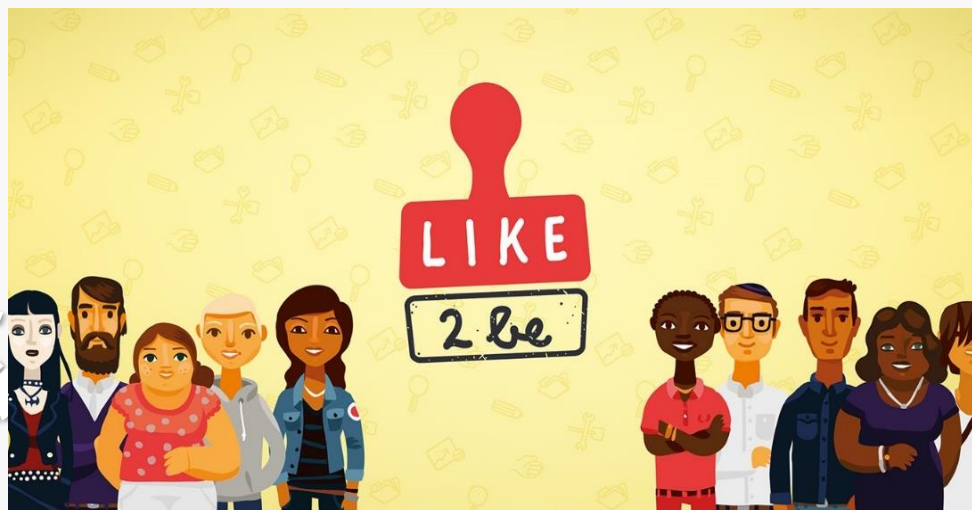


like2be: Lernspiel für den Berufswahlunterricht



Das Interdisziplinäre Zentrum für Geschlechterforschung der Universität Bern entwickelte ein Lernspiel für den Berufswahlunterricht. «like2be» ermöglicht es Jugendlichen, ihre Berufswünsche jenseits von Geschlechterstereotypen zu reflektieren.

Jenseits von Geschlechterstereotypen und welcher Job passt zu wem?

Die Berufs- und Studienwahl von jungen Frauen und Männern verläuft nach einem stark geschlechterstereotypen Muster: In der Schweiz wählen junge Frauen überwiegend Berufe im Gesundheits- oder Sozialwesen und Studienfächer in den Geistes- und Sozialwissenschaften oder an Pädagogischen Hochschulen, während junge Männer sich mehrheitlich für Berufe und Studienfächer in den Bereichen Technik, IT oder Naturwissenschaften entscheiden. Trotz vielfältiger Bemühungen bleibt dieses Muster bestehen. Dadurch entstehen nicht nur Engpässe im Arbeitsmarkt, Geschlechterstereotype werden fortgeführt.

Um eine geschlechtssensible Berufswahl zu fördern, hat das Interdisziplinäre Zentrum für Geschlechterforschung (IZFG) der Universität Bern in Zusammenarbeit mit der LerNetz AG das elektronische Lernspiel «like2be» für den Berufswahlunterricht entwickelt. Das Lernspiel ermöglicht es den Jugendlichen auf spielerische Weise, ihren Berufswahlhorizont zu erweitern, Geschlechterstereotype zu überwinden und ein reflektiertes Verhältnis zu den eigenen Berufswünschen zu entwickeln.

Praxisorientierte Entwicklung des Tests

Um ein möglichst innovatives, lehrreiches aber auch unterhaltsames Produkt zu schaffen, hat das Projektteam der Universität Bern das Spiel und das Begleitmaterial in enger Zusammenarbeit mit Schülerinnen und Schülern, Lehrpersonen wie auch Fachpersonen aus der Berufsberatung, Erziehungswissenschaft und Gleichstellungsarbeit entwickelt. Wiederholte Tests des Lernspiels mit Schulklassen ermöglichten die Evaluation und Anpassung etwa der Qualität des Spielinhaltes, des Schwierigkeitsgrads oder auch des Spassfaktors. Das didaktische Begleitmaterial

wurde von Lehrpersonen und Berufsberatenden getestet. Der Einbezug der Zielgruppen in die Entwicklung u. Evaluation des Materials garantieren eine einfache Anwendung im Unterricht und inhaltliche Anbindung an den Lehrplan 21.

Das Bildungsangebot ist ein gesamtschweizerisches Projekt und wird in drei Landessprachen verfügbar sein.

Erweiterung des Berufswahlhorizontes

Im elektronischen Lernspiel «like2be» schlüpfen Jugendliche in die Rolle von Berufscoaches und sind anderen fiktiven Charakteren dabei behilflich, eine möglichst passende (Lehr-)Stelle zu finden. Dabei beachten sie unter anderem die Lebensläufe, Wünsche und Fähigkeiten der Charaktere, aber auch die Anforderungen der verfügbaren Stellen. Das Lernspiel ermöglicht es den Jugendlichen, den eigenen Berufswahlhorizont zu erweitern, indem sie im Spiel mit bekannten und wenig bekannten Berufen konfrontiert werden. Zugleich werden sie bezüglich Geschlechterrollen und unterschiedlichen Lebensentwürfen sensibilisiert.

Persönliche Interessen und Fähigkeiten

Mit dem Spiel möchte das Interdisziplinäre Zentrum für Geschlechterforschung der Universität Bern die Auseinandersetzung mit geschlechterstereotypen Zuschreibungen der Berufe fördern und die Jugendlichen ermutigen, sich bei der Berufswahl auf ihre persönlichen Fähigkeiten und Interessen zu fokussieren. Auf das Lernspiel baut didaktisches Begleitmaterial auf. In Form eines Kartensets bietet es Lehrpersonen konkrete Vorschläge für die inhaltliche Vertiefung von drei Themen: Vielfalt der Berufswelt, stereotype Berufsbilder sowie Lebensläufe und Berufswege. Neben Unterrichtsvorschlägen enthält das Kartenset auch das dafür benötigte Material sowie Hintergrundinformationen zu den Spielinhalten.

Anwendung im Berufswahlunterricht

Das Lernspiel und das darauf aufbauende Begleitmaterial sind für den Berufswahlunterricht

(3. Zyklus, 7. & 8 Klasse) konzipiert. «like2be» basiert auf dem Lehrplan 21. Das Lernspiel dient dem spielerischen Einstieg ins Thema während einer Lektion. Während des Spielens werden die

Herausgeber: Interdisziplinäres Zentrum für Geschlechterforschung Uni Bern

Das Interdisziplinäre Zentrum für Geschlechterforschung bündelt als disziplinenübergreifendes Netzwerk die Gender-Kompetenzen der Universität Bern und arbeitet als Kompetenzzentrum für inter- und transdisziplinäre Geschlechterforschung an der Schnittstelle zwischen Wissenschaft und Praxis. Das Zentrum thematisiert aus einer Geschlechterperspektive gesellschaftspolitisch relevante Fragen schwerpunktmässig in den fünf Bereichen «Gender & Development», «Menschenrechte & Diskriminierung», «Gleichstellungspolitik & Gender Mainstreaming», «Armut & Prekarität» sowie «Care».

Projektpartner: Stiftung Mercator CH

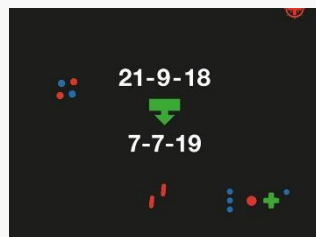
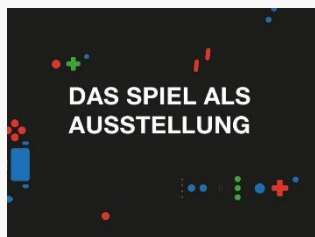
Projektpartner ist die Stiftung Mercator Schweiz, die das Projekt auch finanziell unterstützt. Getragen wird das Projekt zudem von der Schweizerischen Eidgenossenschaft, verschiedenen Hochschulen und anderen gewichtigen Partnern.

 Mehr Informationen: www.like2be.ch

Jugendlichen mit verschiedenen Berufen, unterschiedlichen Personen und diversen Berufsbiographien konfrontiert. In ein bis drei weiteren Lektionen können mithilfe des Begleitmaterials je nach Bedarf Themen aus dem Spiel (Vielfalt der Berufswelt, stereotype Berufsbilder, Lebensläufe und Berufswege) aufgenommen und vertieft werden. ●

Textquelle: Stiftung Mercator Schweiz

«Play»: die Ausstellung zum digitalen Spiel und Game-Industrie



Die Gesellschaft durchläuft einen Transformationsprozess, der stark durch das digitale Spielen und die Gameindustrie angetrieben wird. In der Ausstellung PLAY beschäftigt sich das Stadtmuseum Aarau mit dieser Spielwelt, verbindet Wissenschaft, Wirtschaft, Kultur und Technik und zeigt, was digitale Spiele leisten.

GAMES beeinflussen Körper, Geist und Seele

Games besitzen die Kraft, verschiedene Potenziale in uns zu wecken. Sie können aggressiv, süchtig und einsam, aber auch glücklich, kreativ und kommunikativ machen.

GAMES verändern die Welt

Wir zeigen, wie «Gamification» und «Serious Gaming» weit über die Grenzen herkömmlicher Spiele hinaus wirken und den digitalen Wandel im Gesundheitswesen, in der Erziehung, in der Betriebswirtschaft und in der Forschung kräftig vorantreiben.

GAMES schaffen neue Helden

Der technologische Fortschritt schafft neue Phänomene, neue Berufsbilder, neue Helden. Profisportler locken Tausende Fans ins Stadion und Millionen Zuschauerinnen vor den Bildschirm. Wir fragen: was passiert da? Wird eSport 2024 tatsächlich olympisch?

GAMES machen Politik

Im Ausstellungsteil «Games and Politics» geht es um das politische Potenzial von Computerspielen (siehe Box nebenstehend).

Anhand politisch ambitionierter Computerspiele der letzten zwölf Jahre fragt «Games and Politics» nach den Möglichkeiten und Grenzen dieses Genres, das eine Gegenposition innerhalb der Unterhaltungsindustrie sucht. Die Besonderheit dieser Spiele liegt im Erleben von Ohnmacht und eingeschränkten Handlungsspielräumen, in der Reflexion von Machtverhältnissen und gesellschaftlichen Missständen. Prekäre Arbeitsverhältnisse werden genauso thematisiert wie die Genderproblematik, der Überwachungsstaat, die Folgen kriegerischer Auseinandersetzung, der Umgang mit Geflüchteten oder Revolutionen gegen totalitäre Systeme.

«Games and Politics» wurde vom Goethe-Institut in Kooperation mit dem Zentrum für Kunst und Medien (ZKM) Karlsruhe als interaktive (Tournée-)Ausstellung konzipiert und bildet innerhalb von PLAY ein eigenes Ausstellungskapitel.

[Link Zentrum für Kunst und Medien Karlsruhe](#)

Ausstellungskapitel Games and Politics

Ob Computer-Spiele als Politikum, als Unterhaltungsmedium oder – gar – als Kunst gesehen werden, ist vor allem eines: kontextabhängig. Jedes Spiel verortet sich in einer Gesellschaft und thematisiert sie zugleich. Eine politische Relevanz kann also für sämtliche Computer-Spiele postuliert werden, auch dann, wenn sie sich jeglicher politischer Handlung zu entziehen scheinen. Denn selbst in diesen Spielen gilt: Die Spielenden erteilen Anordnungen, müssen aber ihrerseits nach den Regeln des Spiels spielen, um überhaupt spielen zu können. Am anderen Ende dieses Spektrums stehen Spiele, die bewusst zu Zwecken politischer Bildung oder für Propagandaziele eingesetzt werden. Wie Computerspiele ihr politische Potenzial entfalten, untersucht die Tournée-Ausstellung »Games and Politics«

Erstmals in der Schweiz – Museumsbesuch als mobiles Computerspiel

Erstmals wird in der Schweiz ein Museumsbesuch als mobiles Computerspiel inszeniert. Ein Autoren-Duo und ein Gamestudio bauen dafür die erste begehbare All-Sense-Simulation der Welt: GAMIKOS. Dabei spielt sich das Publikum durch die neuesten Gametrends, erkundet die Gamelandschaft Schweiz und entdeckt seriöses Spielpotenzial abseits kommerzieller Grossproduktionen.

Virtual Reality (VR) Sessions

Mit seinen VR Sessions lotet das Stadtmuseum das Potenzial dieser sich rasant ausbreitenden Technologie aus. Gäste aus den Bereichen Film, Theater, Museum und natürlich Gamedesign präsentieren die neuesten Trends und Entwicklungen im Foyer des Stadtmuseums. Zu Gast an verschiedenen Wochenenden sind u. a. der «Birdly», das Geneva International Film Festival (GIFF), die Swiss Game Developers Association (SGDA) und das ausserordentliche, preisgekrönte Projekt «VR_I» von Gilles Jobin, welches am letzten Sundance-Festival gefeiert wurde.

Zusammen spielen & Games verstehen

Start Game! In diesem Halbjahr tauchen wir ein in die digitale Spielwelt. Im Rahmen der Ausstellung PLAY bieten wir viele Gelegen-



Foto: Stadtmuseum Aarau

heiten zum gemeinsamen Gamen – als Familie, Gruppe oder Schulklasse, für Einsteiger und für Liebhaberinnen. Es gibt geführte Rundgänge durch die Ausstellung (mit Spiel!) und ein Teambildungsangebot mit viel Gameanteil und Apero sowie ein vertiefendes, unterhaltsames und manchmal erstaunliches Rahmenprogramm. Wem der Zugang zur Gamewelt aus Unerfahrenheit mit Steuergeräten und Tastenkombinationen bisher fehlte, findet Unterstützung in unseren GameGuides. Junge Experten in Sachen Games werden regelmässig in der Ausstellung als Spielpartner und Helfer präsent sein, wenn es darum geht, Spiele auszuprobieren, mit Controllern umzugehen und Tipps zu geben.

Für Kinder und Jugendliche schaffen wir die Möglichkeit, Games von der anderen Seite her zu erleben: nicht als Spielerinnen, sondern als Produzenten. Im Game Maker Workshop lernen die Kinder mit Studierenden der PH FHNW, ein eigenes kleines Spiel zu programmieren. Und in der Auseinandersetzung mit NintendoLabo tut sich eine ganz neue Welt zwischen analogem Basteln und digitalem Spiel auf. ●

(Text: © Stadtmuseum Aarau)

- [🔗 Link: Flyer Stadtmuseum Aarau zur Ausstellung \(PDF\)](#)
- [🔗 Link: Ausstellung «Play» Stadtmuseum Aarau](#)



Foto: Stadtmuseum Aarau

HeroFest 2018: Ein neues Level für Gamer in der Schweiz

Nach drei Tagen voller Spass, Fantasie und Spannung ist klar: Die Premiere vom HeroFest (neuer Name von SuisseToy Digital) in Bern ist ein Erfolg. Über 12'000 Besucher aus der Schweiz und dem nahen Ausland pilgerten vom 23. bis 26. Oktober 2018 auf das BERNEXPO-Gelände, um selbst zu zocken, den Esport-Profis auf der Bühne zuzuschauen und die kreativsten Cosplayer zu entdecken.

Das selbstgesteckte Ziel, die Herzen von Gamern, Geeks und Nerds im Sturm zu erobern, hat das HeroFest mit seiner Erstausgabe erreicht. Ein breites Programm für jeden Geschmack, Jung und Alt, Casual Gamer und Profizocker, wusste an allen drei Tagen zu begeistern. Highlights wie die SwitzerLAN-Party mit über 2'000 Gamern, die Cosplay Contests mit reger Teilnahme und natürlich die Final-Matches der League of Legends Premier Tour sorgten bei Besucherinnen und Besuchern für Begeisterung.

Volle Zufriedenheit bei Ausstellern und Organisatoren

Messeleiterin Anne Maria Schneider freut sich über die gelungene Ausführung: «Das hervorragende Feedback von Besuchern und Ausstellern macht uns sehr glücklich. Für unseren Start hätten wir uns keinen besseren Verlauf vorstellen können.» Ergänzend meint Oliver Vrieze, Chief Marketing & Sales Officer der BERNEXPO AG: «Das HeroFest hat uns bestätigt, was namhafte Wirtschaftsprüfer in Bezug auf die Esports-Szene vorausgesagt haben – das wirtschaftliche Potenzial rund um die gesamte Szene ist grenzenlos und wir haben mit der Erstausführung des HeroFests diesen Trend aufgenommen und werden auf dieser Basis den Event weiterentwickeln.» Cédric Schlosser, Organisator MYI Entertainment, zieht ebenfalls eine positive Bilanz: «Wir sind froh, dass wir mit dem HeroFest die ganze Vielfalt der Branche zeigen und einige Vorurteile aus der Welt schaffen konnten. Und natürlich sind wir stolz, dass wir die grösste



LAN-Party im D-A-CH-Raum auf die Beine gestellt haben». Auch auf Seiten der Aussteller ist das Echo sehr gut. Ladina von Allmen, Brand Experience Managerin der PostFinance AG: «Wir sind mit unserer erstmaligen Teilnahme sehr zufrieden. Wir sind stolz mit unserem neuen Projekt zur Gamer-Community zu gehören. Unser neu zusammengestelltes Team hatte am HeroFest seinen ersten Auftritt und gewann prompt ihr Debutspiel. Für die Positionierung war der Auftritt richtig und wichtig». Gabriele Gundel, Senior Marketing Manager Events, Promotions & Exhibitions Nintendo D-A-CH, meint: «Unsere Teilnahme am ersten HeroFest war ein voller Erfolg. An drei Tagen präsentierte Nintendo auf der Messe ein kunterbuntes Angebot an Spielen für Nintendo Switch. Darunter auch Vorpremieren von heiss erwarteten Titeln wie *Pokémon: Let's Go, Pikachu!*, *Evoli!* und *Super Smash Bros. Ultimate*. Das positive Feedback der Besucherinnen und Besucher zeigt, dass Nintendo bestens in das farbenfrohe Popkultur-Ambiente des HeroFest passt.»

Adrenalin pur beim LoL-Finale

Den absoluten Höhepunkt beim HeroFest stellte das Finale der League of Legends Premier Tour dar. Schon im Vorfeld hatte der erste Stopp des beliebtesten Esport-Turniers der Welt in der Schweiz für Aufsehen gesorgt. Am Sonntag standen sich im letzten Match «SK Gaming» und «Euronics» gegenüber. Im spannenden Duell setzte sich letztlich Euronics im Kampf um das Preisgeld von 25'000 Euro durch.

Die nächste Ausgabe des HeroFests findet vom **11. bis 13. Oktober 2019** statt. ● (Text/Foto: HeroFest)

Schweizer im Höhenflug – Schweizer Computerspiel gewinnt Entwickler-Wettbewerb

Text: VIVIANE SOLDENHOFF UND STEFANIE KNOLL

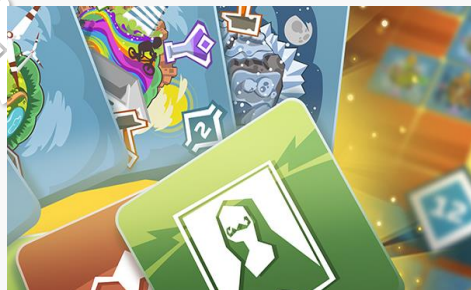
Schweizer können's – das finden die weltbekannte Unterhaltungsschmiede Universal und das Softwarehaus Unity. Sie krönten im Herbst 2018 in Los Angeles an einer Kreativmesse die Schweizer Game-Tüftler Gbanga zu den Siegern eines Wettbewerbs.

Ihre Aufgabe in der unter anderem von Universal ausgerufenen «GameDev Challenge» war es, auf Basis eines von fünf Film- und Comic-Klassikern aus dem Hause Universal ein Computer-Spiel zu entwickeln. Zur Auswahl standen die Fernsehserien «Battlestar Galactica», «Voltron Legendary Defender», die Filme «Der weisse Hai» und «Zurück in die Zukunft», sowie der Comicbuchklassiker «Turok Son of Stone».

Das 14-köpfige Entwickler-Team von Gbanga setzte sich in der ersten Runde gegen über 500 Teilnehmer aus 60 Ländern durch. Auch im Finale konnte Gbanga sich gegen fünf Kontrahenten behaupten und gewinnt neben dem Preisgeld von 150'000 US Dollar einen Beratungsvertrag mit Universal, um den Prototyp ihres Computerspiels «Voltron – Cubes of Olkarion» weiterzuentwickeln.

Freude in Zürich

«Es ist super toll, dass wir es so weit geschafft haben und dass wir uns gegen all die internationalen Mitbewerber durchsetzen konnten», freut sich Matthias Sala, Geschäftsführer von Gbanga.



Das Team hat den Prototyp des Games extra für den Wettbewerb in den USA entwickelt. Ob es dieser zur Marktreife schafft und ein Kassenschlager wird, bleibt abzuwarten.

Der Erfolg von Gbanga zeigt: Schweizer Game-Studios sind durchaus in der Lage, sich im internationalen Wettbewerb zu behaupten. Heute beschäftigen Schweizer Game-Entwickler über 500 Mitarbeiter, die hiesige Game-Branche floriert. Ihr volles Potential schöpft sie jedoch nicht aus. Warum bloss?

«Spiele haben einen immer besseren Stellenwert, aber trotzdem sind Investoren weiterhin skeptisch», erklärt Matthias Sala. Die Suche nach Geldgebern gestaltet sich schwierig, Computerspiele sind ein Risikoinvestment - floppt das Spiel, ist das Geld weg.

Grosse Hürden trotz Talent

Es gäbe durchaus Möglichkeiten, dieses Risiko abzufedern, findet Guido Berger. Laut dem SRF-Digitalredaktor fehlen in der Schweiz aber die notwendigen Strukturen: «In der Schweiz gibt es noch fast keine Vertriebskanäle. Hat eine Firma mehrere Spiele im Angebot, kann ein erfolgreiches andere Spiele quersubventionieren». Die grossen Distributoren seien in der Regel aber im Ausland, die Schweiz kenne so ein System noch nicht.

Wie in anderen Branchen sind auch in der Game-Industrie die hohen Lohnkosten in der Schweiz ein Problem. Die Entwicklung eines guten Spiels wird dadurch noch teurer. Das wirke sich auch auf die Schweizer Entwickler aus, so Guido Berger: «Die müssen mit jedem Game das Geld reinholen, das sie brauchen um das nächste Game zu entwickeln.»

Deshalb seien Schweizer Entwickler wohl weniger risikofreudig. Es ist also Überzeugungsarbeit bei der Kapitalbeschaffung notwendig – und der Mut, etwas Aussergewöhnliches zu wagen. Talent hat es in der Schweiz genug. ●