

Vollausslastung und hohe Investitionen bei Ravensburger



Ravensburg (ots) -

Nach einem Rekordwachstum im Vorjahr von über 20 % hat die Ravensburger Gruppe 2021 ihren Umsatz noch einmal leicht um rund 1 % auf 636 Mio. Euro erhöht. Dies gelang dem Unternehmen, obwohl es durch das vorangegangene Wachstum an seine Kapazitätsgrenze kam und wegen der Neuausrichtung der Logistik in den USA sowie globaler Transportengpässe weniger Ware auslieferte. Infolgedessen hat die Unternehmensgruppe schon ab 2020 hohe Investitionen angestoßen: Über 100 Millionen Euro fließen vor allem in die Ausweitung der Fertigungskapazitäten und in Arbeitsplätze. Weitere Felder sind die Expansion im Ausland, Innovationspartnerschaften und die Nachhaltigkeit des Unternehmens.

Das Ravensburger Geschäft expandierte im vergangenen Jahr vor allem durch Puzzles und Kreativprodukte. Während in Deutschland die Umsätze leicht zunahmen, stiegen sie in den für Ravensburger wichtigen Auslandsmärkten wie Großbritannien, Frankreich, Italien, Spanien und Skandinavien deutlich. Ihr Wachstum erzielte die Gruppe trotz erschwelter Umstände: Zum einen hatte die 2020 sprunghaft gestiegene Nachfrage die Ravensburger Fertigung und Logistik an ihre Kapazitätsgrenze gebracht. Zum anderen lieferte das Unternehmen in seinem zweitgrößten Absatzmarkt USA weniger Ware aus als geplant: Dort war Ravensburger mit der aufwändigen Fusion mehrerer Logistikstandorte befasst und zudem mit globalen Transportengpässen konfrontiert.

"Dreischichtbetrieb, Wochenendarbeit, Überstunden - unsere Belegschaft hat durch ihren enormen Einsatz den großen Bedarf an unseren Produkten bewältigt", erläuterte Finanzvorstand Hanspeter Mürle das Ravensburger Geschäftsjahr. "Dass ein Teil unserer Ware auf dem Weg zum Kunden festsaß, hat uns in den USA jedoch Umsatz gekostet."

Ravensburger Renner 2021: "Malen nach Zahlen" und "echoes"

Nach einem regelrechten Puzzleboom 2019 und 2020 erzielte Ravensburger 2021 in diesem Segment ein weiteres Umsatzwachstum um 5 %. Damit stieg die Zahl der gefertigten Puzzles im vergangenen Jahr auf 32,4 Millionen. Die meistverkauften Puzzles hatten ein spezielles Motiv: Einzelanfertigungen auf Kundenwunsch, produziert als "my Ravensburger Puzzle". Begehrte waren auch die Lizenzthemen Pokémon und Harry Potter, darunter beispielsweise das "Hogwarts Schloss" als 3D Puzzle.

Kreative Beschäftigung stand ebenfalls hoch im Kurs. Dies belegten die Verkaufszahlen der populären "Malen nach Zahlen"-Reihe eindrucksvoll: Sie stiegen im vergangenen Jahr deutlich und verdoppelten sich bei den Angeboten für Erwachsene. Insbesondere in Italien feierte Malen nach Zahlen unter der Marke "CreArt®" nach einem Relaunch einen Verkaufserfolg. Einen guten Lauf hatte auch das Ravensburger Kugelbahnsystem "GraviTrax" mit der neuen "PRO"-Variante, die sich 700.000 Mal im In- und Ausland verkaufte. Das ging vor allem auf die User selbst zurück: Ravensburger kommuniziert mit ihnen über Social Media und sponsert Youtube-Events, wo kunstvoll gebaute GraviTrax-Bahnen zum viralen Hit werden. Die Community wächst ständig, mit derzeit 7 Millionen GraviTrax-Videos auf der Plattform TikTok und 2,5 Millionen Aufrufen allein auf dem offiziellen GraviTrax Youtube-Kanal.

Unter den Spielen stach die Neuentwicklung "echoes" hervor, eine Audio-Mystery-Spielreihe, die in Kombination mit dem

Smartphone gespielt wird. Ihr gelang mit 170.000 verkauften Exemplaren in nur vier Monaten ein Schnellstart. Die nachhaltige Bastelreihe "EcoCreate" wiederum sprach umweltbewusste Kunden mit ihren Upcycling-Ideen an und erzielte im ersten Jahr einen Absatz von 130.000 Stück.

Investitionen in Mitarbeiter, Fertigung und Nachhaltigkeit

Die Ravensburger Gruppe stieß bereits 2020 einen Investitionsschub über drei Jahre an, der über 100 Millionen Euro umfasst. "Wir investieren derzeit erhebliche Summen in Mitarbeiter, Fertigung und Nachhaltigkeit, damit die Ravensburger Gruppe auch in Zukunft verantwortungsbewusst wachsen kann", sagte Vorstandsvorsitzender Clemens Maier.

1. Mehr Fertigungskapazität und neue Bürowelt am Standort Ravensburg

Die anhaltend hohe Nachfrage nach Ravensburger Produkten veranlasste die Unternehmensgruppe zur Ausweitung ihrer Fertigung und Logistik. Im vergangenen Jahr installierte Ravensburger neue Produktionsanlagen am Standort Ravensburg und erweiterte dort seine Logistikflächen. Am zweiten Produktionsstandort in Policka, Tschechien, führte das Unternehmen einen Erweiterungsbau durch und beschaffte weitere Fertigungsanlagen.

Auch in Mitarbeiter und Arbeitsplätze investiert Ravensburger hohe Summen. Deren Zahl stieg im vergangenen Jahr um 109 auf 2.413. Am Firmensitz Ravensburg wandelt Ravensburger derzeit die vorhandenen Büros in eine neue Bürowelt um. Zudem lancierte das Unternehmen eine umfangreiche Employer Branding Kampagne, um neue Mitarbeiter zu gewinnen.

2. "Ravensburger Next Ventures" - Innovationen mit jungen Startups

Ab 2022 richtet sich Ravensburger mit seinem "Next Ventures" Investmentprogramm an junge Start-ups, um über eine Beteiligung gemeinsam Innovationen am Markt zu platzieren. Die Unternehmensgruppe finanziert dieses Programm mit einem zweistelligen Millionenbetrag und investiert in jährlich maximal vier Projekte. Gefragt sind kreative Gründer aus den Bereichen Spielwaren, Kinderbücher und Edutainment, die Produkt-, Vertriebs- oder auch Materialideen realisieren wollen und dafür Know-how und Netzwerk von Ravensburger nutzen.

3. Eigene Niederlassungen in China und Polen

Ravensburger führt seine Internationalisierungsstrategie konsequent fort: Bislang war Ravensburger in China und Polen nur mit externen Distributoren und kleinem Sortiment vertreten. 2021 und 2020 gründete die Unternehmensgruppe dort eigene Niederlassungen, denn beide Märkte sind vielversprechend: Dort wächst das durchschnittliche Einkommen und Eltern zeigen verstärkt Interesse an hochwertigen und edukativen Angeboten.

4. Umfangreiche Investitionen in Nachhaltigkeit

Als Unternehmen mit Werten und Verantwortungsbereitschaft investiert Ravensburger seit 2019 verstärkt in nachhaltiges Wirtschaften. Ein interdisziplinäres Team von Ravensburger Mitarbeitern erarbeitete mit Experten eine Klimabilanz und eine umfassende Nachhaltigkeitsstrategie für die Ravensburger Gruppe. Die wichtigsten Ziele sind klimaneutrale Betriebe ab 2023 und die Reduzierung des CO₂-Ausstoßes entlang der gesamten Lieferkette bis 2030. Derzeit stellt das Unternehmen den gesamten Betrieb auf Ökostrom um und unterstützt Klimaschutzprojekte der Organisation "Fairventures Worldwide". Verringern soll sich auch der Anteil von Einwegplastik in Produkten. Der Anteil von zertifizierten nachhaltigen Materialien, etwa bei Papier und Pappe, soll weiter erhöht werden. Zudem entwickelt Ravensburger gezielt Produkte, die bei Kindern die Sensibilität für Nachhaltigkeit fördern. Anfang 2022 etablierte das Unternehmen eine eigene Abteilung für Nachhaltigkeit.

Diese PI & Bildmaterial zum Download finden Sie unter www.ravensburger.de/presse

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. 2021 erwirtschafteten 2.413 Mitarbeiter einen Umsatz von 636 Millionen Euro.* Ravensburger unterhält eigene Werke in Ravensburg und Policka, Tschechien.

* Stand 01/2022

Pressekontakt:

Heinrich Hüntelmann
Senior Manager Corporate Communications
Tel: 0751-86-1942
Heinrich.Huentelmann@ravensburger.de

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

Medieninhalte



Ravensburger AG: Gabelstapler lädt Palette mit GraviTrax in Anhänger / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/62428 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke unter Beachtung ggf. genannter Nutzungsbedingungen honorarfrei. Veröffentlichung bitte mit Bildrechte-Hinweis.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100011766/100884650> abgerufen werden.