

# Presse-Information

Ravensburger AG  
Robert-Bosch-Straße 1  
88214 Ravensburg  
www.ravensburger.de

---

Veröffentlicht am: 30.04.2019

[https://www.ravensburger-gruppe.de/de/presse/index.html#newsroom/data/plugin/news/run/show\\_news/news\\_id/2977995/lang/22/id/634/integration/js](https://www.ravensburger-gruppe.de/de/presse/index.html#newsroom/data/plugin/news/run/show_news/news_id/2977995/lang/22/id/634/integration/js)

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

### Jubiläum

**„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 Zaubersäften. 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 beliebtesten 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.

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 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.“

### Kontakte

Katrin Seemann  
Teamleader PR / PR Manager Games  
Katrin.Seemann@ravensburger.de  
Tel.: +49 751 86 - 16 36

## 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. 2023 erwirtschafteten 2.414 Mitarbeiter einen Umsatz von 669 Millionen Euro.\* Ravensburger unterhält eigene Werke in Ravensburg, Polika (Tschechien) und Banská Bystrica (Slowakei).

\* Stand 01/2024