

Presse-Information

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

Veröffentlicht am: 27.01.2015

https://www.ravensburger-gruppe.de/de/presse/index.html#newsroom/data/plugin/news/run/show_news/news_id/3099291/lang/22/id/634/integration/js

Ravensburger mit 4,1 % Umsatzplus erneut über Marktniveau

Internationale Spielwarenmesse 2015

Der Umsatz der Ravensburger Gruppe ist im vergangenen Geschäftsjahr um 4,1 % auf 374 Mio. Euro gestiegen.* Dies beruhte im Wesentlichen auf dem Wachstum des größten Ravensburger Geschäftsbereichs „Spiele, Puzzles, Beschäftigung“. Dieser legte vor allem im Ausland und durch erfolgreiche Produktneueinführungen zu. Damit entwickelte sich Ravensburger erneut stärker als das Marktumfeld. Zu den bestverkauften Ravensburger Produkten des Vorjahres zählten unter anderem „Puzzle 3D-Bauwerke“, das audiodigitale Lernsystem „tiptoi®“, Kinderpuzzles mit der Disney-Lizenz „Frozen“ und „Lovely Loom“ Schmucksets.

Ravensburger Spielwaren: Deutliches Wachstum im Ausland

Der mit 80 % Umsatzanteil größte Ravensburger Geschäftsbereich Spiele, Puzzles, Beschäftigung erhöhte im Vergleich zum Vorjahr seinen Umsatz um 6,0 % auf 303,6 Mio. Euro*. Wie in den Jahren zuvor legte das Unternehmen hier stärker zu als der Spielwarenmarkt: Die für Ravensburger fünf wichtigsten westeuropäischen Märkte** verzeichneten 2014 einen Anstieg um 3,6 %.

Das Wachstum des Ravensburger Geschäftsbereichs Spiele, Puzzles, Beschäftigung fiel im In- und Ausland unterschiedlich aus: In Deutschland stieg der Umsatz um 3,0 % auf 126,4 Mio. Euro***. Stark gefragt waren beispielsweise die Reihe „Puzzle 3D-Bauwerke“, darunter vor allem Neuheiten wie der beleuchtete „Eiffelturm bei Nacht“ oder „Schloss Neuschwanstein“. Das audiodigitale Lernspielsystem „tiptoi®“, das Ravensburger seit vier Jahren kontinuierlich ausbaut, erzielte im vergangenen Jahr weiterhin steigende Verkaufszahlen. Auch das Trendprodukt „Lovely Loom“, mit dem Schmuck aus bunten Gummibändern gebastelt wird, erwies sich 2014 als Bestseller.

Im Ausland legten Ravensburger Spielwaren mit einem Plus von 8,3 % auf 177,3 Mio. Euro deutlich zu. Die Steigerung ergab sich unter anderem durch die hohe Nachfrage nach „Puzzle 3D-Bauwerken“ und den „Lovely Loom“ Schmucksets. Wachstumsimpulse kamen auch aus dem Lizenzgeschäft. Puzzles mit Disneymotiven aus dem Kinoerfolg „Frozen“ – zu Deutsch „Die Eiskönigin“ – stießen bei Kindern auf rege Nachfrage. Außerdem steuerte das zu Ravensburger gehörende US-Spieleunternehmen Wonder Forge ein deutliches Umsatzwachstum bei. Der Vorstandsvorsitzende der Ravensburger Gruppe Karsten Schmidt sagte am Vorabend der Spielwarenmesse in Nürnberg:

„Mit der Geschäftsentwicklung vor allem im Ausland können wir zufrieden sein. Sie trägt zu unserem strategischen Ziel bei, außerhalb von Deutschland stärker zu wachsen.“

Hybridprodukte beleben das Ravensburger Geschäft

Seit rund 10 Jahren entwickelt Ravensburger als einer der Vorreiter in der Spielebranche Hybridprodukte. Dies sind elektronisch unterstützte Spiele, die die Haptik traditioneller Spiele mit den Möglichkeiten der Elektronik kombinieren. Neben den vor Jahren eingeführten Produkten wie „Wer war´s?“, „Schnappt Hubi!“ oder der „tiptoi®“-Reihe brachte Ravensburger 2014 auch die Neuentwicklungen „smartPLAY“ und „Microminds“ auf den Markt. „SmartPLAY“ ist ein neues Brettspiel-System in Verbindung mit Smartphone und einer App, die die Spielregeln erklärt und wie ein Moderator durch das Spiel führt – bei „Microminds“ handelt es sich um ein Smartphone-Game mit haptischen Spielmaterialien. Mittlerweile erzielt Ravensburger rund 20 % seiner Spielwarenumsätze mit Hybridprodukten. In Deutschland sind es rund 30 %, dort bietet das Unternehmen sämtliche seiner Hybridtitel an.

Ravensburger Bücher: Marktanteile gewonnen

Der Markt für Kinder- und Jugendbücher war im vergangenen Jahr mit einem Minus von 1,7 % leicht rückläufig. Der Umsatz, den der Ravensburger Geschäftsbereich Kinder- und Jugendbuch mit dem Handel tätigte, ging aufgrund abnehmender Absatzstellen und durch Abbau von Handelsbeständen um 3,4 % auf 65,7 Mio. Euro* zurück. Jedoch stieg der Verkauf vom Handel an den Konsumenten um 1,7 %. Damit kam Ravensburger auf einen Marktanteil von 10,8 % und erlangte wieder die Marktführerschaft im deutschen Kinder- und Jugendbuchmarkt. An dieser positiven Entwicklung waren maßgeblich das audiodigitale Lernspielsystem „tiptoi®“ und die Kindersachbuchreihe „Wieso? Weshalb? Warum?“ beteiligt. Auch Jugendromane wie die Reihe „Clan der Wölfe“ von Kathryn Lasky und „Gryphony“ von Michael Peinkofer waren erfolgreich.

Ravensburger Freizeit und Promotion: steigende Gästezahl im Spieleland

Der Geschäftsbereich Freizeit und Promotion legte im vergangenen Geschäftsjahr um 3,7 % auf 13,3 Mio. Euro* zu. Der zum Bereich gehörende Freizeitpark Ravensburger Spieleland empfing in der Saison 2014 394.000 Besucher – 12,4 % mehr als im Vorjahr. Günstiges Parkwetter und die neue Fahrattraktion „Hier kommt die Maus!“, die mit dem berühmten TV-Maskottchen ins Spieleland einzog, lockten mehr Gäste an.

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