



Ludwigstr. 33 - 37
60327 Frankfurt/Main
+49 69 974 60 540
info@digitales-holzspielzeug.de

Serious Gaming im Rekrutierungsprozess

Einsatzmöglichkeiten, Chancen und Erfolgsfaktoren

Was bisher üblich war...



A large, abstract red shape is located in the top-left corner of the slide, extending diagonally towards the center. It has a textured, slightly grainy appearance.

"Das Gehirn speichert die Informationen immer zusammen mit den Emotionen.[...]"



"[...]deswegen vergessen wir immer wieder die binomischen Formeln, aber **niemals** unseren ersten Kuss."

Gerhard Roth
Professor für Verhaltensphysiologie

hert die Informationen immer



"GAMES sind ein neues LEITMEDIUM!"

23 Millionen (28%) der Deutschen sind regelmäßige Spieler
Der Spieler findet sich in allen Bildungsschichten
44% der Spieler sind Mädchen/Frauen

Quelle: BfL / GfK 2011

A large, solid red triangle is positioned on the left side of the slide, pointing towards the bottom right corner. The rest of the slide has a white background.

Die Onlinezeiten steigen
Die Gamingzeiten steigen
...bei gleichzeitig sinkendem TV-Konsum

Quelle: BIU / GfK 2011

Die Kombination aus Online und Gaming garantiert eine quantitativ hohe Trefferquote in Ihrer Zielgruppe.

Warum Spiele besser als Fähnchen sind

Extreme lange Verweildauer

Geringe Streuverluste

Employer Branding

Viral

Aktive Interaktion

Direkt messbar

hohe Aufnahmebereitschaft

hohe Eigenmotivation

hohe Leistungsbereitschaft

Selbsterkenntnis erzeugt Einsichten

Games fördern, was sie fordern

Realistic job preview
Stärken / Schwächen Profile
Direct response
Senkung der Abbrecherquote

Games sind vielseitig einsetzbar:

Interne Planspiele

Employer Branding

Ausbildung

Weiterbildung

im Selfassessment



Was ist machbar?

Offline

Online

Apps

Mobil

Social Media

Motion controlled Games

Crowd Games

Augmented Reality

Dos and Don'ts

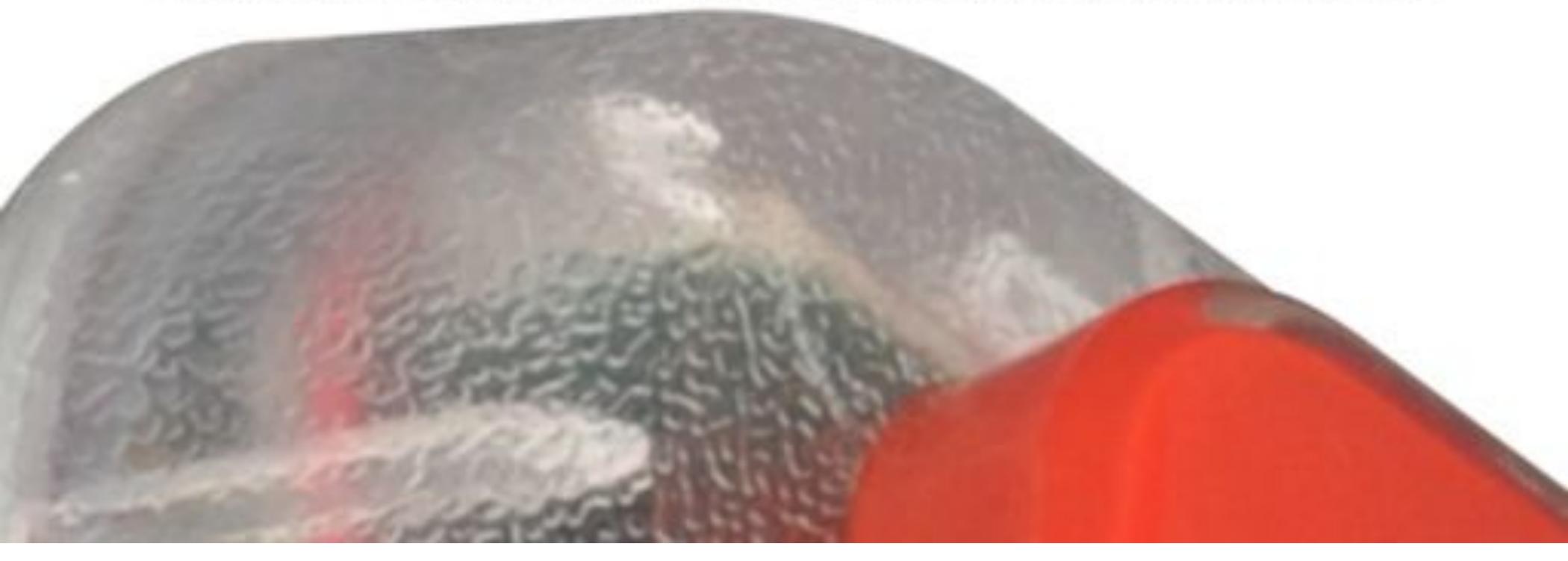
DON'TS u.a.:

- Krampfhaft "cool sein"
- Den Spieler nicht ernst nehmen
- Reine "Verkaufsveranstaltung"
- Der internen IT die Entwicklung überlassen
- Nicht crossmedial sein
- Das Spiel nicht in eine Kampagne einbinden
- Ohne Budget mit aktuellen TOP-Titel mithalten wollen
- Ein Quiz ist kein Serious Game

DOS u.a.:

- Die "Needs & Trends" der Zielgruppe kennen
- Social Media Komponenten einbauen
- Skalierbarkeit beachten
- Plattformübergreifend entwickeln
- Gameplay beats Graphics (und schont auch das Budget)
- Schnittstellen zur HR-Abteilung schaffen

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit





MULTIMEDIA MANUFATUR

A close-up photograph of a grey plastic component, likely part of a toy or electronic device. A black cable with a multi-pin connector is plugged into the component. The background is a plain, light-colored surface.

Ludwigstr. 33 - 37
60327 Frankfurt/ Main
+49 69 974 60 540

info@digitales-holzspielzeug.de



Neues Design für Ihre Anforderungen



Lubwigstr. 33 - 37
60327 Frankfurt/Main
+49 69 974 60 540
fo@digitales-holtzspielzeug.de