



Durch das direkte Feedback von Kindern und Familien konnte Fisher-Price das Konzept des „Lauf­lern­wa­gens“ von Grund auf neu denken und an die Bedürfnisse von Kleinkindern anpassen.

13.09.2022 06:00 CEST

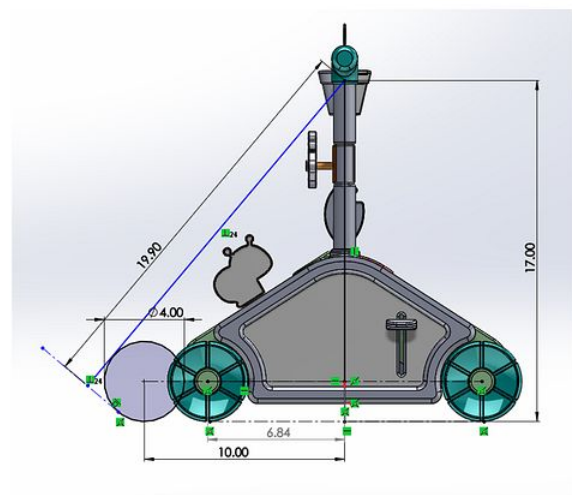
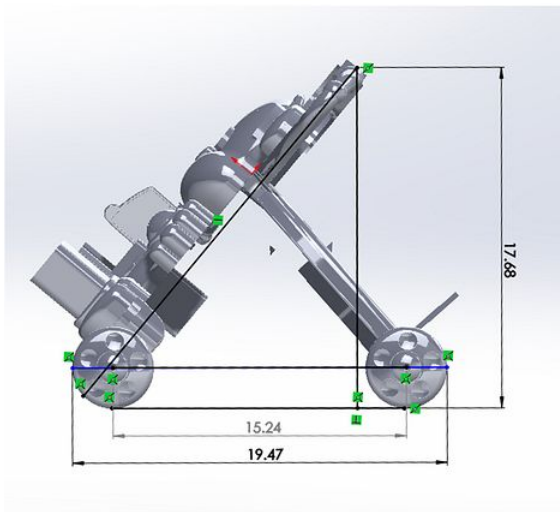
Was ist ehrlicher als 2.500 Kinder? Wie das wohl strengste Testpublikum im Fisher-Price Play Lab für echte Innovationen sorgt

Frankfurt, 13. September 2022 – Fortschrittliche Produkte beruhen auf unkonventionellen Ideen. Daher ist es logisch, dass Spielzeug-Innovationen nur von den Menschen stammen können, die bekannterweise alles hinterfragen und die Welt aus einer ganz eigenen Perspektive wahrnehmen:

Kinder. Die kritischsten Denker überhaupt stecken auch hinter einem der innovativsten Spielzeuge des Fisher-Price Play Labs, dem 2-Seiten Auto Lauflernwagen.

Von Baby-Steps und großen Innovationssprüngen: Im Play Lab verwenden die Fisher-Price Expert*innen viel Zeit darauf, unsere Kleinsten aufmerksam beim Spielen zu beobachten. So haben selbst die Spielzeug-Profis noch viel über die ersten Schritte im Leben eines Kindes gelernt – und schicken die Laufanfänger mit dem neuen [2-Seiten Auto Lauflernwagen](#) auf die Überholspur.

Die Mission für die Expert*innen im Play Lab war klar: Kindern ganz genau dabei zuschauen, welche Herausforderungen sie im Umgang mit konventionellen Baby-Walkern haben – und auf dieser Basis ein Produkt entwickeln, dass perfekt auf die Bedürfnisse von Laufanfängern angepasst ist. Im Play Lab testen die kleinen Expert*innen auch Spielzeuge aus der aktuellen Produktpalette, um aus dem Feedback neue Erkenntnisse für zukünftige Neuheiten zu erlangen. Als dabei verschiedene Modelle von Lauflernwagen unter die Lupe genommen wurden, war schnell klar, dass **konventionelle Baby-Walker zwei grundlegende Design-Probleme haben**. Häufig wollen Kleinkinder den **Wagen von der Vorderseite aus steuern**. Das Problem: Die Front ist meist abschüssig gestaltet, sodass Kinder **Probleme haben, sich an dieser Seite hochzuziehen**. Die Fisher-Price Entwickler*innen lösten dieses Problem, indem sie den Lenker des 2-Seiten Auto Lauflernwagens **von beiden Seiten zugänglich** machten. Eine weitere Schwierigkeit für Lauf-Anfänger*innen ist die Geschwindigkeit konventioneller Lauflernwagen – die **Fahrzeuge bewegen sich einfach zu schnell für Kinder**, die noch ein wenig wacklig auf den Beinen sind, oder fahren weg, wenn kleine Laufneulinge sich an ihnen hochziehen. Hier kamen die Expert*innen auf eine simple, aber wirksame Lösung: Sie bauten einen **Widerstand in die Räder des neuen Lauflernwagens ein**, sodass lernende Kleinkinder die volle Kontrolle über die Geschwindigkeit des Gefährts haben. Durch das direkte Feedback von Kindern und Familien konnte Fisher-Price das Konzept des „Lauflernwagens“ von Grund auf neu denken und an die Bedürfnisse von Kleinkindern anpassen.



Auch andere Produkte profitieren von der strengen Test-Jury: Besonders intensiv wurde der fröhliche [DJ Hüpf](#) überprüft, der durch Melodien, Sätzen, Lichter und gemeinsames Hüpfen kleine Energiebündel beim Bewegen und Lernen unterstützt. Mehr als 75 Kinder testeten den lustigen Lern-Kumpanen von Fisher-Price, bevor er in den Regalen von Spielzeuggeschäften landete.

Durch die Smart-Stages-Technologie lassen sich die Lerninhalte des 2-Seiten Auto Lauflernwagens und DJ Hüpfis in drei Stufen auf die jeweilige Entwicklungsstufe des Kindes anpassen – Die Kleinen freuen sich über mehr Spielspaß, die Eltern über eine längere Nutzungsdauer des Produkts.



Bei der Entwicklung von Fisher-Price Spielzeugen wird kein Detail dem Zufall überlassen

- Im Fisher-Price Play Lab werden **4 verschiedene Forschungsmethoden** angewandt:
 - Klare Rollenverteilung mit *Kids!*: Kinder spielen im Play Lab – die Fisher-Price Expert*innen schauen aufmerksam dabei zu und lauschen den Kommentaren der kleinen Tester*innen.
 - *Ethnografische Studien*: Am Forschungsprogramm teilnehmende Familien laden Fisher-Price Expert*innen in ihr Zuhause ein, damit diese Erkenntnisse darüber erlangen können, wie Spielzeuge im Familienalltag verwendet werden.
 - *Fokusgruppen*: Play Lab Expert*innen reden mit Eltern über ihre Kinder: wie sie spielen, welche

Spielzeuge sie besonders mögen, und sogar welche Fernsehsendungen sie schauen!

- *Externe Partner:* Auch die Fisher-Price Expertinnen lernen niemals aus! Das Play Lab unterhält Partnerschaften mit externen Organisationen und Universitäten, um jederzeit über die neuesten Forschungsergebnisse zum Thema Spielen informiert zu sein.
- Jedes Spielzeug durchläuft einen **6 Monate** langen Entwicklungszyklus: Das bedeutet viele Spielgelegenheiten für kleine Tester*innen, und genug Zeit, um das Produkt zu perfektionieren.
- Jedes Spielzeug wird von durchschnittlich **6 – 10 Kindern** im Play Lab und von **30 Familien** in den eigenen vier Wänden getestet. Außerordentlich innovative Produkte werden besonders rigoros überprüft: Der 2-Seiten Auto Lauflernwagen wurde von **45 Familien** ausprobiert, und der gut gelaunte DJ Hüpfli zog sogar in **75 Kinderzimmer** ein!
- Insgesamt werden jährlich **450 Spielzeugideen** von mehr als **2500 Kindern** ausgiebig bespielt und überprüft!



Warum es so wichtig ist, dass Spielzeuge vorab von genau denen ausprobiert werden, die später auch mit ihnen spielen werden, erklärt Entwicklungspsychologin und Fisher-Price Expertin Prof. Dr. Dr. Lieselotte Ahnert von der Freien Universität Berlin:

„Leider können wir uns in unsere ersten Lebensjahre nicht mehr selbst hineinversetzen. Sicherlich gibt es grundständige Erkenntnisse, die für Kinder von gestern, heute und morgen gleich bedeutsam sind, wie zum Beispiel die Tatsache, dass ein Ball auch dann noch existiert, wenn er unter das Bett gerollt ist. Genau wissen wir allerdings nicht mehr wirklich, was uns Spaß gemacht hat, welche Schwierigkeiten für uns unüberwindbar erschienen, wovor wir Angst hatten und was wir dann doch bewältigt haben und uns stolz gemacht hat. Da unser eigenes Gedächtnis viele dieser Erfahrungen überschrieben hat, müssen wir beobachten

und testen, wie Babys und Kleinkinder fühlen und erleben.“

Mattel ist ein global führender Konzern für Spielwaren und Familienunterhaltung, sowie Eigentümer eines der bekanntesten Markenportfolios der Welt. Unser Portfolio begeistert durch eine Vielzahl ikonischer Franchise-Marken, darunter Barbie®, Hot Wheels®, Fisher-Price®, American Girl®, Thomas & Friends™, UNO®, Masters of the Universe®, Matchbox®, Monster High®, Polly Pocket®, und Barney®, sowie weitere beliebte Marken, die wir besitzen oder in Partnerschaft mit globalen Unterhaltungsunternehmen lizenzieren. Unser Angebot umfasst Spielwaren, Film- und Fernsehinhalte, Verbraucherprodukte, Digitale- und Live-Erlebnisse, welche in Zusammenarbeit mit den weltweit führenden Einzelhandels- und E-Commerce-Unternehmen vertrieben werden. Seit seiner Gründung im Jahr 1945 inspiriert Mattel Generationen dazu, den Zauber der Kindheit zu entdecken und bestärkt Kinder darin, ihr volles Potenzial zu entfalten. Besuchen Sie uns auf mattel.com.

Kontaktpersonen



PR-Team

Pressekontakt
Journalistenanfragen
pr.de@mattel.com



Anne Polsak

Pressekontakt
Pressesprecherin / Leitung PR / Unternehmenskommunikation
Unternehmenskommunikation
pr.de@mattel.com