

# Ravensburger AG

16.06.2015 - 12:00 Uhr

## Jahresabschluss 2014 / Ravensburger expandiert

Ravensburg (ots) -

Die Ravensburger Gruppe setzt ihr seit acht Jahren anhaltendes Wachstum fort. Im vergangenen Geschäftsjahr steigerte das Unternehmen seinen Umsatz in einem nahezu stabilen Marktumfeld um 4,0 % auf 373,2 Mio. Euro. Dies gelang Ravensburger sowohl durch geographische Expansion als auch durch erfolgreiche Produktneuheiten bei 3D-Puzzles und beim audiodigitalen Lernsystem "tiptoi®". Nahezu alle ausländischen Ravensburger Tochtergesellschaften trugen wesentlich zur Umsatzsteigerung bei. Insbesondere das US-Spieleunternehmen Wonder Forge Inc., Seattle, das Ravensburger Ende 2012 zur Verstärkung im amerikanischen Markt anteilig erwarb, erzielte ein überdurchschnittliches Umsatzplus. Für weiteres Wachstum hat die Unternehmensgruppe zu Beginn des laufenden Geschäftsjahres die Weichen gestellt: Mit dem Kauf des angesehenen schwedischen Spielwarenherstellers BRIO will Ravensburger im Ausland zulegen und weiter vom Spiele- in den Spielwarenmarkt expandieren.

Der Jahresüberschuss der Gruppe stieg im abgelaufenen Geschäftsjahr um 4,4 Mio. Euro und belief sich auf 37,6 Mio. Euro. Dies entsprach einer Umsatzrendite von 10,1 % nach Steuern. Der neue Finanzvorstand Hanspeter Mürle, der seit 1. Mai bei Ravensburger tätig ist, sagte auf der Bilanzpressekonferenz des Unternehmens in Stuttgart: "Ravensburger erzielt seit Jahren gute Ergebnisse. Die wesentlichen Finanzkennzahlen brauchen keinen Vergleich zu scheuen. Wir sind ein finanziell gesundes, unabhängiges Unternehmen." Für das laufende Geschäftsjahr 2015 erwartet Vorstandsvorsitzender Karsten Schmidt ohne Berücksichtigung der BRIO-Akquisition "leicht steigende Umsätze, sofern die für uns relevanten Märkte weiterhin stabil bleiben."

Ravensburger Spielwaren: Steigerung in stabilem Marktumfeld

Dank eines Sondereffekts - verkaufsstarke bunte "Loom" Armbänder zum Knüpfen - legten die fünf wichtigsten westeuropäischen Spielwarenmärkte\*, in denen das Unternehmen den größten Teil seiner Umsätze tätigt, um 3,6 % zu. Doch die für Ravensburger wesentlichen Warengruppen Puzzle und Spiele konnten an dieser Entwicklung nicht teilhaben und stagnierten in diesen Ländern bei -1,1 %. In diesem Marktumfeld erhöhte der größte Ravensburger Geschäftsbereich Spiele, Puzzles, Beschäftigung seinen Umsatz um 6,0 % auf 303,5 Mio. Euro. Hier kam unter anderem die hohe Nachfrage nach "Puzzle 3D-Bauwerken" mit Neuheiten wie dem beleuchteten "Eiffelturm bei Nacht" oder "Schloss Neuschwanstein" zum Tragen. Auch das audiodigitale Lernsystem "tiptoi®", das Ravensburger seit fünf Jahren kontinuierlich ausbaut, konnte ein weiteres Mal dank erfolgreicher Neuheiten seine Verkaufszahlen steigern. Insbesondere die "tiptoi®" Tierfiguren erwiesen sich im ersten Jahr nach ihrer Markteinführung mit dem "Tier-Set Reiterhof" als Bestseller. Die Tierfiguren geben in Kombination mit dem elektronischen "tiptoi®"-Stift Tierlaute und Sachwissen wieder und regen zum Spielen an.

Der Umsatz mit Ravensburger Spielwaren wuchs im In- und Ausland unterschiedlich. In Deutschland stieg er um 3,0 % auf 126,4 Mio. Euro\*\*. Im Ausland, in dem Ravensburger 58,4 % seiner Spielwaren verkauft, fiel der Anstieg mit 8,2 % auf 177,1 Mio. Euro stärker aus. Dies lag zum einen an wachstumsstarken Neuheiten, die erst nach ihrem Erfolg in Deutschland auch im Ausland angeboten wurden. Zum anderen fiel die Beteiligung am US-Spieleunternehmen Wonder Forge, das 2014 deutlich zulegen konnte, ins Gewicht.

Ravensburger Bücher: Marktführer im Kinder- und Jugendbuchmarkt

Der deutsche Kinder- und Jugendbuchmarkt ging aufgrund abnehmender Absatzstellen im vergangenen Jahr um 1,4 % zurück. Zwar baute der Ravensburger Geschäftsbereich Kinder- und Jugendbuch Überbestände ab und verringerte dadurch seinen Umsatz um 3,2 % auf 65,7 Mio. Euro, doch der Verkauf der Ravensburger Bücher an den Konsumenten stieg um 1,7 %. Damit steigerte Ravensburger seinen Marktanteil auf 10,8 % und erlangte wieder die Marktführerschaft bei Kinder- und Jugendbüchern. Positiv verlief das Geschäft vor allem wegen der starken Nachfrage nach dem audiodigitalen Lernsystem "tiptoi®" und der Kindersachbuchreihe "Wieso? Weshalb? Warum?" Zudem baut der Verlag seit vergangem Jahr sein erzählendes Programm stärker aus: Jugendromane wie die Reihe "Clan der Wölfe" von Kathryn Lasky oder "Gryphony" von Michael Peinkofer verkauften sich erfolgreich.

Ravensburger Freizeit und Promotion: mehr Besucher im Spieleland

Der Geschäftsbereich Freizeit und Promotion erhöhte seinen Umsatz im abgelaufenen Geschäftsjahr um 3,7 % auf 13,3 Mio. Euro zu. Dies beruhte vor allem darauf, dass der Freizeitpark Ravensburger Spieleland seine Gästezahl in der Saison 2014 um 12,4 % auf 394.000 Besucher steigern konnte. Sowohl die neue Fahrattraktion "Hier kommt die Maus!", die mit dem berühmten TV-Maskottchen ins Spieleland einzog, als auch günstiges Parkwetter lockten mehr Gäste an.

Ravensburger ist führender Anbieter von Puzzles, Spielen und Beschäftigungsprodukten in Europa und Marktführer bei Kinder- und Jugendbüchern im deutschsprachigen Raum. Das blaue Dreieck zählt zu den renommiertesten Markenzeichen in Deutschland. Das Programm umfasst rund 8.000 verschiedene Produkte (inkl. aller landesspezifischer Ausgaben), die weltweit verkauft werden. 86 % seiner Spielwaren fertigt Ravensburger in eigenen Werken. 1.838 Mitarbeiter erwirtschafteten 2014 einen Umsatz von 373 Millionen Euro.

\* G5-Länder: Deutschland, England, Frankreich, Italien, Spanien, Quelle: NPD Group Panel

\*\* enthält alle nach Deutschland ausgelieferten Produkte

Kontakt:

Ravensburger AG  
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit  
Heinrich Hüntelmann  
Telefon +49(0)751.86 19 42  
Telefax +49(0)751.86 16 57  
heinrich.huentelmann@ravensburger.de

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100011766/100774264> abgerufen werden.