Presse-Information

Ansprechpartner:
Michaela Magin
PR Manager
Tel: 0751-86-10 20
michaela.magin@ravensburger.de

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

Erfolgsstory

„Lotti Karotti“ ist das beliebteste Kinderspiel in Deutschland – und in aller Welt zuhause

Seit 20 Jahren lieben Kinder das verflixte Hasenrennen um die Karotte auf dem grünen Hügel. Derzeit ist der Klassiker mit mehr als 125.000 verkauften Exemplaren im letzten Jahr das mit Abstand gefragteste Kinderspiel in Deutschland*. Weltweit vertrauen mehr als acht Millionen Eltern auf das Spiel, das zuverlässig für gute Stimmung im Kinderzimmer sorgt, ob in den USA oder in China. Zum Jubiläum legt Ravensburger nach: Im Herbst kommt „Lotti Karotti Deluxe“, mit edel schimmernden Figuren – und neuen Fallgruben.

Der Spielmechanismus mit der drehbaren Karotte, die wetteifernde Häschen plötzlich in die Grube fallen lässt, ist von Anfang an erfolgreich. Und das nicht nur in Deutschland. Besonders international macht „Lotti Karotti“ Furore: In Österreich wird das innovative 3D Aktionsspiel sogleich zum „Spiel der Spiele“ gewählt, in Frankreich zum „Kinderspiel des Jahres“ und ebenso in Finnland, wo sich „Kanin Loikka“ prompt zum absoluten Besteller entwickelt. Kurz darauf spielen die Kinder auch in weiteren europäischen Ländern wie Portugal, Spanien, Polen, Rumänien oder Ungarn begeistert mit „Lotti Karotti“. Damit auch die Kinder in Israel und dem Iran ihren Spaß haben, wird die Spielregel auf Hebräisch und Farsi übersetzt. Bald kommen auch internationale, das heißt mehrsprachige, Ausgaben von „Funny Bunny“ in den USA und in England sowie in Skandinavien, Russland, Südosteuropa, Türkei und China in die Läden. „Bunny Hop“ heißt das Spiel dagegen bei den Kindern in den Niederlanden oder in Italien und geht als eigene Länderausgabe bis nach Griechenland. Im Jubiläumsjahr ist „Lotti Karotti“ schließlich von Seattle bis Taiwan erhältlich und sorgt bei Kindern auf der ganzen Erde für fröhlich-ausgelassene Spielrunden rund um den Hügel mit der Karotte.

Von den Häschen zu den Schweinchen

Für den internationalen Erfolg nehmen Häschen und Möhre neuerdings auch die Form von Lizenzfiguren an. Da wechselt die Farbe des Hügels auch einmal von grün zu blau. Zum Beispiel im Spiel „Disney Frozen Go Elsa Go“, in dem Elsa aus dem Disney Film „Die Eiskönigin 2“ mit ihren Freundinnen um Nokk, dem Wasserpferd in der Mitte wetteifert. Im Spiel „Peppa Twist“, nach der aktuellen Zeichentrickserie „Peppa Wutz“, verwandeln sich die Häschen dagegen zu kleinen Schweinchen, die plumpsend um die Wette laufen.



▼
▼
Lotti Karotti
Das total verdrehte Hasenrennen

Lizenz: Seven Towns Ltd.

für 2 bis 4 Kinder
ab 4 Jahren

25,99 Euro (UVP)

Bilddaten und Pressetext zum Herunterladen unter
www.ravensburger.de/presse

Wie dieses Spiel funktioniert, sehen Sie in diesem Video: **www.youtube.de**
▲
▲



Presse-Information

Ansprechpartner:
Michaela Magin
PR Manager
Tel: 0751-86-10 20
michaela.magin@ravensburger.de

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

Aber dem Spielprinzip bleiben alle treu: Zufällig gezogene Karten bestimmen, wann an Karotte oder Lizenzfigur gedreht wird, und zur Begeisterung aller immer wieder eine der Spielfiguren ins Loch fällt.



Auch Blinde können inzwischen „Lotti Karotti“ spielen, denn hier ist alles haptisch fühl- und greifbar, besonders die Fallgruben im Weg. Und seit 2016 hat Lotti Gesellschaft: „Flotti Karotti“ heißt das Aktionsspiel, bei der die Karotte plötzlich in die Höhe schießt. Die Kinder müssen hier blitzschnell reagieren und sie – noch in der Luft – fangen, um vorwärts zu kommen. Natürlich lässt sich das verdrehte Hasenrennen auch längst im kompakten Mitbring-Format spielen oder als lustiges Quartett. Ab Herbst soll „Lotti Karotti Deluxe“ nun für den Spaß im Kinderzimmer sorgen, mit festlichem Glanz und neuen Gelegenheiten zum genüsslichen Erschrecken, Lachen und Gewinnen.

(3.652 Zeichen mit Leerzeichen)

** Quelle: npdgroup,Kategorie Lern- und Kinderspiele Deutschland*



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