

Ravensburger 2025: Wachstum im Kerngeschäft, Rückgang bei Sammelkarten



Ravensburg (ots) -

Nach zwei Jahren mit außerordentlich starkem Wachstum ist der Umsatz der Ravensburger Gruppe im Geschäftsjahr 2025 um 5,9 % (währungsbereinigt -4,8 %) auf 744 Mio. Euro zurückgegangen. Das Kerngeschäft rund um Spiele, Puzzles und Bücher konnte um insgesamt 3 % zulegen. Lediglich das Geschäft mit Sammelkarten normalisierte sich nach extrem erfolgreicher Startphase auf einem hohen Niveau. Angesichts sich verändernder Marktbedingungen und Konsumgewohnheiten richtet das Unternehmen seinen Fokus künftig stärker auf Nähe zum Konsumenten und individuellere Angebote. Zudem stärkt Ravensburger sein Kinderbuchsegment durch die Mehrheitsbeteiligung am NordSüd Verlag. 2026 steht ganz im Zeichen des "verrückten Labyrinths". Der Spieleklassiker feiert seinen 40. Geburtstag.

Trotz globaler Herausforderungen entwickelten sich die internationalen Spielwarenmärkte positiv. Besonders Familien und Erwachsene sorgten hier für Impulse. Ein Trend, von dem auch Ravensburger 2D Puzzles für Erwachsene und Kartenspiele deutlich profitierten. Vertriebsvorständin Susanne Knoche freute sich besonders über die Entwicklung des Kerngeschäfts zweier Regionen: "Trotz widriger Handelsbedingungen wie vielfach neuen Zollbestimmungen konnten wir in den USA und Kanada überdurchschnittlich gut um 11 % wachsen. Auch in Osteuropa (Tschechien, Polen, Slowakei) legten wir mit einem Plus von 12 % stark zu."

Zu den besonders erfolgreichen Produkten des vergangenen Jahres zählte mit einem Umsatzplus von 9 % erneut das spielerische Lernsystem "tip-toi®", das in mehr als jedem zweiten deutschen Kinderzimmer zuhause ist. Auch die Kugelbahn läuft und läuft: "GraviTrax" und die Nachwuchs-Variante "GraviTrax Junior" stießen auf rege Nachfrage und legten um insgesamt 10 % zu. Eine TV-Produktion war ebenso auf dem Spieltisch erfolgreich: Das ProSieben-Quizformat "Wer stiehlt mir die Show?" mit Joko Winterscheidt begeisterte auch als Gesellschaftsspiel.

Sammelkartenspiel: Vom Hype zum etablierten Geschäftsbereich

Das Sammelkartenspiel Disney Lorcana verzeichnete nach der extrem erfolgreichen Startphase einen Umsatzrückgang. Der anfängliche Hype hat sich auf einem hohen Niveau normalisiert. Konsumenten, die vor allem aus Investitionsinteresse eingestiegen waren, haben sich inzwischen wieder vom Markt zurückgezogen. In seiner Kernzielgruppe der Spieler und Sammler erfreut es sich weiterhin wachsender Beliebtheit. Die im zweiten Halbjahr erschienenen Kartensets waren ausverkauft, die Zahl der Spieler wächst. Dazu tragen auch die zahlreichen "Organized Play Events" bei, die in spezialisierten Hobby- und Spielefachgeschäften angeboten werden.

Disney Lorcana hat sich von einem Start-up zu einem nachhaltigen Geschäftsbereich und damit zu einer langfristigen Säule im Ravensburger Produktportfolio entwickelt. Mit neuen Produkten wie Puzzles und Büchern baut Ravensburger die Welt weiter aus. Ab Set 12, das im Mai 2026 auf den Markt kommt, dürfen sich Fans zudem auf die ersten Pixar-Charaktere freuen, unter anderem aus dem Animationsfilm "Toy Story".

Ravensburger stellt sich für die Zukunft auf

Das internationale Marktumfeld verändert sich derzeit grundlegend: Handelsbarrieren, technologische Umbrüche, ein verändertes Konsumverhalten und ein zunehmend globaler Wettbewerb sind maßgebliche Faktoren. Damit einhergehend steigt der Kostendruck des Unternehmens entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Angesichts dieser Entwicklungen passt Ravensburger seine Strukturen und Kostenbasis an. Neben operativen Veränderungen investiert das Unternehmen verstärkt in Erlebniskonzepte, die über das Produkt hinausreichen und Fans sowie Communities zusammenbringen. "Wir sehen, dass Menschen zunehmend Gemeinschaft suchen und ihre Begeisterung an Hobbys wie Puzzeln oder Spielen miteinander teilen wollen", erklärte Clemens Maier, Vorstandsvorsitzender von Ravensburger, am Vorabend der 75. Nürnberger Spielwarenmesse. Ravensburger könne genau das bieten. Daher baut das Unternehmen sein Eventportfolio aus - von Händler- und Messeevents über derzeit angesagte Speedpuzzle-Wettbewerbe bis hin zu zahlreichen Turnieren und Community-Formaten rund um Disney Lorcana, die oft binnen kurzer Zeit ausgebucht sind. Auch im Produktportfolio ist mehr Kundennähe geplant. Personalisierte Angebote wie Fotopuzzles oder limitierte Editionen gewinnen an Bedeutung. Mit einem neuen Digitaldruckverfahren kann Ravensburger schneller auf Trends reagieren und flexibel auf kundenspezifische Anforderungen reagieren.

Strategische Mehrheitsbeteiligung am NordSüd Verlag

Ravensburger beteiligt sich mehrheitlich am [NordSüd Verlag](#), dem größten Schweizer Kinderbuchverlag. Seit 1961 bringt NordSüd Bücher für Kinder zwischen zwei und acht Jahren aus aller Welt heraus. Zu den beliebtesten Figuren und Geschichten zählen "Der Regenbogenfisch" von Marcus Pfister, "Lars, der kleine Eisbär" von Hans de Beer und die "Mäuseabenteuer" von Torben Kuhlmann. Ravensburger baut damit sein Kinderbuchsegment weiter aus. Zudem erhält es Zugang zu starken Marken und Charakteren. Gerade beim Nachwuchs ist die emotionale Bindung zu den Helden im Kinderzimmer entscheidend. Dem NordSüd Verlag wiederum stehen künftig die Reichweite und Infrastruktur des Ravensburger Netzwerks zur Verfügung. [>>> Die ausführliche Presseinformation finden Sie hier.](#)

40 Jahre "Das verrückte Labyrinth"

Das Auf- und Zuschieben seiner Schreibtisch-Schublade brachte Autor Max J. Kobbert auf die entscheidende Idee mit dem beweglichen Labyrinth als Spielplan. Diese Spielidee hat sich inzwischen über 30 Millionen Mal verkauft, in über 65 Ländern weltweit. 2026 feiert die wichtigste Spielefamilie mit dem blauen Dreieck ihren 40. Geburtstag. Zum Jubiläum wächst das Labyrinth-Universum weiter, unter anderem mit diesen drei Highlights: Der Klassiker erscheint als 3D-Kampagnenabenteuer - eine Variante mit aufeinanderfolgenden Missionen für ein fortlaufendes Spielerlebnis. Die opulent ausgestatteten "Labyrinth Chronicles" richten

sich auch an erfahrene Brettspieler. Die Umsetzung läuft über die größte auf Gesellschaftsspiele spezialisierte Crowdfunding-Plattform, [Gamefound](#). Die Plattform, an der Ravensburger beteiligt ist, ermöglicht Spielern, die Projekte, die sie spannend finden, zu unterstützen und die Entwicklung mitzugestalten. Im Herbst 2026 folgt in Kooperation mit dem Hans im Glück Verlag "Carcassonne Labyrinth". Zwei moderne, erfolgreiche Klassiker zu einem neuen Spielerlebnis vereint. Das Spiel erscheint zum Start europaweit und richtet sich an Familien und Fans beider Marken. Darüber hinaus lässt ein Buch die Spielidee des verrückten Labyrinths als spannende Geschichte erleben.

[>>> Die Presseinformation und Bildmaterial zum Download finden Sie hier.](#)

Über Ravensburger

Die Ravensburger AG ist eine internationale Unternehmensgruppe mit mehreren renommierten Spielwarenmarken. Ihre Mission lautet: "Wir inspirieren Menschen zu entdecken, was wirklich wichtig ist." So fördern Ravensburger Angebote das Miteinander, vermitteln Wissen und soziale Fähigkeiten, bieten Entspannung und schaffen bleibende Erinnerungen. Die bedeutendste Marke des Unternehmens, das Ravensburger blaue Dreieck, ist eine der führenden europäischen Marken für Spiele, Puzzles und Kreativprodukte sowie für deutschsprachige Kinder- und Jugendbücher. Weltweit werden Spielwaren mit dem blauen Dreieck verkauft. Zudem erweitern die internationalen Marken BRIO und ThinkFun das Angebot der Unternehmensgruppe. Ravensburger ist seit seiner Gründung 1883 ein Familienunternehmen, geprägt

von Tradition und gewachsenen Werten. 2025 erwirtschafteten 2.515 Mitarbeiter einen Umsatz von 744 Millionen Euro.* Ravensburger unterhält eigene Werke in Ravensburg und Policka, Tschechien.

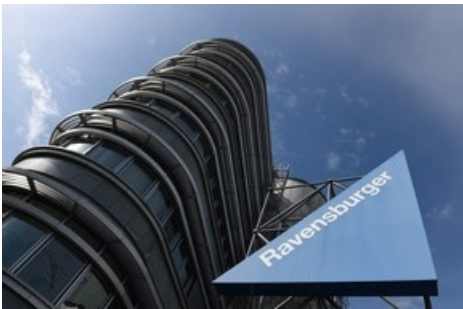
* Stand 01/2026

Pressekontakt:

Katrin Seemann
Head of Corporate Communications
Tel: +49 (0)751-86-1636
Katrin.Semann@ravensburger.de

Ravensburger AG
Otto-Maier-Straße 1
D-88214 Ravensburg
www.ravensburger.de/presse

Medieninhalte



Das blaue Dreieck, Markenzeichen von Ravensburger, am Firmengebäude der Unternehmensgruppe in Ravensburg. / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/62428 / Die Verwendung dieses Bildes für redaktionelle Zwecke ist unter Beachtung aller mitgeteilten Nutzungsbedingungen zulässig und dann auch honorarfrei. Veröffentlichung ausschließlich mit Bildrechte-Hinweis.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100011766/100938067> abgerufen werden.