

# Presse-Information

Ravensburger AG  
Robert-Bosch-Straße 1  
88214 Ravensburg  
[www.ravensburger.de](http://www.ravensburger.de)

Veröffentlicht am: 16.05.2013

[https://www.ravensburger-gruppe.de/de/presse/index.html#newsroom/data/plugin/news/run/show\\_news/news\\_id/3101524/lang/22/id/634/integration/js](https://www.ravensburger-gruppe.de/de/presse/index.html#newsroom/data/plugin/news/run/show_news/news_id/3101524/lang/22/id/634/integration/js)

## Ravensburger steigert Umsatz und Ertrag in rückläufigen Märkten

### Jahresabschluss 2012

**Die Ravensburger Gruppe hat im vergangenen Geschäftsjahr ihren Umsatz um 3,3 % auf 330 Mio. Euro gesteigert. Dieses Wachstum erzielte die Gruppe, obwohl der Spielwarenmarkt in Westeuropa\* und der deutsche Kinder- und Jugendbuchmarkt leicht rückläufig waren. Innovative Produkte, die zum Teil mit neuartiger Fertigungstechnik hergestellt wurden, führten dazu, dass Ravensburger gegen den Markttrend zulegen konnte. So trugen „3D Puzzle-Bauwerke“ und die audiodigitale Lernspielreihe „tiptoi®“ am stärksten zur Umsatzsteigerung des Unternehmens bei.**

Der Jahresüberschuss der Gruppe stieg von 24,7 Mio. Euro auf 33,5 Mio. Euro. Neben dem Umsatzwachstum waren ein deutlich verbesserter Produkt-Mix sowie Kosteneinsparungen dafür verantwortlich. Dadurch wurde eine Umsatz-rendite von 10,2 % nach Steuern erzielt. Die Eigenkapitalquote belief sich auf 64,3 %. Vorstandsvorsitzender Karsten Schmidt sagte auf der Bilanzpressekonferenz der Gruppe: „In Anbetracht der Marktsituation blicken wir auf ein gutes Geschäftsjahr zurück. Der Innovationskurs des Unternehmens zahlt sich aus.“

### Ravensburger Spielwaren: Umsatzsteigerung gegen den Markttrend

Die fünf wichtigsten Spielwarenmärkte in Westeuropa\*, in denen das Unternehmen rund drei Viertel seiner Spielwaren verkauft, verzeichneten 2012 zum ersten Mal seit acht Jahren in der Summe einen leichten Rückgang um 1,9 %. Nur in Deutschland stieg der Spielwarenmarkt um 3,2 %. Insgesamt machte sich die Verunsicherung der Konsumenten angesichts der gesamtwirtschaftlichen Situation in Europa bemerkbar. Auch der Handel agierte vorsichtig und baute Bestände ab.

Dennoch erzielte der mit 78 % Umsatzanteil größte Ravensburger Geschäftsbereich Spiele, Puzzles, Beschäftigung im vergangenen Geschäftsjahr ein Umsatzwachstum von 3,7 % auf 257,8 Mio. Euro. Dieser Anstieg beruhte vor allem auf den hohen Zuwachsraten der Produktinnovationen: Das audiodigitale Lernsystem „tiptoi®“ war der Bestseller des Unternehmens mit 2,7 Millionen verkauften Produkten. An zweiter Stelle folgte die Reihe „3D Puzzle-Bauwerke“, die Ravensburger mit einer neuartigen Fertigungstechnik herstellt.

Der Zuwachs der Ravensburger Spielwaren zeigte sich stärker im Ausland, das rund die Hälfte zum Umsatz beiträgt. Grund dafür waren insbesondere die Wachstumstreiber „tiptoi® und „3D Puzzle-Bauwerke“, die 2012 erstmals auch im Ausland angeboten wurden. Dort stieg der Umsatz des Geschäftsbereichs um 4,3 % auf 140,3 Mio. Euro. Im Inland erhöhte er sich um 2,9 % auf 117,5 Mio. Euro.

**Ravensburger Bücher: Marktrückgang und Lieferengpässe führen zu geringerem Umsatz**  
Der deutsche Kinder- und Jugendbuchmarkt war im vergangenen Jahr um 1,8 % leicht rückläufig. Der Handel baute Bestände ab und disponierte in Erwartung eines unsicheren Weihnachtsgeschäfts vorsichtig. Diese Entwicklung wirkte sich auch auf den Ravensburger Geschäftsbereich Kinder- und Jugendbuch aus, der zusätzlich Lieferschwierigkeiten bei einzelnen, stark nachgefragten Toptiteln hatte. Infolgedessen verringerte sich der Umsatz des Geschäftsbereichs um 2,7 % auf 68,2 Mio. Euro.

**Ravensburger Freizeit und Promotion: 9,7 % Besucherplus im Spieleland**  
Der Geschäftsbereich Freizeit und Promotion legte im vergangenen Geschäftsjahr um 11,4 % auf 9,8 Mio. Euro zu. Grund dafür war vor allem die gute Saison im Ravensburger Spieleland: Dank neuer Attraktionen und idealen Parkwetters mit mittleren Temperaturen stieg die Gästezahl um 31.000 auf knapp 350.000 Gäste. Auch ein Projektauftrag der Stadt Kornwestheim für eine „Ravensburger Kinderwelt Kornwestheim“ trug zum Wachstum des Geschäftsbereichs bei.

**Ravensburger entwickelt Hightech Fertigungstechnik für 3D-Puzzles**  
Das erste Ravensburger 3D-Puzzle aus Kunststoffteilen erschien vor neun Jahren und war eine kleine Sensation: ein puzzleball® aus gewölbten Puzzleteilen, die ohne Klebstoff freitragend und dennoch stabil zusammengefügt wurden. Zügig baute Ravensburger die erfolgreichen 3D-Puzzles zum Produktsegment aus, das seitdem wesentlich zum Umsatz des Unternehmens beiträgt. Für dieses wichtige Segment mussten später attraktive neue Produktformen geschaffen werden.

Deshalb entwickelte Ravensburger mit einem Expertenteam eine neue Fertigung für 3D-Puzzles aus Kunststoff: Sie kombiniert präzise Spritzgusstechnik mit Digitaldruck, der hohe Bildqualität liefert, in einem einzigen Produktionsablauf. Dadurch erzielt die Fertigung nicht nur hohe Qualität sondern auch eine hohe Produktionsgeschwindigkeit. 2011 ging die neue Fertigung in Betrieb und produzierte allein im vergangenen Jahr über 500 Millionen Puzzleteile.

Auf Basis der neuen Technik entstand ein neues Produkt: „3D Puzzle-Bauwerke“ mit Wahrzeichen der Weltmetropolen im Modellformat wie Eiffelturm, Big Ben, Brandenburger Tor oder Tower Bridge. Nicht nur gewölbte, sondern auch neuartige Knick-Puzzleteile mit Scharnier ermöglichen ein präzises und stabiles Zusammenpuzzeln der Bauwerke. Die neue Reihe wurde aus dem Stand zum Markterfolg.

## **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