

Presse-Information

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

Veröffentlicht am: 02.02.2011

https://www.ravensburger-gruppe.de/de/presse/index.html#newsroom/data/plugin/news/run/show_news/news_id/3122551/lang/22/id/634/integration/js

Ravensburger Gruppe wächst um 6,7 %

Spielwarenmesse Nürnberg 2011

Die Ravensburger Unternehmensgruppe hat im Geschäftsjahr 2010 ihren Umsatz um 6,7 % auf 312,9 Mio. Euro gesteigert.* Die Gruppe legte sowohl im In- als auch im Ausland zu.

Im Inland wuchs das Unternehmen vor allem durch das junge Segment der elektronisch unterstützten Spiele, während das Standardgeschäft mit Puzzles und Spielen auf hohem Niveau stabil blieb. Auch Kinderbücher trugen zur positiven Entwicklung bei.

Im Ausland zog das Geschäft mit Spielen, Puzzles und Kreativprodukten wieder deutlich an, nachdem es im Vorjahr aufgrund der Finanzkrise in einzelnen Ländern rückläufig war. „Wir konnten den Rückgang im Ausland mehr als ausgleichen und nahezu in jedem Markt, in dem wir vertreten sind, wachsen“, sagte der Vorstandsvorsitzende der Ravensburger Gruppe, Karsten Schmidt, am Vorabend der Spielwarenmesse in Nürnberg.

Geschäftsbereich Spiele, Puzzle, Beschäftigung

Positive Entwicklung im In- und Ausland

Der mit 78 % Umsatzanteil größte Ravensburger Geschäftsbereich Spiele, Puzzles, Beschäftigung erzielte im abgelaufenen Geschäftsjahr eine Umsatzsteigerung von 8,3 % auf 245,0 Mio. Euro*. Im Inland legte der Geschäftsbereich um 5,4 %, im Ausland um 10,7 % zu.

Elektronisch unterstützte Spiele als Wachstumsmotor

In Deutschland war der Umsatzzuwachs vor allem auf die höhere Nachfrage nach elektronisch unterstützten Spielen zurückzuführen. Ravensburger verkauft diese neue Spielegeneration, die mehrfach ausgezeichnet wurde, seit mehreren Jahren mit Erfolg. Der preisgekrönte Titel „Wer war’s?“ belegte 2008 und 2009 den ersten Platz und im vergangenen Jahr den zweiten Platz bei den umsatzstärksten Spielen in Deutschland. 2010 führte das Unternehmen diesen Kurs mit der neu entwickelten audiodigitalen Lernspielreihe „tiptoi®“ fort, die für den größten Teil des Umsatzwachstums in Deutschland verantwortlich war. Die Reihe fasziniert Konsumenten und Handel mit einem Stift, der mit Lautsprecher und optischem Sensor speziell gefertigte Bücher und Spiele hörbar und erlebbar macht. Ravensburger baut das tiptoi®-Programm aus und plant, im laufenden Jahr jeden Monat ein neues Produkt zu veröffentlichen.

Stabiles Geschäft mit traditionellen Spielen und Puzzles

Nach einer Steigerung im Jahr 2009 blieb der Umsatz mit traditionellen Spielen in Deutschland auf dem erreichten Niveau. Der erfolgreichste Titel, der 2010 auch die deutschen Verkaufscharts anführte, war „Schlag den Raab – das Spiel“. Die Spielesammlung setzt das bekannte TV-Format als Spieleabend zu Hause um. Mit rund 200.000 verkauften Exemplaren erzielte der Titel den höchsten Umsatz aller Spiele in Deutschland. Doch auch Klassiker wie „Das verrückte Labyrinth“, das im laufenden Jahr 25-jähriges Jubiläum feiert, und „Phase 10“ trugen mit teils sechsstelligen Verkaufszahlen zum unverändert hohen Umsatz im Spielesegment bei.

Die Nachfrage nach Ravensburger Puzzles blieb ebenfalls stabil. Einerseits verkaufte das Unternehmen mehr 2D-Puzzles, sowohl für Kinder als auch für Erwachsene. Andererseits ging der Verkauf der 3D-Puzzles zurück: Ihr Relaunch im vergangenen Herbst soll sich erst im laufenden Geschäftsjahr voll auswirken.

Durchgängiges Umsatzplus im Ausland

Im Ausland steigerte sich das Geschäft mit Spielen, Puzzles und Kreativprodukten erheblich. Dort erzielte dieser Geschäftsbereich über die Hälfte seines Umsatzes. Nahezu alle ausländischen Tochtergesellschaften und der Export verbesserten ihre Umsatzzahlen, wobei das Plus in Frankreich und England am stärksten ausfiel. Dieser starke Umsatzzuwachs konnte den Umsatzrückgang im Ausland im Vergleich zum Vorjahr mehr als ausgleichen. 2009 hatten Liquiditätsprobleme des Handels, ausgelöst durch die Finanzkrise, in einzelnen Ländern das Geschäft erschwert.

Geschäftsbereich Kinder- und Jugendbuch

Ravensburger Kinderbücher wachsen gegen den Markttrend

Während der deutsche Kinder- und Jugendbuchmarkt um 3,3 % zurückging, verbesserte der Ravensburger Geschäftsbereich Kinder- und Jugendbuch seinen Umsatz um 5,9 % auf 65,7 Mio. Euro*. Auch diese Steigerung ging maßgeblich auf die Einführung des audiodigitalen Lernsystems tiptoi® zurück, das im Buchhandel ebenso wie im Spielwarenhandel vertrieben wird. Das Standardgeschäft expandierte ebenfalls: Bilderbücher verzeichneten den größten Umsatzanstieg, gefolgt von der Kleinkindreihe „ministeps®“, der etablierten Sachbuchreihe „Wieso?Weshalb?Warum?“ und der elektronisch mit Tierstimmen ausgestatteten Zauberklang-Serie. Ein besonderer Erfolg im Jahr 2010 war mit über 100.000 verkauften Exemplaren „Mein schönstes Wimmelbilderbuch“, das Ravensburger zum 75. Geburtstag des Autors Ali Mitgutsch herausbrachte.

Ravensburger Spieleland

Nach Schlechtwetterperiode Besucherrückgang zum Teil aufgeholt

Die Branche der Freizeitparks litt in der letztjährigen Saison unter der Schlechtwetterperiode an Ostern und Pfingsten. Auch die Fußball-Weltmeisterschaft hielt manchen Besucher fern. Im Juni lag die Besucherzahl des Ravensburger Spielelands noch deutlich unter Vorjahresniveau, danach holte der Park kräftig auf. Zum Saisonende zählte das Spieleland 300.000 Besucher – 8,5 % weniger als im Vorjahr. Dies war ein vergleichsweise geringer Rückgang innerhalb der Freizeitbranche. Der Umsatz ging mit minus 5,9 % weniger stark zurück und belief sich auf 6,7 Mio. Euro*.

* * *

Ravensburger auf einen Blick (vorläufige Zahlen):

- Konsolidierter Umsatz 2010 (Ravensburger Gruppe): 312,9 Mio. Euro
- Mitarbeiter (Vollzeitkräfte im Jahresdurchschnitt) gesamt: 1.471
- Mitarbeiter (Vollzeitkräfte im Jahresdurchschnitt) Standort Ravensburg: 811

* Bitte beachten: Alle Zahlenangaben im Text sind auf vorläufiger Basis. Endgültige Umsatz- und Ertragszahlen veröffentlichen wir zur Bilanzpressekonferenz im Mai 2011.

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