Sieben Trends im Game-Based-Learning

Neue Spielarten für das spielerische Lernen im Beruf

MMB-Trendmonitor
II/2012

mmb Institut für Medien- und Kompetenzforschung

Im *MMB-Trendmonitor* präsentiert das MMB-Institut in unregelmäßiger Folge Ergebnisse aus eigenen Forschungsarbeiten, die an der Nahtstelle von Medien und Qualifikation für eine breitere Öffentlichkeit besonders interessant sind. Die Themen berühren dabei Qualifikationsbedarfs- und Berufsforschung, Medien- und Arbeitsmarktforschung, Digitales Lernen, Erkenntnisse aus laufender Begleitforschung und Evaluation sowie Standortanalysen. Wenn Sie in Zukunft den *MMB-Trendmonitor* kostenlos erhalten möchten, schicken Sie uns eine E-Mail an: trendmonitor@mmb-institut.de

Vor fast zwei Jahren veröffentlichte das MMB-Institut für Medien- und Kompetenzforschung den ersten Beitrag[1] zum Thema Serious Games für die berufliche Bildung in der Zeitschrift „Personalführung". Zu diesem Zeitpunkt war das Thema auch in Fachkreisen noch weitgehend unbekannt. Die Idee des spielerischen Lernens musste sich seinerzeit in den Unternehmen vor allem gegen die Vorurteile aus den Chef- und Personaletagen durchsetzen („Wer spielt, hat nichts zu tun!").

Inzwischen ist eine breitere Öffentlichkeit auf das Thema Game-Based-Learning aufmerksam geworden. Die Akzeptanz in den Unternehmen wird allmählich größer, und auch große Publikumsmedien wie „Der Spiegel" und „Die Zeit" beschreiben die Chancen, die Lernspiele in der beruflichen Aus- und Weiterbildung bieten (siehe Liste am Ende des vorliegenden Beitrags).

In diesen zwei Jahren hat sich auch das Game-Based-Learning weiterentwickelt. Der vorliegende MMB-Trendmonitor II/2012 stellt diese Entwicklung in Form von sieben Trends dar. Weiterhin enthält diese Ausgabe eine umfassende Übersicht über die zurzeit verfügbaren Serious Games für die berufliche Bildung.

Über das MMB-Institut

Das MMB-Institut für Medien- und Kompetenzforschung bietet als unabhängiges, privates Forschungsinstitut wissenschaftlich fundierte Entscheidungsgrundlagen für Akteure aus Bildung, Wirtschaft und Politik. Zur Beantwortung komplexer Fragestellungen führt MMB empirische Studien, Analysen und Untersuchungen durch, veranstaltet Expertenhearings und Workshops, moderiert Gesprächsrunden und leitet aus den Ergebnissen Handlungsempfehlungen und Konzepte ab.

Die aktuellen Forschungsthemen beziehen sich auf die Verknüpfung von Arbeitswelt und Medien, auf Berufsbilder sowie auf die Entwicklung und Optimierung von Bildungskonzepten. Im Einzelnen arbeitet das MMB-Institut derzeit hauptsächlich auf folgenden Themenfeldern:

- Arbeitsmarktforschung
- Qualifikationsbedarfs- und Berufsforschung
- Standortanalysen
- Digitales Lernen
- Begleitforschung / Evaluation
- Medienforschung
- Bildungs- und Kompetenzforschung

Das MMB-Institut hat in diesem Rahmen bereits weit über 100 Projekte im Kundenauftrag, mit Kooperationspartnern oder in Eigeninitiative durchgeführt. Dazu zählen mehrjährige Studien und Evaluationen ebenso wie umfassende Repräsentativerhebungen oder Ad-hoc-Gutachten.

[1] www.mmb-institut.de/download/fachbeitraege.html

Sieben Trends zur Weiterentwicklung des Game-Based-Learning

In der Expertenbefragung „MMB Learning Delphi 2012“ sind es aktuell rund ein Viertel der Experten, die dem betrieblichen Lernen mit Serious Games für die nächsten drei Jahre eine größere Relevanz voraussagen (vgl. Abbildung 1). Das ist zwar gegenüber dem Vorjahr ein leichter Rückgang, unterstreicht aber den Charakter von Game-Based-Learning als neues zusätzliches Instrument im Orchester der E-Learning-Formen. Es lohnt sich also, diese Lernform weiter zu beobachten.

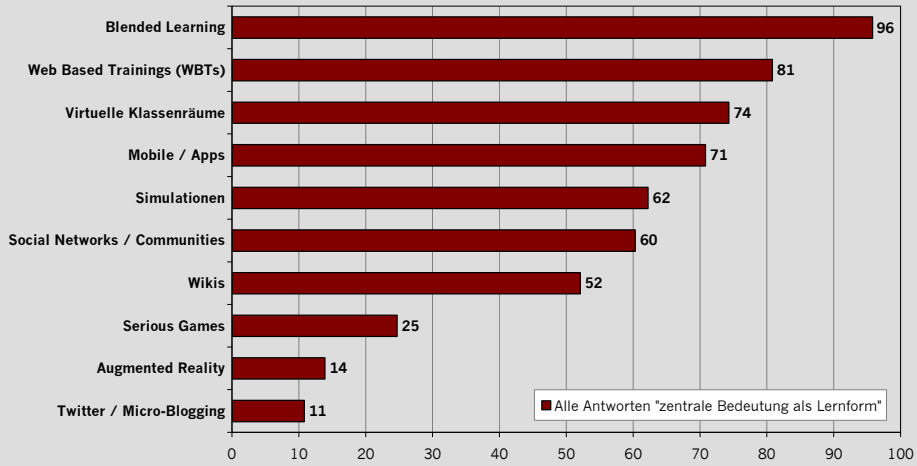
Teil des Beitrags für die Zeitschrift „Personalführung“ war seinerzeit eine Liste von 16 Serious Games, die durch eine umfassende Recherche ermittelt wurde. Für den vorliegenden MMB-Trendmonitor wurde diese Liste aktualisiert (siehe Liste am Ende). Gegenüber den 16 Anwendungen von damals sind es inzwischen über 40 – ein Beleg dafür, dass neue Varianten von Spielanwendungen hinzugekommen sind, aber auch, dass über bislang unbekannte Angebote intensiver berichtet wird.

Aus dem Vergleich der beiden Listen sowie aus der aktuellen Berichterstattung hat das MMB-Institut sieben Trends ermittelt, die die aktuelle Entwicklung des Game-Based-Learning charakterisieren.

Trend 1: Game-Based-Learning wird international

Die aktuelle Liste umfasst weit mehr internationale Produktionen in englischer Sprache als die Version von 2010. Dies ist unter anderem darauf zurückzuführen, dass Game-Based-Learning-Anwendungen in der Produktion teurer sind als vergleichbare Angebote im Web-Based-Training. Mit einer internationalen Produktion vergrößert man den Kreis der potenziellen Nutzer und erhöht die Chancen für Verbreitung und Rentabilität. Eingesetzt werden diese Spiele von Unternehmen und Organisationen, die vor allem international aktiv sind, z.B. Firmen wie L’Oréal oder Renault. Viele der internationalen Anbieter nutzen ihre Angebote verstärkt für das „Recrutainment“ (siehe Trend 2).

Abbildung 1: Bedeutung von Anwendungen für betriebliches Lernen in Unternehmen



Frage 1: Bitte schätzen Sie einmal ein, wie sich die Bedeutung der folgenden Anwendungen als Lernformen für das betriebliche Lernen in Unternehmen entwickeln wird. Werden die genannten Anwendungen in den kommenden drei Jahren eine zentrale Bedeutung oder eine geringe Bedeutung haben? N=72-74 Experten | Angaben in % | © MMB-Institut 2012

Trend 2: Recrutainment bereichert das Instrumentarium zur Mitarbeitergewinnung

Dort wo früher Eingangstests und Assessment-Center zur Prüfung der Eignung von Bewerbern eingesetzt wurden, setzen Unternehmen wie Unilever, Lufthansa oder Commerzbank heute verstärkt auch Serious Games ein. Hierdurch sparen Personalverantwortliche zum einen Zeit, zum anderen lassen sich per Online-Spiel die realen Arbeitsabläufe und Anforderungen besser si-

mulieren und prüfen. Mit Recrutainment-Anwendungen durchlaufen die Bewerber eine Kombination aus Wissenstest, Assessment-Center und jobspezifischen Prüfungen. Personalverantwortliche erhalten so auch Auskunft über Stressresistenz und Kreativität der Bewerber. Ein gutes Beispiel hierfür ist die Anwendung „The Game“ der niederländischen Anwaltskanzlei Houthoff-Buruma, in der 20 Bewerber gegeneinander ein Management-Planspiel spielen.

Trend 3: Der Begriff „Game-Based-Learning“ wird überstrapaziert

Nicht alles, was als „Spielerisches Lernen“ bezeichnet wird, zählt auch wirklich dazu. Gerade im Zusammenhang mit dem in Trend 2 beschriebenen Recrutainment werden in den Medien Angebote beschrieben, die man vor zwei Jahren eher als „interaktives Medienangebot“ oder „menügesteuerte Informationsauswahl“ bezeichnet hätte. „Der Spiegel“ erwähnt ein Angebot des Kaffeerösters Tchibo, in dem sich potenzielle Auszubildende über einzelne Abteilungen im Unternehmen informieren können. Hierzu lassen sich per Mausklick Statements und Erläuterungen von Tchibo-Mitarbeitern abrufen, die filmisch aufwändig aufbereitet wurden. Spielcharakter hat diese Anwendung allerdings nicht. Es fehlen Spielregeln, ein Spielziel und die Messbarkeit des Spielerfolgs. Es hat auch keinen Simulationscharakter, bei dem man per „Trial-and-Error“ Handlungsalternativen ausprobieren kann, ohne Schaden anzurichten.

Trend 4: Serious Games sind nach wie vor auch Marketing-Tools

Viele Game-Based-Learning-Angebote stehen nicht nur den eigenen Mitarbeitern zur Verfügung, sondern sind für jedermann im Internet erreichbar. Eine breite Öffentlichkeit hat auf diese Weise die Möglichkeit, sich spielerisch über ein Thema oder ein Unternehmen zu informieren. Auf diese Weise erzielt der Verbreiter des Spiels auch einen Werbeeffekt. Ein gutes Beispiel hierfür ist das Online-Game „GATSCAR“ von Volkswagen. Es richtet sich an junge Leute, die sich für den Beruf des Mechatronikers interessieren. Durch den Trial-Charakter und das hohe Involvement schafft der Anbieter eine höhere Aufmerksamkeit als mit reinen Werbebannern oder Sachtexten auf einer Website. Aus diesem Grund wird Game-Based-Learning häufig aus dem Budget der Marketing-Abteilung bestritten und nicht von der Personalentwicklung.

Trend 5: Mit Spielanwendungen neue Zielgruppen erreichen

Andere Anbieter verfolgen mit ihren Serious-Game-Anwendungen das Ziel, bestimmte Zielgruppen für Bildungsthemen zu begeistern, die durch andere Formen wie Web-Based-Trainings oder Webinare nicht erreicht werden können. Beispiele für diese Gruppen sind funktionale Analphabeten oder Menschen mit einer Lernbehinderung. Abgesehen davon, dass ihnen das Lernen mit traditionellen Formen schwerfällt, bilden hier auch fehlende „Computer Literacy“ sowie Lese- und Schreibschwächen ein Hindernis. Serious Games wie „Winterfest“ und Spiele aus dem Projekt „Qualiboxx“ (u.a. Kassenspiel, Letterskater) schlagen hier eine Brücke und unterstützen gezielt den Erwerb der Kulturtechniken Lesen, Schreiben, Rechnen, aber auch das Lösen von Problemen und die Kommunikationsfertigkeit.

Trend 6: Serious Games zum Selbst-Erstellen

Zwei zentrale Kritikpunkte am Einsatz von Serious Games sind zum einen der große finanzielle Aufwand und zum anderen die mangelnde Anpassungsmöglichkeit der vorhandenen Lernangebote an die eigenen Lernzwecke. Hier greifen nun neue Tools, die es mit geringem finanziellen Aufwand erlauben, Serious Games für die eigenen Lernziele maßgeschneidert zu erstellen. Vorreiter ist hier der deutsche Anbieter „Zone 2 Connect“ mit seiner Dialog-Engine „SimuCoach“, die es ermöglicht, Avatar-Figuren in einem computeranimierten Büro Dialoge sprechen zu lassen. Ein Autor dieser Dialoge hat die Möglichkeit, mehrere Antwortalternativen vorzugeben, die den Dialog in eine andere Richtung lenken können. Ein Punktesystem ermöglicht anschließend eine Auswertung, die Auskunft darüber gibt, inwieweit der Lerner die richtigen Antworten ausgewählt hat. Auch andere Anbieter bieten die Möglichkeit, virtuelle Umgebungen zu bauen und Akteure Dialoge sprechen zu lassen, u.a. die „Animgallery“ des französischen Anbieters „e-doceo“.

Trend 7: Game-Based-Learning ist ein Teil des „Gamification“-Trends

Nicht nur in der beruflichen Bildung werden Internet-Angebote mit Spielcharakter genutzt. Über die reinen Entertainment-Spiele hinaus erobern Spiele mit festen Regeln und Wettbewerbscharakter Anwendungsgebiete, in denen Nutzer besonders zum Mitmachen aktiviert werden müssen oder Dinge tun sollen, die ihnen eher unangenehm sind. Gamification umfasst damit so unterschiedliche Anwendungsfelder wie Gesundheitsprävention, Marktforschung und eben das berufliche Lernen.

Übersicht: Serious Games

Die folgenden Serious Games eignen sich für die Aus- und Weiterbildung in Unternehmen sowie für den Übergang von der Schule in den Beruf.

Nr.	Name	Beschreibung	Link	Anmerkung
		Politik		
1	**Global Conflicts: Palestine**	Nahost-Konflikt als Spiel. ‚Global Conflicts' ist eine Serie digitaler Lernspiele zum Unterrichten in den Themengebieten Sozialkunde, Geographie und Medienkompetenz.	www.globalconflicts.eu	Kostenlos für registrierte Lerngruppen
2	**World Without Oil**	Serious Game zur Schaffung eines gesellschaftlichen Bewusstseins für die Risiken unserer Abhängigkeit von Erdöl für Wirtschaft, Klima und Lebensqualität.	www.worldwithoutoil.org	Online-Spiel aus dem Jahr 2007, nur noch als Dokumentation verfügbar
		Wirtschaft / Wissenschaft/ Forschung		
3	**Global Manager**	Bei ‚Global Manager' nehmen die Spieler die Rolle einer Unternehmensleitung ein, um planspielerisch die erfolgreiche Umsetzung von Unternehmensentscheidungen zu üben.	www.sinus-online.com	Lizenzerwerb variiert nach Verwendungszweck
4	**BERYLLA**	Wirtschaftssimulation als Training für Führungsnachwuchs und Sachbearbeiter.	www.ulysses.de	Eingebettet in kostenpflichtige Seminare
5	**Virtual Frog dissection**	Virtuelle Sektionen und Laboratorien (Sezieren von Fröschen).	www.froguts.com	Registrierung notwendig
6	**Reveal**	Englischsprachiges Business Game, das sich auf internationaler Ebene an Studierende unterschiedlichster Fachbereiche richtet und über die jeweiligen Länderwebseiten von L'Oréal kommuniziert wird.	www.reveal-thegame.com/germany	Registrierung notwendig
7	**IBM Innov8**	Virtuelle Führung eines Unternehmens, das mit seinen Projekten die Welt verbessern soll und zentrale gesellschaftliche Probleme behandelt wie neue Formen der Energieversorgung, Transport, Wohnen und Logistik.	www-01.ibm.com/software/solutions/soa/innov8/index.html	Registrierung notwendig

Nr.	Name	Beschreibung	Link	Anmerkung
8	**Gazillionaire**	Serious Game zur Vermittlung allgemeiner Management-Kompetenzen. Der Spieler muss sein eigenes Unternehmen gründen und führen, exotische Güter handeln, reich werden und das Unternehmen zu einem Imperium ausbauen.	www.gazillionaire.com/index.php	Registrierung notwendig, freie und kostenpflichtige Version vorhanden
9	**GreenSight City**	Das Facebook Aufbauspiel im Stile von SimCity nimmt sich des Themas Mobilität an, Auftraggeber ist die Daimler AG. Es gilt intelligente Lösungen zu finden, um den Wachstum einer Stadt zu gestalten.	www.greensightcity.de	Facebook-Accout notwendig
10	**Konzertmanager – Plane dein Event**	Dieses Serious Game versetzt die Spieler in die Rolle eines Managers und bestimmt, ob das geplante Konzert ein Erfolg wird oder nicht.	www.qualiboxx.de/wws/konzertmanager.php	Registrierung notwendig
	Handel / Produktschulung			
11	**Der Virtuelle Supermarkt**	Vollständig eingerichteter browserbasierter Supermarkt für Produktschulung, Verkaufstraining und Know-how für Auszubildende im Handel.	www.virtuellersupermarkt.de/legacy/index.php	Registrierung notwendig
12	**RAF**	Die Royal Air Force versetzt ihren potentiellen Nachwuchs per Serious Game nach Sierra Leone oder Afghanistan. Ausgerüstet mit Waffen und Nachtkamera müssen dann zum Beispiel bei der Aeromedical Evacuation ein alter Mann, eine Schwangere und zwei Kinder ausgeflogen werden.	www.raf.mod.uk/careers/flash/Aeromedical_scenario/index.html	Kostenlos und ohne Registrierung
13	**RENAULT Academy**	Der Renault Mitarbeiter kann am virtuellen Kunden das Verkaufsgespräch üben.	www.daesign.com/en/realisations/renault-academy.html	
14	**Robot Tycoon**	Über den Kauf und Verkauf von Robotern vermittelt das Spiel Grundkenntnisse des Geschäftslebens und ist sehr gut geeignet, Gründer zu unterstützen und Unternehmergeist von früh an zu befeuern.	www.robottycoon.com	App kostet 4,99 $
15	**Kassenspiel**	Spielerinnen und Spieler die Rolle der Kassiererin oder des Kassierers in einem Supermarkt und müssen in insgesamt 10 Leveln diese und andere Aufgaben meistern.	www.qualiboxx.de/wws/kassenspiel.php	Registrierung notwendig

Nr.	Name	Beschreibung	Link	Anmerkung
16	**Sonim**	Das robuste Mobiltelefon für Handwerker von Sonim benötigte eine adäquate Präsentation. In diesem Adventure-Game werden Verkäufer auf die besonderen Argumente und Vorgehensweisen trainiert.	www.sonim-adventure.com	Registrierung notwendig
17	**DATEV Kanzleitraining online**	Das Adventure der DATEV zielt darauf ab, die Steuerkanzleien von dem Modell zu überzeugen und zu motivieren, ihren Kunden diese Zusatzdienste anzubieten. Die Teilnehmer steuern verschiedene "Wissens-Inseln" an und testen bzw. vertiefen bei jedem "Landausflug".	www.core-competen-ce.com/de/referenzen	Nur für Mitarbeiter freigegeben
18	**Operation Office 2010**	In "Operation Office 2010" müssen Spieler in der Rolle eines Agenten die Bewohner der fiktiven Stadt Spy-City dazu bringen, mit den Möglichkeiten von Microsoft Office 2010 produktiv und effizient zu arbeiten. Für die gesammelten "Donation-Points" erhält die Kinderhilfsorganisation „Children for a better World e.V.“ eine entsprechende Spende.	https://partner.microsoft.com/germany/40131519	Registrierung notwendig
		Gesundheit / Sicherheit		
19	**Fatworld**	Videospiel über die Politik der Ernährung, das die Zusammenhänge zwischen Fettleibigkeit, Ernährungsweise und Sozialwirtschaft erforschen soll.	www.fatworld.org	Kostenloser Download
20	**Re-Mission**	Ein Spiel in einer offenen, interaktiven Community für Teenager und junge Erwachsene, die an Krebs leiden.	www.re-mission.net	Registrierung notwendig

Nr.	Name	Beschreibung	Link	Anmerkung
21	**Emergency Professional**	Simulation zu Schulungs- und Trainingszwecken von Feuerwehrleuten und Rettungskräften. Die Aufgaben und Missionen umfassen das komplette Spektrum von Rettungseinsätzen und reichen von Waldbränden, über Geiselnahmen, große Unfälle, Naturkatastrophen und Zugunfälle.	www.emergency-professional.de	Registrierung notwendig, Basisversion ist kostenlos
22	**HELIOS**	Online-Krankenhaussimulation, in der der Nutzer versucht, gute medizinische und wirtschaftliche Ergebnisse zu erzielen.	www.helios-spiel.de/6384905/php	Registrierung notwendig
23	**Air Traffic Control**	Serious Game zur Schulung von Flugsicherungspersonal der deutschen Luftwaffe.	http://szenaris.com/183-0-Air-Traffic-Control.html?date=20030201	
		Handwerk		
24	**Techforce**	Interaktives Abenteuer- und Lernspiel der Metall- und Elektroindustrie.	www.techforce.de	Kostenloser Download, Registrierung notwendig; auch als DVD lieferbar
25	**GATSCAR**	Volkswagen schickt angehende Kfz-Mechatroniker in eine virtuelle Werkstatt.	www.gatscar-game.com	Registrierung notwendig
		Verkehr		
26	**LKW-Fahrsimulator**	Mobiler LKW-Fahrsimulator zur Erhöhung der Effizienz und Flexibilität in der Aus- und Weiterbildung von Berufskraftfahrern.	www.dekra-berufskraftfahrer.eu	Eingebettet in Seminare für Berufskraftfahrer
27	**Schiff-Simulator 2012**	Simulation von Schiffsreisen von einem Hafen zum nächsten.	www.astragon.de/produktdetails/article/schiff-simulator-2012-binnenschifffahrt-mac.html	Als Download oder DVD verfügbar, Preis: 19,99 €
28	**Ports of Call**	Handels- und Schiffsimulator, der sich durch eine sehr realistische und anspruchsvolle Simulation auszeichnet.	www.portsofcall.de	Kostenpflichtig

Nr.	Name	Beschreibung	Link	Anmerkung
		Unternehmens- / Arbeitsabläufe		
29	**Learn2Work**	Entwicklung von Arbeitsumgebungen wie Büros oder Fabrikhallen, in denen Arbeitsabläufe und das Zusammenspiel von Mitarbeitern simuliert werden können.	www.learn2work.de	Demo-Version nach Registrierung, Full-Version ist kostenpflichtig
30	**Der Vodafone Code**	Interaktives Online-3D-Training, bei dem der Nutzer die Rolle eines neuen Mitarbeiters des Telekommunikationsanbieters Vodafone D2 GmbH übernimmt.	www.zone2connect.de	Nur für Vodafone-Mitarbeiter
31	**Facteur Academy**	Serious Game des französischen Postdienstleister Formaposte. Teilnehmer durchlaufen die typische Woche eines Post-Azubis: Virtuelle Ausbildungsstätten müssen besucht und unterschiedliche Aufgaben erfüllt werden.	http://formaposte-iledefrance.fr/jeu-facteur-academy	Kostenlos und ohne Registrierung
32	**Airline Company**	Nachwuchskräfte der Lufthansa lernen, wie man eine Airline gründet und betreibt: Sie legen Flugrouten fest, stellen Flotten zusammen, engagieren Personal, bilden Mitarbeiter aus, starten Marketing-Kampagnen - und müssen am Ende schwarze Zahlen schreiben und die Konkurrenz ausstechen.	www.airline-company.de/index.php/main/site/main_world	Registrierung notwendig
33	**ProPlan Pharma**	ProPlan Pharma wurde für Mitarbeiter in pharmazeutischen Unternehmen entwickelt, die im Marketing und im Produktmanagement tätig sind. Die Teilnehmer übernehmen die Rolle eines Produktmanagers und müssen während einer Spieldauer von 10 Perioden (entsprechend fünf wirklichen Jahren) typische strategische, taktische und operative Entscheidungen treffen.	www.projecta-ag.ch/proplan-planspiele.html#_pharma	Eingebettet in Seminarangebote

Nr.	Name	Beschreibung	Link	Anmerkung
34	**Sharkworld**	Sharkworld bietet ehrgeizigen Projektleitern die Möglichkeit, mit dem Fach Projektmanagement zu experimentieren und in einer sicheren und motivierenden Umgebung Erfahrungen als Projektmanager zu sammeln.	www.sharkworld.de	Kostenpflichtig, Registrierung notwendig
35	**Hotel Big Plaza**	Von der DEHOGA in Auftrag gegebenes Planspiel, mit dem man die unterschiedlichen Gewerbe in der Hotel- und Gastronomiebranche kennen lernt. Der Spieler muss Ressourcen und Personal sinnvoll einsetzen, um Kunden zufrieden zu stellen und dennoch profitabel zu arbeiten.	www.dehoga-bundesverband.de	Nur für ausgewiesene Personen
		Soft Skills		
36	**Winterfest**	Serious Game, vom Bundesministerium für Bildung und Forschung gefördert, welches sich an Erwachsene mit einer Lese-, Schreib- und/oder Rechenschwäche richtet.	www.lernspiel-winterfest.de	Kostenloser Download
37	**The Skillz**	‚Point-and-Click'-Spiel der Landes-Gewerbeförderungsstelle des Handwerks in NRW in Zusammenarbeit mit dem Ministerium für Schule und Weiterbildung Nordrhein-Westfalen und DAEDALIC Entertainment.	www.the-skillz.de	Nach Registrierung steht ein kostenloser Download bereit
38	**Letterskater**	Beim Letterskater geht es darum, eine Figur durch einen Parcours voller Buchstaben beziehungsweise Wörter zu navigieren. Dabei sollen die Spieler einen Lückensatz im Auge behalten, den sie durch Überfahren der richtigen Buchstaben vervollständigen können.	www.qualiboxx.de/wws/letterskater.php?sid=747152915909625559309953195321 40	Demo-Version frei zugänglich, Full-Version nach Registrierung

Nr.	Name	Beschreibung	Link	Anmerkung
		Recruitainment		
39	**Unique.st**	Die eAssessment Anwendung „unique.st“ übernimmt eine elementare Rolle im Bewerberselektionsprozess für den Konzern-Führungsnachwuchs bei Unilever.	www.cyquest.net/projektliste/webbasiertes-eassessment-zur-rekrutierung-des-fuhrungsnachwuchses-bei-unilever	Demo-Version frei zugänglich
40	**TARGOBANK Tour**	Die eAssessment Anwendung „TARGOBANK Tour“ dient der Vorauswahl von Ausbildungsplatzbewerbern bei der TARGOBANK.	www.cyquest.net/projektliste/webbasiertes-eassessment-zur-rekrutierung-von-auszubildenden-bei-der-targobank	Nur für ausgewählte Personen zugänglich
41	**Houthoff Buruma – The Game**	Niederländische Anwaltskanzlei sucht unter den Mitspielern geeignete Nachwuchskräfte.	www.experiencehouthoff.com	Nur für ausgewählte Personen zugänglich

Diese Liste wird in unregelmäßigen Abständen aktualisiert. Sie erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Die Kategorisierung erhebt keinen Anspruch auf Allgemeingültigkeit. Fehlt Ihrer Meinung nach eine wichtige Serious-Games-Anwendung? Oder haben Sie Anmerkungen?

Dann schicken Sie uns eine E-Mail an: trendmonitor@mmb-institut.de

Stand: Oktober 2012

Aktuelle Veröffentlichungen zum Thema Game-Based-Learning

Spiegel Online, 07.08.2012: Die wollen nur spielen

www.spiegel.de/karriere/berufsstart/recruitainment-firmen-suchen-mit-onlinespielen-bewerber-a-846599.html

Wirtschaftswoche, 15.08.2012: Zocken für den Berufswunsch

www.wiwo.de/erfolg/jobsuche/recruitainment-zocken-fuer-den-wunschberuf/7003630.html

Focus Online, 14.05.2012: Ohne Spaß kein Ernst – Probleme der Computer-Lernspiele

www.focus.de/digital/games/computer-ohne-spass-kein-ernst-probleme-der-computer-lernspiele_aid_752618.html

Welt Online, 25.04.2012: Firmen entdecken „ernsthafte" Spiele als Lernmittel

www.welt.de/spiele/article106224744/Firmen-entdecken-ernsthafte-Spiele-als-Lernmittel.html

BR, 24.07.2012: Wissenschaftler nutzen Kreativität von Gamern:

www.br.de/radio/bayern2/sendungen/notizbuch/gamification-computerspiele-wissenschaft100.html

Zeit Online, 23.04.2010: Lernspiele basieren auf einem Denkfehler

www.zeit.de/digital/games/2010-04/serious-games-wagner

Zeit Online, 14.09.2012: Firmen suchen mit Recruitainment den Nachwuchs

www.zeit.de/karriere/bewerbung/2012-08/e-recruiting

Impressum und Copyright

MMB-Institut für Medien- und Kompetenzforschung

Dr. Lutz P. Michel

Folkwangstraße 1
45128 Essen

Telefon: 0201 / 72027-0
Telefax: 0201 / 72027-29
E-Mail: info@mmb-institut.de
Internet: www.mmb-institut.de

Autor: Dr. Lutz Goertz
Mitarbeit: Christine Engelke B.A.