



tonies erzielt außergewöhnlich starkes drittes Quartal dank der Einführung der Toniebox 2 – Umsatzwachstum von +33 % in den ersten 9 Monaten

- Außergewöhnlich starkes Wachstum im dritten Quartal aufgrund der Einführung der Toniebox 2 mit einem Umsatzplus von 52,3 % auf 145,2 Mio. EUR im Vergleich zum Vorjahr, Umsatz steigt in den ersten neun Monaten um 32,9 % auf 321,8 Mio. EUR (in konstanter Währung, „cc“)
- Gesundes Wachstum in allen Segmenten nach neun Monaten (alle Zahlen in cc): Nordamerika setzt starken Wachstumskurs fort (+36,0 % im Vergleich zum Vorjahr auf 125,3 Mio. EUR), DACH wächst weiter (+15,6 % auf 132,1 Mio. EUR) und der Rest der Welt legt sprunghaft zu (+80,4 % im Vergleich zum Vorjahr auf 64,4 Mio. EUR)
- Erfolgreiche Markteinführung von Toniebox 2 und Tonieplay markiert größte Innovation seit Gründung im Jahr 2016 und eröffnet neue Wachstumswege und strategische Partnerschaften (z. B. Hasbro)
- Prognose für das Geschäftsjahr 2025 bestätigt: Umsatzwachstum (cc) von > 25 % auf Konzernebene, > 30 % in Nordamerika, bereinigte EBITDA-Marge von 6,5 % bis 8,5 %

LUXEMBURG, 13. November 2025 // tonies SE („tonies“), die weltweit führende digitale Audioplattform für Kinder, hat ihr Wachstum in den ersten neun Monaten des Jahres 2025 nach der erfolgreichen Einführung von Toniebox 2 und Tonieplay beschleunigt. Der Umsatz stieg im Vergleich zum Vorjahr um 32,9 % (cc) auf 321,8 Mio. EUR (9M 2024: 242,1 Mio. EUR), angetrieben durch ein starkes drittes Quartal mit einem Umsatzwachstum von 52,3 % (cc). Mit der Einführung von Toniebox 2 und Tonieplay hat das Unternehmen eine völlig neue Produktkategorie geschaffen – interaktive, bildschirmfreie Spiele für Einzel- und Mehrspieler-Erlebnisse –, wodurch die Attraktivität der Plattform erweitert, die Bindung bestehender Kunden, die an einem Upgrade interessiert sind, vertieft und damit neue Wachstumsperspektiven eröffnet wurden.

Tobias Wann, CEO von tonies, kommentiert: „Das dritte Quartal war für tonies außergewöhnlich erfolgreich und geprägt von der Einführung der Toniebox 2 und Tonieplay, was sich in einem Umsatzanstieg von mehr als 50 % widerspiegelt. Neun Jahre nach der Einführung der Kategorie unabhängiger und bildschirmfreier Audiospiele für Kinder mit der ersten Toniebox schlägt tonies ein neues Kapitel auf. Mit diesen Innovationen fangen wir den Zeitgeist ein, definieren interaktives Spielen neu und treiben unsere Branche voran. Unser starkes Wachstum in Nordamerika, die globale Partnerschaft mit Hasbro sowie unsere umfassende Innovationspipeline zeigen, dass sich tonies zu einer weltweiten Plattform für interaktives, bildschirmfreies Spielen entwickelt. Das überwältigend positive Kundenfeedback bestätigt, dass wir das Spielen und Lernen für eine ganze Generation neu definiert haben.“

Hansjörg Müller, CFO von tonies, fügt hinzu: „Wie erwartet hat sich das Wachstum von tonies im dritten Quartal mit der Einführung von Toniebox 2 und Tonieplay beschleunigt. Mit einem Umsatzanstieg von fast 33 % nach neun Monaten sind wir gut positioniert, um unsere Jahresziele zu erreichen. Diese Entwicklung unterstreicht die Stärke unserer Wachstumsstrategie und die Dynamik, die durch unsere jüngsten Produkteinführungen sowohl in unseren internationalen Märkten als auch unserem Heimatmarkt entstanden ist. Angesichts dieser Entwicklung bekräftigen wir unsere Prognose für das Geschäftsjahr 2025: profitables



Wachstum durch disziplinierte Umsetzung und eine globale Marke, die bei Verbrauchern überall Anklang findet.“

Die Umsatzentwicklung seit Jahresbeginn zeigt eine starke Wachstumsdynamik in allen Märkten

Die globale Expansionsstrategie von tonies liefert auch in den **ersten neun Monaten** des Jahres 2025 weiterhin starke Umsatzverbesserungen in allen Märkten. Der Anteil der Umsätze aus Märkten außerhalb der DACH-Region stieg von 53 % auf 59 %, was die wachsende Präsenz von tonies als globalen Marktführer in dieser Kategorie unterstreicht.

Konzern: Der Umsatz stieg um 32,9 % auf 321,8 Mio. EUR (cc) und spiegelte damit die unmittelbaren Auswirkungen der Einführung neuer Produkte mit positiven Phaseneffekten und einer erweiterten Marktdurchdringung wider (nominal: +31,2 % auf 317,6 Mio. EUR). Das Wachstum war in allen Regionen und Produktkategorien spürbar.

Nordamerika: Der Umsatz stieg um 36,0 % auf 125,3 Mio. EUR (cc, nominal: +32,1 % auf 121,8 Mio. EUR), was sowohl auf den Direktvertrieb als auch auf den Großhandel zurückzuführen ist. Zu den wichtigsten Faktoren zählen die Vergrößerung der Regalflächen im Einzelhandel, eine größere Anzahl von Verkaufsstellen und die erfolgreiche Einführung des Ms. Rachel Tonie im dritten Quartal.

DACH: Der Umsatz stieg im Vergleich zum Vorjahr um 15,6 % auf 132,1 Mio. EUR und kehrte damit zu einem zweistelligen Wachstum zurück. Dieses wurde durch hohe Vorbestellungen für die Toniebox 2, die erfolgreiche Einführung von Tonieplay, neue Partnerschaften mit Einzelhändlern, die Eröffnung eines TikTok-Shops und einen Rekordverkauf der Tonies Weihnachtsedition (etwa doppelt so viel wie im Vorjahr) angetrieben.

Rest der Welt: Der Umsatz stieg im Vergleich zum Vorjahr um 80,4 % auf 64,4 Mio. EUR (cc, nominal: +78,4 % auf 63,7 Mio. EUR). Dank der verbesserten Produktverfügbarkeit in Frankreich, Großbritannien sowie Australien und Neuseeland war eine anhaltend starke Wachstumsdynamik zu verzeichnen.

Die Entwicklung nach Produktkategorien spiegelt die starke Innovationskraft rund um die Toniebox wider

Tonieboxen: Der Umsatz stieg um 24,7 % auf 72,7 Mio. EUR (cc, nominal: 26,3 % auf 73,7 Mio.), positiv beeinflusst durch die Einführung der Toniebox 2 und damit verbundene Phaseneffekte bei den Bestellungen. Im September feierte tonies den Meilenstein von 10 Millionen weltweit verkauften Tonieboxen.

Tonies-Figuren: Der Umsatz stieg dynamisch um 36,1 % gegenüber dem Vorjahr auf 236,0 Mio. EUR (cc, nominal: 33,3 % auf 231,1 Mio.), angetrieben durch das Wachstum bei lizenzierten Tonies von Drittanbietern und den hauseigenen Tonies Originals. Insgesamt wurden seit der Markteinführung über 134 Millionen Tonies verkauft. Das starke Wachstum in dieser



Kategorie wurde auch durch die Einführung neuer Produktangebote wie My First Tonies und Tonieplay unterstützt.

Accessoires & Digital: Der Umsatz stieg im Vergleich zum Vorjahr um 26,2 % auf 13,0 Mio. EUR (cc, nominal: 25,1 % auf 12,9 Mio. EUR), angeführt von den Verkäufen von Night Light Tonies, Elektronik, digitalen Inhalten und Transportlösungen.

Produktinnovationen fördern die Marktführerschaft und erschließen neues Wachstums- und Ertragspotenzial

Aufbauend auf der Dynamik der Markteinführung von Toniebox 2 und Tonieplay hat tonies eine wichtige Lizenzpartnerschaft mit Hasbro bekannt gegeben, wodurch die Plattform durch eine weltweit bekannte Marke erweitert wird. Ab Mitte 2026 werden klassische Hasbro-Brettspiele – darunter Monopoly – in neuen Tonieplay-Formaten erscheinen, was die Attraktivität von tonies als bevorzugter Partner ikonischer globaler Spielzeug- und Unterhaltungsmarken weiter unterstreicht.

Mit der Einführung von „My First Tonies“, einer Reihe von weichen, zusammendrückbaren Figuren für Kinder ab einem Jahr, wurde die Altersspanne der Marke erfolgreich nach unten erweitert. Die erfolgreiche Markteinführung in Nordamerika, Großbritannien und Irland unterstreicht das Potenzial dieser Produktreihe. „My First Tonies“ wird im Laufe des Jahres 2026 auch in den übrigen Märkten eingeführt werden.

Prognose bestätigt: 2025 wird ein weiteres profitables Wachstumsjahr für tonies

Aufgrund der starken Performance in den ersten neun Monaten des Jahres 2025, der erfolgreichen Markteinführung der Toniebox 2 und von Tonieplay, deutlichen Anzeichen für eine anhaltend hohe Marktnachfrage, insbesondere für das wichtige Jahresendquartal, sowie einer besseren Einschätzung der globalen Auswirkungen der US-Zölle bestätigt tonies seine Prognose für ein starkes und profitables Wachstum im Geschäftsjahr 2025.

tonies rechnet weiterhin mit einem Umsatzwachstum der Gruppe von mehr als 25 % (cc) auf über 600 Mio. EUR (Vorjahr: 480,5 Mio. EUR) und einem Umsatzwachstum in Nordamerika von mehr als 30 % (cc). Dieser deutliche weitere Umsatzanstieg ist auf das Wachstum in allen Regionen zurückzuführen, dürfte jedoch in erster Linie auf die anhaltende internationale Expansion, insbesondere in Nordamerika und Rest der Welt, sowie auf die starke Nachfrage nach der neuen Produktfamilie rund um Toniebox 2 und Tonieplay zurückzuführen sein.

Trotz hoher Investitionen in zukünftiges Wachstum und der Auswirkungen der US-Zölle erwartet tonies für das Gesamtjahr 2025 eine starke Rentabilität und eine bereinigte EBITDA-Marge im Bereich von 6,5 bis 8,5 %, verglichen mit 7,5 % im Jahr 2024.

Die am 21. August 2025 in den H1-Veröffentlichungen mitgeteilten Prognosen wurden auf Basis der zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dieses Berichts geltenden globalen Zoll- und Handelsbedingungen getätigt.



tonies SE wird heute, Donnerstag, 13. November, um 11:00 Uhr MEZ eine Präsentation zu den Ergebnissen der ersten neun Monate 2025 abhalten. Um sich für den Webcast anzumelden, besuchen Sie bitte unsere Website unter [Finanzkalender](#).

Alle Dokumente sind auf der Investor-Relations-Website von tonies unter [Veröffentlichungen](#) verfügbar.

Zahlen auf einen Blick (konstante Währungen)

in Mio. EUR	Q3 2025	Q3 2024	+/-	9M 2025	9M 2024	+/-
Umsatz	145,2	95,3	52,4 %	321,8	242,1	32,9 %
nach Region						
DACH	61,3	42,4	44,6 %	132,1	114,3	15,6 %
Nordamerika	54,4	36,9	47,4 %	125,3	92,1	36,0 %
Rest der Welt	29,5	16,1	83,2 %	64,4	35,7	80,4 %
Nach Produktkategorie						
Tonieboxen	40,4	25,4	59,1 %	72,7	58,3	24,7 %
Tonies-Figuren	99,3	66,6	49,1 %	236,0	173,4	36,1 %
Accessoires & Digital	5,4	3,4	58,8 %	13,0	10,3	26,2 %

Zahlen auf einen Blick (nominal)

in Mio. EUR	Q3 2025	Q3 2024	+/-	9M 2025	9M 2024	+/-
Umsatz	141,0	95,3	48,0 %	317,6	242,1	31,2 %
nach Region						
DACH	61,3	42,4	44,6 %	132,1	114,3	15,6 %
Nordamerika	51,2	36,9	38,8 %	121,8	92,1	32,1 %
Rest der Welt	28,5	16,1	77,0 %	63,7	35,7	78,4 %
Nach Produktkategorie						
Tonieboxen	39,0	25,4	53,5 %	73,7	58,3	26,3 %
Tonies-Figuren	96,8	66,6	45,3 %	231,1	173,4	33,3 %
Accessoires & Digital	5,3	3,4	55,9 %	12,9	10,3	25,1 %



Investor-Relations Kontakt

Peter Dietz
Manager Investor Relations
Telefon: +491739018573
E-Mail: ir@tonies.com

Kontakt für Medien

Christian Steinhof
Head of Global Corporate Communications
Telefon: +491711210279
E-Mail: christian.steinhof@tonies.com

Mattes Kohlmeier
FGS Global
Telefon: +49 162 104 1033
E-Mail: mattes.kohlmeier@fgsglobal.com

press@tonies.com

Über tonies

tonies® ist die weltweit größte interaktive Audioplattform für Kinder mit rund 10 Millionen verkauften Tonieboxen und über 134 Millionen Tonies. Das intuitive und preisgekrönte Audiosystem hat mit seinem kindersicheren, kabellosen und bildschirmfreien Ansatz die Art und Weise verändert, wie kleine Kinder unabhängig spielen und lernen. Tonieboxen wurden in über 100 Ländern aktiviert, das Inhaltsportfolio umfasst mehr als 1.300 Tonies-Figuren auf verschiedenen Sprachen.

Dieses Dokument enthält zukunftsgerichtete Aussagen

Bei bestimmten Aussagen in diesem Dokument handelt es sich um zukunftsgerichtete Aussagen. Zukunftsgerichtete Aussagen sind typischerweise an der Verwendung von Worten wie „erwartet“, „kann“, „wird“, „könnte“, „sollte“, „beabsichtigt“, „plant“, „sagt voraus“, „sieht vor“ oder „antizipiert“ oder anderen Worten mit ähnlicher Bedeutung zu erkennen. Diese zukunftsgerichteten Aussagen beruhen auf gegenwärtigen Erwartungen und Annahmen in Bezug auf erwartete Entwicklungen und andere Faktoren, die die tonies SE betreffen. Sie stellen weder historische oder aktuelle Fakten dar, noch sind sie Garantien für zukünftige Leistungen.



Haftungsausschluss

Zukunftsgerichtete Aussagen beinhalten naturgemäß eine Reihe von Risiken, Ungewissheiten und Annahmen, die dazu führen können, dass die tatsächlichen Ergebnisse oder Ereignisse erheblich von den in den zukunftsgerichteten Aussagen ausgedrückten oder implizierten abweichen. Diese Risiken, Ungewissheiten und Annahmen könnten das Ergebnis und die finanziellen Auswirkungen der in diesem Dokument beschriebenen Pläne und Ereignisse nachteilig beeinflussen. Diese zukunftsgerichteten Aussagen beziehen sich nur auf das Datum dieser Bekanntmachung. Die tonies SE lehnt ausdrücklich jegliche Verpflichtung ab, Aktualisierungen oder Korrekturen der in diesem Dokument enthaltenen zukunftsgerichteten Aussagen zu veröffentlichen, um eine Änderung der diesbezüglichen Erwartungen der tonies SE oder eine Änderung der Ereignisse, Bedingungen oder Umstände, auf denen diese zukunftsgerichteten Aussagen beruhen, widerzuspiegeln. Weder die tonies SE noch irgendeine andere Person übernimmt die Verantwortung für die Richtigkeit der in diesem Dokument geäußerten Meinungen oder der zugrunde liegenden Annahmen. Die Definition der verwendeten alternativen Leistungskennzahlen finden Sie im veröffentlichten Jahresbericht zum 31. Dezember 2024 und im Halbjahresbericht 2025 oder unter folgendem Link auf unserer Website: [APM](#).