



PRESSEINFORMATION

Was Hänschen nicht lernt ...

Angesichts der Bildungsmisere setzen immer mehr Eltern auf intelligentes Lernspielzeug

Salzburg, Januar 2005 --- **Pisa ist in aller Munde. Doch deutsche Eltern denken dabei nicht mehr an den schiefen Turm, sondern an die Schiefelage des deutschen Bildungssystems. Gewiss ist, dass dieses System grundlegend reformiert werden muss. Ungewiss ist, wie und - vor allem - wann diese Reformen endlich kommen. Da immer weniger Eltern bereit sind, auf Lösungen von außen zu warten, erzielt ein junger Zweig der Spielwarenindustrie derzeit enorme Wachstumsraten: Lernspielzeug ist gefragt wie nie zuvor.**

„In den USA, die in der Pisa-Studie ähnlich schlecht abschneiden wie Deutschland, stehen spielerische Lernhilfen für Kinder bereits mehr als 10 Prozent des gesamten Spielwarenmarkts“, sagt Andreas Stadlbauer Geschäftsführer des gleichnamigen Spielwarenanbieters. Die internationale Stadlbauer Gruppe ist für den deutschsprachigen Raum exklusiver Lizenznehmer von LeapFrog, dem weltweit größten Anbieter von Lernspielzeug. Seit 1995 bringt LeapFrog ausgeklügeltes, multisensorisches Spielgerät auf den Markt, das die Wissbegier von Kindern befriedigt und sowohl ihre sprachlichen als auch mathematischen Fähigkeiten anregt. Derzeit setzt LeapFrog mit seinen Lernsystemen zum Sprung auf den deutschen Markt an – aber erst nachdem die Programme durch Pädagogen intensiv überarbeitet und an unseren Kulturkreis angepasst wurden. Denn die Zeit für sinnvolles Lernspielzeug ist auch hierzulande reif.



Schlechte Noten für Deutschlands Bildungssystem

Die Ergebnisse der OECD-Studie „Pisa 2003“ zeigen, dass Deutschlands schulische Leistungen sich in den letzten drei Jahren kaum gebessert haben. Der Befund: bestenfalls mittlere Plätze in Lesen, Mathematik und Naturwissenschaften und ein hoher Prozentsatz an Schülern, denen selbst einfache Lese- und Rechenaufgaben Probleme bereiten. Besonders schlechte Karten haben Kinder aus ärmeren oder Migrantenfamilien, deren sprachliche Fähigkeiten allzu oft verkümmern. Verstärkt werden die ungleichen Startchancen durch das dreigliedrige Schulsystem, das derzeit kritisch hinterfragt wird. Viele Pädagogen bemängeln, dass in Deutschland eine zu frühe Auslese stattfindet und Kinder nur bis zum 10. Lebensjahr gemeinsam lernen.

Doch der Weg in die Bildungsmisere beginnt noch früher: Anders als die Vorschulen vieler Nachbarländer nutzen deutsche Kindergärten kaum die Bildungsmöglichkeiten im frühkindlichen Alter. Kurz: Was Hänschen im deutschen Bildungssystem nicht lernt, holt Hans kaum noch auf. Und eine Reform dieses Systems wird Jahre dauern. Darauf wollen Eltern, denen das Wohl ihrer Kinder am Herzen liegt, nicht länger warten. Dies zeigt sich auch hierzulande an einem Trend, der die USA schon vor einigen Jahren erfasst hat: „Entgegen dem Trend im übrigen Spielwarenmarkt wächst der Markt für Lernhilfen enorm“, beobachtet Andreas Stadlbauer.

Intelligentes Spielzeug nutzt die Lust am Lernen

Der Erfolg von LeapFrog etwa beruht vor allem auf der Erkenntnis, dass die Lust am Lernen nie wieder so hoch ist wie in den ersten Lebensjahren. Kinder wollen die Welt verstehen. Sie haben Freude am Lernen und ihre Sinne sind offen für neue Erfahrungen. Ein Viertel der Mitarbeiter von LeapFrog sind Lehrer, Kinderpsychologen oder andere Experten für Pädagogik und Didaktik. Bei der Entwicklung neuer Produkte stellen sie das Lernen in den Mittelpunkt.



Musik, Sprache, mathematisches Denken oder einfaches Weltwissen – alles lässt sich in schon frühester Kindheit fördern. Die Produkte von LeapFrog reichen vom musikalischen Lernwürfel für Babys bis zu Professor Globus, einer interaktiven, sprechenden Erdkugel für alle Wissensdurstigen über 8 Jahre.

Ein absoluter Renner ist derzeit das preisgekrönte Lernsystem LeapPad, eine multisensorische kleine Lernplattform, die Bücher zum Sprechen bringt und sich an Kinder zwischen 4 und 8 Jahren richtet. Die Kinder legen die Bücher – zu Themen wie Lesen, Rechnen, Musik, Dinosaurier – auf das LeapPad Lernsystem, stecken eine zum Buch gehörige Softwarekarte in das Gerät und können nun mit einem „magischen Stift“ Figuren, Bilder oder Wörter antippen und damit weitere Informationen abrufen. Sie hören z. B., wie ein Wort richtig ausgesprochen oder buchstabiert wird.

US-Studie beweist: Lernspielzeug nützt

Wie wirkungsvoll solches Spielzeug das Lernen unterstützt, beweist eine im November 2004 veröffentlichte Studie aus den USA. Die RMC Research Corporation hat sechs Schulen und Vorschulen in Las Vegas – alle in sozialen Brennpunkten gelegen – mit dem LeapPad-Lernsystem ausgestattet. Ein Jahr lang konnten 451 Kinder - 257 aus Kindergärten, 194 aus Grundschulen - 20 bis 30 Minuten pro Tag mit dem LeapPad spielen. Nach diesem Jahr lagen ihre Leistungen, was Sprachverständnis, Wortschatz und Lesefähigkeit angeht, signifikant höher als in Vergleichsgruppen, die das System nicht genutzt hatten.

Dies sind Ergebnisse, die ermutigen. Auch wenn Lernspielzeug eine Reform des Bildungswesens nicht überflüssig macht - es erleichtert Kindern den Start ins Leben. Und es hilft Eltern, die wissen, dass Bildung in einer Informationsgesellschaft wie der deutschen der wichtigste Rohstoff der Zukunft ist – ein Rohstoff, der gefördert werden muss, wie jeder andere auch.



LeapFrog Enterprises Inc. wurde 1995 von dem Amerikaner Mike Wood gegründet. Das Unternehmen entwickelt und produziert Lernspielzeug, das Kindern durch Spaß und Motivation zu Lernerfolgen verhelfen will. LeapFrog-Produkte sind inzwischen in mehr als 25 Ländern und fünf Sprachen erhältlich.

Lizenznehmer für Deutschland, Österreich und die Schweiz ist seit 2004 die Stadlbauer Ges.m.b.H. in Salzburg. Das 1953 gegründete Familienunternehmen verfügt über langjährige Erfahrungen in der Produktion und Vermarktung von hochwertigen Spielwaren und Lifestyleprodukten (u.a. Carrera und Nintendo).

Pressekontakt:

Jörg Middelkamp KONVOI Agentur für Kommunikation GmbH Niddastraße 84 60329 Frankfurt	Tel.: 069-299 206 42 Fax: 069-299 206 55 Mobile: 0175-22 32 837 joerg.middelkamp@konvoi.info
--	---