

**Ansprechpartner:**

Heike Herd-Reppner
Pressereferentin Ravensburger Buchverlag Otto Maier GmbH
Tel: 0751-86-1271
heike.herd-reppner@ravensburger.de

Robert-Bosch-Straße 1
D-88214 Ravensburg
www.ravensburger.de/presse

Trendthema

Alexa fragt Wieso? Weshalb? Warum?

Ein Quiz auf Zuruf: Ravensburger hat das „Wieso? Weshalb? Warum? Quiz“ für Amazon Alexa und den Google Assistant entwickelt. Ab sofort können Kinder und Familien ihr Sachwissen über diese Sprachassistenten spielerisch testen. Das Quiz ist ein rein digitales Spiel und kostenlos verfügbar. Es basiert auf der „Wieso? Weshalb? Warum?“ Kindersachbuch-Reihe und ist eine digitale Weiterentwicklung der Marke.

„Alexa, bitte starte Wieso? Weshalb? Warum?“, und schon geht der Ratespaß für Kinder im Alter von vier bis sieben Jahren und die ganze Familie los. Eine Quizrunde besteht aus fünf Fragen. Im Spiel fragt die Anwendung der Skill oder die Action beispielsweise „Warum haben Kühe Hörner?“ und gibt mehrere Antwortmöglichkeiten vor. Als Antwort genügt ein lautes „A“, „B“ oder „C“. Werden mehrere Fragen hintereinander richtig beantwortet, erhöht sich der Schwierigkeitsgrad. Damit bleibt der Spielspaß und eine kleine Herausforderung über die Altersspanne erhalten. Sachwissen, reale Sounds und verblüffende Fakten machen das Spiel zu einem Erlebnis. Nach der letzten Frage erfolgt eine Auswertung, woraufhin dasselbe Quizthema direkt nochmal gespielt oder ein Quiz aus den anderen spielbaren Themen gewählt werden kann. Über den „Hilfe“-Aufruf, kann der Spieler sich jederzeit erklären lassen, was zu tun ist. Beendet wird die Action oder der Skill durch den Standardbefehl: „Okay Google, stopp“ oder „Alexa, stopp.“

„Mit dem ‚Wieso? Weshalb? Warum? Quiz‘ tragen wir dem Verhalten unserer Kunden und deren Kinder Rechnung, die neben den Büchern auch gerne digitale Inhalte nutzen. Kinder erfahren Sachthemen so völlig neu – und begegnen unserer beliebten Produktmarke auch in neuen Medien“, sagt Dr. Anuschka Albertz, verlegerische Geschäftsführerin des Ravensburger Buchverlags.

Derzeit sind die Themen Pferde und Ponys, Fußball und Bauernhof spielbar. Das „Wieso? Weshalb? Warum? Quiz“ ist unter „Google Actions for Families“ und dem „Amazon Kids Skill Programm“ zu finden.

Ravensburger investiert in Innovation, um immer wieder neue Spiel- und Buchideen auf den Markt zu bringen. Dabei setzt das Unternehmen auf die Entwicklung kompletter Produktwelten, in deren Zentren das haptische Produkt steht und wie bei „Wieso? Weshalb? Warum?“ um digitale Inhalte erweitert wird.

Die Kindersachbuchreihe „Wieso? Weshalb? Warum?“



▼
▼
Weitere Informationen zu Ravensburger Büchern und Coverdaten zum Download finden Sie unter: www.ravensburger.de/presse
▲
▲

**Ansprechpartner:**

Heike Herd-Reppner
Pressereferentin Ravensburger Buchverlag Otto Maier GmbH
Tel: 0751-86-1271
heike.herd-reppner@ravensburger.de

Robert-Bosch-Straße 1
D-88214 Ravensburg
www.ravensburger.de/presse

Seit 20 Jahren beantwortet die Ravensburger Kindersachbuchreihe „Wieso? Weshalb? Warum?“ Kinderfragen auf Augenhöhe – mit altersgerechten, fundierten Kurztexten, liebevollen, detaillierten Illustrationen und den charakteristischen Klappen. Seit der Markteinführung im Februar 1998 sind nahezu 35 Millionen Bücher in Deutschland, Österreich und der Schweiz über den Ladentisch gegangen sind. Bis heute sind in der Reihe rund 250 Bücher für drei Altersgruppen erschienen und mit einem Marktanteil von etwa 30 Prozent ist „Wieso? Weshalb? Warum?“ die erfolgreichste deutschsprachige Kindersachbuchreihe.

(2.949 Zeichen mit Leerzeichen)

Über Ravensburger

Die Ravensburger AG ist eine internationale Unternehmensgruppe mit langer Tradition und gewachsenen Werten. Ihre Mission lautet „Spielerische Entwicklung“, ihre bedeutendste Marke, das blaue Dreieck, steht für die Werte Freude, Bildung und Gemeinsamkeit und ist eine der führenden Marken für Puzzles, Spiele und Beschäftigungsprodukte in Europa sowie für Kinder- und Jugendbücher im deutschsprachigen Raum. Spielwaren mit dem blauen Dreieck werden weltweit verkauft, und die internationalen Marken BRIO und ThinkFun ergänzen das Angebot der Unternehmensgruppe. 2.133 Mitarbeiter erwirtschafteten 2017 einen Umsatz von 471,1 Millionen Euro.