

DRM 2024

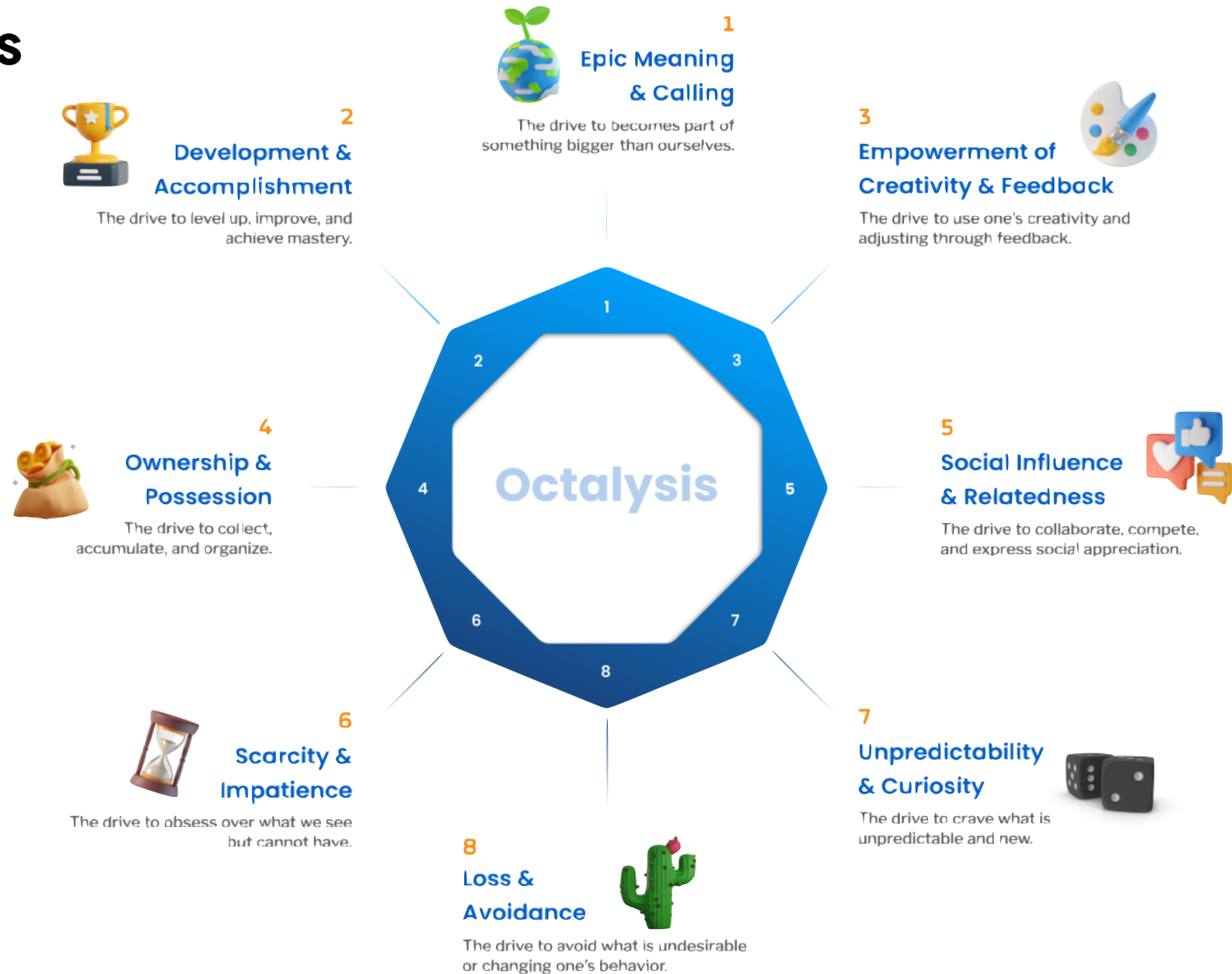
DER **WERKZEUGKOFFER** DES GAME DESIGNS **CHEAT SHEET**

Christoph Brosius

Hasenwinkel, September 2024



OCTALYSIS



1. EPIC MEANING & CALLING

Menschen motiviert es, Teil von etwas größerem zu werden, weil wir gern ...

- Narrative ... Geschichten erzählt bekommen und das Ende erfahren wollen.
- Quests ... Herausforderungen lösen.
- Elitism ... mit anderen gegen etwas sind.
- Humanity Hero ... die Welt retten wollen.
- Revealed Heart ... in Geheimnisse eingeweiht werden wollen.

2. DEVELOPMENT & ACCOMPLISHMENT

Menschen motiviert Aufstieg, Fortschritt und Meisterschaft, weil wir gern ...

- Status Points ... Punkte sammeln.
- Badges (Achievement Symbols) ... Auszeichnungen erhalten.
- Fixed Action Rewards ... klar sehen, was wir für einen Erfolg tun müssen.
- Leaderboards ... andere im Wettbewerb schlagen.
- Progress Bar ... unseren Fortschritt einschätzen.
- Quest List ... eine Auswahl an unterschiedlich schwierigen Zielen haben.
- High Five ... kleine Erfolge feiern.
- Boss Fight ... schwere Meilensteine meistern.
- Step-by-Step Overlay Tutorial ... an die Hand genommen werden beim Lernen.
- Anticipation Parade ... mitfiebern, wie etwas ausgeht.
- Dessert Oasis ... Führung mögen, um zu wissen was als nächstes getan werden muss.

3. EMPOWERMENT OF CREATIVITY & FEEDBACK

Menschen motiviert es, wenn sie ihre Kreativität nutzen und ihr Verhalten durch Feedback anpassen können, weil wir gern ...

- Milestone Unlocks ... Meilensteine erreichen und etwas freischalten.
- Real-Time Control ... ohne Zeitversatz spüren, dass wir Kontrolle über etwas haben.
- User-Generated Content ... stolz sind auf eigene Ideen, die im Kollektiv gesehen werden.
- Dynamic Feedback ... Rückmeldung passend zu unseren Handlungen bekommen.
- Boosters ... eine zeitlich befristete Unterstützung annehmen.
- Blank Fills ... in Formularen klar angeleitet werden, was zu tun ist.
- Plant Pickers ... eine Auswahl treffen wollen.
- Poison Pickers ... das geringere Übel auswählen.
- Triangularity ... mehr Risiko eingehen, wenn dafür ein größerer Gewinn winkt.
- Attribute Web Chart ... komplexe Daten in einfachen Grafiken konsumieren.

4. OWNERSHIP & POSSESSION

Menschen motiviert es, wenn sie sammeln, anhäufen und organisieren können, weil wir gern ...

- Exchangeable Points ... Punkte gegen etwas eintauschen.
- Virtual Goods ... Dinge sammeln, auch wenn sie nicht real sind.
- Build from Scratch ... stolz sind auf das selbst (zusammen) Gebaute.
- Alfred Effect ... mit einem Service verwöhnt werden, der nur für uns gemacht ist.
- Collection Sets ... Vollständigkeit herstellen.
- Avatar ... unsere Repräsentanz in einer Welt frei gestalten.
- Protector Quest ... Lebewesen beschützen und umsorgen.
- Monitor Attachment ... fortlaufend den Verlauf von Werten und Kurven checken.

5. SOCIAL INFLUENCE & RELATEDNESS

Menschen motiviert es, wenn sie mit anderen kollaborieren und Anerkennung ausdrücken können, weil wir gern ...

- Friending ... Anschluss zu anderen Menschen haben.
- Social Treasure/Gifting ... anderen ein Geschenk machen.
- Group Quests ... gemeinsame eine Herausforderung lösen.
- Trophy Shelf ... angeben mit unseren Erfolgen und uns an sie erinnern wollen.
- Brag Button ... angesprochen werden wollen auf unsere Erfolge.
- Water Cooler ... Menschen zufällig begegnen zum Austauschen.
- Conformity Anchors ... wissen wollen, wie wir im Vergleich mit anderen abschneiden.
- Mentorship ... Unterstützung haben wollen beim persönlichen Lernen und Wachsen.
- Social Prod ... andere mit geringem Aufwand anstupsen für Verbundenheit.
- Tout Flags ... unsere Position deutlich sichtbar machen wollen.

6. SCARCITY & IMPATIENCE

Menschen motiviert es, was Sie nicht haben können, weil wir gern ...

- Last Mile drive ... helfen das letzte Stück zum Ziel zu bewältigen.
- Anchored Juxtaposition ... erkennen wollen ob wir unten, oben oder in die Mitte des Regals greifen.
- Moats ... die Abhängigkeiten auf unserem Weg verstehen wollen.
- Dangling ... noch handeln wollen bevor es danach zu spät ist.
- Appointment dynamics ... ein befristetes Angebot nicht verpassen wollen.
- Prize Pacing ... Sammlungen komplettieren, damit ein großer Preis gewonnen werden kann.
- Torture Breaks ... Wartezeiten abkürzen möchten.
- Magnetic Caps ... das Maximum einer künstlichen Obergrenze ausschöpfen.

7. UNPREDICTABILITY & CURIOSITY

Menschen motiviert, was unvorhersehbar und neu ist, weil wir gern ...

- Glowing Choice ... deutlich sehen, was unsere nächsten Optionen sind.
- MiniQuests ... durch kleine Aufgaben vom eigentlichen Ziel abgelenkt werden.
- Visual Storytelling ... die nächste Bergkuppe erklimmen, um zu sehen was dahinter ist.
- Easter Eggs ... überrascht werden von Unnützem.
- Random Rewards ... mit Wahrscheinlichkeit und Unsicherheit spielen.
- Obvious Wonder ... auf das Besondere direkt vor uns hingewiesen werden.
- Lottery ... Glück im Spiel haben.
- Evolved UI ... eine Benutzeroberfläche haben, die unserer Kompetenz angepasst ist.
- Oracle Effect ... Recht haben mit unserer Vermutung, was als nächstes passieren wird.

8. LOSS & AVOIDANCE

Menschen motiviert es, Störungen zu vermeiden, weil wir ungern ...

- Progress Loss ... erreichten Fortschritt verlieren möchten.
- FOMO Punch ... etwas verpassen wollen.
- Sunk Cost Prison ... etwas beenden, in das wir viel investiert haben.
- Rightfull Heritage ... ein anwachsendes Anrecht verlieren, nur weil wir zu früh aufgehört haben.
- Visual Grave ... das Bild schief hängen und den Balken unvollständig lassen.
- Evanescent Opportunity ... eine einmalige Chance verpassen wollen.
- Countdown Timers ... eine Deadline verpassen.
- Streaking ... eine Strähne oder Reihung unterbrechen wollen.
- Status Quo Sloth ... ein einmal gelerntes Verhalten verändern.