

Presse-Information

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

Veröffentlicht am: 14.09.2020

https://www.ravensburger-gruppe.de/de/presse/index.html#newsroom/data/plugin/news/run/show_news/news_id/3622868/lang/22/id/634/integration/js

Disney Villainous – Das Böse schläft nie!

Wer nicht genug von der verdrehten Spielmoral der erfolgreichen Brettspielreihe „Disney Villainous“ bekommen kann, der darf sich im Herbst bereits auf die zweite Erweiterung freuen: „Disney Villainous – Das Böse schläft nie“. Diesmal mit den Schurken Scar aus „König der Löwen“, Rattenzahn aus dem Film „Basil, der große Mäusedetektiv“ und Isma aus „Ein Königreich für ein Lama“. Die Spieler schlüpfen wieder in die Rollen der Bösewichte. Jeder verfolgt sein ganz eigenes, düsteres Ziel, um am Ende als durchtriebenster Schurke die Partie zu gewinnen. Doch aufgepasst! Behaltet eure Mitstreiter im Blick, die euch den Titel als größter Bösewicht streitig machen wollen. Je nach Spieleranzahl kann man die Erweiterung eigenständig spielen oder mit Bösewichten der anderen Disney Villainous Spiele kombinieren.

Eigenständige Erweiterung oder Erweiterung zu den anderen Disney Villainous Spielen, für 2 bis 3 Spieler ab 10 Jahren, von Prospero Hall, 34,99 € (UVP), © Disney, ET Oktober 2020

Bisher erschienen:

Disney Villainous – Böse Miene zum guten Spiel! (Grundspiel, für 2 bis 6 Spieler ab 10 Jahren, von Prospero Hall, 50,99 € (UVP)), © Disney

Disney Villainous – Böse bis ins Mark (1. Erweiterung, für 2 bis 3 Spieler ab 10 Jahren, von Prospero Hall, 34,99 € (UVP)), © Disney

Kontakte

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

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. 2.304 Mitarbeiter erwirtschafteten 2020 einen Umsatz von 632 Millionen Euro.*

* Alle Zahlenangaben Stand 01/2021