

Pressemitteilung

JOBLINGE gewinnt bitkom-Innovationspreis für digitale Bildung

- **Innovationspreis für App „Mathe als Mission“, die benachteiligten, langzeitarbeitslosen Jugendlichen ermöglicht, sich selbständig und digital in Mathematik fortzubilden**
- **delina – der Innovationspreis für digitale Bildung – würdigt innovative Konzepte im Bereich des digitalen Lernens; JOBLINGE-App gewinnt in der Kategorie „Gesellschaft und lebenslanges Lernen“**
- **Preisverleihung unter der Schirmherrschaft der Bundesministerin Prof. Dr. Johanna Wanka im Rahmen der Bildungsmesse LEARNTEC in Karlsruhe**

München, 31. Januar 2018 – Mit der [App „Mathe als Mission“](#) hat JOBLINGE den diesjährigen Innovationspreis für digitale Bildung der bitkom gewonnen – des Branchenverbands der deutschen Informations- und Telekommunikationsbranche. Der [„delina“-Award](#) würdigt neue Impulse und innovative Trends im Bereich des digitalen Lernens. Das medienpädagogische Konzept der App von JOBLINGE sei besonders wertvoll und die Lernmotivation werde in hohem Maße gefördert. Das Thema Gamification habe schon lange in diesem Bereich gefehlt, lautete das Urteil der delina-Jury aus Bildungsexperten aus den Bereichen Schule, Hochschule und Wirtschaft während der Preisverleihung im Rahmen der Bildungsmesse LEARNTEC in Karlsruhe. Die App „Mathe als Mission“ kombiniert klassische Lerninhalte – in diesem Fall Mathematik – mit einem digitalen Spiel und hat den delina in der Kategorie „Gesellschaft und lebenslanges Lernen“ gewonnen.

„Wir freuen uns sehr über diesen Preis. Bei JOBLINGE greifen wir Trends auf dem Arbeitsmarkt nicht nur auf, sondern denken sie auch für unsere Zielgruppe weiter. Gerade angesichts der fortschreitenden Digitalisierung scheint die Lücke zwischen Herkunft und Zukunft für benachteiligte Jugendliche besonders weit auseinanderzuklaffen. Genau deshalb ist es wichtig, innovative und konkrete Lösungen für sie zu entwickeln. Aufbauend auf den Erfahrungen der App-Entwicklung möchten wir im nächsten Schritt ein digitales Lernkonzept für die Zielgruppe entwickeln, um sie noch besser auf die Veränderungen durch die Digitalisierung am Arbeitsmarkt vorzubereiten.“, sagt Kadim Tas, Vorstand der JOBLINGE-Dachorganisation.

Das [Innovative an der App](#): Die Didaktik beim Lernen bleibt nicht in einer schulischen Aufgabe oder einer Formel stecken, es wird kein Karteikartenwissen abgefragt. „Die Kombination aus klassischen Mathematikaufgaben und

JOBLINGE Dachorganisation
Christina Schinz
Marketing und Kommunikation

Tel. +49 89 1250-14114
christina.schinz@joblinge.de
Kapuzinerstr. 9 d
80337 München

BMW Group
Milena Pighi
Konzernkommunikation und
Politik, Sprecherin CSR

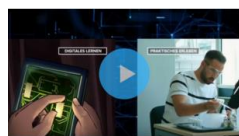
Tel. +49 89 382-66563
Milena.PA.Pighi@bmw.de
Petuelring 130
80788 München

einer Spielhandlung motiviert auch Jugendliche mit mangelndem Interesse an Mathematik. Sie spielen die App, lernen Mathe und qualifizieren sich gleichzeitig für die Anforderungen technischer Ausbildungsberufe“, so Kadim Tas. Die App misst den individuellen Lernerfolg. In die Auswertung fließen zudem Ergebnisse speziell entwickelter Vor- und Nachtests ein.

JOBLINGE hat die App in Kooperation mit der BMW Group entwickelt. „Bereits seit mehreren Jahren unterstützen wir die Initiative und beschäftigen JOBLINGE-Teilnehmer in unserem Unternehmen. Vor dem Hintergrund unserer sehr positiven Erfahrungen ist es uns ein großes Anliegen, das Verständnis und die Begeisterung für Technik bei diesen jungen Menschen zu fördern“, erklärt Milagros Caiña-Andree, Personalvorstand der BMW Group. „Unsere Ausbilder haben die Initiative bei der Entwicklung der App beratend unterstützt und ihren ganzen Erfahrungsschatz mit in das Projekt einfließen lassen. Wir freuen uns daher sehr, dass ‚[Mathe als Mission](#)‘ auch die delina-Jury überzeugt hat, denn wir liefern den Jugendlichen mit dieser App einen weiteren wichtigen Baustein auf ihrem Weg in die Arbeitswelt und eine selbstbestimmte Zukunft.“

An der App-Entwicklung beteiligt waren Professor Dr. Martin Stein vom Institut für Didaktik der Mathematik und Informatik der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster, Experten für die Zielgruppe und Reality Twist, eine auf Serious Games spezialisierte App-Agentur.

Die App „Mathe als Mission“ ist bei JOBLINGE Teil des so genannten [MINT-Programms](#). Neben digitalem Lernen ist auch praktisches Erleben eine Säule dieses Projekts. Das JOBLINGE MINT-Programm mit digitalem und praktischem Teil läuft seit Ende 2017 an allen 28 JOBLINGE-Standorten bundesweit. Es soll den Anteil der Teilnehmer in MINT-Berufen auf mehr als 30 Prozent steigern. Jährlich sollen mindestens 350 Jugendliche in MINT-Ausbildungsberufe vermittelt werden.



Der [offizielle Trailer](#) zum JOBLINGE MINT-Programm.

Mehr Informationen auch auf:
www.joblinge.de/mint-programm

Mehr Informationen zu delina:
www.bitkom.org/delina/

JOBLINGE Dachorganisation
Christina Schinz
Marketing und Kommunikation

Tel. +49 89 1250-14114
christina.schinz@joblinge.de
Kapuzinerstr. 9 d
80337 München

BMW Group
Milena Pighi
Konzernkommunikation und
Politik, Sprecherin CSR

Tel. +49 89 382-66563
Milena.PA.Pighi@bmw.de
Petuelring 130
80788 München

JOBLINGE ist eine gemeinnützige Initiative der Unternehmensberatung The Boston Consulting Group und der Eberhard von Kuenheim Stiftung der BMW AG. Sie bündelt das bürgerschaftliche Engagement zahlreicher Partner aus Wirtschaft, Politik und Zivilgesellschaft, um Jugendliche auf ihrem Weg in die Arbeitswelt zu unterstützen. In einem sechsmonatigen Programm qualifizieren sich Teilnehmer in der Praxis und erarbeiten sich aus eigener Kraft einen Ausbildungs- oder Arbeitsplatz in einem JOBLINGE-Partnerunternehmen. Auf lokaler Ebene wird die Initiative von gemeinnützigen Aktiengesellschaften (gAGs) getragen. Seit der Gründung der ersten gAG 2008 ist JOBLINGE zur bundesweiten Initiative mit 28 Standorten gewachsen – unter anderem in München, Berlin, Hamburg, Frankfurt und Leipzig. Mehr als 6.500 Jugendliche haben bereits an dem Programm teilgenommen. Im September 2014 wurde JOBLINGE von der Deutschlandstiftung Integration als „Integrationsprojekt des Jahres“ ausgezeichnet und erhielt 2017 das PHINEO Wirkt-Siegel. Seit 2016 unterstützt die Initiative mit dem zweiten Programm JOBLINGE Kompass gezielt auch junge Geflüchtete.

Für weitere Informationen: www.joblinge.de

Gesellschaftliches Engagement bei der BMW Group

Gesellschaftliches Engagement ist für die BMW Group fester Bestandteil des unternehmerischen Selbstverständnisses. Der Schwerpunkt liegt vor allem auf den zwei Bereichen Ressourceneffizienz sowie interkulturelle Innovationen und soziale Inklusion. Dabei konzentriert sich das Unternehmen vor allem auf Projekte und Konzepte, bei denen es aufgrund seiner Kernkompetenzen eine konkrete, messbare Verbesserung bewirken kann. Im Fokus des Engagements stehen langfristige Lösungsansätze, die international übertragbar sind und nach dem Prinzip "Hilfe zur Selbsthilfe" spürbare Langzeitwirkung entfalten.

JOBLINGE Dachorganisation
Christina Schinz
Marketing und Kommunikation

Tel. +49 89 1250-14114
christina.schinz@joblinge.de
Kapuzinerstr. 9 d
80337 München

BMW Group
Milena Pighi
*Konzernkommunikation und
Politik, Sprecherin CSR*

Tel. +49 89 382-66563
Milena.PA.Pighi@bmw.de
Petuelring 130
80788 München