

Ravensburger AG

31.01.2007 - 10:18 Uhr

Ravensburger wächst mit neuen Produktmarken in rückläufigen Märkten

Ravensburg (ots) -

Eine Geschäftsentwicklung deutlich über Marktniveau und Umsatzsteigerungen in sämtlichen Warengruppen um insgesamt rund 2 % - dieses Fazit zog der Vorstandssprecher der Ravensburger Gruppe, Karsten Schmidt, bei einem Wirtschaftspressegespräch am Vorabend der Spielwarenmesse in Nürnberg. Im abgelaufenen Geschäftsjahr wies die schwäbische Unternehmensgruppe einen konsolidierten Umsatz von 282,7 Mio Euro aus (durchlaufende Provisionsgeschäfte von 6 Mio Euro wurden in 2006 erstmals nicht mehr im Umsatz gezeigt). Über das Geschäft mit Spielen, Puzzles und Beschäftigungsprodukten sagte Schmidt: "Wir haben in Deutschland seit fünf Jahren in Folge unsere Marktposition verbessert und zählten auch im letzten Jahr zu den Gewinnern der Branche." Gute Wachstumsraten erzielte Ravensburger vor allem bei neu entwickelten Produktmarken, Mal- und Zeichensets und einer neuen Lernspielreihe. Auch im Geschäftsbereich Kinder- und Jugendbuch baute das Unternehmen seinen Marktanteil aus. Ravensburger ist deutscher Marktführer bei Puzzles, Beschäftigungsprodukten sowie Kinder- und Jugendbüchern.

Geschäftsbereich Spiele, Puzzles, Beschäftigung

Im Inland ein Branchengewinner, im Ausland wie geplant gewachsen

Insbesondere im deutschen Spielwarenmarkt, der unter einer schwachen, spät gestarteten Weihnachtssaison litt und 1,8 % verlor, behauptete sich der größte Ravensburger Geschäftsbereich Spiele, Puzzles, Beschäftigung. Er lag in sämtlichen Warengruppen mehrere Prozentpunkte über der Umsatzentwicklung des Marktes. Allerdings drückte ein Buchhaltungseffekt den Inlands-Umsatz nominal um 6 Mio Euro: Der transparenteren Steuerung wegen wurden nicht zum Kerngeschäft gehörende Provisionsgeschäfte erstmals ab 2006 nicht mehr im Umsatz aufgeführt.

60 % vom Umsatz tätigt der Geschäftsbereich Spiele, Puzzles, Beschäftigung mittlerweile im Ausland, Tendenz steigend. Strategisch liegt das Unternehmen damit auf Kurs: Die kräftigsten Steigerungen gelangen in England, Spanien und den USA, wo Ravensburger sich Wachstum verordnet hat, um seine Position als wichtiger Handelspartner zu stärken.

Trends und Bestseller: Experimentier- und Mal-Sets sind gefragt

Vor allem neue und überarbeitete Produktfamilien verschafften Ravensburger im deutschen Markt Wachstumsimpulse. Sie sollen langfristig zu Produktmarken entwickelt werden und sind Teil einer Strategie, die Wettbewerbsfähigkeit des Verlags im Handel zu stärken. So eroberten die neuen Science X[®]-Experimentierkästen mit rund 300.000 verkauften Stück und die neue Kleinspielzeugreihe minis[®] mit 1,6 Mio verkauften Stück aus dem Stand Spitzenpositionen am Markt. Erhöhte Nachfrage erlebten im letzten Jahr auch die Angebote zum Malen und Zeichnen: Mandala-Malsets verkauften sich insgesamt rund 600.000 mal und der Relaunch des von Grund auf überarbeiteten Klassikers Malen nach Zahlen[®] schaffte es auf Stückzahlen von 1,7 Millionen.

Auch bei den Spielen gab es Bestseller: Mehrere Kinderspiele überstiegen die 150.000-Grenze, und ein alter Bekannter wie das ver-rückte Labyrinth verkaufte sich als 20-Jahre-Jubiläumsausgabe 100.000 mal. Diese Entwicklung spiegelte sich auch im Markt wider: Traditionelle Spiele haben wieder leicht angezogen.

Geschäftsbereich Kinder- und Jugendbuch

Marktführer bei Kinder- und Jugendbüchern

Auch im vergangenen Jahr erhöhte der Geschäftsbereich Kinder- und Jugendbuch seine Umsatzzahlen - wie in den fünf Jahren zuvor. In 2006 verbesserte er sich leicht um 1,4 % auf 47,6 Mio Euro. Damit hält Ravensburger nicht nur einen Marktanteil von 10,4 % am deutschen Kinder- und Jugendbuchmarkt, sondern auch die Position als Marktführer. Das Kleinkindprogramm und Deutschlands beliebteste Kindersachbuch-Reihe "Wieso? Weshalb? Warum?" trugen wesentlich zu dieser Entwicklung bei. Ebenso die neue Ausrichtung im Erzählenden Programm, das aktuelle, spannende Gesellschaftsthemen aufgreift: So werden Ravensburger Romane längst nicht nur von Jugendlichen, sondern auch von Erwachsenen gelesen. In diesem Segment hat der Verlag den Umsatz kräftig gesteigert.

Ravensburger Spieleland

Steigende Besucherzahlen im Spieleland trotz Regensaison

330.000 Gäste besuchten im vergangenen Jahr den Freizeitpark Ravensburger Spieleland in Meckenbeuren - eine Steigerung von 6,5 % zum Vorjahr, trotz verregneter Saison. Sie bescherte dem Freizeitpark einen Umsatz von 5,6 Mio Euro. Das Spieleland machte die Regentage wieder wett mit Besucherrekorden an sonnigen Tagen. Vor allem eine in der letzten Saison erstmals betriebene 400 Meter lange Wildwasser-Raftingbahn erwies sich als Publikumsmagnet.

Messenews!

Ravensburger gewinnt Innovationspreis Toy Award 2007 der Spielwarenmesse

Das Kinderspielzeug "Aqua Doodle® XXL Thomas und seine Freunde " hat den Toy Award 2007 in der Kategorie "Kreativität + Design" gewonnen, weil es laut Begründung der Jury "die Konzentration und Kreativität von drei- bis sechsjährigen Kindern fördert". Das prämierte Spielzeug ist eine Lok, die selbstständig einem Gleis folgt, das Kinder mit Wasser auf eine große, spezialbeschichtete Matte malen. Zwei Jahre zuvor hatte Ravensburger bereits mit dem "puzzleball®", einem Puzzle in Kugelform, einen Toy Award erhalten.

31. Januar 2007 - weitere Infos zur Ravensburger AG:
www.ravensburger.de/presse Wir freuen uns über Ihren Beleg. Besten Dank.

Pressekontakt:

Pressekontakt:

Ravensburger AG
Heinrich Hüntelmann
Tel. 0751/86-1942
Mobil: 0175/570 38 55 oder 0179/123 44 97
Fax 0751/86-1657

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100011766/100523739> abgerufen werden.