

Vom Bewerber zum Botschafter

Warum Onboarding ein Spiel sein soll

Unternehmen setzen alles daran, ihre Wunschkandidatin oder ihren Wunschkandidaten zu gewinnen. Doch ist die Person erst an Bord, verpufft die anfängliche Euphorie oft im Alltag eines halbherzigen Onboardings. Damit geht wertvolles Potenzial verloren. Der Beitrag zeigt, wie sich Onboarding spielerisch gestalten lässt – und wie so die Zusammenarbeit von Beginn an gestärkt wird.

Von Pascal Ott

Ein Strauss Blumen, ein Log-in-Zettel und ein Stapel Produktbroschüren. Hand aufs Herz: Ist das wirklich der rote Teppich, den du für deine neuen Talente ausrollen willst? Wir optimieren jeden Klick im Marketing-Funnel, aber wenn der Mensch dann da ist, schalten wir in den Verwaltungsmodus. Das Onboarding verkommt zur administrativen Pflicht. Eine Checkliste, die abgehakt wird. Und eine riesige Chance, die vertan wird.

Der stille Abschied im Kopf

Die Wahrheit ist unbequem. Der Kampf um die besten Köpfe wird nicht nur im Recruiting gewonnen, sondern in den ersten 100 Tagen nach Arbeitsbeginn entschieden. Ein neuer Mitarbeiter, voller Energie und bester Absichten, sitzt allein vor einem Bildschirm und klickt sich durch Compliance-Module. Die versprochene Dynamik des Vorstellungsgesprächs? Verpufft augenblicklich.

Die Zahlen sprechen eine klare Sprache: 70% der neuen Mitarbeitenden entscheiden innerhalb des ersten Monats, ob der neue Job der richtige ist – 29% wissen es sogar schon in der ersten Woche. Eine negative Onboarding-Erfahrung verdoppelt die Wahrscheinlichkeit, dass sie aktiv nach Alternativen suchen. Und bis zu 40% aller Kündigungen finden im ersten Beschäftigungsjahr statt. Das ist nicht nur teuer. Es ist ein kulturelles Desaster. Du verlierst nicht nur einen Mitarbeiter. Du verlierst einen potenziellen Botschafter.

Und doch: Nur 12% der Mitarbeitenden stimmen voll zu, dass ihr Unternehmen ein grossartiges Onboarding leistet. Das ist erschreckend. Aber es ist auch eine riesige Chance.



Onboarding einmal anders: Statt einer PowerPoint-Präsentation über die Unternehmensgeschichte laden langjährige Mitarbeitende zu einem interaktiven Quiz ein.

Reaktiviere den Spieltrieb

Was wäre, wenn wir das Onboarding radikal anders denken? Weniger Verwaltung, mehr Erlebnis. Weniger Information, mehr Interaktion. Die Lösung liegt in unserer Natur – der Mensch ist ein *Homo ludens*, ein spielendes Wesen. Im Spiel sind wir neugierig, kreativ und zu 100% präsent. Genau diesen Zustand müssen wir im Onboarding kultivieren.

Stell dir vor: Deine neuen Teammitglieder lernen die Unternehmenswerte nicht aus einer Hochglanzbroschüre, sondern entschlüsseln sie gemeinsam bei einer interaktiven Schnitzeljagd durchs Haus – an jeder Ecke treffen sie auf Kollegen und lösen kleine Aufgaben. Oder sie meistern die Tücken der neuen IT-Infrastruktur nicht in einem drögen Tutorial, sondern in einem speziell designten Escape Game, das sie nur als Team knacken können. Ein Cyber Security Game etwa, bei dem Teams realistische Szenarien bewältigen, schafft intuitives Verständnis und stärkt gleichzeitig die Zusammenarbeit – spielerisch, nachhaltig, erfolgreich.

Das ist «Playful Onboarding». Es geht darum, Kontexte zu schaffen, in denen echte menschliche Verbindung entsteht. Wo Hierarchien für einen Moment verschwinden und die beste Idee gewinnt, egal von wem sie kommt. Wo man gemeinsam scheitert, lacht und die Lösung feiert. Solche Erlebnisse schaffen, was kein Willkommens-Apéro kann: psychologische Sicherheit. Das unerschütterliche Gefühl, am richtigen Ort zu sein. Und genau das ist die Grundlage für langfristige Loyalität und Spitzenleistung.

Praxisbeispiele: So sieht Playful Onboarding aus

Die gute Nachricht: Es braucht keine riesigen Budgets, um das Onboarding zu einem Erlebnis zu machen. Hier drei Ideen, die sich in der Praxis bewährt haben:

Unternehmens-Schnitzeljagd auf dem iPad

Neue Mitarbeitende erkunden das Firmengebäude, die Standorte oder sogar die Stadt mit einer digitalen Schnitzeljagd. Jede Station verbirgt eine Geschichte, einen Wert oder eine Begegnung mit

einem Kollegen. Sie lernen die Firma nicht als Organigramm kennen, sondern als lebendiges Spielfeld. Dieses Format lässt sich vollständig auf die eigene Unternehmenskultur, Produkte und Werte zuschneiden.

Thematisches Escape Game

Ein auf das Unternehmen zugeschnittenes Rätselspiel, bei dem Teams gemeinsam knifflige Aufgaben lösen. Das Thema kann variieren – von IT-Sicherheit über Produktwissen bis hin zu Unternehmenswerten. Der Clou: Im Spiel offenbaren sich Stärken und Kommunikationsmuster, die im normalen Arbeitsalltag Wochen brauchen, um sichtbar zu werden.

Kultur-Quiz und Storytelling-Runde:

Statt einer PowerPoint-Präsentation über die Unternehmensgeschichte laden langjährige Mitarbeitende zu einem interaktiven Quiz ein. Wer weiss, welches Produkt als Erstes gelauncht wurde? Welche Niederlage die grösste Lektion war? Humor und Neugier schaffen Verbindung, wo Fakten allein es nicht schaffen.

Dein Weg zum Fan-Magneten

Die Transformation deines Onboardings ist kein Hexenwerk. Es ist eine bewusste Entscheidung für den Menschen und gegen die reine Prozess-Hörigkeit. Vier Schritte, die den Unterschied machen:

1. Wo langweilt dein aktueller Onboarding-Prozess neue Mitarbeiter? Frag sie nach Optimierungspotenzial
2. Denke in Erlebnissen, nicht in Inhalten. Welche Emotionen willst du in der ersten Woche auslösen? Begeisterung? Neugier? Zugehörigkeit?
3. Starte klein und spielerisch. Es muss nicht sofort die grosse Revolution sein. Integriere eine kleine spielerische Team-Challenge in die erste Woche. Beobachte, was passiert.
4. Mache den Transfer zur Priorität. Ein Spiel ohne Reflexion ist nur Spass. Kopple jedes Erlebnis an die Frage: «Was bedeutet das für unsere tägliche Zusammenarbeit?» Eine professionelle Moderation kann hier den entscheidenden Unterschied machen.

Spielend weiterkommen – vom ersten Tag an

Die besten Talente suchen heute mehr als nur einen Job. Sie suchen eine Mission, eine Gemeinschaft, einen Ort, an dem sie wachsen können. Ein spielerisches Onboarding ist deine Chance, zu zeigen, dass deine Firma genau dieser Ort ist. Fangt an, neue Mitarbeitende zu begeistern.



Pascal Ott ist Gründer und Geschäftsführer der PROsoludo GmbH und der Ludoverse GmbH. In seiner Rolle als Future Manager ist es sein Ziel, Menschen und Unternehmen zukunftsfähig zu machen, indem er

Future Skills und spielerisches Lernen fördert. Durch den Einsatz innovativer Ansätze und spielerischer Elemente unterstützt er Organisationen dabei, sich auf die Anforderungen der modernen Arbeitswelt vorzubereiten und nachhaltige Erfolge zu erzielen.



Zum LinkedIn-Profil von Pascal Ott

Weiterbildung am Institut für Betriebs- und Regionalökonomie IBR

Wir bieten rund 60 praxisorientierte Weiterbildungen in den folgenden Bereichen an:

- Leadership
- Management
- Gesundheit und Soziales
- Gesellschaft und Politik
- Gemeinde, Stadt- und Regionalentwicklung

NEU:
Short Advanced
Studies SAS



HSLU Hochschule
Luzern

Finden Sie jetzt die
passende Weiterbildung
hslu.ch/ibr-weiterbildung

