

PRESSEINFORMATION

Lernspiele boomen

Braingame verfünffacht Nintendo-Absatz

Wiesbaden, 29.07.2008. Braingame hat den Trend zum Gamebased Learning auf mobilen Plattformen früh für sich erkannt – und darf sich über ausgezeichnete Verkaufszahlen für seine Nintendo DS-Titel freuen. Insgesamt konnte der Spezialist für Edutainment-Software aus Wiesbaden seine Absatzzahlen bei Nintendo DS-Titeln mehr als verfünffachen. Wurden im Geschäftsjahr 2006 noch 64.000 Exemplare verkauft, waren es im Geschäftsjahr 2007 (zum 30.06.) 323.000 Stück, die über den Ladentisch gingen.

Der Erfolg zeigt, dass die Strategie von Braingame, den Nintendo DS als mobile Lernplattform zu nutzen, voll aufgegangen ist. "Natürlich sind Umsatz und Ertrag klare Zielvorgaben bei Braingame. Die eindrucksvollen Zahlen übertreffen unsere Erwartungen aber dennoch deutlich. Sie belegen, dass unsere Strategie auch operativ schnell zum Erfolg geführt hat", so Markolf Heimann, der für Finanzen, Vertrieb und Strategie zuständige Geschäftsführer.

Die gesamten Umsätze von Braingame für das Jahr 2007 sind im Vergleich zum Vorjahr um mehr als das Doppelte auf nun 4.683.000 Euro gestiegen. Das operative Ergebnis liegt bei 695.000 Euro.

Braingame ist Wegbereiter in der Entwicklung von hochwertigen Lernspielen und Edutainmentsoftware und Marktführer in diesem Segment in Deutschland. Der jüngste Erfolg ist die Kooperation mit dem Fremdsprachenverlag PONS bei der Entwicklung von "Englisch Buddy", mit dem Fünft- bis Sechstklässler am Lehrplan orientiert spielend Englisch auf Nintendo DS lernen. Rechtzeitig zum Weihnachtsgeschäft wird der nächste Titel aus der Buddy-Reihe erscheinen – der "Französisch Buddy". Außerdem hat Braingame gerade die Nutzungsrechte an den beliebten Figuren Maus, Elefant und Ente aus der "Sendung mit der Maus" für die Umsetzung eines Nintendo DS-Spiels erworben. Damit hat das Wiesbadener Unternehmen den Start für eine völlig neue Lern- und Spielwelt für Kinder geebnet.

Die Weiterentwicklung der Buddy-Reihe sowie neue Lernspiele und Kindertitel für Nintendo DS und Nintendo Wii sind der Schwerpunkt der Produktstrategie von Braingame im Consumer-Bereich.

Über BrainGame

Braingame steht für intelligenter Spielen.

Mit der Schaffung des Genres Lernadventure hat Braingame 1996 den Meilenstein in der Edutainment-Branche gesetzt. Die vielfach preisgekrönten und millionenfach verkauften Spiele des Verlags sind die Basis für den Erfolg des Wiesbadener Unternehmens und beweisen, dass Lernen spielend und mit Spaß möglich ist. Heute reicht das Braingame-Portfolio von hochwertigen 3D-Adventures, preisgekrönten Kinder- und Familientiteln bis zu einzigartigen Info- und Edutainment-Produkten – sowohl für PC als auch für Konsolen von Nintendo. Dabei legt man neben aktuellen und spannenden Inhalten besonderen Wert auf die Anwendung neuester Technologien und absolute Qualität. Dafür steht das erfahrene Team aus Pädagogen, Wissenschaftlern sowie Medien- und Gamedesignern. Die Produkte von Braingame werden weltweit vermarktet und das mit großem Erfolg. Industrial/Serious Games: Neben den Produkten für Endverbraucher verlassen sich auch zahlreiche Industriekunden auf das Know-how der Wiesbadener. Sie lassen Ihre komplexen Inhalte zum Beispiel in spannende und unterhaltsame multimediale Erlebniswelten umsetzen.

Mehr Informationen unter www.braingame.de

Pressekontakt:

Fink & Fuchs Public Relations AG
Alexandra Mainka
Berliner Straße 164
65205 Wiesbaden

Telefon 0611-74 131-86
Fax 0611-74 131-21
E-Mail alexandra.mainka@ffpr.de

Vorstand: Dipl.-Kfm. Stephan Fink | Dipl.-Ing. Martin Fuchs
Vorsitzender des Aufsichtsrats: Thomas Weidmann
Amtsgericht Wiesbaden, HRB 7013