



# Presse-Information press material

SPIEL'19 Essen

## Inhaltsverzeichnis der Pressemappe

### Internationale Spieltage SPIEL'19 in Essen

**24. bis 27. Oktober 2019**

#### **1\_Topthema Minecraft: Builders & Biomes**

PI Minecraft - Das erfolgreiche Videospiel jetzt als Ravensburger Brettspiel deutsch / englisch .....  
Interview mit Spieleautor Ulrich Blum.....

#### **2\_20 Jahre alea**

PI 20 Jahre alea – die Marke für anspruchsvolle Strategiespiele deutsch / englisch .....  
PI Kurioses, Rekorde und Auszeichnungen rund um alea deutsch / englisch.....  
PI Carpe Diem – nominiert zum Kennerspiel des Jahres 2019 .....  
PI Las Vegas Royale: Noch mehr Zocken bis zum allerletzten Würfel deutsch / englisch .....  
Kurzinfo The Castles of Burgundy .....

#### **3\_3D Labyrinth**

PI 3D Labyrinth – deutsch / englisch .....  
Making of 3D Labyrinth – Fotostory deutsch / englisch.....

#### **4\_Familien Spiele Herbstneuheiten 2019**

PI Ravensburger Spieleneuheiten Herbst 2019 .....

#### **5\_ThinkFun Herbstneuheiten 2019**

PI Domino Maze™: Knobeln bis zur Kettenreaktion .....  
PI Invasion of the Cow Snatchers™: Außerirdischer Denkspaß mit Aliens, Kühen und Magneten .....

#### **6\_Kinderspiele Herbstneuheiten 2019**

PI Kinderspiele Herbstneuheiten 2019.....  
PI Eye Eye Captain! – Möwendreck sammeln, bevor er in der Suppe landet

#### **7\_EXIT Puzzles und Adventskalender**

PI Exit Adventskalender .....  
PI EXIT Puzzle Herbstneuheiten 2019.....

#### **8\_GraviTrax**

PI GraviTrax – Die Herbstneuheiten 2019 .....  
PI GraviTrax auf Erfolgskurs deutsch / englisch .....

#### **9\_tiptoi® – audiodigitales Lernsystem**

PI tiptoi® active: Sportlicher Spaß mit der Dschungel-Olympiade .....  
PI Die Herbst-Neuheiten von tiptoi® 2019 .....

#### **10\_ministeps – Spiele für die Kleinsten**

PI Tanzen für die Brücke zum Freund.....  
PI Die ministeps Herbstneuheiten 2019 .....

#### **11\_Advent und Weihnachten**

PI Ravensburger Weihnachts-Geschenktipps 2019.....

Sämtliche Presseinformationen und Bilddaten zum Herunterladen finden Sie auch unter  
<https://www.ravensburger-gruppe.de/de/presse/top-thema/messe-spiel-2019-in-essen/index.html>

**Ansprechpartner:**

Katrin Seemann

PR Manager

Tel: 0751-86-1636

[katrin.seemann@ravensburger.de](mailto:katrin.seemann@ravensburger.de)

Ravensburger AG

Robert-Bosch-Straße 1

D-88214 Ravensburg

[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

## Gesellschaftsspiel

## Minecraft: Das erfolgreiche Videospiele jetzt als Ravensburger Brettspiel

Mit seinen verpixelten Landschaften, schnell wachsenden Gebäuden und Millionen von Spielern ist Minecraft ein weltweites Phänomen und das meistverkaufte Videospiele aller Zeiten. Nun, zum zehnjährigen Jubiläum von Minecraft, bringt Ravensburger ein analoges Spiel heraus, das Minecraft vom PC auf die Wohnzimmertische bringt. **Minecraft: Builders & Biomes** wurde in Zusammenarbeit mit Mojang entwickelt. Es bringt Spieler zu einem gemeinsamen Erlebnis von Angesicht zu Angesicht zusammen, in dem es gilt, Monster zu bekämpfen und würfelförmige Blöcke abzubauen. „Uns faszinierte die Idee, das Minecraft-Videospiel in ein haptisches Strategiespiel umzusetzen, bei dem sich die Spieler direkt gegenüber sitzen und vorausschauend klug um die Wette bauen, um zu gewinnen“, sagt der internationale Produktmanager von Ravensburger, Florian Baldenhofer.

Ravensburger, Mojang – das schwedische Studio, das Minecraft entwickelt hat – und „Builders & Biomes“-Designer Ulrich Blum haben seit Beginn des Jahres 2019 daran gearbeitet, das Spiel zum Leben zu erwecken und ein Spiel entwickelt, das ein echtes Minecraft-Gefühl transportiert. Im Oktober erscheint es in Europa und kurz darauf auch in den USA. Genau wie im digitalen Spiel entdecken die Spieler auch hier die „Oberwelt“, konstruieren Bauwerke und bauen Rohstoffe ab. Für fertiggestellte Gebäude und besiegte Monster sammeln sie Erfahrungspunkte; am Ende gewinnt der Spieler mit den meisten Erfahrungspunkten.

Zwei bis vier Spieler finden sich in einem unbekanntem Teil der Oberwelt wieder, bestehend aus einem Raster von Kartenstapeln. Daneben ein großer Würfel aus 64 zufällig angeordneten Ressourcenblöcken. Pro Zug führen die Spieler immer zwei von fünf möglichen Aktionen durch. Zu Beginn des Spiels erkunden sie erst einmal die Kartenstapel in ihrer Umgebung und bauen Blöcke aus dem Ressourcenwürfel ab. Welche Bauwerke verbergen sich in den Kartenstapeln? Ein Steinhaus in der verschneiten Tundra? Ein Lamastall im Gebirge? Eine Holzbrücke in der Wüste? Die Spieler versuchen, ein möglichst großes zusammenhängendes Gebiet aus Wald, Wüste, Bergen oder verschneiter Tundra auf ihrem Spielbrett zu erschaffen. Je größer die Fläche, desto mehr Punkte gibt es. Die Arten der Bauwerke und Baumaterialien haben auch Einfluss auf den Punktestand.



### Minecraft: Builders & Biomes

von Ulrich Blum

für 2–4 Spieler

ab 10 Jahren

Spieldauer ca. 30–60 Minuten

39,99 € (UVP); 39,99 \$ (UVP)

**ET Oktober 2019 (Europa),  
November 2019 (USA)**Bilddaten und Pressetext  
zum Herunterladen unter  
[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)Weitere Informationen zu  
Ravensburger Spielen unter  
[www.ravensburger.de](http://www.ravensburger.de)

**Ansprechpartner:**

Katrin Seemann

PR Manager

Tel: 0751-86-1636

[katrin.seemann@ravensburger.de](mailto:katrin.seemann@ravensburger.de)

Ravensburger AG

Robert-Bosch-Straße 1

D-88214 Ravensburg

[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)**Monster bringen Boni und Extrazüge**

Die Spieler treffen auch auf bekannte Gegner. In den Stapeln verstecken sich Endermen, Creepers und andere Monster, die man mit Waffen besiegen kann. Um ein Monster zu bekämpfen, drehen die Spieler drei Waffenplättchen um. Ein Diamantschwert – ein guter Anfang! Eine giftige Kartoffel – Pech gehabt. Alle Blicke richten sich gespannt aufs letzte Plättchen: noch eine Kartoffel! Zwar war dieser nicht siegreich, aber die, die ihre Monster schlagen, erhalten Belohnungen wie Extrazüge oder Bonuspunkte. Die Punkte werden gezählt, wenn die Lagen des Ressourcenwürfels abgebaut sind. Sobald die dritte Lage abgebaut ist, endet das Abenteuer und der Baumeister mit den meisten Punkten gewinnt das Spiel.

„Im Brettspiel erleben die Spieler ihre Kontrahenten direkt am Tisch. Dadurch sind ihre Reaktionen und insbesondere ihre Emotionen super authentisch“, sagt Daniel Greiner, Spieleredakteur von Minecraft: Builders & Biomes und selbst begeisterter Gamer. „Das ist genauso intensiv und aufregend wie in der digitalen Minecraft-Welt, aber mit viel mehr direkten Interaktionen.“

„**Minecraft: Builders & Biomes**“ ist ein Spiel für Minecraft-Spieler und solche, die es werden wollen, und erfordert sowohl Strategie als auch ein wenig Glück, um zu gewinnen. Das Spiel funktioniert mit zwei bis vier Spielern ab zehn Jahren und dauert etwa 30 bis 60 Minuten. Es ist ab Oktober für 39,99 € (UVP) im Handel erhältlich.

*(3.798 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. 2.153 Mitarbeiter erwirtschafteten 2018 einen Umsatz von 491,5 Millionen Euro.

**Über Minecraft**

Mit mehr als 112 Millionen Minecraft-Spielern verteilt über alle Plattformen und mit weltweit über 176 Millionen verkauften Spielen ist Minecraft das meistverkaufte Videospiel der Geschichte. Das Minecraft-Franchise erreicht immer wieder neue Spieler über ein sich ständig erweiterndes Sortiment an Produkten, Spiele-Updates, Minecraft Marketplace und die großartigen Inhalte, die von der eigenen lebhaften und wachsenden Community erstellt werden. Minecraft ist ein Spiel, in dem Blöcke platziert und Abenteuer erlebt werden, und es freut uns zu sehen, wie diese Welt mit neuen Spielen wie Minecraft Dungeons und Minecraft Earth größer wird. Die „Minecraft: Education Edition“ ist eine besondere Version des Spiels, die für Schulen und Lernumgebungen entwickelt wurde und das Lernen im 21. Jahrhundert über Fächer wie Programmieren und Chemie fördert.

Minecraft ist für 20 Plattformen verfügbar: Xbox One, PlayStation 4, Nintendo Switch, Fire TV, Windows, Mac OS, Windows 10, Linux, iOS, Windows 10 Mobile, Android, Kindle Fire, Oculus Rift, Gear VR, Windows MR, Xbox 360, PlayStation 3, PlayStation Vita, Wii U, Nintendo 3DS (einschließlich dem neuen Nintendo 3DS).

**Contact:**

Katrin Seemann  
PR Manager  
Tel: +49 (0)751-86-1636  
[katrin.seemann@ravensburger.de](mailto:katrin.seemann@ravensburger.de)  
Ravensburger AG  
Robert-Bosch-Straße 1  
D-88214 Ravensburg  
[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

## Family game

## Minecraft: The successful video game now as a Ravensburger board game

With pixelated landscapes, soaring structures, and millions of players, “Minecraft” is a global phenomenon and the best-selling videogame of all time. Now, as this videogame celebrates its tenth anniversary, Ravensburger is launching an analog game that transports “Minecraft” from screen to coffee table. Developed in collaboration with Mojang, “Minecraft: Builders & Biomes” brings players together in a shared, in-person experience complete with blocks to mine, structures to build and mobs to fight. “We were fascinated by the idea of turning the Minecraft videogame into a hands-on strategy game in which players sit right next to each other to build forward-looking to win,” comments Ravensburger International Product Manager Florian Baldenhofer.

Ravensburger, Mojang – the Swedish studio responsible for “Minecraft” – and “Builders & Biomes” designer Ulrich Blum have been working since early 2019 to bring the game to life, developing a game that feels like a true Minecraft experience. It will be released in Europe in October and shortly thereafter in the US. As in the digital game, players explore the Overworld, build structures, and mine resources. They earn experience points for their completed structures and defeated mobs; the player with the most experience points at the end of the game wins.

Two to four players find themselves in an unknown part of the Overworld, as represented by a grid of card stacks. A large resource block, built from 64 random resource cubes, towers over the game. On each turn, players take two out of five possible actions. To get started, players usually explore the card stacks around them and mine blocks from the resource cube. What structures are hidden in the stacks of cards? A stone house in the snowy tundra? A llama barn in the mountains? A wooden bridge in the desert? Players try to create the largest connected biomes of forest, desert, mountain, or snowy tundra spaces on their player boards. The bigger the area, the more points they score. Structure types and building materials also impact scoring.

### Mobs mean rewards and extra turns

Players also face familiar foes. Endermen, Creepers, and other mobs are hidden within the stacks, and need to be defeated using weapons. To fight a mob, players turn over three weapon tokens. A diamond sword – that’s a



### Minecraft: Builders & Biomes

By Ulrich Blum

for 2 - 4 players

10 years and older

Duration: approx. 30 - 60 minutes

€ 39.99 (RRP); \$39.99 (RRP)

**Release date October 2019 (Europe),  
November 2019 (USA)**

Picture data and press release  
can be downloaded at  
[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

Further information on Ravensburger  
games can be found at  
[www.ravensburger.de](http://www.ravensburger.de)



# Press Release

# Ravensburger



## Contact:

Katrin Seemann  
PR Manager  
Tel: +49 (0)751-86-1636  
[katrin.seemann@ravensburger.de](mailto:katrin.seemann@ravensburger.de)  
Ravensburger AG  
Robert-Bosch-Straße 1  
D-88214 Ravensburg  
[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

great start. A poisonous potato – tough luck. All attention turns anxiously to the last token: It's another potato! While this player didn't win his encounter, those who defeat their mobs earn rewards such as extra turns or bonus points. Game scoring occurs as the resource cube's layers are depleted. As soon as the third layer runs out, the adventure comes to an end, and the builder with the most points wins.

"With the board game, players experience their opponents live at the table. That makes their reactions, and especially their emotions, truly authentic," says Daniel Greiner, executive editor of Minecraft: Builders & Biomes and passionate gamer. "It's just as intense and exciting as playing in the digital Minecraft world, but with even more direct interaction."

"**Minecraft: Builders & Biomes**" is a game for Minecraft players and players-to-be, requiring both strategy and little bit of luck to win. The game supports two-four players ages ten and up and takes 30-60 minutes to play. It will be available in stores starting in October for € 39.99 (RRP), and in the United States via Amazon in mid-November for \$39.99 (RRP).

*(3,517 characters with spaces)*

## About Ravensburger

Ravensburger AG is an international group with a long tradition and solid values. Its mission is "playful development". The company's most important brand mark is the blue triangle, which stands for fun, education and togetherness. Ravensburger is one of the leading brands for puzzles, games and activity products in Europe as well as for children's and youth books in the German-speaking region. Toys with the blue triangle are sold worldwide, and the international brands BRIO and ThinkFun supplement the Group's portfolio. Ravensburger had 2,153 employees and achieved net revenue of EUR 491.5 million in 2018.

## About Minecraft

With over 112 million unique Minecraft players engaged across all platforms and over 176 million copies sold worldwide, Minecraft is the best-selling video game in history. The Minecraft franchise continues to reach new players through an expanding line of consumer products, game updates, Minecraft Marketplace and the amazing content created by its vibrant and growing community. Minecraft is a game about placing blocks and going on adventures, and we're excited to see its world expand with new games like "Minecraft Dungeons" and "Minecraft Earth." "Minecraft: Education Edition" is a special version of the game designed for schools and educational settings, supporting 21st century learning across subjects from coding to chemistry.

Minecraft is available on 20 platforms: Xbox One, PlayStation 4, Nintendo Switch, Fire TV, Windows, Mac OS, Windows 10, Linux, iOS, Windows 10 Mobile, Android, Kindle Fire, Oculus Rift, Gear VR, Windows MR, Xbox 360, PlayStation 3, PlayStation Vita, Wii U, Nintendo 3DS (includes New Nintendo 3DS).



**Ansprechpartner:**

Katrin Seemann

PR Manager

Tel: 0751-86-1636

[katrin.seemann@ravensburger.de](mailto:katrin.seemann@ravensburger.de)

Ravensburger AG

Robert-Bosch-Straße 1

D-88214 Ravensburg

[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

Interview mit Ulrich Blum, dem Autor von „Minecraft: Builders & Biomes“

## „Mir war sofort klar: Das willst du!“

### Herr Blum, das Videospiel Minecraft hat Millionen von Fans auf der ganzen Welt. Sind Sie einer von Ihnen?

Ich hatte schon vor der Anfrage durch Ravensburger Minecraft gespielt. Da mich alle Formen des Spiels interessieren, kam ich natürlich nicht um ein derart erfolgreiches Computerspiel herum. Minecraft kommt dabei meinem Spielstil bei digitalen Spielen sehr entgegen, da man es auch ruhig, beinahe meditativ, spielen kann. Computerspiele, die das sehr schnelle Drücken vieler Knöpfe verlangen, sind für meine Wurstfinger nämlich eher nicht geeignet.

### War das für Sie eine besondere Motivation, einen Brettspiel-Prototypen zu entwickeln?

Mit Sicherheit. Als ich die Anfrage erhalten habe, einen ersten Prototypen einzureichen, war mir sofort klar: Das willst du! Die Chance, mit einer derart berühmten Lizenz zu arbeiten, bekommt man schließlich nicht alle Tage. Noch seltener ist es, dass man sich auch noch persönlich für diese Lizenz interessiert. Ich habe also sehr viel Arbeit investiert, um letztlich den Zuschlag zu bekommen. Schließlich waren ja auch noch einige andere talentierte Kollegen mit im Rennen.

### Das meistverkaufte Videospiel aller Zeiten aufs Brett zu bringen war sicherlich nicht ganz einfach. Worin lagen denn die Herausforderungen?

Brett- und Computerspiele verhalten sich ja ein bisschen wie Theater und Kino. Beide scheinen erst mal das Gleiche zu machen, doch bei genauerem Hinsehen stellt man fest, dass beide ihre ganz eigenen Stärken und Schwächen haben. Sich auf die Stärken des Mediums zu konzentrieren und nicht zu versuchen, die Stärken des anderen Mediums zu kopieren, führt dabei am ehesten zum Erfolg. Bei Minecraft war es von vornherein klar, dass ich niemals den Detailgrad oder die Vielseitigkeit des Spiels auf den Tisch übersetzen kann. Stattdessen habe ich nach den Kernprinzipien des Spiels gesucht und vor allem nach den Emotionen, die diese beim Spieler auslösen. Doch selbst mit dieser Maxime im Kopf war der erste Prototyp noch vollkommen überfrachtet. Es folgte ein stetiges Wegnehmen, Vereinfachen und Verschlanken. Bis ich irgendwann bei dem gelandet bin, was jetzt „Minecraft: Builders & Biomes“ ist.



Copyright: Atelier 5b, Köln; Nutzung räumlich und zeitlich unbeschränkt



#### **Minecraft: Builders & Biomes**

von Ulrich Blum

für 2 - 4 Spieler

ab 10 Jahren

Spieldauer ca. 30–60 Minuten

39,99 € (UVP); 39,99 \$ (UVP)

**ET Oktober 2019 (Europa),  
November 2019 (USA)**

Bilddaten, Interview und Presstext zum Herunterladen unter [www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

Weitere Informationen zu Ravensburger Spielen unter [www.ravensburger.de](http://www.ravensburger.de)



**Ansprechpartner:**

Katrin Seemann

PR Manager

Tel: 0751-86-1636

[katrin.seemann@ravensburger.de](mailto:katrin.seemann@ravensburger.de)

Ravensburger AG

Robert-Bosch-Straße 1

D-88214 Ravensburg

[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

**Es würde also noch genügend Futter und Ideen für Fortsetzungen und Erweiterungen geben?**

Natürlich. Mehr als genug. Beim Spiele entwickeln habe ich immer tausende Ideen, die es dann letztlich nicht ins Spiel schaffen. Das ist dann ein Fundus, den ich für Fortsetzungen plündern kann. Doch bevor ich an sowas denke, bin ich erst mal sehr gespannt auf die Resonanz zu „Minecraft: Builders & Biomes“. Der Rest ist Zukunftsmusik.

**Daniel Greiner, der das Spiel als Redakteur bei Ravensburger betreut hat, ist selbst leidenschaftlicher Gamer, auch vom digitalen Minecraft. Hat sich die Zusammenarbeit zwischen Ihnen dadurch anders gestaltet?**

Ich glaube, „leidenschaftlicher Minecraft-Spieler“ ist in Bezug auf Daniel schwer untertrieben. Er kennt das Spiel in- und auswendig und spielt es seit der Beta-Version. Das war natürlich in der Entwicklung enorm wertvoll und man hat sofort seine Leidenschaft für das Projekt gespürt. Es war von Anfang an eine extrem gute und enge Zusammenarbeit, bei der wir in ständigem Kontakt waren, oft sogar mehrmals täglich. Denn einerseits sollte das Spiel noch diesen Herbst erscheinen, andererseits gab es auch von uns beiden einen riesigen Willen, das beste Spiel, was wir irgendwie hinbekommen, zu machen. Dazu kam dann noch Mojang, das Entwicklerstudio von Minecraft, das eng in die Entwicklung mit eingebunden war. Auch dort hat man gemerkt, dass nicht nur Graphiken von Minecraft für ein Lizenzprodukt verwendet werden sollen, sondern ein richtig gutes Spiel entstehen soll.

Letztlich glaube ich, dass es auch nur so funktioniert hat: ein leidenschaftlicher Autor, ein Redakteur, der ein riesiger Fan der Lizenz ist und ein Lizenzgeber, der nicht nur sein Logo irgendwo drauf drucken will, sondern wirklich an Qualität interessiert ist.

*(3.952 Zeichen mit Leerzeichen)*

**Kurzvita Ulrich Blum**

Nach einer Ausbildung zum Koch studierte der gebürtige Schweizer Ulrich Blum Schauspiel an der Theaterhochschule Zürich. Acht Jahre war er als Schauspieler tätig, ehe er sich auch beruflich den Spielen zuwandte. 2009 gewann er das Spieleautoren-Stipendium der Jury „Spiel des Jahres“. Seit 2011 ist er hauptberuflicher Spieleautor. Ulrich Blum ist 40 Jahre alt und lebt in Köln.





## Ansprechpartner:

Katrin Hanger  
Pressereferentin Ravensburger Spieleverlag GmbH  
Tel: 0751-86-1636  
[katrin.hanger@ravensburger.de](mailto:katrin.hanger@ravensburger.de)

Robert-Bosch-Straße 1  
D-88214 Ravensburg  
[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

alea

## 20 Jahre „alea“ – die Marke für anspruchsvolle Strategiespiele

„Puerto Rico“, „San Juan“, „Las Vegas“, „Die Burgen von Burgund“, „Broom Service“ – das sind nur einige Titel in der langen Erfolgsserie der Spielmarke „alea“. „Puerto Rico“ entführt die Spielerinnen und Spieler in die Kolonialzeit nach Christoph Kolumbus. In „Las Vegas“ zocken sie um haufenweise Kohle. Bei „Broom Service“ fliegen Hexen auf ihren Besen durch ein magisches Reich und kümmern sich um die Herstellung und Auslieferung von Zaubertänken. Über die letzten 20 Jahre ist unter der Marke alea eine reiche Vielfalt an Strategiespielen entstanden – eine Erfolgsgeschichte.

Die Gründung von alea traf den Nerv der Zeit. Zu den so beliebten Familienspielen hatte sich längst eine neue Kategorie von Brettspielen hinzugesellt. Denn Erwachsene saßen nicht mehr nur beim Kartenspiel, Schach oder Dame zusammen. Sie hatten ihre Leidenschaft für abendfüllende Strategiespiele entdeckt. Die Marke alea wurde von Anfang an begeistert aufgenommen und nimmt seither einen festen Platz in der Spieleszene ein – alea steht für Originalität. Spiele der ersten Stunde wie „Puerto Rico“ sind nach wie vor beliebt und aus den Verkaufsregalen nicht wegzudenken. Die Spiele haben nichts von ihrem Reiz eingebüßt – sehr zur Freude anspruchsvoller Spieler, lange Spielabende sind garantiert. Historische Themen üben unter diesem Label ebenso starke Faszination aus wie Wirtschaftsstrategien oder Fantasy-Welten. Das Themenspektrum von alea ist weit gestreut; dem Spieler eröffnet sich ein ganzes Universum an hochkarätigen Brett-, Karten- und Würfelspielen.

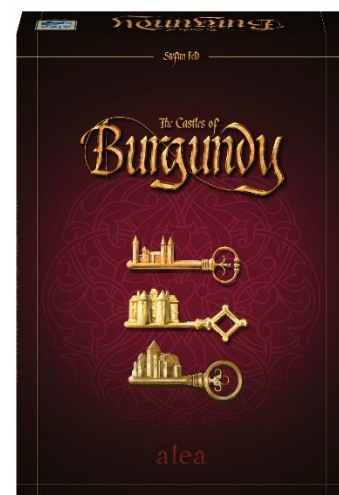
### Die Entstehung einer Edelmarke

Bereits 1996 gab es bei Ravensburger Überlegungen für eine neue Spielmarke. 1998 wurde alea dann auf der weltgrößten Publikumsmesse für Gesellschaftsspiele in Essen erstmals öffentlich angekündigt. Die Spielwarenmesse in Nürnberg 1999 aber war der offizielle Start der Marke alea, mit den Neuerscheinungen der ersten beiden Spiele: „Ra“ von Reiner Knizia und „Chinatown“ von Karsten Hartwig. Stefan Brück, Redakteur, Produktmanager und „Macher“ von alea, erinnert sich: „Wir haben bei null angefangen, haben alles selbst kreiert: Name, Logo, Design usw. Unser Ziel war es, eine Edelmarke zu etablieren.“ Brück war zuvor bereits bei F.X. Schmid mit dem gesamten Spieleprogramm betraut. Mit der Übernahme durch Ravensburger begann für ihn dann die Ära alea.



Bilddaten und Presstext zum Herunterladen unter [www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

Weitere Informationen zu alea Spielen finden Sie unter [www.aleaspiele.de](http://www.aleaspiele.de)





## Ansprechpartner:

Katrin Hanger  
Pressereferentin Ravensburger Spieleverlag GmbH  
Tel: 0751-86-1636  
[katrin.hanger@ravensburger.de](mailto:katrin.hanger@ravensburger.de)

Robert-Bosch-Straße 1  
D-88214 Ravensburg  
[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

Die Spiele erscheinen im einheitlichen Design in punkto Verpackung. Dank der Rückengestaltung sind sie im Regal ein Hingucker, wie ein edles Buch – was bei Sammlern sehr gut ankommt. Neu für damalige Verhältnisse auch die Nummerierung und die Angabe von einer Anspruchsstufe, was den Charakter der Spielereihe hervorhebt. Schnell etabliert sich alea unter den wichtigsten Marken für Spieler weltweit. Und gerade startet die Marke zudem sehr erfolgreich im US-amerikanischen Markt durch.

## Serie von Erfolgen

Die Qualität macht sich aber vornehmlich an dem Inhalt fest. Ein gutes Zeichen: alea-Spiele haben in den letzten beiden Jahrzehnten viele Preise und Auszeichnungen abgeräumt. Manche Titel landeten auf den vorderen Plätzen beim „Spiel des Jahres“, dem sogenannten Oscar der Brettspiele, der seit 1979 vergeben wird. „Puerto Rico“ heimst 2003 unter anderem den „International Gamers Award“ ein. „Die Burgen von Burgund“ bringt es, zählt man ausländische Preise und Nominierungen hinzu, auf sieben Auszeichnungen. „Broom Service“ wird 2015 „Kennerspiel des Jahres“. Die Liste der prämierten Spiele ist lang und bestätigt das Niveau der alea-Spiele. Den Erfolg verdankt die Reihe ihren Autoren und dem kontinuierlichen Einsatz von Produktmanager Stefan Brück. Er beobachtet indessen eine Veränderung in der Rezeption von Spielen: „Früher ging es um Inhalt und Originalität des Spiels, darum, wie lange einen das Spiel fesselt. Inzwischen haben äußerliche Aspekte wie Aufmachung und Design an Bedeutung hinzugewonnen.“

Nachdem 2018 der Vertrieb von alea wieder zu Ravensburger gewechselt hat, wird nun auch die Gestaltung modifiziert. Ab dem Jubiläumsjahr erscheinen die elf Spiele im neuen Gewand. Edlere Illustrationen oder Schriftzüge machen die Spiele noch atmosphärischer.

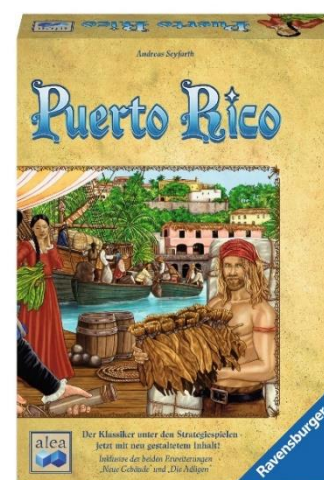
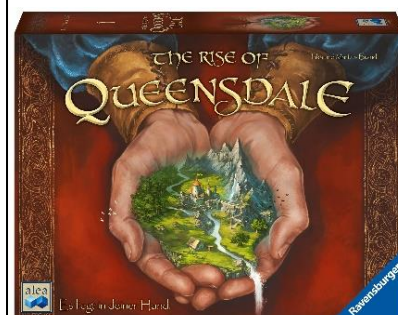
## Zwei Neuerscheinungen zum Jubiläum

Den Anfang machen zu Beginn des Jahres 2019 zwei Neuauflagen: „Die Burgen von Burgund“ von Stefan Feld erscheint in einer aufwändigen Neuausstattung mit allen Erweiterungen. Seit der Erstveröffentlichung 2011 kamen zehn Erweiterungen hinzu, als Promo-Packs auf Messen oder zu anderen Anlässen verteilt. Offiziell im Handel gab es diese Erweiterungen nie. Zusammen mit einer elften Erweiterung erscheint „Die Burgen von Burgund“ nun erweitert und mit verbesserter Ausstattung.

„Las Vegas Royale“ bringt ebenso eine Erweiterung zum bestehenden „Las Vegas“ aus dem Jahre 2012 mit sich. Im Kern bleibt das Würfelspiel mit den sechs Casinos – passend zu den Augenzahlen der Würfel – gleich. Durch zusätzliches Material wie Karten und Tafeln entstehen in den



Seit 20 Jahren Produktmanager der alea-Spiele: Stefan Brück



**Ansprechpartner:**

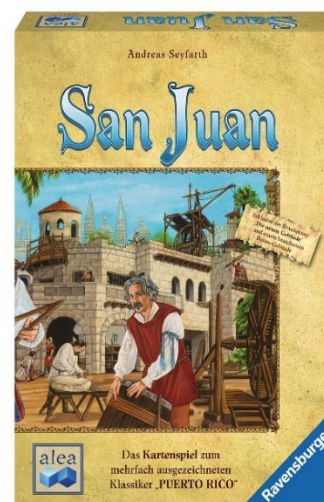
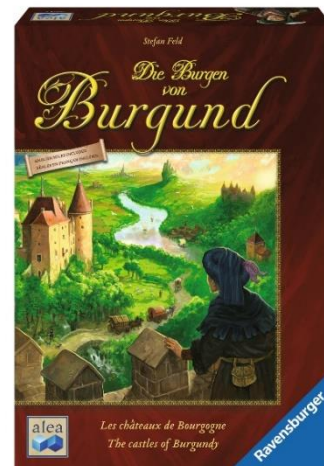
Katrin Hanger  
Pressereferentin Ravensburger Spieleverlag GmbH  
Tel: 0751-86-1636  
[katrin.hanger@ravensburger.de](mailto:katrin.hanger@ravensburger.de)

Robert-Bosch-Straße 1  
D-88214 Ravensburg  
[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

Casinos Zusatzspiele, vom „Lucky Punch“ zum „Jackpot“ und 14 weiteren, was einige Dollars mehr in die Kassen schwemmt.

Stefan Brück freut sich: „Die beiden Spiele sind ein Geschenk an die Spieleszene, die alea seit 20 Jahren die Treue halten und diese Spiele gerne spielen.“

(5.228 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. 2.153 Mitarbeiter erwirtschafteten 2018 einen Umsatz von 491,2 Millionen Euro.\*

\* Bitte beachten: Alle Zahlenangaben auf vorläufiger Basis. Endgültige Umsatz- und Ertragszahlen veröffentlicht Ravensburger zur Bilanzpressekonferenz im Juni 2019.

**Ansprechpartner:**

Katrin Hanger  
Pressereferentin Ravensburger Spieleverlag GmbH  
Tel: 0751-86-1636  
[katrin.hanger@ravensburger.de](mailto:katrin.hanger@ravensburger.de)

Robert-Bosch-Straße 1  
D-88214 Ravensburg  
[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

alea

## 20th anniversary “alea” – the brand for sophisticated strategy games

“Puerto Rico”, “San Juan”, “Las Vegas”, “The Castles of Burgundy”, “Broom Service” – those are just some of the games produced in the extensive successful series under the “alea” game brand. “Puerto Rico” whisks players back to the colonial period after Christopher Columbus. Gambling for piles of money is the name of the game in “Las Vegas”. In “Broom Service”, witches fly on their brooms through a magical realm and are busy concocting and delivering magic potions. A diverse variety of strategy games has been produced under the alea brand – creating a success story during the past 20 years.

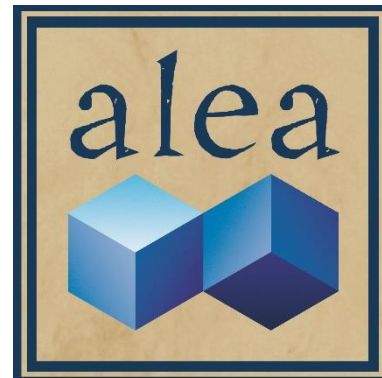
alea’s founding captured the spirit of the time. A new category of board games had long joined the highly popular family games. Adults were no longer only playing cards, chess or checkers. They had discovered their passion for evenings filled with prolonged strategy games. The alea brand was enthusiastically received right from the start and has since established itself in the game scene – alea stands for originality. The very first alea games on the market, like “Puerto Rico”, are still as popular as ever and won’t be taken off the shelves anytime soon. The games haven’t lost any of their appeal, either – and guarantee extended game evenings, much to the delight of serious players.

This label features historical themes that are as fascinating as the equally represented economic strategies or fantasy worlds. The alea theme range is incredibly diverse; players have an entire universe of premium board games, card games and dice games at their fingertips.

### The development of a premium brand

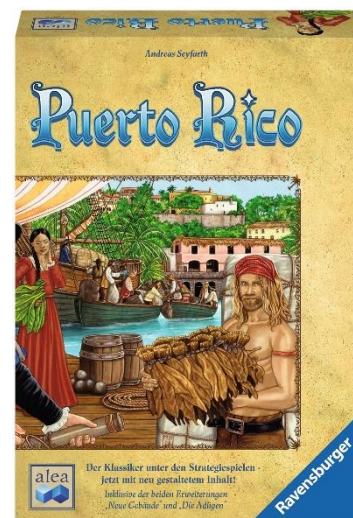
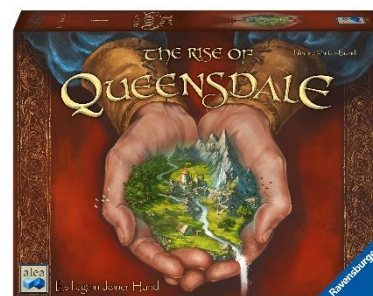
Ravensburger was already toying with the idea of developing a new game brand as early as 1996. In 1998, alea was introduced to the public for the first time at the world’s biggest public fair for family games in Essen. But the 1999 Toy Fair in Nuremberg marked the official launch of the alea brand with the first two newly released games: “Ra” by Reiner Knizia and “Chinatown” by Karsten Hartwig. Stefan Brück, editor, product manager and the brains behind alea remembers: “We started from scratch and created everything ourselves: name, logo, design, etc. Our goal was to establish a premium brand.” Brück was previously employed by F.X. Schmid entrusted with the entire game range. A new era began for alea with the takeover by Ravensburger.

The games are presented in uniformly designed packaging. Just like a fine book, the clever spine design on the packaging make them an absolute



Bilddaten und Presstext zum Herunterladen unter [www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

Weitere Informationen zu alea Spielen finden Sie unter [www.aleaspiele.de](http://www.aleaspiele.de)



**Ansprechpartner:**

Katrin Hanger  
Pressereferentin Ravensburger Spieleverlag GmbH  
Tel: 0751-86-1636  
[katrin.hanger@ravensburger.de](mailto:katrin.hanger@ravensburger.de)

Robert-Bosch-Straße 1  
D-88214 Ravensburg  
[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

eye-catcher on the shelves – which thrills collectors. Also new for the standards of that time, were the numbering and the information regarding the playing level, which enhanced the character of the game series. alea quickly advances to become one of the key brands for players worldwide. The brand is now also experiencing a very successful launch on the US-American market.

**Winning streak of successes**

The quality is primarily determined by the content. A positive sign: alea games have won many prizes and awards in the last two decades. Many titles have been ranked among the first places at the “Game of the Year”, the so-called Oscar of board games, which is presented annually ever since 1979. Prizes received by “Puerto Rico” included the 2003 “International Gamers Award”. If you count international awards and nominations, “The Castles of Burgundy” have racked up seven awards. “Broom Service” is the German “Expert Game of the Year” 2015.

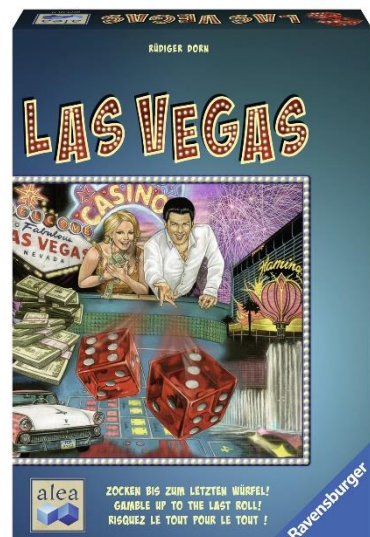
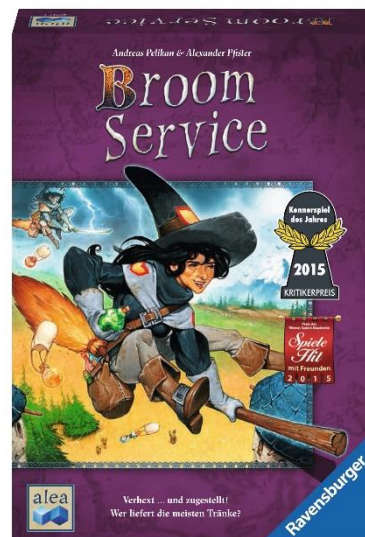
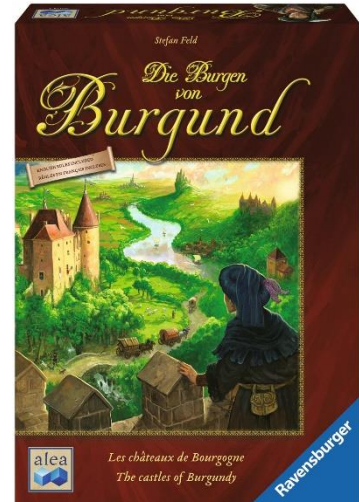
The list of award-winning games is long and confirms the excellence of alea games. Thanks for the success is due to the authors of the series and the tireless efforts of Product Manager Stefan Brück. He now notices a change in how games are received: “Previously, the focus was on content and originality; how long a game captivated your attention. In the meantime, external aspects like packaging and design have gained significance.”

Now that Ravensburger has taken over alea sales again as of 2018, there will also be changes made to the design. Starting in the anniversary year, the eleven games will feature a new look. Higher quality illustrations or lettering make the games even more appealing.

**Two new games to celebrate the anniversary**

The fresh start of the year 2019 begins with two new products: “The Castles of Burgundy” by Stefan Feld is released in an elaborate new design with all supplements. Since the first publication in 2011, ten supplements have been released, distributed either as promotional packs at fairs or at other events. These supplements were never officially available in stores. Together with an eleventh supplement, an upgraded and higher quality release of “The Castles of Burgundy” is now being published.

“Las Vegas Royale” is also being released as a supplement to the existing “Las Vegas” from 2012. The objective of the dice game with the six casinos – which match the number of eyes on the dice – remains the same. By supplying supplementary material like cards and boards, additional games from “Lucky Punch” to “Jackpot” along with 14 others are created in the casinos, which bring in many more dollars to fill the cash registers.



# Presse-Information

# Ravensburger



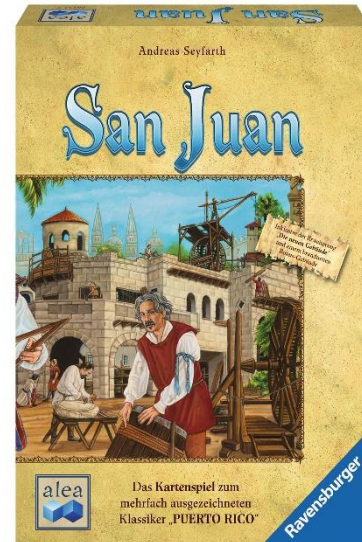
## Ansprechpartner:

Katrin Hanger  
Pressereferentin Ravensburger Spieleverlag GmbH  
Tel: 0751-86-1636  
[katrin.hanger@ravensburger.de](mailto:katrin.hanger@ravensburger.de)

Robert-Bosch-Straße 1  
D-88214 Ravensburg  
[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

Stefan Brück is delighted: "Both games are a gift to the game scene, which has been loyal to alea for 20 years and loves to play these games."

*(5.228 Zeichen mit Leerzeichen)*



## About Ravensburger

Ravensburger AG is an international group with a long tradition and solid values. Its mission is "Playful Development". The company's most important brand mark is the blue triangle, which stands for fun, education, and togetherness. Ravensburger is one of the leading brands for puzzles, games, and activity products in Europe as well as for children's and youth books in the German-speaking region. Toys with the blue triangle are sold worldwide, and the international brands BRIO and ThinkFun supplement the Group's portfolio. Ravensburger had 2,153 employees and achieved net revenue of EUR 491.5 million in 2018.

**Ansprechpartner:**

Katrin Hanger  
Pressereferentin Ravensburger Spieleverlag GmbH  
Tel: 0751-86-1636  
[katrin.hanger@ravensburger.de](mailto:katrin.hanger@ravensburger.de)

Robert-Bosch-Straße 1  
D-88214 Ravensburg  
[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

## Jubiläum

## Kurioses, Rekorde und Auszeichnungen rund um alea

**Jahr für Jahr bringt die Marke alea hochkarätige Strategiespiele hervor – und das seit 20 Jahren. Eine beeindruckende Bilanz:**

Bei der Suche nach einem Namen für die neue Spieleserie fiel die Wahl auf das lateinische Wort für Würfel: Alea. Allerdings kamen erst im achten Spiel der Reihe Würfel zum Einsatz.

Auch im Altgriechischen gibt es den Begriff Alea. Hier bedeutet er so viel wie „Wärme“ oder „Schutz“. Abgewandelt vom weiblichen Vornamen Eulalia bedeutet Alea auch „die Redegewandte“.

Spielleautor Stefan Feld hat sich die meisten Titel der alea-Reihe ausgedacht, darunter „Notre Dame“, „Im Jahr des Drachen“, „Macao“, „Bora Bora“, „Carpe Diem“ und den modernen Klassiker: „Die Burgen von Burgund“.

„The Rise of Queensdale“ ist 2018 das erste sogenannte Legacyspiel bei alea. Legacyspiele entwickeln sich mit jeder Partie weiter, indem neue Elemente hinzukommen und Einfluss auf die Spielregeln haben.

Das bekannteste Spiel der Reihe ist „Puerto Rico“ von Andreas Seyfarth, das sich seit über 17 Jahren in den Verkaufscharts ganz oben hält.

„Broom Service“ wird 2015 „Kennerspiel des Jahres“. Der Preis wird seit 2011 vergeben und gilt unter erfahrenen Spielern als höchste Auszeichnung.

alea Spiele sammeln auch im Ausland regelmäßig Auszeichnungen und Preise: Japan Boardgame Prize (Japan), Swiss Gamers Award (Schweiz), As d'Or und Tric Trac (beide Frankreich), Nederlandse Spellenprijs (Niederlande), Spiel der Spiele (Österreich), Hra Roku (Tschechien), Gra Roku (Polen).

*(1.528 Zeichen mit Leerzeichen)*



Bilddaten und Presstext zum Herunterladen unter [www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

Weitere Informationen zu alea Spielen finden Sie unter [www.aleaspiele.de](http://www.aleaspiele.de)



**Ansprechpartner:**

Katrin Hanger  
Pressereferentin Ravensburger Spieleverlag GmbH  
Tel: 0751-86-1636  
[katrin.hanger@ravensburger.de](mailto:katrin.hanger@ravensburger.de)

Robert-Bosch-Straße 1  
D-88214 Ravensburg  
[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

## Anniversary

### **alea: little-known facts, outstanding achievements and awards**

**Year after year, the alea brand creates premium quality strategy games – and is now in its 20th year. An impressive résumé:**

In the search for the new game brand name, first choice was the Latin word for dice: alea. Even though dice were first used in the eighth game produced under the brand name.

The term alea was also used in Ancient Greek. The essential meaning here is “warmth” or “protection”. Derived from the female first name Eulalia, alea also means “eloquent one”.

Game designer Stefan Feld is the author of most of the games in the alea series. These include “Notre Dame”, “In the Year of the Dragon”, “Macao”, “Bora Bora”, “Carpe Diem” and the modern classic: “The Castles of Burgundy”.

The 2018 release, “The Rise of Queensdale”, is the first so-called legacy game from alea. Legacy games continue to evolve with each new match, by adding new elements that influence the rules of the game.

The most popular game in the series is “Puerto Rico” by Andreas Seyfarth, which has topped the sales charts for more than 17 years.

“Broom Service” is the German “Expert Game of the Year” 2015. The award has been presented since 2011 and is considered the most prestigious honor by veteran game-players.

alea games have also regularly received international awards and prizes: Japan Boardgame Prize (Japan), Swiss Gamers Award (Switzerland), As d’Or and Tric Trac (both France), Nederlandse Spellenprijs (The Netherlands), Spiel der Spiele (Austria), Hra Roku (Czech Republic), Gra Roku (Poland).

*(1.528 Zeichen mit Leerzeichen)*



Bilddaten und Presstext zum Herunterladen unter [www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

Weitere Informationen zu alea Spielen finden Sie unter [www.aleaspiele.de](http://www.aleaspiele.de)





**Ansprechpartner:**

Katrin Hanger

PR Manager

Tel: 0751-86-1636

[katrin.hanger@ravensburger.de](mailto:katrin.hanger@ravensburger.de)

Robert-Bosch-Straße 1

D-88214 Ravensburg

[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)alea

## Carpe Diem – ein Patrizierleben im alten Rom

**Wir versetzen uns ins Römische Reich im Jahr 0. Als Bürger von Rom baut der Spieler ein ganzes Stadtviertel auf – in jeder Spielrunde kommt ein weiteres Detail hinzu. Wer geschickt wirtschaftet, geht als wohlhabender Patrizier und Gewinner vom Platz.**

Carpe Diem – genieße den Tag. Doch vor Müßiggang sei gewarnt. Nur wer aufmerksam die wachsende Infrastruktur der römischen Siedlung betrachtet und seine Kärtchen geschickt legt, kann in diesem Spiel punkten.

Erfolgsautor Stefan Feld hat sich jetzt mit der zehnten Veröffentlichung für den Verlag ein Strategiespiel einfallen lassen, das leicht zu begreifen ist, in seiner Komplexität aber dennoch für immer wieder neue Wendungen sorgt.

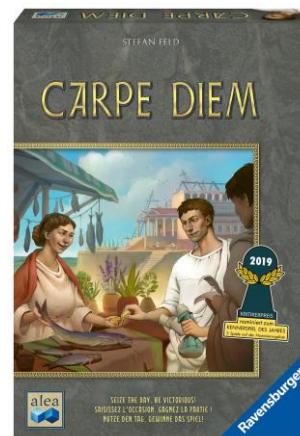
Man bewegt seine Spielfigur auf dem Spielplan so, dass bei jedem Zug ein Plättchen eingesammelt wird. Und damit wird gebaut: Fischteich, Hühnerstall, Weinberg, Acker, Unterkünfte oder Villa, Backstube, Markt, Brunnen. Dinge, ohne die kein Gemeinwesen überleben kann. Jeder Spieler baut sein eigenes Stadtviertel auf. Dabei entstehen die unterschiedlichsten Kulturlandschaften, der eine liebt den Weinbau, der andere die Viehzucht. Auch die Villen der Patrizier fallen höchst unterschiedlich aus, zwischen klein und bescheiden oder riesig, mit Pomp und Protz.

Ein Spiel besteht aus vier Durchgängen à sieben Runden. Das kann zwischen 45 und 70 Minuten dauern. Nach jedem der vier Durchgänge werden die erreichten Punkte gezählt; abgerechnet wird zum Schluss. Hier kommen separate Wertungskarten ins Spiel, die der Sache eine neue Wendung geben. So gleicht keine Partie der anderen. Mit der Wertung sammelt der Spieler jedoch weitere Erkenntnisse für künftige Spielrunden. Die Lage der Bauplätze hat etwa durchaus Auswirkung auf den Punktestand. Kulturlandschaften bringen schon während der Spielrunden Waren, Brot und Geld ein. Das alles herauszufinden, darin liegt der Reiz des Spiels.

*(1.926 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. 2.153 Mitarbeiter erwirtschafteten 2018 einen Umsatz von 491,5 Millionen Euro.



### Carpe Diem

von Stefan Feld

für 2 - 4 Spieler

ab 10 Jahren

39,99 € (UVP)

**ET September 2018****nominiert für das  
„Kennerspiel des Jahres 2019“**Bilddaten und Presstext zum  
Herunterladen unter[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)Weitere Informationen zu alea Spielen  
unter [www.aleaspiele.de](http://www.aleaspiele.de)

**Ansprechpartner:**

Katrin Hanger  
Pressereferentin Ravensburger Spieleverlag GmbH  
Tel: 0751-86-1636  
[katrin.hanger@ravensburger.de](mailto:katrin.hanger@ravensburger.de)

Robert-Bosch-Straße 1  
D-88214 Ravensburg  
[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

## Familienspiel

### Las Vegas Royale: Noch mehr Zocken bis zum allerletzten Würfel

Risikofreude, Würfelglück und gute Nerven brauchten die Spieler beim erfolgreichen Würfelspiel „Las Vegas“, das 2012 zum „Spiel des Jahres“ nominiert wurde. Wie im gleichnamigen Spielerparadies geht es darum, eiskalt zu zocken und in den Würfelcasinos das meiste Geld zu scheffeln. Von allem noch eins drauf setzt das neue „Las Vegas Royale“. Zum 20-jährigen Jubiläum der Marke „alea“ aus dem Hause Ravensburger erscheint das Spiel nicht nur im neuen, edlen Design und neuer Ausstattung. 16 zusätzliche Spieltafeln zum Anlegen an die Casinos bieten die verschiedensten Möglichkeiten, noch mehr Geld abzusahnen und den Mitspielern das Zockerleben schwer zu machen.

An der Basisversion des Spiels hat sich bis auf ein paar kleine Regeln nichts geändert. In den Casinos mit den Zahlen eins bis sechs gibt es hübsche Dollarsümmchen zu gewinnen. Die Spieler würfeln reihum, entscheiden sich für eine der gewürfelten Augenzahlen und setzen alle Würfel mit dieser Zahl auf das entsprechende Casino. Dabei stellt sich jedes Mal die Frage: Wo sind die eigenen Würfel am geschicktesten platziert? Auf welche Casinos setzen die Mitspieler? Und wo lässt sich einem Kontrahenten vielleicht noch eine nette Stange Geld entreißen? Am Ende räumt derjenige die Kohle ab, der die meisten Würfel auf einem Casino hat. Doch Vorsicht: Haben zwei Spieler dieselbe Anzahl an Würfeln platziert, gehen beide leer aus – dann freut sich der Dritte, der mit weniger Würfeln in dem Casino zunächst chancenlos aussah.

#### Royal Zockerspaß mit mehr Spieltiefe und Abwechslung

Von den 16 zusätzlichen Spieltafeln werden bis zu sechs zufällig ausgewählt an die Casinos angelegt. Jedes Mal, wenn ein Spieler Würfel auf eines dieser Casinos legt, aktiviert er auch die Spieltafel. Bei „High Five“ zum Beispiel bekommt derjenige, der als Erster fünf Würfel auf das Casino gelegt hat, satte 100.000 Dollar extra. Eine „Fifty Fifty“-Chance auf eine immer höhere Belohnung gibt es mit zwei Extrawürfeln: Vor jedem Wurf muss der Spieler ansagen, ob er höher oder niedriger ausfällt als der aktuelle. Bei „Lucky Punch“ gilt es, die Risikofreudigkeit eines Mitspielers einzuschätzen. Zudem lassen sich Casinos sperren, die eigenen Würfel versetzen oder fremde „ausknocken“. Außerdem erschwert einem ein imaginärer Mitspieler das Gewinnen oder man verliert sogar einen Teil der heißgeliebten Scheinchen, wenn man die wenigsten Würfel in einem Casino hat.



#### Las Vegas Royale

von Rüdiger Dorn

für 2 - 5 Spieler  
ab 9 Jahren  
49,99 € (UVP)

**ET April 2019**

Bilddaten und Presstext zum Herunterladen unter [www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

Weitere Informationen zu alea Spielen unter [www.aleaspiele.de](http://www.aleaspiele.de)



**Ansprechpartner:**

Katrin Hanger  
Pressereferentin Ravensburger Spieleverlag GmbH  
Tel: 0751-86-1636  
[katrin.hanger@ravensburger.de](mailto:katrin.hanger@ravensburger.de)

Robert-Bosch-Straße 1  
D-88214 Ravensburg  
[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

„Las Vegas Royale“ bietet noch mehr Interaktion, Spielspaß sowie Spieltiefe und sorgt für große Schadenfreude und Abwechslung am Spieltisch.

Zum 20-jährigen Jubiläum der Vielspieler-Marke „alea“ aus dem Hause Ravensburger erscheint das Spiel nicht nur im neuen, edlen Design, sondern auch mit neuer Ausstattung: Neben mehr als 50 Würfeln, zahlreichen Jetons und Geldscheinen gibt es inmitten der Casinos nun auch eine praktische Würfelfarena.

„Las Vegas Royale“ von Rüdiger Dorn ist ab neun Jahren geeignet und seit April 2019 im Handel erhältlich.

*(3.016 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. 2.153 Mitarbeiter erwirtschafteten 2018 einen Umsatz von 491,2 Millionen Euro.\*

\* Bitte beachten: Alle Zahlenangaben auf vorläufiger Basis. Endgültige Umsatz- und Ertragszahlen veröffentlicht Ravensburger zur Bilanzpressekonferenz im Juni 2019.

**Contact:**

Katrin Hanger  
PR Manager Ravensburger Spieleverlag GmbH  
Tel: +49 (0)751-86-1636  
[katrin.hanger@ravensburger.de](mailto:katrin.hanger@ravensburger.de)

Robert-Bosch-Straße 1  
D-88214 Ravensburg  
[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

## Family game

## Las Vegas Royale: gambling excitement until the very last roll of the dice

Players must like to take risks, have good luck and strong nerves to play the successful dice game “Las Vegas”, which was nominated Game of the Year in 2012. Just like in the same-named gamblers’ paradise, the aim of the game is to keep your cool while gambling and heap up the most money in the dice casinos. You can bet that the new “Las Vegas Royale” tops them all. To mark the 20-year anniversary of Ravensburger’s alea brand, the game will not only be relaunched in a new, elegant design and with new features. 16 additional game boards can be placed by the casinos to offer various opportunities to cash in on even more money and make living the gambler’s life tough for the other players.

Nothing has been changed, except a few small rules of the original game version. Big bucks can be won in the casinos numbered one through six. The players roll their dice in turn, pick one of the numbers they have rolled and place all dice with this number on the casino with the corresponding number. With each number you pick, you’ll wonder: Where’s the best spot to place my dice? On which casino will the other players place theirs? And where can I snatch a neat pile of money away from an opponent? At the end of each round, the player with the most dice on a casino gets to pocket the big bucks. But beware: if two players have the same number of dice in one casino, both end up empty-handed – and the third, who looked like he was out of luck with fewer dice in the casino, is happy to stash away the cash.

### Royal gambling fun with more game depth and variety

From the 16 additional game boards, up to six randomly chosen boards will be placed by the casinos. Each time a player places dice on one of these casinos, it will also activate the corresponding game board. For example with “High Five”, the first player who places five dice on a casino will get a fat 100,000 dollar bonus. There is a “Fifty-Fifty” chance for an even bigger bonus with two extra dice: before each roll of the dice, the player must say whether the next roll will be higher or lower than the current roll. The idea behind “Lucky Punch” is to guess how willing a fellow player is to take risks. Casinos can also be locked, move your dice or “knock out” intruding players. There is also an imaginary co-player who makes winning harder or you can even lose some of the beloved greenbacks if you have the fewest dice in a casino.



### Las Vegas Royale

from Rüdiger Dorn

For 2–5 players  
9 years and up  
49.99 € (RRP)

**Release date April 2019**

Picture data and press release can be downloaded at  
[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

Further information on alea games can be found at [www.aleaspiele.com](http://www.aleaspiele.com)



# Press Release

# Ravensburger



## Contact:

Katrin Hanger  
PR Manager Ravensburger Spieleverlag GmbH  
Tel: +49 (0)751-86-1636  
[katrin.hanger@ravensburger.de](mailto:katrin.hanger@ravensburger.de)

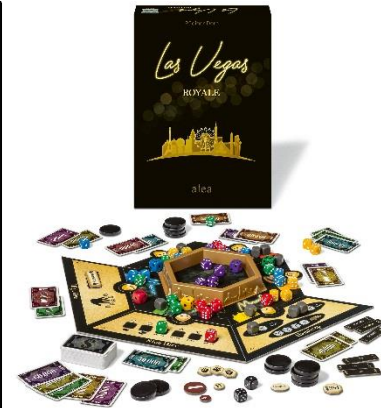
Robert-Bosch-Straße 1  
D-88214 Ravensburg  
[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

„Las Vegas Royale“ offers even more interaction, playing enjoyment plus game depth and brings lots of malicious glee and variety to the playing table.

To mark the 20-year anniversary of Ravensburger’s “alea”, the brand for hardcore players, the game will not only be relaunched in a new, elegant design and with new features: in addition to 50 dice, numerous playing chips and banknotes, it now also has a practical dice-rolling tray in the center of the casinos.

„Las Vegas Royale“ from Rüdiger Dorn is suitable for players nine years and up and has been available in stores since April 2019.

*(3,016 characters with spaces)*



## About Ravensburger

Ravensburger AG is an international group with a long tradition and solid values. Its mission is “Playful Development”. The company’s most important brand mark is the blue triangle, which stands for fun, education, and togetherness. Ravensburger is one of the leading brands for puzzles, games, and activity products in Europe as well as for children’s and youth books in the German-speaking region. Toys with the blue triangle are sold worldwide, and the international brands BRIO and ThinkFun supplement the Group’s portfolio. In 2018, 2,153 Ravensburger employees generated sales totaling 491.2 million euros.

\* Please note: all figures quoted in the text are subject to change. Ravensburger will announce final sales and earnings figures at the annual results press conference in June 2019.

**Ansprechpartner:**

Katrin Seemann

PR Manager

Tel: 0751-86-1636

[katrin.seemann@ravensburger.de](mailto:katrin.seemann@ravensburger.de)

Ravensburger AG

Robert-Bosch-Straße 1

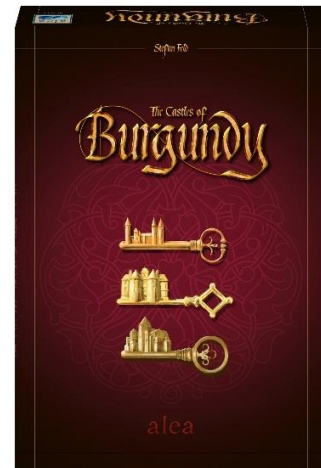
D-88214 Ravensburg

[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)alea

## The Castles of Burgundy

Das Tal der Loire im 15. Jahrhundert. Als einflussreiche Fürsten setzen die zwei bis vier Spieler alles daran, ihre Ländereien durch überlegten Handel und Wandel aufblühen zu lassen. Zwei Würfel geben ihnen die Möglichkeiten vor, doch die Entscheidungen treffen letztlich nur die Spieler. Ob Warenhandel oder Viehwirtschaft, ob Städtebau oder Wissensfortschritt, viele verschiedene Wege führen zu Wohlstand und Ansehen für das eigene Fürstentum. Die Neuauflage eines der erfolgreichsten Strategiespiele der letzten Jahre erscheint anlässlich des 20. Jubiläums der Marke alea nicht nur im neuen, edlen Design und neuer Ausstattung. Es enthält alle bisherigen zehn Erweiterungen plus eine neue Erweiterung.

*Für 2 bis 4 Spieler ab 12 Jahren, von Stefan Feld, 44,99 Euro (UVP), **ET Oktober 2019***

**The Castles of Burgundy**

von Stefan Feld

für 2 - 4 Spieler  
ab 12 Jahren  
44,99 € (UVP)

Bilddaten und Presstext zum  
Herunterladen unter

[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

Weitere Informationen zu alea  
Spielen unter [www.aleaspiele.de](http://www.aleaspiele.de)

**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. 2.153 Mitarbeiter erwirtschafteten 2018 einen Umsatz von 491,5 Millionen Euro.

**Ansprechpartner:**

Katrin Seemann

PR Manager

Tel: 0751-86-1636

[katrin.seemann@ravensburger.de](mailto:katrin.seemann@ravensburger.de)

Robert-Bosch-Straße 1

D-88214 Ravensburg

[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

## Gesellschaftsspiel

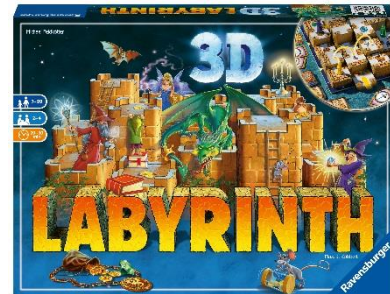
## Hoch hinaus im Labyrinth der Türme



Foto: Heidi Velten / Ravensburger

Im „3D Labyrinth“, der neuesten Variante des Ravensburger Spieleklassikers „Das verrückte Labyrinth“, verlaufen die Wege jetzt auf verschiedenen hohen Türmen. Die gilt es geschickt rauf und runter zu klettern, um am schnellsten die gesuchten Schätze zu finden. Doch besonders große Höhenunterschiede lassen sich nur mit passenden Zauberkarten überwinden. Neu ist auch der Besuch beim Runenstein, ohne den kein noch so cleverer Kletterkünstler den beliebten Schiebepaß gewinnt.

Wie gewohnt machen sich die Spieler als Hexe, Magier, Lehrling und Fee auf die Suche nach ihren Zauberschätzen. Doch im „3D Labyrinth“ geht es nicht nur um die Ecke, sondern auch treppauf und treppab. Plötzlich liegt der gesuchte Schatz auf unüberwindbarer Höhe! Da hilft nur Magie in Form einer Zauberkarte, sofern man diese hat. Andernfalls ist der Nächste an der Reihe. Er darf in bekannter Labyrinth-Manier eine ganze Reihe an Türmen verschieben – natürlich zu seinen Gunsten. Denn erst schieben, dann ziehen gilt auch in der dritten Dimension des Spiels, ungeachtet der Türme, die jetzt wandern und plötzlich so manchen Durchgang versperren. So will jeder Weg zu Ring, Kandelaber oder Goldschatz auf allen Ebenen gut überlegt sein. Nebenbei sollte auch jeder den allerhöchsten Punkt im Spiel, den magischen Runenstein, erklimmen. Verflixt, wenn dann auf dem Weg zum Ziel die Zauberkarte für den Abstieg fehlt!



### 3D Labyrinth

Von Max J. Kobbert und Michael Feldkötter

Für 2 - 4 Spieler  
ab 7 Jahren  
34,99 € (UVP)**ET September 2019**Bilddaten und Presstext zum Herunterladen unter [www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)Weitere Informationen zu Ravensburger Spielen unter [www.ravensburger.de](http://www.ravensburger.de)

**Ansprechpartner:**

Katrin Seemann

PR Manager

Tel: 0751-86-1636

[katrin.seemann@ravensburger.de](mailto:katrin.seemann@ravensburger.de)

Robert-Bosch-Straße 1

D-88214 Ravensburg

[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

Auch ungeübte Schatzsucher finden sich im Labyrinth der Türme schnell zurecht, denn an der bekannten Grundregel hat sich nichts geändert. Doch zusätzlich erleben sie nun die legendäre Schieberei in höchsten Höhen.

Das **3D Labyrinth** basiert auf der Grundidee von Max J. Kobbert und wurde von Michael Feldkötter durch das Spiel in 3D erweitert. Es ist für zwei bis vier Spieler ab sieben Jahren geeignet und ab September für 34,99 € (UVP) im Handel erhältlich.

*(1.882 Zeichen inkl. 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. 2.153 Mitarbeiter erwirtschafteten 2018 einen Umsatz von 491,5 Millionen Euro.





**Contact:**

Katrin Seemann

PR Manager

Tel: +49 (0)751-86-1636

[katrin.seemann@ravensburger.de](mailto:katrin.seemann@ravensburger.de)

Robert-Bosch-Straße 1

D-88214 Ravensburg

[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

## Family game

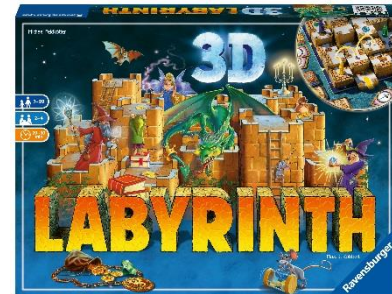
## Reach new heights in the labyrinth of towers



Photo: Heidi Velten / Ravensburger

In “3D Labyrinth”, the latest version of the Ravensburger game classic “Labyrinth”, the paths are now on towers of different heights. The aim is to adeptly climb up and down these paths in order to find the hidden treasures first. But especially big differences in altitude can only be overcome with the appropriate magic cards. Another new feature is a visit to the magic rune stone, without which even the most skilled climber is unable to win the popular sliding game.

As usual, the players hunt for their magic treasures as witches, wizards, sorcerer’s apprentices and fairies. Only in the “3D Labyrinth”, the path doesn’t lead around the corner, it takes you up and down. Suddenly the covered treasure is at an insurmountable height! The only thing that can help is magic in the form of a magic card, providing that you have one. Otherwise, it’s the next player’s turn. This player may move a whole series of towers in the well-known Labyrinth manner – to their own advantage, of course. That’s because first pushing, then pulling also applies to the three-dimensional game, despite the towers that now wander and suddenly block many a passageway. This means that each path to a ring, candelabra or gold treasure needs to be planned carefully at all levels. Besides, everyone should also climb to the highest point in the game, the magic rune stone. How unlucky if, on the way up there, you notice that you don’t have the magic card for the descent!



### 3D Labyrinth

From Max J. Kobbert and Michael Feldkötter

For 2 - 4 players 7 years and older

€ 34.99 (RRP)

**Release date September 2019**

Picture data and press release can be downloaded at [www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

Further information on Ravensburger games can be found at [www.ravensburger.de](http://www.ravensburger.de)



# Press Release

Ravensburger



**Contact:**

Katrin Seemann

PR Manager

Tel: +49 (0)751-86-1636

[katrin.seemann@ravensburger.de](mailto:katrin.seemann@ravensburger.de)

Robert-Bosch-Straße 1

D-88214 Ravensburg

[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

Even inexperienced treasure hunters will quickly find their way around the labyrinth of towers, because the original game's well-known basic rules have not been changed. But now you'll additionally experience the legendary sliding game in the highest heights.

The **3D Labyrinth** is based on an idea from Max J. Kobbert and was later further developed into a 3D game by Michael Feldkötter. It is suited for two to four players seven years of age and older and will be available in stores starting in September for € 34.99 (RRP).

*(1,882 characters incl. spaces)*

## **About Ravensburger**

Ravensburger AG is an international group with a long tradition and solid values. Its mission is "playful development". The company's most important brand mark is the blue triangle, which stands for fun, education and togetherness. Ravensburger is one of the leading brands for puzzles, games and activity products in Europe as well as for children's and youth books in the German-speaking region. Toys with the blue triangle are sold worldwide, and the international brands BRIO and ThinkFun supplement the Group's portfolio. Ravensburger had 2,153 employees and achieved net revenue of EUR 491.5 million in 2018.

**Ansprechpartner:**

Katrin Seemann

PR Manager

Tel: 0751-86-1636

[katrin.seemann@ravensburger.de](mailto:katrin.seemann@ravensburger.de)

Robert-Bosch-Straße 1

D-88214 Ravensburg

[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)Making of

## Wie das verrückte Labyrinth in die Höhe wuchs

Das Spiel mit dem Irrgarten aus verschiebbaren Mauern gehört seit mehr als 30 Jahren zur Grundausstattung vieler Familien. In aller Welt verrücken sie als Hexe, Zauberer, Prinzessin und Zauberlehrling die Wände, um an gesuchte Schätze zu gelangen. Jetzt geht der Schiebepaß hoch hinaus. Wie, das zeigt folgende Entstehungsgeschichte.

### 1. Das Original: Das verrückte Labyrinth

1986 hatte Erfinder Max J. Kobbert die Spielidee mit dem beweglichen Labyrinth. Seitdem sind gut zwanzig originelle Varianten daraus entstanden. Jetzt war es Zeit für etwas Neues, das aber die Grundidee beibehalten sollte.

### 2. Die neue Idee

Michael Feldkötter, Autor einiger Bestseller-Varianten, lässt sich unterschiedliche Labyrinth-Spiele vom Verlag schicken und bastelt ein völlig anderes daraus: ein Labyrinth der Türme. Ein Redakteur in Ravensburg prüft die Idee, über Treppen zu klettern und Türme zu verschieben ... und ist überzeugt.

### 3. Expertenrunde beim Test

Redakteure, Designer und Produktentwickler überlegen, aus welchem Material Türme und Spielfiguren sein sollen und welche Farben zur Fabelwelt passen. Sie spielen und testen, ob ein Labyrinth aus 7x7 Türmen für Kinder übersichtlich ist, ob das Spiel auch zu viert noch genügend Schätze bietet und wie der neue Runenstein ins Spiel integriert wird.

### 4. Turmfragen

Wie sollen die neuen Türme gestaltet sein? Gemauert oder glatt? Zusammengesetzt aus einzelnen Elementen oder am Stück? Welche Höhen sind vertretbar, auch im Hinblick auf den Kostenrahmen? Ein 3D-Drucker spuckt verschiedene Turm-Varianten zum Ausprobieren aus.



**Ansprechpartner:**

Katrin Seemann

PR Manager

Tel: 0751-86-1636

[katrin.seemann@ravensburger.de](mailto:katrin.seemann@ravensburger.de)

Robert-Bosch-Straße 1

D-88214 Ravensburg

[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

## 5. Goldener vs. weißer Turm

Viele Fragen sind zu klären, zum Beispiel, welcher Turm schöner ist? Der mit der golden geprägten Maueroptik? Oder der mit aufgelegtem Kärtchen, das im Stil des Spiels illustriert ist – für eine haptisch ähnliche Anmutung wie im bekannten Labyrinth?



## 6. Der entscheidende Test

In einem Familienspiel sollen auch Kinder gut mitspielen können. Deshalb haben die Redakteure das Labyrinth der Türme etwas kleiner gemacht und die Regeln vereinfacht. Das lassen sie in Familien testen und beobachten dabei speziell die Kinder. Und siehe da: Das Raster aus 5x5 Türmen bewährt sich, das Spiel läuft rund und obendrein haben sie großen Spaß!



## 7. Das Spiel nimmt Form an

Stehen alle Bestandteile für das Spiel fest, fertigt ein Projekt-Engineer die technischen Zeichnungen zur Herstellung der Werkzeuge für Spielfiguren und Türme. Letztere sollen nun eine edle goldene Optik mit eingepprägter Mauerstruktur bekommen. Ein letzter Kontrollblick: Stimmen die Proportionen zwischen Figuren und Türmen?



## 8. Zeichenkünstler

Parallel sind fleißige Designer am Werk. Das neue Spiel bekommt den internationalen Titel „3D Labyrinth“. Grafiker zeichnen dazu eine eindrucksvolle Titelgrafik aus Fabelwesen. Ebenso gestalten sie die Schachtelunterseite, die Wegeteile auf den Türmen, den Spielplan, die verschiedenen Kärtchen sowie die Spielregel, die der Redakteur inzwischen ausgefeilt hat.



## 9. Die Tücke liegt im Detail

Aus der Ravensburger Fabrik im tschechischen Polička kommen die ersten Proben aus der Spritzgussmaschine: Haben diese Türmchen alle die jeweils richtige Höhe? Passen die Ecken exakt zu den Kärtchen, die später oben draufgeklebt werden? Haben bestimmte Türme die entsprechenden Füßchen, die sie im Spielplan verankern?



**Ansprechpartner:**

Katrin Seemann

PR Manager

Tel: 0751-86-1636

[katrin.seemann@ravensburger.de](mailto:katrin.seemann@ravensburger.de)

Robert-Bosch-Straße 1

D-88214 Ravensburg

[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

## 10. Stück für Stück

Liegen alle Daten für das Spiel vor, legen die Produktionsmaschinen in Tschechien los: Zuerst werden die bedruckten Überzüge für die Stülpfachtel rechteckig geschnitten, dann in Form gestanzt und auf einen Schachtel-Rohling aus Karton kaschiert.



## 11. Handarbeit

Die Spielfiguren Hexe, Zauberer, Prinzessin und Zauberlehrling lassen sich am besten von Hand eintüten. Zuvor löst eine Mitarbeiterin sorgfältig die Spritzgussreste von den Figuren, so dass sie später im Spiel eine glatte Oberfläche haben.



## 12. Am laufenden Band

Viele fleißige Hände befüllen die frisch hergestellten Spieleschachteln mit dem Schachteleinsatz aus Karton, den 26 Türmen, den Kärtchen für deren Oberseite, den Spielkarten, dem Spielplan, den Figuren, der Spielregel in vier Sprachen, insgesamt sind das unzählige Handgriffe!



## 13. Bereit zum Versand

In Schutzfolie eingeschweißt rollen die eben produzierten Exemplare des „3D Labyrinthes“ vom Band. Von dort werden sie direkt nach Ravensburg gebracht, von wo die Spiele zu den Händlern in Deutschland, Österreich, der Schweiz, Holland, Frankreich, Italien, Spanien und Osteuropa ausgeliefert werden.



## 14. Hoch hinaus!

Zuhause freuen sich Kinder und Eltern, weil sie sich in der neuen Version des bekannten Labyrinth-Spiels sofort zurechtfinden. Gespannt begeben sie sich auf Schatzsuche, bei der es jetzt rauf und runter geht. Der Spaß ist geblieben: Nur dürfen sie jetzt ganze Turm-Reihen verschieben!

(4.794 Zeichen inkl. Leerzeichen)



**Ansprechpartner:**

Katrin Seemann

PR Manager

Tel: 0751-86-1636

[katrin.seemann@ravensburger.de](mailto:katrin.seemann@ravensburger.de)

Robert-Bosch-Straße 1

D-88214 Ravensburg

[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

## Das 3D Labyrinth

Im 3D Labyrinth erheben sich die Wege auf verschieden hohe Türme. Die gilt es geschickt rauf und runter zu klettern, um am schnellsten die gesuchten Schätze zu finden. Doch besonders große Höhenunterschiede lassen sich nur mit der passenden Zauberkarte überwinden. Neu ist auch der Besuch beim magischen Runenstein, ohne den kein noch so cleverer Kletterkünstler gewinnt. Aber dank der bekannten Regel mit dem Verschieben ganzer Reihen finden sich Schatzsucher ab sieben Jahren schnell zurecht. Im Labyrinth der Türme erleben sie den beliebten Schiebespaß einfach in der dritten Dimension.

## 3D Labyrinth

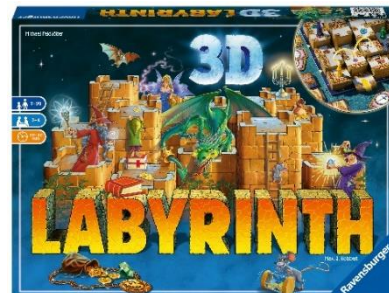
Von Max J. Kobbert und Michael Feldkötter

Für 2 - 4 Spieler

ab 7 Jahren

34,99 € (UVP)

ET September 2019



## 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. 2.153 Mitarbeiter erwirtschafteten 2018 einen Umsatz von 491,5 Millionen Euro.



**Ansprechpartner:**

Katrin Seemann

PR Manager

Tel: 0751-86-1636

[katrin.seemann@ravensburger.de](mailto:katrin.seemann@ravensburger.de)

Robert-Bosch-Straße 1

D-88214 Ravensburg

[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

## Making of

## How Labyrinth grew to new heights

The game with the maze made of sliding walls has been a favorite in many families for more than 30 years. As witches, wizards, princesses and sorcerer's apprentices, they move walls in their search to find treasures around the world. Now the sliding fun has reached new heights. The following story shows how it all began.

### 1. The Original: Labyrinth

In 1986, Max J. Kobbert had the idea for the game with the movable labyrinth. Since then, a good twenty original versions have been developed. Now it was time for something new, while still keeping the basic concept.

### 2. The new idea

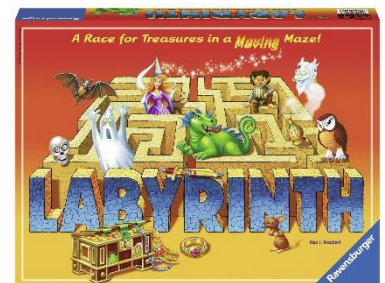
Michael Feldkötter, game designer of quite a few bestselling versions, asks the publisher to send him a variety of different Labyrinth games and uses them to build a completely new model: a labyrinth of towers. The editor in Ravensburg tests the idea of climbing stairs and moving towers ... and is convinced.

### 3. Experts play the game

Editors, designers and product developers think about which material should be used for the towers and figurines and which colors are best suited to this mythical world. They play and test whether a labyrinth made of 7x7 towers is manageable for children, if the game has enough treasures for four players and how the new rune stone will be integrated in the game.

### 4. Tower topics

How should the new towers be designed? Stone walls or smooth? Assembled from individual elements or in one piece? Which heights are justifiable, also in terms of cost? A 3D printer produces different tower models to try out.





**Ansprechpartner:**

Katrin Seemann

PR Manager

Tel: 0751-86-1636

[katrin.seemann@ravensburger.de](mailto:katrin.seemann@ravensburger.de)

Robert-Bosch-Straße 1

D-88214 Ravensburg

[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

## 5. Golden vs. white tower

Many questions have to be answered, for example which tower looks better? The one with the gold-embossed stonework design? Or the one with the card on it, which is illustrated in the style of the game and conveys an impression similar to the popular Labyrinth game?

## 6. The decisive test

It should be easy for children to play a family game. That's why the editors have made the labyrinth of towers somewhat smaller and simplified the rules. They test this in families and particularly watch how the children play. And guess what: the grid of 5x5 towers works just fine, the game runs smoothly and everyone has great fun!

## 7. The game takes shape

Once all the components of the game have been determined, a project engineer prepares the technical drawings to make the tools that produce the figurines and towers. The latter should now receive a fine, golden sheen with embossed stone wall structure. One final inspection: are the proportions between the figurines and the towers correct?

## 8. Artists at work

While this is happening, designers are busy working. The international title given to the new game is "3D Labyrinth". To depict this, graphic artists draw an impressive title graphic using mythical creatures. They also design the bottom of the box, the pathways on the towers, the game board, the various cards and the rules for playing the game, which the editor has finalized in the meantime.

## 9. The trick lies in the detail

The first samples are cast with an injection-molding machine at Ravensburger's plant in Polička, Czech Republic and are ready for inspection: does each individual tower have the correct height? Do the corners fit exactly to the cards that will be glued on to them afterwards? Do certain towers have the appropriate feet to anchor them to the game board?





**Ansprechpartner:**

Katrin Seemann

PR Manager

Tel: 0751-86-1636

[katrin.seemann@ravensburger.de](mailto:katrin.seemann@ravensburger.de)

Robert-Bosch-Straße 1

D-88214 Ravensburg

[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

## 10 Piece by piece

When all the data for the game is available, the production machines in the Czech Republic are switched on: first the printed covers for the telescope box are cut into rectangles, then stamped into shape and finally laminated onto a cardboard box blank.



## 11. Handcrafting

The figurines witch, wizard, princess and sorcerer's apprentice are bagged best by hand. Before this is done, an employee carefully removes the casting residue from the figurines, so that they have a smooth surface for playing.



## 12. The production line

Many busy hands fill the freshly produced game boxes with the cardboard box insert, the 26 towers, the cards for their top side, the playing cards, the game board, the figurines, the game rules in four languages; altogether this involves a countless number of manual tasks!



## 13. Ready to ship

Wrapped in protective film, the newly produced units of "3D Labyrinth" roll off the production line. From there they will be brought directly to Ravensburg, from where the games are delivered to retailers in Germany, Austria, Switzerland, the Netherlands, France, Italy, Spain and Eastern Europe.



## 14. Up, up and away!

At home, children and parents are delighted that the new version of the popular Labyrinth game is easy to play from the start. They excitedly go on a treasure hunt, which now takes them up and down. It's still the same fun game: only now they get to move entire rows of towers!



*(4.803 characters incl. blanks)*

**Ansprechpartner:**

Katrin Seemann

PR Manager

Tel: 0751-86-1636

[katrin.seemann@ravensburger.de](mailto:katrin.seemann@ravensburger.de)

Robert-Bosch-Straße 1

D-88214 Ravensburg

[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

## 3D Labyrinth

The paths of the 3D Labyrinth ascend on towers of different heights. The aim is to adeptly climb up and down these paths in order to find the hidden treasures first. But especially big differences in altitude can only be overcome with the appropriate magic card. Another new feature is a visit to the magic rune stone, without which even the most skilled climber is unable to win the game. But thanks to the well-known rule of moving entire rows, treasure hunters of seven years and older get the hang of it very quickly. They'll experience the popular sliding fun in the third dimension with the labyrinth of towers.

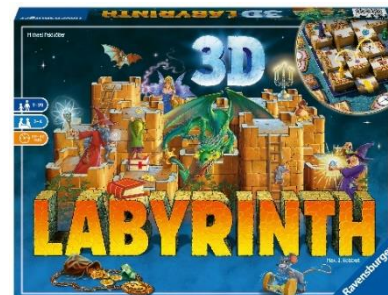
## 3D Labyrinth

From Max J. Kobbert and Michael Feldkötter

For 2 - 4 players 7 years and older

€ 34.99 (RRP)

Release date September 2019



## About Ravensburger

Ravensburger AG is an international group with a long tradition and solid values. Its mission is "Playful Development". The company's most important brand mark is the blue triangle, which stands for fun, education, and togetherness. Ravensburger is one of the leading brands for puzzles, games, and activity products in Europe as well as for children's and youth books in the German-speaking region. Toys with the blue triangle are sold worldwide, and the international brands BRIO and ThinkFun supplement the Group's portfolio. Ravensburger had 2,153 employees and achieved net revenue of EUR 491.5 million in 2018.

**Ansprechpartner:**

Katrin Seemann

PR Manager

Tel: 0751-86-1636

[katrin.seemann@ravensburger.de](mailto:katrin.seemann@ravensburger.de)

Ravensburger AG

Robert-Bosch-Straße 1

D-88214 Ravensburg

[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

## Ravensburger Spieleneuheiten Herbst 2019

### Für die ganze Familie

#### **Big Money**

Bei diesem Würfelspiel dreht sich alles um die dicke Kohle. Wer am Zug ist, hat drei Würfe, um sich so viel Schotter wie möglich zu erwürfeln. Für ein Pärchen zum Beispiel gibt es fünf Zillionen, für eine kleine Straße zwölf Zillionen und für fünf gleiche Zahlen sogar 30 Zillionen. Der zusätzlich gewürfelte „Branchenwürfel“ zeigt an, für welche Branche man zusätzlich Geld kassieren darf. Denn pro Runde kann sich jeder Spieler eine Aktie aus verschiedenen Branchen kaufen wie Unterhaltung, Reisen oder Technologie. Hat er von der angezeigten Branche mehr als eine Aktie, gibt's einen Bonus obendrauf. Doch als Aktienbesitzer erwarten einen auch schlechte Börsennews. Zeigt der Branchenwürfel das „Börsen-Schwein“, muss man meist ordentlich blechen oder Aktien wieder abgeben. Hat die Bank das letzte Scheinchen ausgezahlt, ist das Spiel sofort beendet. Der Spieler mit den meisten Moneten gewinnt.

*Für 2 bis 5 Spieler ab 8 Jahren, 25,99 Euro (UVP), **ET September 2019***

#### **3D Labyrinth**

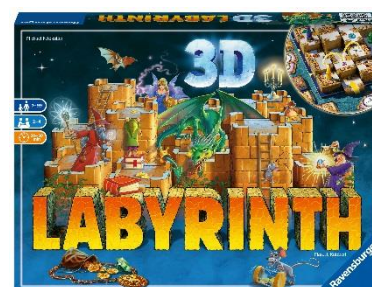
Bei dem legendären Ravensburger Spieleklassiker geht es jetzt hoch hinaus: Im „3D Labyrinth“ erheben sich die Wege auf verschieden hohe Türme. Die gilt es geschickt rauf und runter zu klettern, um am schnellsten die gesuchten Schätze zu finden. Doch besonders große Höhenunterschiede lassen sich nur mit der passenden Zauberkarte überwinden. Neu ist auch der Besuch beim magischen Runenstein, ohne den kein noch so cleverer Kletterkünstler gewinnt. Aber dank der bekannten Regel mit dem Verschieben ganzer Reihen finden sich Schatzsucher ab sieben Jahren schnell zurecht. Denn in dem Labyrinth der Türme erleben sie den beliebten Schiebespaß einfach in der dritten Dimension.

*Für 2 bis 4 Spieler ab 7 Jahren, von Max J. Kobbert und Michael Feldkötter, 34,99 Euro (UVP), **ET September 2019***



Bilddaten und Presstext zum Herunterladen unter

[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)



**Ansprechpartner:**

Katrin Seemann

PR Manager

Tel: 0751-86-1636

[katrin.seemann@ravensburger.de](mailto:katrin.seemann@ravensburger.de)

Ravensburger AG

Robert-Bosch-Straße 1

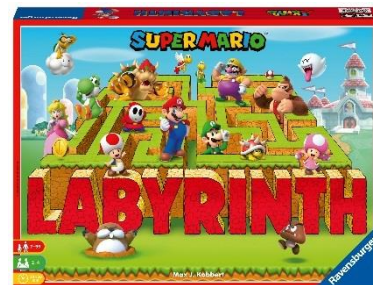
D-88214 Ravensburg

[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

## Super Mario Labyrinth

Super Mario ist eine der populärsten Videospiele-Figuren. Zusammen mit seinem Bruder Luigi, Yoshi, Peach, Donkey Kong und vielen weiteren Figuren aus den Super Mario™ Spielen wartet er darauf, im Labyrinth gefunden zu werden. Dazu müssen die Spieler die Wege-Karten im Labyrinth geschickt und vorausschauend verschieben. Nur so entstehen neue Wege, die zu den gesuchten Figuren führen. Labyrinth – der schlaue Schiebepaß. Einfach zu spielen, aber immer wieder spannend!

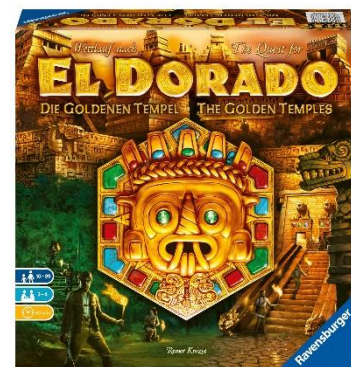
Für 2 bis 4 Spieler ab 7 Jahren, von Max J. Kobbert, 34,99 Euro (UVP), © 2019 Nintendo, **ET September 2019**



## Wettlauf nach El Dorado – Die goldenen Tempel

Die Expeditionen sind endlich in El Dorado angekommen und die Spieler machen sich auf die Suche nach dem sagenumwobenen Goldschatz. Doch in den Tempelanlagen lauern überall Gefahren, vor denen sie sich in Acht nehmen müssen. Neben einem guten Gespür und der richtigen Taktik brauchen die Spieler ein passendes Kartendeck, um den Schatz als Erster zu entdecken. „Die goldenen Tempel“ ist ein eigenständiges Spiel, es kann aber auch mit dem Basisspiel und der Erweiterung „Helden & Dämonen“ kombiniert werden.

Für 2 bis 4 Spieler ab 10 Jahren, von Reiner Knizia, 39,99 Euro (UVP), **ET Oktober 2019**



## LOGO – Das große Quizspiel der Marken

Täglich sind wir von Marken umgeben. Überall sehen wir Produkte und alle haben ein Logo. „LOGO – Das große Spiel der Marken“ ist ein Quizspiel für die ganze Familie. Alle Fragen drehen sich um beliebte Produkte und Marken. Wer kennt die Werbeslogans am besten? Wer hat am Ende die Nase vorne? Ob im Team oder allein – hier punktet, wer sich gut auskennt.

Für 2 bis 6 Spieler ab 12 Jahren, 39,99 Euro (UVP), **ET September 2019**



**Ansprechpartner:**

Katrin Seemann

PR Manager

Tel: 0751-86-1636

[katrin.seemann@ravensburger.de](mailto:katrin.seemann@ravensburger.de)

Ravensburger AG

Robert-Bosch-Straße 1

D-88214 Ravensburg

[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

## Für Partymacher

**Yeah or Nope** – Das „Jetzt erzähl mal ...“-Partyspiel mit den schrägen Geschichten

Allein die Schachtel mit den schwarz-goldenen Wendepailletten und dem Schriftzug „Yeah or Nope“ ist ein origineller Blickfang und könnte glatt als trendige Clutch durchgehen. Drin steckt aber ein Partyspiel der Marke „fishtank“ mit schrägen Geschichten. Eine oder einer aus der Gruppe sucht sich ein Ereignis aus den Karten aus, zum Beispiel: „Ich bin gegen eine Glastür gelaufen“, „ich habe eine Überraschungsparty verdorben“ oder „ich habe schon mal jemanden in einer Abstellkammer geküsst“. Jetzt gilt es für alle anderen mit ausgewählten Situationsplättchen zu tippen, unter welchen Umständen das genau geschah, etwa „bei der Arbeit“, „betrunken“ oder „und es endete schlimm“. Jetzt kommt die Pailletten-Schachtel ins Spiel. Mit dieser verrät der Erzähler oder die Erzählerin, ob die Kombination aus Erlebnis und Situation wahr oder falsch ist, und wischt dementsprechend die Pailletten auf „Yeah“ oder „Nope“. Für richtige Tipps gibt es Punkte, bei falschen Tipps ist man raus. Wer kennt seine Freunde und Freundinnen am besten? Wer am Ende die meisten Punkte hat, gewinnt das Spiel.

Für 3 bis 8 Spieler ab 16 Jahren, 29,99 Euro (UVP), **ET September 2019**



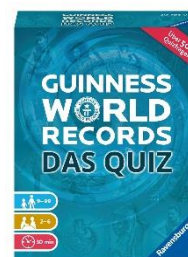
## Ravensburger Kartenspiele und „Die flotten Kleinen“

### **Guinness World Records – Das Quiz**

In diesem Rekorde-Quiz im Taschenformat stecken über 500 Fragen zu verrückten und verblüffenden Höchstleistungen. Was ist tödlicher: Haie oder Selfies? Wo liegt der Rekord für den 100-Meter-Lauf auf High Heels? Und können Säugetiere tatsächlich explodieren? Dank der großen Themenvielfalt kann hier jeder mitraten. Und besonders Wagemutige können direkt doppelt punkten. Doch Vorsicht: Wer zu viel wagt, der verliert seine Punkte schneller als man für 100 Meter auf High Heels braucht ...

Für 2 bis 4 Spieler ab 9 Jahren, 9,99 Euro (UVP), © Guinness World Records Limited,

**ET September 2019**



### **Super Mario Level 8**

Karten sammeln, Karten ablegen und sich mit Super Mario, Luigi, Wario, Yoshi und den Prinzessinnen Peach und Daisy Level für Level zum Sieg spielen. Wer mit etwas Glück und Taktik die geforderten Karten-Kombinationen am schnellsten auslegen kann, wird die 8 Level als Erster schaffen und das Spiel gewinnen.

Für 2 bis 6 Spieler ab 8 Jahren, 9,99 Euro (UVP), © 2019 Nintendo, **ET September 2019**



**Ansprechpartner:**

Katrin Seemann

PR Manager

Tel: 0751-86-1636

[katrin.seemann@ravensburger.de](mailto:katrin.seemann@ravensburger.de)

Ravensburger AG

Robert-Bosch-Straße 1

D-88214 Ravensburg

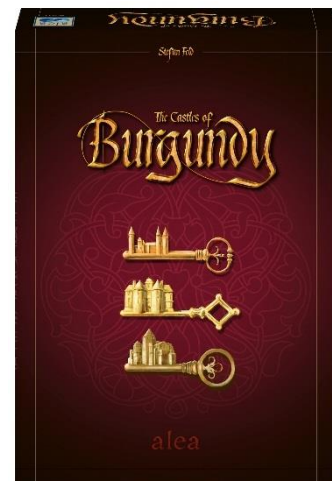
[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

## Für Strategen und Vielspieler

### **Die Burgen von Burgund**

Das Tal der Loire im 15. Jahrhundert. Als einflussreiche Fürsten setzen die zwei bis vier Spieler alles daran, ihre Ländereien durch überlegten Handel und Wandel aufblühen zu lassen. Zwei Würfel geben ihnen die Möglichkeiten vor, doch die Entscheidungen treffen letztlich nur die Spieler. Ob Warenhandel oder Viehwirtschaft, ob Städtebau oder Wissensfortschritt, viele verschiedene Wege führen zu Wohlstand und Ansehen für das eigene Fürstentum. Die Neuauflage eines der erfolgreichsten Strategiespiele der letzten Jahre erscheint anlässlich des 20. Jubiläums der Marke alea nicht nur im neuen, edlen Design und neuer Ausstattung. Es enthält alle bisherigen zehn Erweiterungen plus eine neue Erweiterung.

*Für 2 bis 4 Spieler ab 12 Jahren, von Stefan Feld, 44,99 Euro (UVP), **ET Oktober 2019***



### **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. 2.153 Mitarbeiter erwirtschafteten 2018 einen Umsatz von 491,5 Millionen Euro.

## Ansprechpartner:

Ulrica Griffiths  
Presseansprechpartner für ThinkFun  
Griffiths Consulting  
Tel.: +49 (0)89 17 92 87 82  
[ug@griffiths-consulting.de](mailto:ug@griffiths-consulting.de)  
Hans-Stießberger-Str. 2b  
D-85540 München-Haar

## Logik- und Denkspiel

### **Domino Maze™: Knobeln bis zur Kettenreaktion**

**ThinkFun bringt den Dominoeffekt auf die nächste Ebene: Domino Maze™ ist ein neues Logikspiel über bis zu zwei Etagen, das den Spieler am Ende jeder Aufgabe mit einer faszinierenden Kettenreaktion belohnt. Nur wenn die Dominosteine in richtiger Reihenfolge zwischen Drehachsen, Toren und Wänden angeordnet sind, tritt der Dominoeffekt ein – Gehirntraining inklusive.**

Das klassische Dominospiel ist wahrscheinlich eines der ältesten Gesellschaftsspiele. Im 13. Jahrhundert schon importierte es angeblich Marco Polo aus China nach Europa. Heute ist besonders die Variante beliebt, bei der die Spieler zuerst die Steine aufbauen und sie anschließend umwerfen. Die immer wieder faszinierende Kettenreaktion spielt auch bei Domino Maze™ eine zentrale Rolle. Das Lösen der Logikrätsel erfordert Fingerspitzengefühl und, wie bei allen ThinkFun-Spielen, Köpfchen.

#### **Drehachsen, Wände und Tore: Domino geht auch anders**

Domino Maze™ besteht aus einem Spielbrett, bunten Dominosteinen sowie zusätzlichen Helfern und Hindernissen wie Treppen, Drehachsen, Blockern und Wänden. Drehachsen stupsen die Steine in verschiedene Richtungen, Treppen sorgen dafür, dass die Dominosteine auf eine zweite Etage gelangen und von dort wieder runterwandern. Am Anfang jeder Spielrunde gibt die Aufgabenkarte die Ausgangsposition des ersten Dominosteins und weiterer Spielsteine auf dem Spielfeld an. Zudem bestimmen Zieltore, wo die Dominokette entlang muss. Der Spieler versucht nun, eine vorgegebene Anzahl an Domino- und Spielsteinen so zu platzieren, dass am Ende der Dominoeffekt eintritt und alle Steine umfallen.

Die 60 Aufgaben bei Domino Maze™ werden mit jedem Level etwas schwieriger. Der sanfte Anstieg des Schwierigkeitsgrades bis hin zur Stufe „Experte“ motiviert zum Dranbleiben. Das Spiel steigert die Konzentrationsfähigkeit, das räumliche Vorstellungsvermögen und trainiert spielerisch die Fähigkeit, logisch zu denken.

#### **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. 2.153 Mitarbeiter erwirtschafteten 2018 einen Umsatz von 491,5 Millionen Euro.



#### **Domino Maze™**

für 1 Spieler  
ab 8 Jahren  
39,99 € (UVP)  
Autor: Raphael Meyers

**ET November 2019**

Bilddaten und Presstext zum Herunterladen unter  
[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

Weitere Informationen zu ThinkFun Spielen unter  
[www.thinkfun.de](http://www.thinkfun.de)



## Ansprechpartner:

Ulrica Griffiths  
Presseansprechpartner für ThinkFun  
Griffiths Consulting  
Tel.: +49 (0)89 17 92 87 82  
[ug@griffiths-consulting.de](mailto:ug@griffiths-consulting.de)  
Hans-Stießberger-Str. 2b  
D-85540 München-Haar

## Denk- und Logikspiel

## Invasion of the Cow Snatchers™: Außerirdisch guter Denkspaß mit Aliens, Kühen und Magneten

Invasion of the Cow Snatchers™ von ThinkFun fasziniert Kinder ebenso wie Knobelfans mit Sinn für abgedrehten Humor! Das raffinierte Denkspiel mit Magneten versetzt den Spieler in die Rolle eines Aliens. Mit seinem UFO versucht er Kühe zu entführen, parkt zwischenzeitlich sein tierisches Diebesgut auf Kornkreisen und stößt dabei auf Hindernisse in Form von Scheunen, Heuballen oder Zäunen.

Seit den 70er Jahren kursieren die wildesten Verschwörungstheorien um Aliens, die Kühe entführen, um diese zu erforschen. Immer wieder gibt es neue angebliche Beweise, dass fliegende Untertassen über Bauernhöfe schweben und Rinder hochbeamten. ThinkFun hat daraus ein lustiges Denkspiel gemacht: „Invasion of the Cow Snatchers™“ – Invasion der Kuhdiebe.

### Die Herausforderung lautet: UFO lenken und Kühe entführen

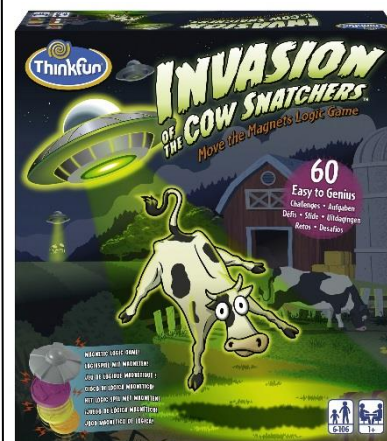
Der Spieler schwebt mit seinem magnetischen UFO über das Spielbrett mit dem Ziel, alle Kühe aufzusammeln und wegzufliegen. Als letztes muss der rote Bulle vom Bauernhof hochgebeamt werden. Je mehr Kühe an der fliegenden Untertasse haften, desto schwieriger wird es, die unterschiedlich hohen Hindernisse wie Scheunen, Heuballen und Zäune zu überwinden. Ab dem Genie-Level wartet eine ganz besondere Herausforderung auf die Viehdiebe: Hochgebeamte Kühe müssen zwischenzeitlich auf Kornkreisen abgestellt und am Ende wieder aufgesammelt werden.

Durchhaltevermögen, Geschicklichkeit und Weitblick sind gefragt.

60 Aufgaben in fünf unterschiedlichen Schwierigkeitsstufen halten den UFO-Piloten auf Trab. **Invasion of the Cow Snatchers™** ist bereits für Kinder ab sechs Jahren geeignet und ab September im Handel erhältlich.

### 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. 2.153 Mitarbeiter erwirtschafteten 2018 einen Umsatz von 491,5 Millionen Euro.



### Invasion of the Cow Snatchers

für 1 Spieler  
ab 6 Jahren  
39,99 € (UVP)  
Autor: Bob Hearn

**ET September 2019**

Bilddaten und Presstext zum Herunterladen unter [www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

Weitere Informationen zu ThinkFun Spielen unter [www.thinkfun.de](http://www.thinkfun.de)





**Ansprechpartner:**

Michaela Magin  
PR Manager  
Tel: 0751-86-1020  
[michaela.magin@ravensburger.de](mailto:michaela.magin@ravensburger.de)  
Ravensburger AG  
Robert-Bosch-Straße 1  
D-88214 Ravensburg  
[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

## Die neuen Kinderspiele Herbst 2019

### Eye Eye, Captain!

Achtung Möwendreck an Deck! Und der Captain hat dort auch noch sein Glasauge verloren. Kreuz und quer kullert es über das Schiff und schubst das eine oder andere Häufchen ausgerechnet in die Kombüse! Da müssen zwei bis vier Matrosen ran an die Zange und geschickt die Häufchen einsammeln, bevor sie in der Suppe landen. Welche Farbe sie haben sollen, bestimmt der Würfel. Aber der dreht sich ständig und macht das Durcheinander an Deck nur noch größer. Schafft es die Mannschaft, mehr Möwendreck einzusammeln, als in der Schiffsküche landet? In zwei weiteren Varianten des rasanten Aktionsspiels räumen die Matrosen das Deck um die Wette auf.

Für 2 bis 4 Spieler **ab 4 Jahren**, von Helmut Punke, für (UVP) 34,99 Euro im Handel,  
**ET Oktober 2019**

### Nuss voraus!

Herbert, das Eichhörnchen, hat im Wald Nüsse versteckt. Leider hat er vergessen, wo sie liegen. Die Kinder helfen ihm, seine Vorräte zu finden und versuchen ihr Glück: Schritt für Schritt würfeln sie sich mit dem elektronisch unterstützten Eichhörnchen über den Waldboden. Plötzlich fängt es hörbar an zu buddeln und alle sind gespannt: „Aha!“ verkündet es freudig, eine Nuss! Doch braun oder golden ist jetzt die Frage, denn letztere beschert dem jeweiligen Spieler eine Super-Nuss, die sie doppelt zählen lässt – doch nur solange, bis der nächste auf Gold stößt und sie ihm abnimmt. Also Nervenkitzel bis zum Schluss, wenn der Erste vier Nüsse hat und das spannende Suchspiel gewinnt. Für ältere Kinder ab 5 Jahren bietet es noch eine Spielvariante, bei der es um schnelle Reaktion geht.

Für 2 bis 4 Kinder **ab 4 Jahren**, von Kai Haferkamp, für (UVP) 39,99 Euro im Handel,  
**ET September 2019**

### 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. 2.153 Mitarbeiter erwirtschafteten 2018 einen Umsatz von 491,5 Millionen Euro.



Bilddaten und Presstext zum Herunterladen unter  
[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

Weitere Informationen zu Ravensburger Spielen unter  
[www.ravensburger.de](http://www.ravensburger.de)



**Ansprechpartner:**

Michaela Magin

PR Manager

Tel: 0751-86-1020

[michaela.magin@ravensburger.de](mailto:michaela.magin@ravensburger.de)

Ravensburger AG

Robert-Bosch-Straße 1

D-88214 Ravensburg

[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)Kinderspiel

## Möwendreck schnappen, bevor er in der Suppe landet



Foto: Heidi Velten / Ravensburger

Im Ravensburger Kinderspiel „Eye, Eye, Captain!“ heißt es „Achtung, Möwendreck an Deck!“. Und dort hat der Kapitän auch noch sein Glasauge verloren. Kreuz und quer kullert es über das Schiff und schubst das eine oder andere Häufchen ausgerechnet in die Kombüse! Da müssen zwei bis vier Matrosen ab vier Jahren ran an die Zange und geschickt die Häufchen schnappen, bevor sie in die Suppe geraten!

Hmmm, wie das duftet... unten in der Schiffsküche kocht Smutje gerade eine leckere Mahlzeit. Doch oben an Deck herrscht helle Aufregung: Zwölf Möwendrecke drohen, bei dem Geschaukel und Geschubse durch die offenen Luken zu rutschen – direkt in den Suppentopf! Da muss die ganze Mannschaft zusammenhelfen und für Abhilfe sorgen. Die Spieler versuchen reihum, mit einer Zange die Häufchen einzusammeln. Doch der Würfel bestimmt die Farbe des Möwendrecks, der von Bord soll: also erstmal umdrehen und sich die Farbe merken, falls sie nicht passt. Gar nicht so einfach. Währenddessen rollt das tennisballgroße Glasauge unermüdlich hin und her und schubst nicht nur die Häufchen, sondern auch den achtseitigen Würfel herum. Da helfen nur ein blitzschnelles Reaktionsvermögen, Fingerspitzengefühl und ein gutes Gedächtnis.

**Eye, Eye, Captain!**

von Helmut Punkte

für 2 bis 4 Spieler

ab 4 Jahren

Für 34,99 € (UVP)

**ET Oktober 2019**

Bilddaten und Presstext zum Herunterladen unter

[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

Weitere Informationen

zu Ravensburger Spielen unter

[www.ravensburger.de](http://www.ravensburger.de)

**Ansprechpartner:**

Michaela Magin

PR Manager

Tel: 0751-86-1020

[michaela.magin@ravensburger.de](mailto:michaela.magin@ravensburger.de)

Ravensburger AG

Robert-Bosch-Straße 1

D-88214 Ravensburg

[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

Schon wieder ist ein Häufchen durch die Luke gerutscht! Gelingt es den Matrosen, gemeinsam mehr Vogeldreck von Bord zu schaffen oder landet das meiste in der Kombüse? Für Leichtmatrosen ab vier Jahren bietet „Eye, Eye, Captain!“ ein turbulentes Sammel-Spiel, bei geschlossenen Luken und ohne Farbwürfel. Echte Seebären ab sechs Jahren liefern sich dagegen einen wahren Wettkampf um das beste Gedächtnis und die meisten Gewinnchips.

**Eye, Eye, Captain!** ist ein aktionsreiches Kinderspiel mit einem elektronisch bewegten Auge für zwei bis vier Kinder ab vier Jahren. Die Idee stammt von Helmut Punke. Das Spiel ist ab Oktober für (UVP) 34,99 € im Handel erhältlich.

*(1.944 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. 2.153 Mitarbeiter erwirtschafteten 2018 einen Umsatz von 491,5 Millionen Euro.

**Ansprechpartner:**

Katrin Seemann

PR Manager

Tel: 0751-86-1636

[katrin.seemann@ravensburger.de](mailto:katrin.seemann@ravensburger.de)

Robert-Bosch-Straße 1

D-88214 Ravensburg

[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

## Adventskalender

### Exit Adventskalender

Das geheimnisvolle Schloss

Dieser Advent wird spannend, denn nicht nur ein Exit-Raum wartet auf leidenschaftliche Rätselfreunde, sondern 24! Jeder Tag bietet eine neue Knobelaufgabe in dem geheimnisvollen Schloss. Die Lösung führt zu einem Symbol, hinter dem sich ein Türchen mit dem nächsten Hinweis verbirgt. Denn die Mission des Kalenders lautet, den Wichtel Remigius zu finden, der das Schloss der Familie erobert hat. Gelingt es dem Exit-Fan, mit Kombinationsgabe, Fantasie und Kreativität dieses Versteck zu finden und das Schloss bis Weihnachten wieder in Familienbesitz zu bringen?

Für Rätselfreunde **ab 10 Jahren**, von Johannes Schiller, 24,99 Euro (UVP), **ET September 2019**

(692 Zeichen mit Leerzeichen)



#### Exit Adventskalender

ab 10 Jahren  
24,99 Euro (UVP)

**ET September 2019**

Bilddaten und Presstext zum Herunterladen unter [www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

Weitere Informationen zu Ravensburger Produkten unter [www.ravensburger.de](http://www.ravensburger.de)



### 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. 2.153 Mitarbeiter erwirtschafteten 2018 einen Umsatz von 491,5 Millionen Euro.



**Ansprechpartner:**

Katrin Seemann

PR Manager

Tel: 0751-86-1636

[katrin.seemann@ravensburger.de](mailto:katrin.seemann@ravensburger.de)

Robert-Bosch-Straße 1

D-88214 Ravensburg

[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

## EXIT Puzzle

## Puzzeln und Knobeln – Nervenkitzel aus 759 Teilen

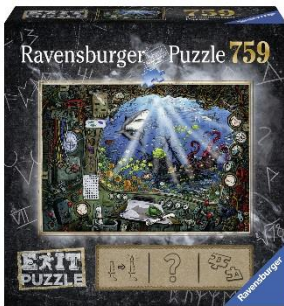
Das EXIT-Fieber auf den Ravensburger Puzzles breitet sich weiter aus: Nach den ersten sechs Motiven kommen im September zwei weitere hinzu, die ebenfalls spannenden Puzzle- und Knobelspaß versprechen. Das Motiv des EXIT Puzzles ist Teil einer rätselhaften Geschichte, die in dem Geduldsspiel selbst ihre Lösung hat.



Wolfgeschichten (ET Sept. '19)



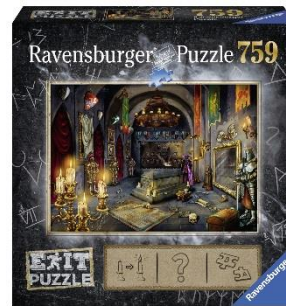
Im Gruselkeller (ET Sept. '19)



Im U-Boot (ET Jan. '19)



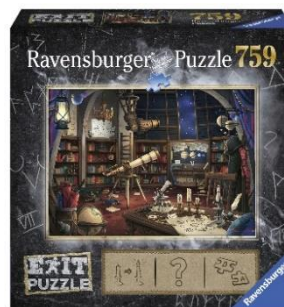
Im Drachenlabor (ET Jan. '19)



Im Vampirschloss (ET Jan. '19)



Die Hexenküche (ET Sept. '18)



Die Sternwarte (ET Sept. '18)



Die Tempelanlage (ET Sept. '18)



**EXIT Puzzles**

von Johannes Schiller

für 1 - 5 Spieler

ab 12 Jahren

13,79 Euro (UVP)

ET September 2019

Weitere Informationen zu Ravensburger Puzzles unter [www.ravensburger.de](http://www.ravensburger.de)



**Ansprechpartner:**

Katrin Seemann

PR Manager

Tel: 0751-86-1636

[katrin.seemann@ravensburger.de](mailto:katrin.seemann@ravensburger.de)

Robert-Bosch-Straße 1

D-88214 Ravensburg

[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

## GraviTrax

### GraviTrax – Die Herbstneuheiten 2019

**Spektakuläre Eyecatcher auf allen Ebenen, das steckt in den vier Erweiterungs-Sets des aktionsreichen Kugelbahnsystems von Ravensburger. Ab September rutschen Kugeln etwa über eine Seilbahn, hüpfen über schwingende Teller, werden vom Jumper nach oben gehoben und bei Bedarf klappt flugs eine Brücke aus und macht den Weg frei, wo vorher noch eine Sackgasse zu sein schien. Spielerisch die Schwerkraft erleben und den Lauf der Kugeln immer wieder aufs Neue durch Magnetismus, Kinetik oder Gravitation verändern, das ist GraviTrax für Kinder wie für Erwachsene.**

#### GraviTrax Seilbahn

Bei der **GraviTrax Seilbahn** saust eine Kugel heran, schubst das Action-Element an und die daran hängende Kugel rutscht nach unten, um ihren Schwung an die nächste weiterzugeben. Damit lassen sich auf spektakuläre Weise weite Streckenabschnitte miteinander verbinden und große Höhenunterschiede überwinden.

Für beliebig viele Spieler **ab 8 Jahren**, 10,99 Euro (UVP), **ET September 2019**

#### GraviTrax Transfer

Ein echter Hingucker ist der **GraviTrax Transfer**: Da rollt eine Kugel ins vermeintlich Leere, um genau im richtigen Moment von einem schwingenden Teller aufgefangen und zum nächsten befördert zu werden! Bis zu dreimal ist das atemberaubende Spektakel hintereinander möglich, ohne dass die Kugel herunterfällt.

Für beliebig viele Spieler **ab 8 Jahren**, 10,99 Euro (UVP), **ET September 2019**

#### GraviTrax Jumper

Der Action-Stein **Jumper** lässt eine Kugel auf ein höheres Level der GraviTrax-Bahn hüpfen: Sobald eine die kleine Arretierung dieses Bausteins passiert, schnellert er mitsamt seiner Ladung nach oben – und bildet gleichzeitig einen Tunnel für nachfolgende Kugeln. Damit lässt sich die Strecke auf interessante Weise vertikal aufteilen.

Für beliebig viele Spieler **ab 8 Jahren**, 10,99 Euro (UVP), **ET September 2019**



#### GraviTrax Erweiterungen

ab 8 Jahren

GraviTrax Seilbahn 10,99 Euro (UVP)

GraviTrax Transfer 10,99 Euro (UVP)

GraviTrax Jumper 10,99 Euro (UVP)

GraviTrax Brücken 20,99 Euro (UVP)

#### ET September 2019

Bilddaten und Presstext zum Herunterladen unter

[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

Weitere Informationen zu GraviTrax finden Sie unter

[www.gravitrax.de](http://www.gravitrax.de)



**Ansprechpartner:**

Katrin Seemann

PR Manager

Tel: 0751-86-1636

[katrin.seemann@ravensburger.de](mailto:katrin.seemann@ravensburger.de)

Robert-Bosch-Straße 1

D-88214 Ravensburg

[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

## GraviTrax Brücken

Beim **GraviTrax Brücken-Set** können kleine und große Baumeister mit drei originellen Varianten experimentieren. Von den grünen Brückenteilen lassen sich bis zu vier aneinanderstecken und aufrollen. Was für eine Überraschung, wenn eine Kugel kommt und sie sich plötzlich auseinanderklappen! So wird das gegenüberliegende Ende der Bahn erreicht und die Kugel kann passieren. Nervenkitzel pur versprechen dagegen die dünnen, langen Schienen: Darauf rast eine Kugel blitzschnell und waghalsig, denn sie sind transparent und wirken umso filigraner. Dasselbe gibt es in diesem Set auch in breit und mit Stegen - zum Abbremsen der Kugeln. Schließlich kommt es beim Bahnbau auch mal auf das richtige Timing an!

Für beliebig viele Spieler **ab 8 Jahren**, 20,99 Euro (UVP), **ET September 2019**



### 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. 2.153 Mitarbeiter erwirtschafteten 2018 einen Umsatz von 491,5 Millionen Euro.



**Ansprechpartner:**

Katrin Hanger

PR Manager

Tel: 0751-86-1636

[katrin.hanger@ravensburger.de](mailto:katrin.hanger@ravensburger.de)

Ravensburger AG

Robert-Bosch-Straße 1

D-88214 Ravensburg

[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

## Erfolgsgeschichte

## GraviTrax auf Erfolgskurs

**Vom Markt-Neuling zum Bestseller: GraviTrax, das innovative Kugelbahnsystem mit den physikalischen Action-Steinen war nach Einführung in Deutschland im Herbst 2017 schon nach wenigen Monaten ausverkauft. Die Nachfrage ist ungebrochen. Mittlerweile bauen kleine und große Tüftler in aller Welt kreative Streckenverläufe, allein oder im Wettbewerb, haptisch oder digital, zum Physiklernen oder einfach zum Spaß. Die interessantesten Stationen auf der Laufbahn von GraviTrax:**



### 01/2017: Startschuss mit Prominenz

Auf der Press Preview der Spielwarenmesse in Nürnberg präsentieren die deutschen **Moderatoren und Comedians Bernhard Hoecker und Wigald Boning** erstmals das neue „Spiel mit der Schwerkraft“.

### 02/2017: Die erste Auszeichnung

Der Verband der Deutschen Spielzeugindustrie schaut sich alle Messe-Neuheiten an und nominiert GraviTrax zum „**Top 10 Spielzeug**“.

### 07/2017: Premiere fürs Publikum

Bei der **GraviTrax Challenge** auf sieben Spielefestivals in Deutschland erleben Kinder und ihre Eltern erstmals schon vor Markteinführung, welche



### **GraviTrax**

Spielerisch Schwerkraft erleben

ab 8 Jahren

Starter-Set 54,99 € (UVP)

Action-Steine 10,99 € (UVP)

Erweiterungen 20,99 € (UVP)

Bilddaten und Presstext zum

Herunterladen unter

[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

Weitere Informationen zu GraviTrax

unter [www.gravitrax.de](http://www.gravitrax.de)



Copyright: Erol Gurian / Ravensburger





**Ansprechpartner:**

Katrin Hanger

PR Manager

Tel: 0751-86-1636

[katrin.hanger@ravensburger.de](mailto:katrin.hanger@ravensburger.de)

Ravensburger AG

Robert-Bosch-Straße 1

D-88214 Ravensburg

[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

Faszination das Bauen mit Schienen, Höhensteinen und den innovativen Action-Steinen auslöst.

09/2017: Fulminanter Start im Handel

Am 1. September kommen ein **Starterset** und sechs **Erweiterungs-Sets** in Deutschland, Österreich und der Schweiz erstmals in die Läden. Sie werden schnell zum Kassenschlager. Parallel wird die **GraviTrax App für iOS und Android** live geschaltet – für coole Ideen unterwegs oder, mit entsprechender Brille und Smartphone, in virtueller Realität.

11/2017: Ausverkauft!

Kurz vor Weihnachten ist GraviTrax vielerorts nicht mehr zu bekommen. Die Sets werden daraufhin im Internet zu Höchstpreisen gehandelt.

01/2018: Nachschub in XXL

Die eifrigsten Baumeister können nicht genug bekommen, Ravensburger reagiert mit dem **Starterset XXL**. Darin sind 400 Einzelteile (statt 100) enthalten wie Bodenplatten, Höhensteine, Kunststoffschienen und jede Menge originelle Action-Steine.

07/ 2018: Ein Brautschleier als Action-Stein?

Die Designer von Ravensburger experimentieren laufend mit kreativen Ideen und Materialien für Prototypen. Bei der Entwicklung des Action-Steins „Trampolin“ diente etwa ein ausrangierter Brautschleier als Schwunggeber für heranrollende Kugeln.

08/2018: Weltrekord in Berlin

Ravensburger baut die **größte GraviTrax-Bahn der Welt**: Mit dem jungen Kugelbahnprofi und Youtuber Jelle Bakker (Jelle's Marbel Runs) entsteht in der Galeria Kaufhof am Alexanderplatz in anderthalb Wochen eine 246 Meter lange Super-Bahn aus mehr als 20.000 Einzelteilen und unzähligen Action-Raffinessen.

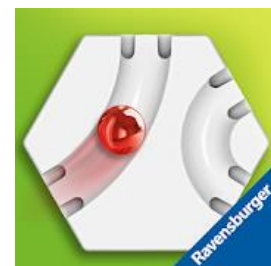
<https://www.youtube.com/watch?v=IOOinwTHrcc>

09/2018: GraviTrax-Welle rollt durch Europa

Außer im deutschsprachigen Raum interessieren sich jetzt auch die Nachbarländer **Belgien** und die **Niederlande** für die neue Kugelbahn. Auch **Italien, Frankreich, das Vereinigte Königreich** und **Spanien, Polen, Tschechien, Slowakei, Rumänien, Ungarn, Schweden, Dänemark** werden damit beliefert.

09/2018: Jump in die USA und bis Down Under

Der Bestseller erobert auch die USA und Australien.



GraviTrax App



Copyright: Erol Gurian / Ravensburger

**Ansprechpartner:**

Katrin Hanger

PR Manager

Tel: 0751-86-1636

[katrin.hanger@ravensburger.de](mailto:katrin.hanger@ravensburger.de)

Ravensburger AG

Robert-Bosch-Straße 1

D-88214 Ravensburg

[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

## 10/2018: GraviTrax als Lehrmittel?

Zwei engagierte Lehrer in Esslingen setzen die Kugelbahn versuchsweise im **Physikunterricht** mit Achtklässlern ein. Ihr Ergebnis: Beim aktiven Umgang mit Schienen und Actionsteinen verstehen die Schüler viel besser, wie Kinetik, Gravitation oder Magnetismus funktionieren. Und sie sind zum Lernen motiviert.

## 11/2018: Ausgezeichnet!

In **Belgien** und in den **Niederlanden** wird GraviTrax mit dem „**Speelgoed van het Jaar**“ (Spiel des Jahres) prämiert. Im **Vereinigten Königreich** und in den **USA** wird GraviTrax mehrfach auf pädagogischen Internet-Plattformen für Eltern prämiert.

## 12/2018: Kometenhafte Verkaufsentwicklung

Bisher hat Ravensburger 55 Millionen Höhensteine verkauft. Würde man alle aufeinander stecken, wäre der Turm 550 km hoch. Zum Vergleich: Die ISS ist 400 km von der Erde entfernt.

## 01/2019: Noch dreimal „Spiel des Jahres“ in Europa

In **Polen** wird GraviTrax zum „Zabawka Roku“, in **Schweden** zum „Årets Leksak 2019“. Auch die Italiener wählen die Kugelbahn aus Deutschland zum „**Toy Of The Year 2018**“.

## 10/2019: GraviTrax erobert die Welt

Ab Herbst ist der Bestseller nicht nur in **Israel**, auf **Island**, in **Norwegen**, **Finnland**, dem **Baltikum**, **Griechenland** und der **Türkei** erhältlich, sondern auch in den **Vereinigten Arabischen Emiraten**, in **China**, **Hongkong**, **Taiwan**, **Korea** und **Japan**.

*(4.349 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. 2.153 Mitarbeiter erwirtschafteten 2018 einen Umsatz von 491,5 Millionen Euro.



Copyright: Heidi Velten / Ravensburger



GraviTrax Trailer 2019 - with New Stones!

GraviTrax Trailer mit neuen Erweiterungen Herbst 2019

**Contact:**

Katrin Hanger  
PR Manager Tel: +49 (0)751-86-1636  
[katrin.hanger@ravensburger.de](mailto:katrin.hanger@ravensburger.de)

Ravensburger AG  
Robert-Bosch-Straße 1  
D-88214 Ravensburg  
[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

## Success story

## GraviTrax's Road to Success

**From market newbie to best seller: GraviTrax, the innovative marble track system with physical action accessories, sold out in mere months after its introduction in Germany in Fall 2017. The demand has remained strong. Now big and little tinkerers around the world are creating innovative track routes, on their own or in competitions, hands-on or digitally, to learn physics or just for fun. The most interesting points along the GraviTrax track:**



### January 2017: Kick-off with VIPs

At the Nuremberg Toy Fair press preview, the German **presenters and comedians Bernhard Hoëcker and Wigald Boning** first introduce the new "Game with Gravity."

### February 2017: The first award

The Association of the German Toy Industry takes a look at all of the new products at the fair and nominates GraviTrax as one of the **"Top 10 Toys."**

### July 2017: The public debut

During the **GraviTrax Challenge** at seven game festivals in Germany, children and their parents become fascinated for the first time by the concept of building with tracks, height tiles and innovative action accessories even before their market launch.



### **GraviTrax**

The fun way to experience gravity

8 years and upwards

Starter Set (RRP) EUR 54,99 (UVP)  
Extras: Action accessories (RRP) EUR 10,99 (UVP)  
Components (RRP) EUR 20,99 (UVP)

Picture data and press release can be downloaded at

[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

Further Information about GraviTrax at

[www.gravitrax.de](http://www.gravitrax.de)



Copyright: Erol Gurian / Ravensburger



**Contact:**

Katrin Hanger  
PR Manager Tel: +49 (0)751-86-1636  
[katrin.hanger@ravensburger.de](mailto:katrin.hanger@ravensburger.de)

Ravensburger AG  
Robert-Bosch-Straße 1  
D-88214 Ravensburg  
[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

September 2017: Brilliant beginnings in retail

On the first of September, one **starter set** and six **expansion sets** first hit the stores in Germany, Austria and Switzerland. It quickly becomes a top seller. At the same time, the **GraviTrax app for iOS and Android** goes live – for cool ideas when you're on the move or, with the right glasses and smartphone, in virtual reality.

November 2017: Sold out!

Right before Christmas, it's no longer possible to buy GraviTrax in many places. As a result, the sets are traded online at premium prices.

January 2018: XXL replenishment

The most enthusiastic builders can't get enough and Ravensburger responds with the **Starter Set XXL**. It includes 400 individual components (instead of 100) as well as base plates, height tiles, plastic tracks and a broad assortment of unique action accessories.

July 2018: A wedding veil as an action accessory?

The designers at Ravensburger are constantly experimenting with creative ideas and materials to create prototypes. One example involves a discarded wedding veil, which was used to develop the action accessory "trampoline" to help accelerate approaching balls.

August 2018: World record in Berlin

Ravensburger builds the **world's biggest GraviTrax run**: With the young marble track pro and Youtuber Jelle Bakker (Jelle's Marble Runs), a mega run is created in the Galeria Kaufhof department store on Alexanderplatz in one and a half weeks that is more than 800 feet long (246 meters) and includes more than 20,000 individual components and countless action features.

<https://www.youtube.com/watch?v=IOOinwTHrcc>

September 2018: GraviTrax sweeps through Europe

The marble track goes beyond the German-speaking realm and impresses the neighboring countries **Belgium** and the **Netherlands**. It is now possible to buy it in **Italy, France, the United Kingdom** as well as **Spain, Poland, Czech Republic, Slovakia, Romania, Hungary, Sweden, Denmark**.

September 2018: A leap to the US and Down Under

The best seller now conquers the US and Australia.



GraviTrax App



Copyright: Erol Gurian / Ravensburger



## Contact:

Katrin Hanger  
PR Manager Tel: +49 (0)751-86-1636  
[katrin.hanger@ravensburger.de](mailto:katrin.hanger@ravensburger.de)

Ravensburger AG  
Robert-Bosch-Straße 1  
D-88214 Ravensburg  
[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

## October 2018: GraviTrax as a teaching aid?

Two dedicated teachers in Esslingen experiment with using the marble track to **teach physics** to eighth graders. Their results: Actively using the tracks and action accessories gives the students a much better understanding of how kinetics, gravity and magnetism work. And motivates them to learn!

## November 2018: Award winning!

In **Belgium** and the **Netherlands**, GraviTrax receives the award "**Speelgoed van het Jaar**" (Game of the Year). In the **United Kingdom** and the **US**, GraviTrax is highly acclaimed on educational internet platforms for parents.

## December 2018: Stellar sales developments

Ravensburger has sold 55 million height tiles at this point. If you were to stack them all, they would create a tower with a height of more than 340 miles (550 km). By way of comparison, the International Space Station is about 250 miles (400 km) from Earth.

## January 2019: "Game of the Year" three more times in Europe

GraviTrax is declared "**Zabawka Roku**" in **Poland** and "**Årets Leksak 2019**" in **Sweden**. The Italians also dub the German marble track the "**Toy Of The Year 2018.**"

## October 2019: GraviTrax wins over the world

Starting in fall, the best seller will not only be available in **Israel, Iceland, Norway, Finland, the Baltic region, Greece and Turkey**, but also in the **United Arab Emirates, China, Hong Kong, Taiwan, Korea and Japan.**

*(4.507 characters with spaces)*

## About Ravensburger

Ravensburger AG is an international group with a long tradition and solid values. Its mission is "playful development". The company's most important brand mark is the blue triangle, which stands for fun, education and togetherness. Ravensburger is one of the leading brands for puzzles, games and activity products in Europe as well as for children's and youth books in the German-speaking region. Toys with the blue triangle are sold worldwide, and the international brands BRIO and ThinkFun supplement the Group's portfolio. Ravensburger had 2,153 employees and achieved net revenue of EUR 491.5 million in 2018.



Copyright: Heidi Velten / Ravensburger



GraviTrax Trailer 2019 - with New Stones!

GraviTrax Trailer with new stones  
Autumn 2019

**Ansprechpartner:**

Michaela Magin  
PR Manager  
Tel: 0751-86-1020  
[michaela.magin@ravensburger.de](mailto:michaela.magin@ravensburger.de)  
Ravensburger AG  
Robert-Bosch-Straße 1  
D-88214 Ravensburg  
[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

## tiptoi® audiodigitales Lern- und Kreativsystem



Foto: Heike Knecht werk74 / Ravensburger

## Sportlicher Spaß mit der Dschungel-Olympiade

Das „tiptoi® active Set Dschungel Olympiade“ ist das erste Spiel der Reihe active, die Kinder zwischen vier und sieben Jahren in Bewegung bringt. Der tiptoi® Stift steht dann aufrecht in einem extra Lautsprecher, die Hände bleiben frei und es entsteht Raum für Musik, Spaß und Action.

Flotte Rhythmen und exotische Tiergeräusche erklingen...auf geht's zur Dschungel-Olympiade! Als Affenbande turnen die Kinder im Team eine Vielzahl lustiger Aufgaben nach wie „auf einem Bein balancieren“, „Kniebeugen machen“ oder „wie ein Hampelmann hüpfen“. Sind sie dabei schneller als die gegnerische Mannschaft der Krokodile, ist der sportliche Wettkampf gewonnen. Eine weitere Disziplin: Tiere passender Musik zuordnen. Der Mitmach-Tanz, ob als Warm-Up fürs körperliche Training oder zwischendurch, reißt alle mit. Da inszenieren die Kinder einfach den lustigen Liedtext und bewegen sich synchron zur Musik.

Das tiptoi® active Set „Dschungel-Olympiade“ besteht aus dem Spiel „Die affenstarke Dschungel-Olympiade“ und einem extra Lautsprecher für dieses und künftige Produkte der neuen Reihe active. Das Set ist von Kai Haferkamp für Kinder zwischen vier und sieben Jahren. Es ist für 39,99 Euro (UVP) im Handel erhältlich.

(1.254 Zeichen mit Leerzeichen)



### tiptoi® active Set Dschungel-Olympiade

von Kai Haferkamp

für 1 – 6 Spieler  
von 4 bis 7 Jahren  
39,99 Euro (UVP)

**ET September 2019**

*Nominiert für das  
Goldene Schaukelpferd 2019*

Audiodigitales Lern- und Kreativsystem  
für Bücher, Spiele und Spielzeug

Achtung:  
tiptoi® Produkte funktionieren nur  
mit dem original tiptoi® Stift von  
Ravensburger. Er ist separat für  
45,99 Euro (UVP) erhältlich.

Weitere Informationen  
finden Sie unter [www.tiptoi.de](http://www.tiptoi.de)

Bilddaten und Presstext zum  
Herunterladen unter  
[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)





**Ansprechpartner:**

Michaela Magin

PR Manager

Tel: 0751-86-1020

[michaela.magin@ravensburger.de](mailto:michaela.magin@ravensburger.de)

Ravensburger AG

Robert-Bosch-Straße 1

D-88214 Ravensburg

[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

[tiptoi® audiodigitales Lern- und Kreativsystem](#)

## Die Herbst-Neuheiten von tiptoi® 2019

Ab Juli

### tiptoi® Buch

#### Lern mit mir! Deutschland

tiptoi® **Lern mit mir! Deutschland** verwickelt die Kinder in einen spannenden Kriminalfall, der sie kreuz und quer durch die Bundesrepublik schickt. Für die Lösung müssen sie topografische und politische Karten lesen und Fragen wie „Wo mündet die Elbe in die Nordsee?“ oder „Welches ist das größte Bundesland?“ beantworten. Interaktiv entdecken sie die größten Gebirge, die längsten Flüsse, die verschiedenen Bundesländer und vieles mehr.

*tiptoi® Lern mit mir! Deutschland, ISBN: 978-3-473-41812-1, für Kinder von 7 bis 10 Jahren, für 14,99 Euro (I/A) 15,50 / SFr. 22.50) im Buch- und Spielwarenhandel, **ab Juli 2019.***

Ab August

### tiptoi®

#### Adventskalender

tiptoi® erweckt das Lebkuchenmännchen bei Familie Tannheimer zum Leben und verkürzt den Kindern mit weihnachtlichen Geschichten, Liedern und Gedichten die Wartezeit aufs Christkind. Hinter jedem Türchen verbergen sich kleine Überraschungen wie Spiele, Puzzles und Bastelmaterialien, welche die Kinder stimmungsvoll auf Weihnachten vorbereiten.

*tiptoi® Adventskalender, für Kinder von 4 bis 7 Jahren, für 19,99 Euro (UVP) im Buch- und Spielwarenhandel, **ab August 2019.***



Bilddaten und Übersicht zum Herunterladen unter [www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

Weitere Informationen zum audiodigitalen Lern- und Kreativsystem für Bücher, Spiele und Spielzeug finden Sie unter [www.tiptoi.de](http://www.tiptoi.de)



**Ansprechpartner:**

Michaela Magin

PR Manager

Tel: 0751-86-1020

[michaela.magin@ravensburger.de](mailto:michaela.magin@ravensburger.de)

Ravensburger AG

Robert-Bosch-Straße 1

D-88214 Ravensburg

[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

## Ab September

### tiptoi® active Set

#### Dschungel-Olympiade

Flotte Rhythmen und exotische Tiergeräusche erklingen...auf geht's zur Dschungel-Olympiade! Als Affenbande turnen die Kinder im Team lustige Aufgaben nach wie „auf einem Bein balancieren“, „Kniebeugen machen“ oder „wie ein Hampelmann hüpfen“. Sind sie dabei schneller als die gegnerische Mannschaft der Krokodile? Nächste Disziplin: Tiere passender Musik zuordnen. Und der Mitmach-Tanz, ob als Warm-Up fürs körperliche Training oder zwischendurch, reißt alle mit. Da inszenieren die Kinder einfach den lustigen Liedtext und bewegen sich synchron zur Musik.

*tiptoi® active Set Dschungel-Olympiade, für bis zu sechs Kindern von 4 bis 7 Jahren, von Kai Haferkamp, für 39,99 Euro (UVP) im Buch- und Spielwarenhandel, ab September 2019.*

### tiptoi® Spiel

#### Disney Cars

##### Das rasante Rennspiel

Blitzschnell in die Lücke rechts und Gas geben, bevor links Lightning Mc Queen vorbeizieht! Auf dem variablen Parcours starten die Spieler als die Helden von Cars und ringen mit Aufmerksamkeit, Geschick und gutem Reaktionsvermögen um den Piston Cup. Gerade liefern sich Cruz Ramirez und Jackson Storm ein Duell, da ist Boxenstopp und Reifenwechsel! Wer schafft als Erster zwei Runden und schnappt sich den begehrten Pokal? tiptoi® liefert authentische Soundeffekte sowie Stimmen und Szenen aus dem Film, was für echte Rennatmosphäre im Spiel sorgt.

*tiptoi® Disney Cars, Das rasante Rennspiel, für bis zu vier Kindern von 4 bis 7 Jahren, von Janet Kneisel, für 26,99 Euro (UVP) im Buch- und Spielwarenhandel, ab September 2019.*

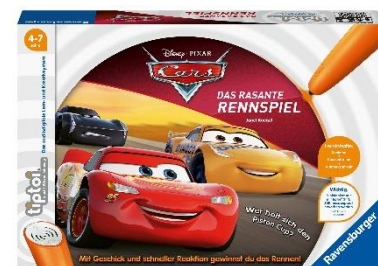
### tiptoi® Spiel

#### Disney Die Eiskönigin – Völlig Unverfroren

##### Das verdrehte Wettlaufspiel

Wer ist die Königin von Arendelle? Wo bekommt Olaf seine Karotten-Nase? In der magischen Welt von Anna und Elsa dreht sich alles um den Eispalast. Zu jedem Bild auf dem runden Spielplan erzählt tiptoi® die passende Geschichte aus dem Film „Die Eiskönigin - Völlig Unverfroren“. Wer kann sich alles merken, findet die gesuchten Freunde und beantwortet die Fragen? Der Weg zum Palast scheint nah, wenn nicht plötzlich Schneestürme wieder alles verdrehen würden!

*tiptoi® Disney Die Eiskönigin – Völlig Unverfroren, Das verdrehte Wettlaufspiel, ISBN: 978-3-473-55491-1, für bis zu vier Kindern von 4 bis 7 Jahren, von Kai Haferkamp, für 26,99 Euro (UVP) im Buch- und Spielwarenhandel, ab September 2019.*





**Ansprechpartner:**

Michaela Magin

PR Manager

Tel: 0751-86-1020

[michaela.magin@ravensburger.de](mailto:michaela.magin@ravensburger.de)

Ravensburger AG

Robert-Bosch-Straße 1

D-88214 Ravensburg

[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)**tiptoi® Buch****Disney Die Eiskönigin – Völlig Unverfroren**

Klirrende Eiskristalle und sausende Schlittenfahrten – Mit dem tiptoi® Stift tauchen die Kinder in die spannende Welt der Eiskönigin und erwecken Elsa, Anna und ihre Freunde zum Leben. Die Tonspuren aus dem Erfolgsfilm „Die Eiskönigin – Völlig Unverfroren“ und aus zwei weiteren Kurzfilmen machen die Live-Action-Bilder im Buch lebendig und sorgen für die typische Soundwelt der Filme.

*tiptoi® Disney Die Eiskönigin – Völlig Unverfroren*, ISBN: 978-3-473-55490-4, für Kinder von 4 bis 7 Jahren, für 19,99 Euro ([A] 20,60 / SFr. 28.50) im Buch- und Spielwarenhandel, **ab September 2019**.

**tiptoi® Buch****Meine schönsten Märchen**

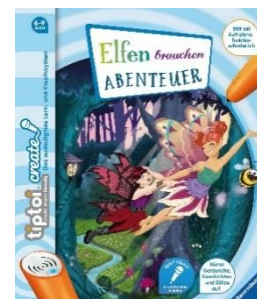
Dornröschen, Froschkönig & Co. – In diesem Buch begegnen Kinder den beliebtesten Märchenfiguren von den Brüdern Grimm und Hans Christian Andersen. Jedes Märchen wird kindgerecht nacherzählt und die Kinder können sie interaktiv erleben. Dabei gilt es, Fragen zu beantworten wie „Was verlangt der Frosch für das Heraufholen der Kugel?“ oder „Wie finden die Bremer Stadtmusikanten ein neues Zuhause?“.

*tiptoi® Meine schönsten Märchen*, ISBN: 978-3-473-55491-1, für Kinder von 4 bis 7 Jahren, für 19,99 Euro ([A] 20,60 / SFr. 28.50) im Buch- und Spielwarenhandel, **ab September 2019**.

**tiptoi® CREATE Buch****Elfen brauchen Abenteuer**

Elfe Diana will endlich einmal ein richtiges Abenteuer erleben. Von ihrem Großvater weiß sie, dass es eine Bibliothek mit geheimem Elfenwissen geben soll. Gemeinsam mit ihren Freunden macht sich Diana auf die Suche. Die Kinder begleiten sie auf ihrer spannenden Reise durch den Elfenwald. Dabei ist ihre Kreativität gefragt. Es gilt, Geräusche zu erfinden, Witze zu erzählen, Lieder zu singen oder Reime zu vervollständigen.

*tiptoi® CREATE Abenteuer im Elfenwald*, ISBN: 978-3-473-55478-2, für Kinder von 6 bis 9 Jahren, für 19,99 Euro ([A] 20,60 / SFr. 28.50) im Buch- und Spielwarenhandel, **ab September 2019**.



**Ansprechpartner:**

Michaela Magin

PR Manager

Tel: 0751-86-1020

[michaela.magin@ravensburger.de](mailto:michaela.magin@ravensburger.de)

Ravensburger AG

Robert-Bosch-Straße 1

D-88214 Ravensburg

[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

Ab Oktober

## tiptoi® Wissen & Quizzen

### FC Bayern München 2019 / 2020

Nicht nur für Bayern-Fans: Wer ist Kapitän beim FC Bayern München? Wann wurde der Verein gegründet? Aus was besteht ein Fußball? Zusammen mit den frechen „All-Wissenden“ sammeln die Kinder entweder interessantes Fußballwissen von A bis Z, stellen sich den spannenden Quizfragen von Käpt'n Quizzo oder spielen ein klassisches Kartenspiel. So haben sie mit den 36 Karten plus tiptoi® drei Spiele in einem.

*tiptoi® Wissen & Quizzen FC Bayern München, für Kinder von 6 bis 10 Jahren, 36 Karten, für 10,99 Euro (UVP) im Buch- und Spielwarenhandel, ab Oktober 2019.*

*Bitte beachten:*

*Bei allen gezeigten Titel ist der dafür notwendige tiptoi® Stift nicht enthalten.*



## tiptoi® Stift

ausgezeichnet von „spiel gut“

Mit dem orangefarbenen tiptoi® Stift starten Kinder ab drei Jahren in die Welt von tiptoi®. Er funktioniert mit allen Produkten, die das tiptoi® Logo tragen: mit Büchern, Spielen und Spielzeug und lässt sie lebendig werden. Zusätzlich zu den vielfältigen Entdeckungsmöglichkeiten bietet er auch eine Aufnahmefunktion. Damit können Kinder ab sechs Jahren zu Produkten der Reihe tiptoi® CREATE Geräusche, Texte und Lieder mit ihrer eigenen Stimme aufnehmen. Seit 2017 gibt es eine Produktreihe speziell für Kinder zwischen drei und vier Jahren.

*tiptoi® Stift, für Kinder ab 3 Jahren, kompatibel mit tiptoi® und tiptoi® CREATE Produkten, mit Verbindungskabel, für 45,99 Euro (UVP), seit September 2018 im Handel*



## 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. 2.153 Mitarbeiter erwirtschafteten 2018 einen Umsatz von 491,5 Millionen Euro.

**Ansprechpartner:**

Michaela Magin  
PR Manager  
Tel: 0751-86-1020  
[michaela.magin@ravensburger.de](mailto:michaela.magin@ravensburger.de)  
Ravensburger AG  
Robert-Bosch-Straße 1  
D-88214 Ravensburg  
[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

## Baby und Kleinkind

### Tanzen für die Brücke zum Freund

In „Mein Kinderlieder-Mitmachspiel“ von Ravensburger hat die Hexe die Brücke weggezaubert. Wie kommt nun der Esel zu seinem Freund, dem Kuckuck? Mit Musik und Tanz helfen die kleinen Spieler mit, dass die Hexe Brett für Brett zurück zaubert, bis die Brücke wieder begehbar ist. Drei sprechende Tierfiguren und zwölf Kinderlieder fordern Kinder ab zwei Jahren zum Mitmachen, Tanzen und sich bewegen auf.

Nur mit einer schönen Tanzdarbietung lässt sich die Hexe davon überzeugen, die Bretter für die Brücke wieder herauszurücken. Das weiß die weise Nachtigall, welche die Kinder durchs Spiel führt. Ihr Geheimrezept: Fröhliche Kinderlieder abspielen, zu denen die kleinen Spieler tanzen. So galoppieren die Kinder im Takt zu „Hoppe, hoppe, Reiter“ durchs Zimmer oder laufen bei „ABC, die Katze lief im Schnee“ auf allen Vieren. Und tatsächlich, nach jeder Vorführung der Kinder, zeigt sich die Hexe gnädig und zaubert ein Brett nach dem anderen zurück an seinen Platz. Ist die Brücke schließlich wieder komplett, erklingt zur Belohnung „Der Kuckuck und der Esel“.

Auch in Spielvariante zwei geht es um die verzauberte Brücke, doch jetzt kommen Liedkärtchen zum Zuordnen und weitere Bewegungsaufgaben dazu. Wer dagegen einfach nur Musik hören möchte, kann seine Lieblingstitel mit der Musikbox-Funktion auswählen.

**Mein Kinderlieder-Mitmachspiel** ist ein aktionsreiches Tanzspiel für zwei bis sechs Kinder ab zwei Jahren. Es weckt mithilfe eines elektronischen Moduls die Freude an Musik und Bewegung und trainiert nebenbei Motorik und Koordination der Kleinen. Das Kinderspiel ist ab Oktober 2019 für (UVP) 25,99 Euro im Handel erhältlich.

*(1.693 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. 2.153 Mitarbeiter erwirtschafteten 2018 einen Umsatz von 491,5 Millionen Euro.



#### Mein Kinderlieder-Mitmachspiel

Baby- und Kleinkindreihe ministeps

für 2 bis 6 Kinder  
ab 24 Monaten  
25,99 Euro (UVP)

**ET Oktober 2019**

Bilddaten und Presstext zum Herunterladen unter [www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

Weitere Informationen zur Ravensburger Baby- und Kleinkindreihe ministeps finden Sie unter [www.ministeps.de](http://www.ministeps.de)





## Ansprechpartner:

Michaela Magin  
PR Manager  
Tel: 0751-86-1020  
[michaela.magin@ravensburger.de](mailto:michaela.magin@ravensburger.de)  
Ravensburger AG  
Robert-Bosch-Straße 1  
D-88214 Ravensburg  
[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

## Baby und Kleinkind

### Die ministeps Herbstneuheiten 2019



#### baliba Rasselball

Einfach zum Reinbeißen: Die weiche, biegsame Struktur des Spielballs können Babys besonders gut greifen und in den Mund nehmen. Und bei jeder Bewegung machen die drei bunten Kunststoffscheiben darin ein klapperndes Geräusch. Der Softball animiert die Kinder zum Spielen, Schütteln oder Werfen und fördert ihre motorische Entwicklung. Beim Zuhauen eignet sich der Ball auch gut als Beißhilfe. baliba gibt es in den Farben Rot, Türkis und Lila.

**Ab Geburt**, in den Farben Rot, Türkis und Lila, jeweils für (UVP) 13,99 Euro im Handel, **ET September 2019**

#### Mein erster Bücher-Würfel

"Mein erster Bücher-Würfel" bietet Kleinkindern viel Spaß mit vielen Funktionen. In ihm stecken sechs kleine Pappbilderbücher mit kurzen Kinderalltagsgeschichten zum Anschauen oder Vorlesen. Dreht man die kleinen Bücher um, werden Farben und die Zahlen von 1 - 6 sichtbar. In den stabilen Taschen des Würfels stecken die Lieblingsbücher sicher und können einfach mitgenommen werden. Die Bücher sind austauschbar. Zur Förderung von Motorik, Sprachentwicklung und Gedächtnis.

**Ab 12 Monaten**, von Katja Senner, Monika Neubacher-Fesser, Martina Kohl, Ina Milk. ISBN 978-3-473-31770-7, für (UVP) 19,99 Euro, **ET September 2019**

#### Mein Wimmelbild-Spiel

Bei diesem allerersten Spiel für Kinder ab zwei Jahren heißt es suchen, zählen, Tiere füttern. Gemeinsam würfeln sich die Spieler mit Paula durch den Wildpark, wo es an interessanten Tieren und Pflanzen nur so wimmelt. Folgende Aktionen warten auf sie: Bei der Lupe gilt es, ein bestimmtes Lebewesen zu suchen, bei der Blume bekommen die kleinen Spieler eine Blüte für den Strauß und das Beste: Bei der Futterschale dürfen sie die angezeigten Tiere füttern. Sind die Kinder älter, wird der Weg durch den Park länger und neue Aktionen kommen hinzu, etwa Tierstimmen oder -bewegungen nachmachen, Kinderlieder singen oder Tiere abzählen.

**Für 2 bis 4 Kinder ab 24 Monaten**, von Thomas Daum und Violetta Leitner, für (UVP) 15,99 Euro, **ET September 2019**

▼ Mehr zur Baby- und Kleinkindreihe von Ravensburger unter [www.ministeps.de](http://www.ministeps.de)

Bilddaten und Presstext zum Herunterladen unter [www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)



**Ansprechpartner:**

Michaela Magin

PR Manager

Tel: 0751-86-1020

[michaela.magin@ravensburger.de](mailto:michaela.magin@ravensburger.de)

Ravensburger AG

Robert-Bosch-Straße 1

D-88214 Ravensburg

[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

## Mein Kinderlieder-Mitmachspiel

Oje, die Hexe hat die Brücke weggezaubert! Wie kommt nun der Esel zu seinem Freund, dem Kuckuck? Die schlaue Nachtigall weiß Rat: mit Musik und Tanz! Und so erklingen zwölf klassische Kinderlieder, zu denen die kleinen Spieler passende Tanzbewegungen machen: Bei „Alle meine Entchen“ watscheln sie im Takt oder machen bei „Tschu, tschu, tschu, die Eisenbahn“ eine Polonaise. Für jede Vorführung zaubert die Hexe ein Brett für die Brücke zurück, bis sich die Freunde zum Schluss wieder treffen. Sprechende Tiere führen die Kinder auf mitreißende Weise durch das Spiel, das zwei Varianten plus Musikbox-Funktion bietet. Dabei entdecken die Kleinen Freude an Musik und Bewegung und trainieren nebenbei Motorik und Koordination.

**Für 2 bis 4 Kinder ab 24 Monaten**, Aktionsreiches Tanzspiel mit sprechenden Tieren und zwölf Kinderliedern, für (UVP) 25,99 Euro im Handel, **ET Oktober 2019**



## 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. 2.153 Mitarbeiter erwirtschafteten 2018 einen Umsatz von 491,5 Millionen Euro.



## Ansprechpartner:

Katrin Seemann / Michaela Magin

PR-Manager

Tel: 0751-86-1636 / 1020

[katrin.seemann@ravensburger.de](mailto:katrin.seemann@ravensburger.de) [michaela.magin@ravensburger.de](mailto:michaela.magin@ravensburger.de)

Robert-Bosch-Straße 1

D-88214 Ravensburg

[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

## Ravensburger Weihnachts-Geschenktipps 2019

### Für die Kleinsten:

#### Mein Kinderlieder-Mitmachspiel

Oje, die Hexe hat die Brücke weggezaubert. Wie kommt nun der Esel zu seinem Freund, dem Kuckuck? Die Nachtigall weiß Rat: mit Musik und Tanz! Und so erklingen zwölf klassische Kinderlieder, zu denen die kleinen Spieler passende Tanzbewegungen machen: Bei „Alle meine Entchen“ watscheln sie im Takt, bei „Tschu, tschu, tschu, die Eisenbahn“ machen sie eine Polonaise. Für jede Vorführung zaubert die Hexe ein Brett für die Brücke zurück, bis sich die Freunde am Ende wieder treffen. Sprechende Tiere führen die Kinder durch das Spiel, das zwei Varianten plus Musikbox-Funktion bietet. Dabei entdecken die Kleinen Freude an Musik und Bewegung und trainieren nebenbei Motorik und Koordination.

Für 2 bis 4 Kinder **ab 24 Monaten**, Aktionsreiches Tanzspiel mit sprechenden Tieren und zwölf Kinderliedern, 25,99 Euro (UVP), **ET Oktober 2019**

### Kinderspiele für den Wunschzettel:

#### Dschungel-Olympiade – tiptoi® active Set

Flotte Rhythmen und exotische Tiergeräusche erklingen...auf geht's zur Dschungel-Olympiade! Als Affenbande turnen die Kinder im Team lustige Aufgaben nach wie „auf einem Bein balancieren“, „Kniebeugen machen“ oder „wie ein Hampelmann hüpfen“. Sind sie dabei schneller als die gegnerische Mannschaft der Krokodile? Nächste Disziplin: Tiere passender Musik zuordnen. Und der Mitmach-Tanz, ob als Warm-Up fürs körperliche Training oder zwischendurch, reißt alle mit. Da inszenieren die Kinder einfach den lustigen Liedtext und bewegen sich synchron zur Musik.

Für bis zu 6 Kinder **von 4 bis 7 Jahren**, von Kai Haferkamp, 39,99 Euro (UVP), **ET Sept. 2019**

#### Eye Eye, Captain!

Achtung Möwendreck an Deck! Und der Captain hat dort auch noch sein Glasauge verloren. Kreuz und quer kullert es über das Schiff und schubst das eine oder andere Häufchen ausgerechnet in die Kombüse! Da müssen zwei bis vier Matrosen ran an die Zange und geschickt die Häufchen einsammeln, bevor sie in der Suppe landen. Welche Farbe sie haben sollen, bestimmt der Würfel. Aber der dreht sich ständig und macht das Durcheinander an Deck nur noch größer. Schafft es die Mannschaft, mehr Möwendreck einzusammeln, als in der Schiffsküche landet? In zwei weiteren Varianten des rasanten Aktionsspiels räumen die Matrosen das Deck um die Wette auf.

Für 2 bis 4 Kinder **ab 4 Jahren**, von Helmut Punke, 34,99 Euro (UVP), **ET Oktober 2019**



Bilddaten und Presstext zum Herunterladen unter [www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

Weitere Informationen zu Ravensburger Produkten unter [www.ravensburger.de](http://www.ravensburger.de)





## Ansprechpartner:

Katrin Seemann / Michaela Magin

PR-Manager

Tel: 0751-86-1636 / 1020

[katrin.seemann@ravensburger.de](mailto:katrin.seemann@ravensburger.de) [michaela.magin@ravensburger.de](mailto:michaela.magin@ravensburger.de)

Robert-Bosch-Straße 1

D-88214 Ravensburg

[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

## Spiele für die ganze Familie:

### **Minecraft: Builders & Biomes – das erfolgreiche Videospiele jetzt als Ravensburger Brettspiel**

Mit seinen verpixelten Landschaften, aufragenden Gebäuden und Millionen von Spielern ist Minecraft ein weltweites Phänomen und das meistverkaufte Videospiele aller Zeiten. Nun, zum zehnjährigen Jubiläum, erscheint bei Ravensburger ein analoges Spiel, das Minecraft vom PC auf die Wohnzimmertische bringt. Es bringt Spieler zu einem gemeinsamen Erlebnis von Angesicht zu Angesicht zusammen, in dem es gilt, würfelförmige Blöcke abzubauen, Gebäude zu konstruieren und Monster zu bekämpfen. Wer am Ende die meisten Erfahrungspunkte gesammelt hat, gewinnt. Es ist ein Spiel für Minecraft-Spieler und solche, die es werden wollen und erfordert sowohl Strategie als auch ein wenig Glück.

*Für 2 bis 4 Spieler ab 10 Jahren, von Ulrich Blum, 39,99 Euro (UVP), **ET Oktober 2019***

### **Big Money**

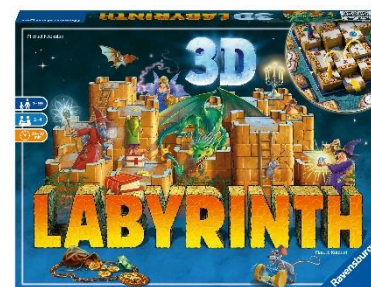
Bei diesem Würfelspiel dreht sich alles um die dicke Kohle. Wer am Zug ist, hat drei Würfel, um sich so viel Schotter wie möglich zu erwürfeln. Für ein Pärchen zum Beispiel gibt es fünf Zillionen, für eine kleine Straße zwölf Zillionen und für fünf gleiche Zahlen sogar 30 Zillionen. Der zusätzlich gewürfelte „Branchenwürfel“ zeigt an, für welche Branche man zusätzlich Geld kassieren darf. Denn pro Runde kann sich jeder Spieler eine Aktie aus verschiedenen Branchen kaufen wie Unterhaltung, Reisen oder Technologie. Hat er von der angezeigten Branche mehr als eine Aktie, gibt's einen Bonus obendrauf. Doch als Aktienbesitzer erwarten einen auch schlechte Börsennews. Zeigt der Branchenwürfel das „Börsen-Schwein“, muss man meist ordentlich blechen oder Aktien wieder abgeben. Hat die Bank das letzte Scheinchen ausgezahlt, ist das Spiel sofort beendet. Der Spieler mit den meisten Moneten gewinnt.

*Für 2 bis 5 Spieler ab 8 Jahren, 25,99 Euro (UVP), **ET September 2019***

### **3D Labyrinth**

Bei dem legendären Ravensburger Spieleklassiker geht es jetzt hoch hinaus: Im „3D Labyrinth“ erheben sich die Wege auf verschiedenen hohe Türme. Die gilt es geschickt rauf und runter zu klettern, um am schnellsten die gesuchten Schätze zu finden. Doch besonders große Höhenunterschiede lassen sich nur mit der passenden Zauberkarte überwinden. Neu ist auch der Besuch beim magischen Runenstein, ohne den kein noch so cleverer Kletterkünstler gewinnt. Aber dank der bekannten Regel mit dem Verschieben ganzer Reihen finden sich Schatzsucher ab acht Jahren schnell zurecht. Denn in dem Labyrinth der Türme erleben sie den beliebten Schiebepaß einfach in der dritten Dimension.

*Für 2 bis 4 Spieler ab 8 Jahren, von Max J. Kobbert und Michael Feldkötter, 34,99 Euro (UVP), **ET September 2019***



**Ansprechpartner:**

Katrin Seemann / Michaela Magin

PR-Manager

Tel: 0751-86-1636 / 1020

[katrin.seemann@ravensburger.de](mailto:katrin.seemann@ravensburger.de) [michaela.magin@ravensburger.de](mailto:michaela.magin@ravensburger.de)

Robert-Bosch-Straße 1

D-88214 Ravensburg

[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

## Für die Silvesterparty:

### **Yeah or Nope** – Das „Jetzt erzähl mal ...“-Partyspiel

Allein die Schachtel mit den schwarz-goldenen Wendepailletten ist ein Blickfang und könnte glatt als trendige Clutch durchgehen. Drin steckt aber ein Partyspiel der Marke „fishtank“ mit schrägen Geschichten. Dazu wählt ein Spieler ein Ereignis aus den Karten, zum Beispiel: „Ich bin gegen eine Glastür gelaufen“ oder „ich habe schon mal jemanden in einer Abstellkammer geküsst“. Die anderen tippen mit Situationsplättchen, unter welchen Umständen das geschah, etwa „bei der Arbeit“, „betrunken“ oder „und es endete schlimm“. Jetzt kommt die Pailletten-Schachtel ins Spiel: Mit einem Wisch auf „Yeah“ oder „Nope“ verrät Erzähler oder Erzählerin, was wahr oder falsch ist. Für richtige Tipps gibt's Punkte, bei falschen ist man raus. Wer am Ende die meisten Punkte hat, gewinnt das Spiel.

Für 3 bis 8 Spieler **ab 16 Jahren**, 29,99 Euro (UVP), **ET September 2019**



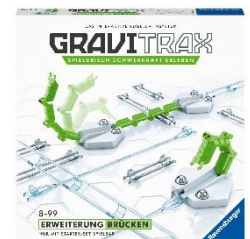
## Für Fans der Kugelbahn GraviTrax:

### **Neu im Herbst 2019: GraviTrax Erweiterungs-Sets**

Spektakuläre Eyecatcher auf allen Ebenen, das steckt in den vier Erweiterungs-Sets des aktionsreichen Kugelbahnsystems von Ravensburger. Ab September rutschen Kugeln etwa über eine Seilbahn, hüpfen über schwingende Teller, werden vom Jumper nach oben gehoben und bei Bedarf klappt flugs eine Brücke aus und macht den Weg frei, wo vorher noch eine Sackgasse zu sein schien. Spielerisch die Schwerkraft erleben und den Lauf der Kugeln immer wieder aufs Neue durch Magnetismus, Kinetik oder Gravitation verändern, das ist GraviTrax für Kinder wie für Erwachsene.

**GraviTrax Seilbahn, Jumper und Transfer, ab 8 Jahren**, je 10,99 Euro (UVP), **ET Sept. 2019**

**GraviTrax Brücken, ab 8 Jahren**, 20,99 Euro (UVP), **ET September 2019**







## **Ansprechpartner:**

Katrin Seemann / Michaela Magin

PR-Manager

Tel: 0751-86-1636 / 1020

[katrin.seemann@ravensburger.de](mailto:katrin.seemann@ravensburger.de) [michaela.magin@ravensburger.de](mailto:michaela.magin@ravensburger.de)

Robert-Bosch-Straße 1

D-88214 Ravensburg

[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

## Für Freunde der Eiskönigin:

### **Disney FROZEN II „Schloss“**

Schloss Arendelle, die Heimat von Anna und Elsa, ist Zufluchtsort für alle Bewohner des Ortes und Schauplatz vieler Feste: Jetzt können Fans der FROZEN-Filme ihr eigenes Märchenschloss als Ravensburger 3D Puzzle bauen. Auf den Mauern des imposanten, 50 Zentimeter hohen Bauwerks sind mehr als 30 zauberhafte Momente aus beiden Filmen festgehalten. Da schaut etwa Olaf aus dem Fenster, im Saal erzählt Annas und Elsas Mutter den Kindern eine Geschichte und vor dem ehrwürdigen Gemäuer tummeln sich bekannte Gestalten aus den Filmen. Der Traum aus Türmen und Zinnen besteht aus 216 Puzzle- und vielen Zubehörteilen, die Kinder ab zwölf Jahren dank Nummerierung schnell und stabil zusammensetzen können.

*Disney FROZEN II 3D Puzzle „Schloss“, 216 Teile plus Zubehör, für Kinder ab 12 Jahren, für 79,99 Euro (UVP), **ET Oktober 2019***

## Fußball- und Autofreunde – aufgepasst!:

### **Allianz Arena Night Edition**

Das weltbekannte Stadion können ambitionierte Fußballfans jetzt aus 216 Teilen zusammenpuzzeln und stiehlt in Rot leuchten lassen. Mit dem integrierten LED-Lichterband wird das ikonische Gebäude zum originellen Hingucker im Wohnzimmer – nicht nur bei Bayern-Fans. Neben den vorgeformten Teilen für die Membran enthält das 3D Puzzle Zubehör wie Spielfeld, Tribüne oder die umlaufende Promenade.

*Für Puzzler ab 10 Jahren, 64,99 Euro (UVP), © FC Bayern München, **ET September 2019***

### **London Bus**

Der rote Doppeldeckerbus zieht auch als 3D Puzzle die Blicke auf sich: Mit stolzen 28 Zentimetern Länge, der typischen Beschriftung und authentischem Zubehör steht er seinem Original in London in fast nichts nach. Doch eine Raffinesse bietet nur das 3D Puzzle: Der London-Fan kann das Dach abnehmen und durch einen speziellen Einsatz ersetzen. So entsteht eine dekorative wie praktische Aufbewahrungsbox für Stifte & Co.

*Für Puzzler ab 10 Jahren, 34,99 Euro (UVP), **ET September 2019***

### **Porsche 911 GT3 Cup**

Den weltweit bekanntesten Rennwagen gibt es jetzt auch als Ravensburger 3D Puzzle. Denn der Porsche 911 GT3 Cup macht nicht nur auf der Piste, sondern auch im Regal eine gute Figur. Gepuzzelt wird er aus 108 vorgeformten und bedruckten Teilen, die ohne Klebstoff stabil zusammenhalten. Getunt wird er wie sein Original mit dem markanten Heckflügel und schnittigem Unterbau. Bahn frei für den Porsche-Traum!

*Für Puzzler ab 10 Jahren, 33,99 Euro (UVP), **ET September 2019***





## Ansprechpartner:

Katrin Seemann / Michaela Magin

PR-Manager

Tel: 0751-86-1636 / 1020

[katrin.seemann@ravensburger.de](mailto:katrin.seemann@ravensburger.de) [michaela.magin@ravensburger.de](mailto:michaela.magin@ravensburger.de)

Robert-Bosch-Straße 1

D-88214 Ravensburg

[www.ravensburger.de/presse](http://www.ravensburger.de/presse)

## Für Kreative und kleine Künstler:

### Light Doodle – malen im Dunkeln und ohne Flecken

Licht aus, Taschenlampe an: Schon können Drei- bis Sechsjährige mit dem breiten Lichtstrahl von „Light Doodle“ malen. Denn auf der stabilen, nachleuchtenden Unterlage erstrahlt im Dunkeln jeder Strich und Punkt hell. Dabei können die Kinder wählen, ob sie Motivstempel vor den Light Doodle Stift stecken, durch Schablonen von Mond und Sternen leuchten oder eigene Licht-Experimente ausprobieren wollen. So wird das Malen ohne Flecken zum Beispiel in selbstgebauten Höhlen oder auf Nachtfahrten im Auto zu einem ganz besonderen Spaß. Nach etwa zwei Minuten verblassen die Bilder wieder und die Lichtmalerei kann neu beginnen. Das originelle Licht-Malset von Ravensburger ist für Kinder von drei bis sechs Jahren und enthält neben einer kindgerechten Taschenlampe je vier Stempelaufsätze und Schablonen.

Ab 3 Jahren, Varianten „**Light Doodle Mond & Sterne**“ (UVP 29,99 Euro) und „**Light Doodle Disney Frozen**“ (UVP 34,99 Euro), © Disney, **ET September 2019**

### String it Maxi – 3D-Heart

Ab September gibt es ein neues „String it“-Motiv von Ravensburger: ein dreidimensionales Herz. Die Konstruktion aus Kunststoff hat kleine Häkchen, die Mädchen ab acht Jahren von allen Seiten mit farbigem Garn und Glitzergarn bespannen. So wird aus jedem Herz ein persönliches Kunstwerk. Flügel in Federoptik zum Anstecken verleihen dem 3D Herz einen romantischen Charme. Dazu gehört die Motivtafel „Love is everywhere“, deren Schriftzug die Mädchen ebenfalls nach eigenem Geschmack mit bunten Fäden und Glitzergarn gestalten können.

„String it Maxi“, mit 3D-Heart aus Kunststoff und Motivtafel, Spannfäden, Glitzergarn, Ansteckteilen und Anleitung, **ab 8 Jahren**, 29,99 Euro (UVP), **ET September 2019**

### Blazelets Style Studio – Magische Armbänder aus Pulver und Wasser

Und magisch einfach sind die neuen Blazelets von Ravensburger auch gemacht. Die Kinder füllen das farbige Pulver in eine spezielle Form und tauchen diese für ein paar Minuten ins Wasser. Mit Glitter verziert entstehen leuchtend bunte Armbänder. Das Komplettsset „Blazelets Style Studio“ enthält einen praktischen Koffer, den man als Werkstatt und gleichzeitig zur Aufbewahrung der Materialien verwenden kann. Zusätzlich gibt es auch Nachfüllsets mit weiterem Pulver, Glitter, Schnüren und Verschlüssen für drei weitere Armbänder.

**Ab 6 Jahren**, Koffer mit Sortiereinrichtung, Form, Pulver in fünf Farben, Glitter und Pinsel zum Verziern, Gummischnüren und Verschlüssen, 29,99 Euro (UVP), **ET März 2019**

