

**Ansprechpartner:**

Katrin Seemann

PR Manager

Tel: 0751-86-1636

katrin.seemann@ravensburger.de

Ravensburger AG

Robert-Bosch-Straße 1

D-88214 Ravensburg

www.ravensburger.de/presseInterview

Warum Puzzeln im Trend liegt

„Digital Detox“ ist ein Zauberwort, das derzeit in den Medien kursiert. Öfter mal abschalten, was klingelt, aufblinkt oder vibriert, raten Gesundheitsexperten. Ganz einfach gelingt das mit einem Puzzle. Denn aus vielen, bunten Pappteilchen jenes zu finden, das zu anderen passt, entschleunigt den Geist, fordert die Haptik und sorgt immer wieder für ein kleines Glücksgefühl. Hannes Marohn, verantwortlich für den globalen Geschäftsbereich Puzzles bei Ravensburger, erklärt, warum Puzzeln im Trend liegt und was ein Ravensburger Puzzle so besonders macht.

Warum puzzelt der Mensch, was ist daran so faszinierend?

Hannes Marohn: „Es gibt verschiedene Gründe für das Puzzeln. Kinder freuen sich zum Beispiel an den Motiven aus beliebten Kinderserien im Fernsehen, aus Tiersendungen oder Kinofilmen. Für sie ist es ein besonderes Erfolgserlebnis, wenn ein Teil zum anderen passt und sie ihre Film-Helden vollständig vor sich sehen. Und nebenbei schulen Kinder beim Zusammenpuzzeln der Teile Konzentrationsfähigkeit, Geduld und Kombinationsvermögen. Auch für Erwachsene ist Puzzeln eine beliebte Freizeitbeschäftigung, vor allem in der kälteren Jahreszeit. Für sie ist es eine Art „Gehirnjogging“, denn Puzzeln beansprucht bekanntermaßen eine Vielzahl kognitiver Fähigkeiten, darunter das Kurz- und Langzeitgedächtnis oder das schlussfolgernde Denken. Wir beobachten aber zunehmend eine weitere Motivation: Achtsamkeit und Entspannung. In einer Gesellschaft, die immer anspruchsvoller, digitaler und schnelllebiger wird, nehmen sich die Menschen bewusst eine haptische Auszeit ohne Smartphone & Co, einen Moment der Ruhe und des Abschaltens – Viele finden diesen für sich oder mit der Familie in einem Ravensburger Puzzle.“

Wer sind denn die typischen Puzzle-Fans?

Hannes Marohn: „Hauptsächlich sind es Kinder im Alter von zwei bis sieben Jahren und Jugendliche, die regelmäßig puzzeln. Dazu gibt es eine sehr große Fangemeinde an Erwachsenen. Diese sind üblicherweise zwischen 20 und 50 Jahren alt, meist weiblich, stehen mitten im Leben, viele sind berufstätig und entspannen sich gerne beim Puzzeln, wollen immer wieder etwas Neues ausprobieren. Für diese Puzzlebegeisterten haben wir im vergangenen März die digitale Plattform „Ravensburger Puzzle World“ ins Leben gerufen. Dort finden sie alles zum Thema Puzzle an einem Ort: interessante Storys, die neuesten Puzzles, Sondereditionen



Hannes Marohn, verantwortlich für den globalen Geschäftsbereich Puzzles bei Ravensburger, Copyright: ©anja koehler/Ravensburger



Bilddaten und Presstext zum Herunterladen unter

www.ravensburger.de/presse

Weitere Informationen zu Ravensburger Puzzles unter www.ravensburger.de



**Ansprechpartner:**

Katrin Seemann

PR Manager

Tel: 0751-86-1636

katrin.seemann@ravensburger.de

Ravensburger AG

Robert-Bosch-Straße 1

D-88214 Ravensburg

www.ravensburger.de/presse

bestimmter Motive, eine Community zum Austausch mit anderen Puzzle-Fans oder einen integrierten Puzzle Blog mit unterhaltsamen Artikeln zum Thema. Seit kurzem haben wir mit dem digitalen Mehrspieler-Puzzle ein weiteres Highlight für unsere Fans geschaffen, das es sonst auf dem Puzzle-Markt noch nicht gibt. Denn online Puzzeln geht ab jetzt nicht mehr nur alleine, sondern auch als Gruppe, etwa mit Freunden oder neuen Puzzle-Bekanntschäften in ganz Deutschland.“

Ravensburger Puzzles sind auch in ganz Europa und vielen Ländern der Erde eine bekannte Marke. Gibt es Unterschiede zwischen den Puzzlern in den USA, Frankreich oder Japan?

Hannes Marohn: „Auch wenn es auf dem internationalen Markt viele Gemeinsamkeiten gibt, so unterscheidet manche Länder bei den Puzzles doch der jeweilige Geschmack. Landschaftsmotive und Panoramaaufnahmen angesagter Metropolen sowie Kollagen, die aus vielen kleinen Details bestehen, erfreuen sich derzeit in allen Ländern großer Beliebtheit. In England und den USA beobachten wir jedoch, dass illustrierte, nostalgische Motive sehr gefragt sind. In Japan sind dagegen Puzzles mit niedrigeren Teilezahlen beliebt, während in den europäischen Ländern das klassische 1000 Teile- Puzzle stark nachgefragt ist. Wir freuen uns zudem, dass wir mit unserer EXIT-Puzzle-Reihe (im Ausland als „ESCAPE“-Puzzles verfügbar) sehr erfolgreich an den Trend der EXIT-Rooms anknüpfen konnten. Damit können wir – vor allem in Deutschland – eine neue Rätsel-Dimension in Verbindung mit Puzzeln anbieten.“

Was macht ein Ravensburger Puzzle so besonders?

Hannes Marohn: „Seit mehr als fünfzig Jahren entwickeln wir Puzzles, wie unsere Fans sie lieben: mit abwechslungsreichen Motiven, für jedes Interesse die passende Teilezahl und -größe, mit attraktiven Formaten und das in der bewährten Ravensburger Qualität. Unsere Puzzle-Produktion ist einzigartig: Spezialisten zeichnen die verschiedenen Puzzleteil-Formen für das Stanzwerkzeug von Hand und fertigen es nach wie vor manuell mit Uhrmacherpräzision. In einem 1.000 Teile-Puzzle finden sich deshalb tatsächlich auch tausend unterschiedlich geformte Teile. Auch bei der Wahl der Materialien und den Produktionsverfahren wird bei Ravensburger Wert auf höchste Qualität gelegt. Die einzelnen Puzzleteile sind so präzise gestanzt, dass sich förmlich ein leises Klicken vernehmen lässt, wenn ein Teil ins andere passt. Qualität beziehen wir aber auch auf den Inhalt. Wir bieten eine unglaubliche Vielfalt an Puzzlemotiven, Teilezahlen, Oberflächen und Ideen – von beliebten Landschafts-, Städte- oder Fantasybildern über Charaktere aus bekannten Kinderfilmen bis hin zu attraktiven Trendmotiven oder 3D Puzzle-Objekten.“

Presse-Information

Ravensburger



Ansprechpartner:

Katrin Seemann

PR Manager

Tel: 0751-86-1636

katrin.seemann@ravensburger.de

Ravensburger AG

Robert-Bosch-Straße 1

D-88214 Ravensburg

www.ravensburger.de/presse

Über 2.000 verschiedene Ravensburger Puzzles sind aktuell im Angebot. Dabei achten die Experten in unserer Puzzleredaktion mit geschultem Auge und viel Liebe zum Detail auf die optimale Bildauswahl für das perfekte Puzzle.“

Vielen Dank.

(5.315 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.