

# Presse-Information

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

Veröffentlicht am: 16.06.2015

[https://www.ravensburger-gruppe.de/de/presse/index.html#newsroom/data/plugin/news/run/show\\_news/news\\_id/3098609/lang/22/id/634/integration/js](https://www.ravensburger-gruppe.de/de/presse/index.html#newsroom/data/plugin/news/run/show_news/news_id/3098609/lang/22/id/634/integration/js)

## Ravensburger expandiert

### Jahresabschluss 2014

**Die Ravensburger Gruppe setzt ihr seit acht Jahren anhaltendes Wachstum fort. Im vergangenen Geschäftsjahr steigerte das Unternehmen seinen Umsatz in einem nahezu stabilen Marktumfeld um 4,0 % auf 373,2 Mio. Euro. Dies gelang Ravensburger sowohl durch geographische Expansion als auch durch erfolgreiche Produktneuheiten bei 3D-Puzzles und beim audiodigitalen Lernsystem „tiptoi®“.**

**Nahezu alle ausländischen Ravensburger Tochtergesellschaften trugen wesentlich zur Umsatzsteigerung bei. Insbesondere das US-Spieleunternehmen Wonder Forge Inc., Seattle, das Ravensburger Ende 2012 zur Verstärkung im amerikanischen Markt anteilig erwarb, erzielte ein überdurchschnittliches Umsatzplus. Für weiteres Wachstum hat die Unternehmensgruppe zu Beginn des laufenden Geschäftsjahres die Weichen gestellt: Mit dem Kauf des angesehenen schwedischen Spielwarenherstellers BRIO will Ravensburger im Ausland zulegen und weiter vom Spiele- in den Spielwarenmarkt expandieren.**

Der Jahresüberschuss der Gruppe stieg im abgelaufenen Geschäftsjahr um 4,4 Mio. Euro und belief sich auf 37,6 Mio. Euro. Dies entsprach einer Umsatzrendite von 10,1 % nach Steuern. Der neue Finanzvorstand Hanspeter Mürle, der seit 1. Mai bei Ravensburger tätig ist, sagte auf der Bilanzpressekonferenz des Unternehmens in Stuttgart: „Ravensburger erzielt seit Jahren gute Ergebnisse. Die wesentlichen Finanzkennzahlen brauchen keinen Vergleich zu scheuen. Wir sind ein finanziell gesundes, unabhängiges Unternehmen.“

Für das laufende Geschäftsjahr 2015 erwartet Vorstandsvorsitzender Karsten Schmidt ohne Berücksichtigung der BRIO-Akquisition „leicht steigende Umsätze, sofern die für uns relevanten Märkte weiterhin stabil bleiben.“

**Ravensburger Spielwaren: Steigerung in stabilem Marktumfeld**

Dank eines Sondereffekts – verkaufsstarke bunte „Loom“ Armbänder zum Knüpfen – legten die fünf wichtigsten westeuropäischen Spielwarenmärkte\*, in denen das Unternehmen den größten Teil seiner Umsätze tätigt, um 3,6 % zu. Doch die für Ravensburger wesentlichen Warengruppen Puzzle und Spiele konnten an dieser Entwicklung nicht teilhaben und stagnierten in diesen Ländern bei -1,1 %.

In diesem Marktumfeld erhöhte der größte Ravensburger Geschäftsbereich Spiele, Puzzles, Beschäftigung seinen Umsatz um 6,0 % auf 303,5 Mio. Euro.

Hier kam unter anderem die hohe Nachfrage nach „Puzzle 3D-Bauwerken“ mit Neuheiten wie dem beleuchteten „Eiffelturm bei Nacht“ oder „Schloss Neuschwanstein“ zum Tragen. Auch das audiodigitale Lernsystem „tiptoi®“, das Ravensburger seit fünf Jahren kontinuierlich ausbaut, konnte ein weiteres Mal dank erfolgreicher Neuheiten seine Verkaufszahlen steigern. Insbesondere die „tiptoi®“ Tierfiguren erwiesen sich im ersten Jahr nach ihrer Markteinführung mit dem „Tier-Set Reiterhof“ als Bestseller. Die Tierfiguren geben in Kombination mit dem elektronischen „tiptoi®“-Stift Tierlaute und Sachwissen wieder und regen zum Spielen an.

Der Umsatz mit Ravensburger Spielwaren wuchs im In- und Ausland unterschiedlich. In Deutschland stieg er um 3,0 % auf 126,4 Mio. Euro\*\*. Im Ausland, in dem Ravensburger 58,4 % seiner Spielwaren verkauft, fiel der Anstieg mit 8,2 % auf 177,1 Mio. Euro stärker aus. Dies lag zum einen an wachstumsstarken Neuheiten, die erst nach ihrem Erfolg in Deutschland auch im Ausland angeboten wurden. Zum anderen fiel die Beteiligung am US-Spieleunternehmen Wonder Forge, das 2014 deutlich zulegen konnte, ins Gewicht.

**Ravensburger Bücher: Marktführer im Kinder- und Jugendbuchmarkt**

Der deutsche Kinder- und Jugendbuchmarkt ging aufgrund abnehmender Absatzstellen im vergangenen Jahr um 1,4 % zurück. Zwar baute der Ravensburger Geschäftsbereich Kinder- und Jugendbuch Überbestände ab und verringerte dadurch seinen Umsatz um 3,2 % auf 65,7 Mio. Euro, doch der Verkauf der Ravensburger Bücher an den Konsumenten stieg um 1,7 %. Damit steigerte Ravensburger seinen Marktanteil auf 10,8 % und erlangte wieder die Marktführerschaft bei Kinder- und Jugendbüchern. Positiv verlief das Geschäft vor allem wegen der starken Nachfrage nach dem audiodigitalen Lernsystem „tiptoi®“ und der Kindersachbuchreihe „Wieso? Weshalb? Warum?“ Zudem baut der Verlag seit verganginem Jahr sein erzählendes Programm stärker aus: Jugendromane wie die Reihe „Clan der Wölfe“ von Kathryn Lasky oder „Gryphony“ von Michael Peinkofer verkauften sich erfolgreich.

**Ravensburger Freizeit und Promotion: mehr Besucher im Spieleland**

Der Geschäftsbereich Freizeit und Promotion erhöhte seinen Umsatz im abgelaufenen Geschäftsjahr um 3,7 % auf 13,3 Mio. Euro zu. Dies beruhte vor allem darauf, dass der Freizeitpark Ravensburger Spieleland seine Gästezahl in der Saison 2014 um 12,4 % auf 394.000 Besucher steigern konnte. Sowohl die neue Fahrattraktion „Hier kommt die Maus!“, die mit dem berühmten TV-Maskottchen ins Spieleland einzog, als auch günstiges Parkwetter lockten mehr Gäste an.

\* G5-Länder: Deutschland, England, Frankreich, Italien, Spanien, Quelle: NPD Group Panel

\*\* enthält alle nach Deutschland ausgelieferten Produkte

## **Kontakte**

Heinrich Hüntelmann

Head of Corporate Communications  
Heinrich.Huentelmann@ravensburger.de  
Tel.: +49 751 86 - 19 42

## 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