

Führungskräfteentwicklung

Agil im Spiel



Foto: Wella

Frisöre mit Führungsverantwortung erleben in dem von Wella und der Schirmmacher Group entwickelten Planspiel, welche Folgen ihre unternehmerischen Entscheidungen haben.

Planspiele setzen auf mündige Teilnehmer, machen Komplexität erfassbar und bieten Raum für experimentelles Lernen. Das macht den Trainingsklassiker für die Führungskräfteentwicklung heute interessanter denn je.

„Die haben ja Haare!“ Die Nachwuchsführungskräfte inspizieren die bunten Spielbretter und Kartenstapel, nehmen die kleinen Spielfiguren in die Hand. Hie und da wird gekichert. Das soll eine Schulung für angehende Geschäftsführer sein? Die Teilnehmer, die sich darauf vorbereiten wollen, demnächst einen großen Frisørsalon zu übernehmen, sind skeptisch. Mit den Händen aber sind sie schon dabei: Während die Aufgabe erläutert, die Regeln erklärt werden, bekommen die behaarten Spielfiguren erst einmal Zöpfe, Dutts oder Pferdeschwänzchen. Auch wenn die Haare nicht unproblematisch sind, wie die Fachleute schnell feststellen: „Meiner bräuchte mal eine Glanzspülung“, scherzt eine Teilnehmerin.

Dann aber wird es ernst. Die Figuren müssen aufs Spielbrett. Dort nämlich führen jeweils acht der angehenden Chefs gemeinsam einen fiktiven Salon. Per Würfel bewegen sie sich durch ein Geschäftsjahr. Unterwegs müssen sie Kostenrechnungen erstellen, Mitarbeiter führen, Gewinnmargen berechnen, Pflegeprodukte nachhalten und unternehmerische Entscheidungen treffen – etwa, ob ein Auszubildender eingestellt wird oder nicht. Ereigniskarten sorgen für Überraschungen, die auch die Realität für die Jungunternehmer bereithält: Das Finanzamt fordert eine hohe Steuernachzahlung, die Frisöre wollen eine Weiterbildung, eine Grippewelle sorgt für einen Personalengpass ...

Zauberformel Motivation plus Emotion

Schnell weicht das fröhliche Scherzen vom Anfang höchster Konzentration. Würfel klackern, Stifte huschen über Zahlenkolonnen, Karten werden hin- und hergeschoben. In den Teams wird angeregt diskutiert: Ist es nun Zeit- und Geldverschwendung, einen Azubi einzustellen? Ist die Rabatt-Aktion „Karnevalssträhnchen“ Erfolg versprechend – oder schadet sie dem exklusiven Ruf? Dabei geht es heiß her, wenn zwei

Preview

► **Würfeln und flechten:**

Wie angehende Führungskräfte zu begeisterten Spielern werden

► **Emotional, interaktiv, selbstbestimmt:** Wie Planspiele alle Anforderungen gehirngerechten Lernens erfüllen

► **Älter als der Hype:**

Warum bei Serious Games keiner an Planspiele denkt – und weshalb das weder Nutzer noch Anbieter stört

► **Einfacher als in echt:**

Wie das Format Komplexität verständlich macht und warum das heute besonders verlockend ist

► **Raum für Experimente:**

Was analoge Verhaltensplanspiele den wenig geliebten Rollenspielen voraushaben

► **Spielend scheitern:** Wie

Planspiele mehr Agilität in die Führungskräfteentwicklung bringen können

Fronten kollidieren. Schließlich geht es um den Sieg: Die angehenden Chefs sind wild entschlossen, mit ihren hölzernen Fachkräften Gewinn zu erwirtschaften – und zwar auf jeden Fall mehr als die Konkurrenz an den anderen Spieltischen.

Spätestens jetzt ist von Skepsis nichts mehr zu spüren. Im Gegenteil: Die Spieler sind emotional beteiligt und hoch motiviert – erwiesenermaßen eine gute Basis für erfolgreiches Lernen. „Es ist toll zu sehen, mit welcher Begeisterung die Teilnehmer in den Workshop einsteigen“, berichtet Joachim Castor, der bei Wella für den Einsatz des Spiels zuständig ist. Er leitet dort die deutschsprachigen Management Services, ein Seminarangebot, mit dem der Kosmetik-Konzern seinen Kunden – den Frisörsalons – helfen will, unternehmerischen Erfolg zu haben. Denn bei Wella setzt man auf Weiterbildung und Vertriebsunterstützung statt auf klassische Marketingmaßnahmen,

um bei den Partnern eine nachhaltige Verbundenheit zur Marke aufzubauen.

Die Methode Planspiel ist dafür besonders geeignet, findet Castor. Und zwar auch, weil die Teilnehmer über das Spiel leichter Zugang zu den sperrigen Inhalten finden, die sie für die Unternehmensführung brauchen. „Wir arbeiten in einer sehr visuellen Branche,“ erklärt der Wella-Manager. Die greifbaren Materialien und die bunten Figuren senken bei den Frisören die Hemmschwelle, sich auf die vermeintlich öden BWL-Themen einzulassen. Im Spiel erkennen die Teilnehmer zudem auch schnell, warum sich das lohnt. „Zum Beispiel, wenn sie bei der ersten Abrechnung im fiktiven Salon erleben, wie viel – oder wie wenig – von eingenommenen 100 Euro übrig bleibt“, erklärt Castor. Das hinterlässt mehr Eindruck als jedes Rechenbeispiel auf dem Papier, so seine Erfahrung, die von Lernforschern schon lange bestätigt wird.

Das Gehirn lernt lieber selbst

Dank dieser Interaktivität funktioniert das eigentliche Lernen dann auch fast von selbst, findet Uwe Schirmmacher: „Im Spiel stecken die Teilnehmer mittendrin in den unternehmerischen Zwängen“, erklärt der Geschäftsführer der Schirmmacher Group, die das Spiel für Wella entwickelt hat. Sie müssen Prioritäten setzen, Alternativen abwägen, Entscheidungen treffen und ihre Mitstreiter überzeugen. Das ist nicht immer einfach: Wer zu wenig Pflegeprodukte bestellt, spart zwar Geld, enttäuscht so aber vielleicht später eine Stammkundin. Wer einen Azubi einstellt, belastet das Budget, hat aber in der Grippewelle eine Personalreserve. „Ein Richtig oder Falsch gibt es oft nicht“, erklärt Schirmmacher.

Entscheidend ist, dass die Spieler tief in die Zusammenhänge einsteigen, erklärt Maren Lau. „Und zwar selbstbestimmt“, betont die Sozialpädagogin, die sich am Ulmer Transferzentrum für Neurowissenschaft und Lernen mit spielerischem Lernen beschäftigt. Dann nämlich hat das Gehirn die Chance, selbst das Ruder zu übernehmen. Und das ist ganz im Sinne des Lerners, erläutert die Lernexpertin: „Das Gehirn ist ein Regel-Extraktor: Es sucht in den Erfahrungen, die ständig auf uns einprasseln, permanent nach Gemeinsamkeiten und Regeln, um die vielen Eindrücke zu strukturieren.“ Das kann bewusst oder intuitiv passieren. In jedem Fall können die Spieler gar nicht anders, als die im Spiel erlebten Zusammenhänge



Lesetipps

► Andrea Bittelmeyer: Update aus der Spiele-Welt – Serious Games und Planspiele.

www.managerseminare.de/mS156AR05

Im Fokus stehen computergestützte Planspiele und die Frage, wie sie berufliches Lernen unterstützen können.

► Andrea Bittelmeyer: Serious Games – Turbo für das E-Learning.

www.managerseminare.de/MS116AR02

Virtuelle Impulse für die Vermittlung von Management-Skills.

► Gerhard Etzel: Verhaltensplanspiel für Führungstrainings.

CD-ROM Trainingskonzept, managerSeminare, Bonn 2010, 248 Euro bzw. 198 Euro.

Konzept und Material für eine eintägige Unternehmenssimulation, bei der die Teilnehmer die Produktion eines Flugzeugs verantworten..

Veranstaltungen

► Marktplatz München: „Change-Management-Planspiele“

Die Ausstellung des Branchenverbands SAGSAGA am 18. und 19. Juni 2016 präsentiert Planspiele zum Thema. Infos unter: www.sagsaga.de

► Planspielschnuppertag

Am 24. September 2016 stellt die Schirmmacher Group in Benried am Starnberger See interessierten Trainern, aber auch HR-Entscheidern, ihr Angebot vor. Infos unter: www.schirmmachergroup.de

Training *aktuell*

Ideen zünden



www.trainingaktuell.de/abo

Tel.: +49 228 9 77 91-23 · E-Mail: abo@trainingaktuell.de

12 x jährlich **Training** *aktuell*

Die Zeitschrift für Trainer, Berater & Coachs

**neue Tools, Seminarbausteine, Coachingideen, Materialien,
Tipps für Trainermarketing, Social Media, Networking,
die neueste Rechtsprechung, Branchengeflüster, Termintipps**

- ⊕ Lieferung frei Haus – auch nach A und CH
- ⊕ bis zu 20% Rabatt auf Fachbücher der EDITION Training aktuell
- ⊕ 3 Marktstudien im Wert von jew. 99,50 EUR inklusive
- ⊕ Premieintrag WeiterbildungsProfis 150,- EUR günstiger



„Im Spiel stecken die Teilnehmer mittendrin in den unternehmerischen Zwängen“

Uwe Schirmmacher, Gründer und Geschäftsführer der Schirmmacher Group, Berg am Starnberger See.
Kontakt: mail@schirmmachergroup.de



Foto: Schirmmacher Group

zu begreifen und so ihre Kompetenzen zu erweitern.

Gelassenheit hinter dem Hype

Nicht zuletzt deshalb wird das spielerische Lernen derzeit hoch gehandelt – meist in Verbindung mit Schlagworten wie Serious Games und Gamification. Diese Trends sorgen für einen frischen Wind am Markt, von dem auch Planspiele profitieren, sagt Eric Treske. Allerdings hatten sie auch vorher dort schon einen sehr guten Stand, unterstreicht der Vorsitzende der Gesellschaft für Planspiele in Deutschland, Österreich und Schweiz e.V. (SAGSAGA). „Denn für viele Unternehmen sind sie einfach selbstverständlich“, so der Branchenkenner, der mit der Firma intrestik auch selbst Anbieter ist. Schließlich ist die Methode sehr viel älter als die aktuelle Lernspielbegeisterung. Ihren Ursprung haben Planspiele in der Simulation militärischer Herausforderungen, die wohl so alt sind wie das Schachspiel. Planspiele für den Unternehmensbereich gibt es in den USA seit den 1950er-Jahren. In Deutschland hatte die Methode den Durchbruch in den 1960er-Jahren, spätestens aber 1971 mit dem ersten großen Unternehmensplanspiel von MARGA.

„Damals kämpften die Teams noch mit Taschenrechnern so groß wie Laptops gegeneinander um die Marktführerschaft“, schmunzelt Christoph Heinen. Die Rechner sind seitdem kleiner geworden, ergänzt der heutige Geschäftsführer von MARGA Business Simulations. „Die Popularität von Planspielen dagegen ist stetig gewachsen“, bestätigt Heinen. Die Spiele von MARGA sind mittlerweile nicht mehr nur in Deutschland gefragt, sondern finden auch in Singapur, Budapest oder online

weltweit statt – mit Teilnehmern, die über den ganzen Globus verteilt sind.

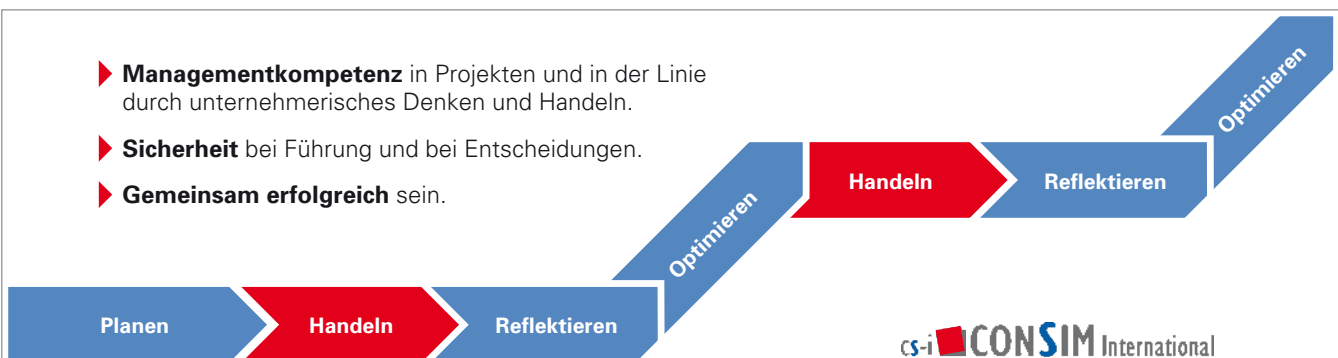
Tatsächlich passt das Format auch sehr gut in eine Welt, die immer vernetzter, dynamischer und unübersichtlicher wird. Denn bei Planspielen geht es im Grunde um nichts anderes als um die Reduktion von Komplexität: Zwar soll die verdichtete Abbildung der Realität den Spielern die realen Herausforderungen möglichst plastisch vor Augen führen. Die künstliche Struktur mit klaren Regeln und Zielen sorgt aber auch für eine Übersicht, die es in der Wirklichkeit meist nicht gibt. „Man macht Planspiele ja gerade deshalb, weil sie ein bisschen einfacher sind als die Realität“, betont MARGA-Chef Heinen.

Komplexitätsreduzierung nach Maß

Wie Realitätsnähe und Reduzierung ausbalanciert werden, hängt von den Lernzielen ab: Geht es darum, die Spieler für grundlegende Zusammenhänge zu sensibilisieren, ist eine starke Vereinfachung angebracht – wie etwa im Planspielklassiker „Bier-Spiel“ des Massachusetts Institute of Technology (MIT), das schnell die gegenseitigen Abhängigkeiten in einer Lieferkette verdeutlicht. Andererseits kann ein Planspiel aber die Realität auch extrem detailgetreu abbilden – ähnlich wie ein Flugsimulator dies für angehende Piloten tut. Das ist zum Beispiel sinnvoll bei der Einführung technischer Verfahren oder bei Sicherheitstrainings für den Katastrophenfall.

Aber auch für die Qualifizierung erfahrener Führungskräfte darf die Vereinfachung nicht zu weit gehen, meint Heinen: „Um beispielsweise strategisches Denken zu schulen, ist ein dynamischer Markt unverzichtbar.“ Gerade BWL-Planspiele sind deshalb heute zunehmend computerunter-

- ▶ **Managementkompetenz** in Projekten und in der Linie durch unternehmerisches Denken und Handeln.
- ▶ **Sicherheit** bei Führung und bei Entscheidungen.
- ▶ **Gemeinsam erfolgreich** sein.



stützt. Die Aktionen der beteiligten Gegenspieler werden dann direkt verrechnet, jede Entscheidung eines Teams hat auch Folgen für die Konkurrenten: Senkt eines den Preis, müssen die anderen mitziehen oder eine andere Strategie riskieren, was wiederum eine Marktveränderung nach sich zieht, die unmittelbar im System abgebildet wird. Ein technischer Aufwand, der vor allem für Großprojekte lohnt: „Um die Software aktuell zu halten, muss man schon jedes Jahr neu investieren“, so Anbieter Heinen.

Faktor Mensch im Fokus

Spiele wie das von Wella verzichten auf diesen Aufwand. Das heißt aber nicht, dass sie einfach sind. Im Gegenteil: „Die haptischen Planspiele sind oft sogar variantenreicher“, findet Lernforscherin Lau. Meist haben sie nämlich eine ganz andere Ausrichtung: Als sogenannte Verhaltensplanspiele rücken sie die Interaktion zwischen den Mitspielern in den Fokus. Dafür aber bleibt mehr Platz, wenn die Technik nicht den Rahmen setzt. Denn dem Facettenreichtum der Realität kann sie ohnehin nicht gerecht werden, meint Lau: „Menschen reagieren so unterschiedlich, das lässt sich nicht programmieren.“

Zum Beispiel im Change: „Es gibt unzählige Möglichkeiten, eine geplante Veränderung umzusetzen“, erklärt Schirmmacher, der auch ein Brettspiel entwickelt hat, mit dem sich die Begleitung von Veränderungsprozessen trainieren lässt. Ebenso viele Möglichkeiten gibt es, wie die Beteiligten reagieren. Und da ein gutes Planspiel auf mündige Teilnehmer setzt, weiß man nie, was dabei herauskommt. „Weil es verhaltensoffen ist, erzeugt jede Teilnehmergruppe im Spiel eine andere Wirklichkeit“, so SAGSAGA-Sprecher Treske. Etwa wenn es am Spielbrett darum

geht, zu entscheiden, welcher von zwei Abteilungsleitern bei einer Fusion den einzigen verbliebenen Chef-Posten bekommt – und dem anderen zu sagen, dass er es nicht ist. „Die Diskussionen, die dabei vom Zaun brechen, sind hoch spannend – und immer wieder anders“, kommentiert Schirmmacher.

Für Realitätsnähe und Dynamik sorgen in solchen Verhaltensplanspielen, die heute nach Schätzung von Treske insgesamt gut die Hälfte des Marktes ausmachen, also die Mitspieler selbst durch ihre unmittelbare soziale Interaktion. Wird es zu langweilig, kann zudem der Spielleiter, der bei jedem Planspiel als Lernbegleiter unverzichtbar ist (siehe Tutorial auf Seite 86), für zusätzliche Abwechslung sorgen. „Wenn nichts vorprogrammiert ist, kann er den Teilnehmern individuell Steine in den Weg legen, um sie mehr zu fordern“, erläutert Lau. Im Change-Spiel kann der Trainer zum Beispiel als degradiertes Abteilungsleiter in den Widerstand gehen und die Spieler so gezielt in die nächste Phase des Change-Prozesses steuern.

Rollenspiel hoch zwei

Verhaltensplanspiele können in diesem Sinne als erweiterte Rollenspiele verstanden werden: Hier lassen sich bestimmte Verhaltensweisen – wie etwa ein schwieriges Mitarbeitergespräch oder ein bestimmtes Auftreten als Führungskraft – nicht nur isoliert einüben. Sie lassen sich auch direkt mit den mittel- und langfristigen Wechselwirkungen verknüpfen: Zum einen bekommen die Spieler die Folgen ihres Handelns zu spüren. Zum anderen können sie aber auch entdecken, wie problematische Situationen überhaupt erst entstehen und welchen Anteil sie daran haben.



Foto: Marga Business Simulations

„Man macht Planspiele gerade deshalb, weil sie ein bisschen einfacher sind als die Realität.“

Dr. Christoph Heinen, Gründer und geschäftsführender Gesellschafter der MARGA Business Simulation GmbH, Erfstadt. Kontakt: heinen@marga.de

Seit über 40 Jahren



fortbildung1.de

bildungshungrig?
wissensdurstig?

Coaching – Organisationsentwicklung – Supervision
Zweijährige berufsbegleitende Weiterbildung
Beginn: 10. Juni 2016

Familien- und Wirtschaftsmediation
Berufsbegleitende Weiterbildung
Ausbilder BM® und BAFM®



fortbildung1.de | Christian-Belser-Straße 79a | 70597 Stuttgart

Kostenloses Programmheft anfordern

Strametz ▶ Associates

TALENTE FÖRDERN. FÜHRUNG STÄRKEN.

Der Strametz Führungssimulator – mehr als ein Planspiel:

Deutschlands effektivstes Führungstraining

Stets aktuell. Bei über 10.000 Teilnehmern bewährt.

▶
Video-Preview unter www.strametz.de/video-fs

Strametz & Associates GmbH • +49 (0)5641 77 64 0-0 • info@strametz.de



Download als pdf:
QR-Code scannen oder
www.managerseminare.de/pdf/tt26.pdf

Tutorial

Das richtige Planspiel finden



Bei Unternehmensplanspielen ist die Bandbreite des Angebots enorm. Das macht die Auswahl schwierig. Folgende Fragen helfen bei der ersten Orientierung:

Das Format: Haptisch oder virtuell?

Computergestützte Planspiele bilden komplexe Zusammenhänge per Software ab, die auch die Entscheidungen der Teilnehmer verarbeitet und deren Konsequenzen errechnet. Das macht die Simulation realitätsnah und auch für erfahrene Manager spannend. Ein weiterer Vorteil: Vernetzt können Spieler weltweit miteinander spielen. Der technische Aufwand ist allerdings hoch.

Brett- und Kartenspiele o.Ä. sind weniger aufwendig. Vor allem aber transparenter: Die Spielzüge finden vor den Augen der Teilnehmer statt, die so nachvollziehen können, wie eine neue Ausgangssituation für die nächste Entscheidungsrunde entsteht. Weil dafür alle an einem Tisch sitzen, sind diese Spiele besonders für Verhaltenstrainings geeignet.

Das Spiel: Standard oder individuell?

Standardlösungen sind preisgünstig und gut geeignet, um allgemeine Inhalte zu vermitteln, z.B. grundlegendes BWL-Wissen für Einsteiger.

Individuelle Anpassungen sind notwendig, wenn firmenspezifische Abläufe trainiert, spezielle Branchenkenntnisse vermittelt oder eigene Prioritäten – zum Beispiel hinsichtlich der Firmenkultur – gesetzt werden sollen.

Die Spieler: Die richtigen Rollen?

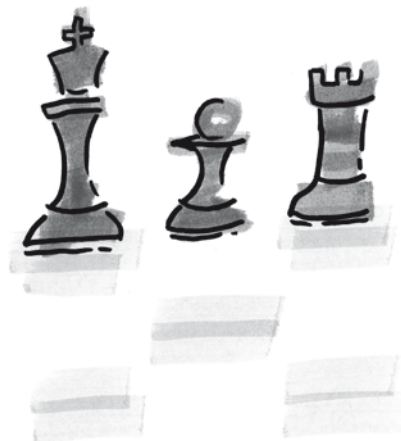
Bei Planspielen sind die Spieler ein aktiver Teil der Simulation und beeinflussen durch ihr Verhalten auch die Rahmenbedingungen der anderen Spieler. Daher ist die Definition der Rollen entscheidend:

- ▶ Sind alle relevanten Positionen im Spiel abgebildet?
- ▶ Sind sie mit Interessen und Informationen ausgestattet, die der Unternehmensrealität entsprechen?
- ▶ Wie detailliert sind die Rollenvorgaben? Wie frei sind die Akteure in ihren Entscheidungen?
- ▶ Sind schon in den Vorgaben relevante Konflikte angelegt – weil z.B. ein Spieler einen Informationsvorsprung hat?
- ▶ Ist es sinnvoll, dass Rollen von speziell instruierten Außenstehenden übernommen werden, z.B. um einen schwierigen Kunden zu simulieren?

Der Spielleiter: Hilfreiche Haltung?

Ein Planspiel ist kein Selbstläufer. Es braucht einen Begleiter, der den Spielern beobachtend, fragend und gegebenenfalls unterstützend zur Seite steht.

- ▶ Ist mindestens ein Trainer während des Spiels immer ansprechbar? Bei Online-Spielen auch per Telefon oder E-Mail?
- ▶ Wie ist er ausgebildet? Hat er eine Zertifizierung für das betreffende Spiel?
- ▶ Hat er gegebenenfalls Erfahrung aus Verhaltenstrainings?
- ▶ Hat er die erforderliche Haltung der „aktiven Inaktivität“ verinnerlicht? Kann er sich zurückhalten?



Das Debriefing: Läuft der Transfer?

Entscheidend für den Erfolg eines Planspiels ist der Transfer der Lernerlebnisse, also das Debriefing nach dem Spiel.

- ▶ Wird dafür genug Zeit eingeräumt? Auch zwischen den einzelnen Spielrunden?
- ▶ Ist neben der Spielanalyse selbst auch eine vertiefende Reflexion vorgesehen?
- ▶ Haben die Spieler nach einer Feedback-Runde die Möglichkeit, ihre Erkenntnisse umzusetzen?
- ▶ Wie wird der Bezug zur Unternehmensrealität hergestellt? Werden konkrete Lerneffekte erarbeitet?

Dabei sehen die Spieler auch, was kleine Dinge bewirken können, erklärt Spiele-Entwickler Schirmmacher. Etwa, wenn eine Spielfigur plötzlich vom Feld „motiviert“ auf das Feld „unmotiviert“ wechselt: „Auf dem Spielbrett lässt sich erkennen, dass zwei Züge vorher der Lieblingskollege der Figur, mit dem sie immer Mittag essen ging, in die andere Niederlassung versetzt wurde“, gibt Spielemacher Schirmmacher ein Beispiel.

Der zweite Vorteil: Wie im Rollenspiel bekommen die Teilnehmer auch persönliches Feedback zu ihren Entscheidungen und Verhaltensweisen – sowohl im Laufe des Spiels von Kollegen und Konkurrenten als auch während der Reflexion mit dem Trainer im abschließenden Debriefing (siehe Tutorial). Anders als bei den ungeliebten Rollenspielen muss sich dafür allerdings keiner auf der Bühne exponieren. „Im Spiel sind alle gleich“, erklärt Schirmmacher.

Zeit für Experimente

Das nimmt viel Druck von den Teilnehmern. „Sie können sich frei ausprobieren und zum Beispiel auch Verhaltensweisen testen, für die sie in der Realität schief angeschaut würden“, erläutert Lernexpertin Lau. Für solche Experimente nämlich bleibt im Arbeitsalltag, wo alles reibungslos funktionieren muss, keine Zeit. Im Planspiel dagegen können die Manager auch mal Schwäche zeigen, unterstreicht MARGA-Chef Heinen: „Da haben sie sozusagen die Narrenkappe auf.“

Im geschützten Raum des Spiels können die Teilnehmer sogar fröhlich scheitern. Nicht nur, weil sie da nichts kaputt machen können. „Das Scheitern wird oft gern gesehen, weil die Spieler daraus am meisten lernen“, erklärt Heinen. Denn gerade nach frustrierenden Erfahrungen suchen Menschen automatisch nach Gründen, bilden Theorien und erarbeiten neue Taktiken, die sie in der nächsten Runde ausprobieren. „In den Pausen diskutieren die Spieler immer ausführlich, was sie hätten anders machen können – und oft kommen sie sogar früher zurück, um weiterzuspielen“, berichtet Castor.

Dieses Lernen in Rückkopplungsschleifen erinnert an agile Entwicklungsmethoden wie SCRUM oder Design Thinking. Auch bei diesen Methoden entstehen neue Produkte und Konzepte durch gezieltes Ausprobieren: Die Zwischenlösungen werden immer wieder an den Anforderungen einer künstlichen Teil-Realität gemessen und dann wieder überarbeitet. Das soll den Umgang mit der wachsenden Komplexität des Marktumfeldes, mit schwer durchschaubaren Wechselwirkungen und sich ständig verändernden Rahmenbedingungen erleichtern.

Am Ende eines agilen Entwicklungsprozesses steht dann ein Prototyp, der gute Chancen hat, sich auch in der harten Wirklichkeit zu bewähren. Für das neue Verhalten oder Wissen, das am Spieltisch optimiert wird, gilt das auch. Denn immerhin haben die Spieler ihr Führungsverhalten – unter simulierten Bedingungen zwar – aber sozusagen am lebenden Objekt ausprobiert. Die Frisöre haben nicht nur mit Zahlen jongliert, sondern zum Beispiel auch erlebt, dass eine Weiterbildung zwar Kosten bedeutet, aber auch eine gesteigerte Leistungsbereitschaft bei den Mitarbeitern nach sich zieht. Sie lernen außerdem ganz grundsätzliche Dinge: „Sie merken, dass es sich lohnt, fair miteinander umzugehen“, erzählt Castor. Keine schlechte Lektion fürs echte Leben.

Sylvia Lipkowski

SALES | SALES B2C | LEADERSHIP | COMMUNICATION
YOUNG TALENTS | PROFESSIONAL ENGLISH | CHANGE
STYLE & ETIQUETTE | PERSONALITY | LEARNING
CUSTOMIZED EDUGAMES



LUDOKI
Spielend erfolgreich

VOM KENNER ZUM KÖNNER
Fachliche und persönliche Kompetenzen
seriös, nachhaltig und spielend
trainieren.



www.ludoki.com | mail@ludoki.com