

Presse-Information

Ravensburger AG
Robert-Bosch-Straße 1
88214 Ravensburg
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

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 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