

PRESSEINFORMATION

Die Charaktere der Kinderkultursendung auf Nintendo DS

WDR mediagroup licensing GmbH lizenziert "Sendung mit der Maus" an Braingame

Köln / Wiesbaden, 24.6.2008. Die WDR mediagroup licensing GmbH hat die Nutzungsrechte an den beliebten Figuren Maus, Elefant und Ente aus der "Sendung mit der Maus" für die Umsetzung eines Nintendo DS Spiels an den Wiesbadener Verlag Braingame vergeben. Ziel der Partnerschaft ist die Kreation einer völlig neuen Lern- und Spielwelt für Kinder, die als Anker die bekannten Charaktere der Sendung nutzt. Als Konsoleros kommen der kleine Elefant, die Ente und die Maus zum Weihnachtsgeschäft 2008 für Nintendo DS in den Handel.

Die Leiterin des Produktmanagements der WDR mediagroup licensing GmbH, Gabriele Lorenz-Schayer kommentiert: "'Die Maus' als eines unserer wichtigsten Lizenzthemen zu vergeben, setzt großes Vertrauen in die Kreativität und Erfahrung eines Partners voraus. Bei Braingame haben wir dieses Vertrauen und sind überzeugt von der Fähigkeit des Entwicklerteams, sich in die Welt der Maus hineinzudenken. Nintendo DS ist darüber hinaus die ideale Plattform für ein Lernspiel mit der Maus. Keine andere mobile Konsole hat eine ähnlich hohe Verbreitung und Akzeptanz bei Kindern und Eltern."

Braingame hat jahrelange Erfahrung bei der Gestaltung von unterhaltsamer Lernsoftware. Der jüngste Erfolg ist die Kooperation mit dem Fremdsprachenverlag PONS bei der Entwicklung von "Englisch Buddy", mit dem 5 bis 6-Klässler am Lehrplan orientiert spielend Englisch auf Nintendo DS lernen.

Axel Ruske, der für das Portfolio zuständige Geschäftsführer von Braingame, ergänzt: "Die Charaktere der Sendung mit der Maus eignen sich ideal, um Kinder spielend lernen zu lassen. Nicht nur unser Entwicklungsteam auch unsere Vertriebspartner sind begeistert. Wir werden unser Bestes geben, die Figuren in der neuen Umgebung auf Nintendo DS kongenial aufleben zu lassen." Den Entwicklungsauftrag für das Spiel hat die neu gegründete Braingame Development GmbH, vertrieben wird das Spiel unter der Marke Braingame mit dem Partner Koch Media, der auch als Co-Publishing Partner mit an Bord ist.

Die Geschichte der Maus

Im März 1971 startete ein neues Fernsehmagazin im Westdeutschen Rundfunk: die "Lach- und Sachgeschichten". In der Bildergeschichte "Die Maus im Laden" von Isolde Schmitt-Menzel hatte die Maus ihren allerersten Fernsehauftritt.

Im Januar 1972 wurde das Format wegen des großen Erfolgs der orangenen Maus in "Sendung mit der Maus" umbenannt. In den zurück liegenden 36 Jahren hat sich die Sendung mit der Maus immer

wieder gewandelt und ist doch unverwechselbar geblieben. Der besondere Charme einer der erfolgreichsten deutschen Kindersendungen soll nun von Braingame auf Nintendo DS übertragen werden.

Pressekontakt:

Fink & Fuchs Public Relations AG

Boris Mackrodt

Berliner Straße 164

65205 Wiesbaden

Telefon 0611-74 131-926

E-Mail boris.mackrodt@ffpr.de

Vorstand: Dipl.-Kfm. Stephan Fink | Dipl.-Ing. Martin Fuchs

Vorsitzender des Aufsichtsrats: Thomas Weidmann

Amtsgericht Wiesbaden, HRB 7013

Kontakt Daten WDR:

WDR mediagroup GmbH

Gaby Rath

Ludwigstraße 11

50667 Köln

Telefon 0221-20 35-208

Fax 0221-20 35-152

E-Mail gaby.rath@wdr-mediagroup.com

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 für 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 Infos unter www.braingame.de