

Presse-Information

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

Veröffentlicht am: 08.01.2015

https://www.ravensburger-gruppe.de/de/presse/index.html#newsroom/data/plugin/news/run/show_news/news_id/3099302/lang/22/id/634/integration/js

Ravensburger erwirbt schwedischen Spielwarenhersteller BRIO

Ravensburg/Malmö – Die Ravensburger Gruppe hat den renommierten schwedischen Spielwarenhersteller BRIO AB vom schwedischen Investor Proventus erworben. BRIO ist vor allem durch seine hochwertigen Holzeisenbahnen bekannt und zählt zu den angesehensten Marken im Spielwarenmarkt. Die Akquisition durch Ravensburger ermöglicht BRIO auch weiterhin zu wachsen. Mit der Transaktion kommen zwei Familienunternehmen zusammen, die eine ähnliche Unternehmens- und Produktphilosophie vertreten und auch für langjährige Tradition und Unternehmensgeschichte stehen: Ravensburger ist 131, BRIO 130 Jahre alt.

Der Ravensburger Vorstandsvorsitzende Karsten Schmidt sagte zum Vertragsabschluss: „Der Kauf von BRIO fügt sich in unsere Strategie, im Ausland stärker zu wachsen und vom Spiele- in den Spielwarenmarkt zu expandieren.“

BRIO wird innerhalb der Ravensburger Gruppe seine Geschäfte als eigenständige Tochtergesellschaft mit dem bestehenden Management am Firmensitz in Malmö weiterführen. Teil der Übernahme ist auch der zu BRIO gehörende schwedische Brettspiel-Marktführer Alga.

Verkäufer Proventus war über zehn Jahre lang der Haupteigentümer von BRIO und ermöglichte dem Unternehmen, seine Marke zu stärken und profitables Wachstum in der Holzspielzeugindustrie zu erzielen.

Wachstumschancen für Ravensburger und BRIO

Ravensburger ist den Verbrauchern unter anderem als Spiele- und Puzzleunternehmen und als Buchverlag unter dem blauen Dreieck vertraut. Durch den Firmenkauf positioniert sich die Ravensburger Gruppe verstärkt als Spielwarenhersteller mit zwei starken Marken unter einem Dach. Auch BRIO profitiert von der Akquisition, da die Ravensburger Gruppe international präsent ist und über langjährige Erfahrung im Kinder- und Familiensegment verfügt.

Vorstandsmitglied Clemens Maier, der im Ravensburger Vorstand für BRIO zuständig ist, sagte: „BRIO ist eine starke Marke, die sehr gut zu Ravensburger passt. Wir freuen uns auf die Zusammenarbeit mit dem sehr kompetenten Team.“ Ebenso begrüßt der Vorstand der BRIO Holding AB Heikki Takanen

die Akquisition: „Wir sind erfreut, dass BRIO Teil der Ravensburger Gruppe wird. Dadurch ergeben sich für uns neue langfristige Perspektiven und weitere Wachstumsmöglichkeiten.“

Gemeinsamkeiten in der Produktphilosophie

Das Programm von BRIO umfasst über 200 Produkte. Die Marke spielt eine tragende Rolle in den Marktsegmenten Kleinkind und Vorschule. Insbesondere hochwertiges Holzspielzeug wie die Holzeisenbahnen, Designklassiker wie der Nachzieh-Dackel und die Stapel-Clowns genießen einen sehr guten Ruf. Dieses Bekenntnis zu hoher Qualität verbindet BRIO und Ravensburger: Beide Unternehmen legen hohe Maßstäbe an die inhaltliche und materielle Qualität ihrer Produkte. Beide stellen die Förderung und Entwicklung von Kindern in den Vordergrund ihrer Tätigkeit. Und beide erhalten aufgrund dieser Haltung regelmäßig Auszeichnungen für ihre Produkte.

Über BRIO

Seit über einem Jahrhundert ist es unser Antrieb, Kinder rund um die Welt mit Freude zu erfüllen. Wir wollen glückliche Kindheitsmomente schaffen, wo Phantasie sich frei entfalten darf. BRIO ist eine schwedische Spielwarenmarke, die innovatives, hochwertiges und gut designtes Holzspielzeug entwickelt, das Kindern ein sicheres und fröhliches Spielerlebnis bereitet. Das Unternehmen wurde 1884 gegründet und ist in über 20 Ländern vertreten. BRIO beschäftigt 80 Mitarbeiter und erzielte 2013 einen Jahresumsatz von 354 Mio. Schwedischen Kronen (37,6 Mio. €). Weitere Informationen finden Sie auf www.brio.net.

Kontakte

Heinrich Hüntelmann
Head of Global Public Relations, Corporate PR
Heinrich.Huentelmann@ravensburger.de
Tel.: +49 751 86 - 19 42

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. 2.188 Mitarbeiter erwirtschafteten 2019 einen Umsatz von 524,2 Millionen Euro.*

* Alle Zahlenangaben Stand 01/2020