genau eine von diesen kommt, dann ist das pures Glück. Geniesse Deinen Erfolg still, und sei Dir des grossen Glücks bewusst.

8. Konzentrationsfähigkeit

Das Abschätzen von Risiken unter Berücksichtigung von Wahrscheinlichkeiten ist Teil eines komplexen Entscheidungsprozesses. Dazu musst Du bereit sein. Und was ist mit Deinen Instinkten? Traust Du Ihnen? Kopf- oder Bauchentscheidung?

9. Nervenstärke

Unvollkommene Information, komplexe Situationen, Mitspieler die einen täuschen wollen und noch vieles mehr. Wenn das alles zusammen kommt, dann braucht es nebst der Konzentrationsfähigkeit auch Nervenstärke, denn beim Pokern geht es immer auch um das Tun und nicht nur um das Planen von Entscheidungen. Es kommt der Zeitpunkt, an dem Dein Gegner All-in geht. Dann musst Du Dich entscheiden – Call oder Fold. Mit all den Konsequenzen.

10. Bescheidenheit

Du stehst am Anfang Deiner Pokerkarriere und kannst bereits schnelle Erfolge vorweisen? Werde nicht übermütig. Der nächste Downswing kommt bestimmt. Versprochen! Erfahrene Spieler wissen das und bleiben in der Phase des Erfolges bescheiden, im Wissen, dass auch wieder andere Zeiten folgen werden.

11. Fokus

Poker ist ein Kampf gegen das eigene Ich. Standhaftigkeit gegenüber den laufenden Gefahren und Versuchungen sind wichtig. Lasse Dich nie durch schmerzhaftes Erlebnisse vom theoretisch richtigen Weg abbringen und behalte einen langfristigen Fokus bei. Zu wissen, in welchen Situationen, Du mit minimalem Risiko maximale Gewinne erzielen kannst, helfen Dir dabei, den Blick für die gewinnbringenden Situationen nicht zu verlieren.

Es gibt auch Spielinhalte beim Pokern, die keinesfalls ins Geschäftsleben übertragen werden sollen.

- Regelmässiges Lügen (Bluffen) ist ein wichtiger Bestandteil des Pokerns, aber keine Option für das Geschäftsleben. Einmal beim Lügen erwischt, wirst Du oft keine zweite Chance erhalten und das ist im Normalfall das Risiko definitiv nicht wert.
- Beim Pokern geht es darum, alle Deine Mitspieler zu besiegen und ihnen ihre Einsätze abzuknöpfen. Im Geschäftsleben steht glücklicherweise das Miteinander zumeist deutlich im Vordergrund. Da gilt es, den Schalter zwischen Pokertisch und Real-Life jeweils umzulegen.

7. Fazit / Spiel des Lebens

Bereits Schiller wusste «Der Mensch ist nur da ganz Mensch, wo er spielt». Das Spiel gewinnt in einer komplexen, vernetzten Hochgeschwindigkeitswelt immer mehr an Bedeutung. «Playful Gamification» und «Playful Business» unterstützen den Menschen dabei; mit neuen Technologien, aber auch mit innovativen Spielideen und deren Transformation in den (Business-)Alltag.

Eine der grossen aktuellen Herausforderungen ist es, den in uns schlummernden Spieltrieb wieder zu wecken. Die aktuellen Megatrends helfen, denn sie haben alle eines gemeinsam. Die Komplexität der einzelnen Themen lässt nichts anderes zu, als mit einem spielerischen Mindset mögliche Lösungen zu suchen.

Dadurch wird klar, unsere Gesellschaft braucht ein «Playful Mindset». Starten wir mit der Re-Aktivierung des Spieltriebs.

LEGO® SERIOUS PLAY® unterstützt, denn co-kreativ, mit Engagement und Spass wird das volle Potenzial von Teams entfaltet. Vorstellungskraft, Storytelling und Metaphern sorgen in Kombination begreifbaren Lego®-Modellen dafür, dass Komplexität sichtbar gemacht wird und ein gemeinsames Verständnis entsteht, damit innovative, individuelle und nachhaltige Lösungen für die Herausforderungen der Zukunft erarbeitet werden können.

Auch auf die Einzelperson bezogen gilt:

Erfolgreiche Menschen, egal in welchem Bereich, sind heute Spielertypen. Leute, die etwas riskieren. Die erkennbar Freude haben an dem, was sie tun.

Wenn wir es schaffen, den Spieltrieb der Menschen clever anzuspornen, können wir sein Eigeninteresse wecken und ihn besser an unser Thema binden. Was bei grossen Unternehmen funktioniert, können wir auch im Kleinen schaffen.

- Spielen ist Sein ohne Zeit. Der Spieler ist im Flow des intensiv erlebten Augenblicks.
- Wer ein Spiel zum ersten Mal spielt, zeigt sein wahres «Gesicht», seinen persönlichen «Default-Wert», denn erst mit zunehmender Erfahrung kann man sich verstellen.
- Wer spielt, arbeitet motivierter.
- Unmittelbares Feedback (man denke nur an das Pokern) gehört zu den Hauptmerkmalen des Spiels, auf jeden Spielzug/auf jede Aktion lässt sich mit einem Gegenzug antworten.
- Um die Probleme der Welt zu lösen, müssen wir sie in Spiele verwandeln.

Die volle Magie entfaltet sich beim Tun. Seien wir mutig.

Literaturverzeichnis

S. Blair, M. Rillo & Partner (2019): Serious Work – Meetings und Workshops mit der LEGO® SERIOUS PLAY® – Methode moderieren

Zukunftsinstitut (2017): Trendstudie Playful Business

N. Bolz (2014): Wer nicht spielt ist krank

R. Rackwitz (2021): www.engaginglab.com, 10.2021

PersonalSCHWEIZ, Pascal Ott (2021): spielend weiterkommen



WEKA Business Media AG

Hermetschloostrasse 77
8048 Zürich

Tel. 044 434 88 34
Fax 044 434 89 99

info@weka.ch
www.weka.ch