

www.ravensburger.de

Postfach 18 60
D-88188 Ravensburg
Robert-Bosch-Straße 1
D-88214 Ravensburg

Jahresabschluss 2016

Ravensburger Gruppe investiert in internationale Entwicklung und Digitalkompetenz

Ravensburg – 2016 war für die Unternehmensgruppe Ravensburger ein erfolgreiches Geschäftsjahr. Das Unternehmen erzielte ein Umsatzwachstum von 6,6 % auf 473,5 Mio. Euro. Sämtliche Geschäftsbereiche legten zu. Der Jahresüberschuss nach Steuern belief sich auf 32,1 Mio. Euro und entsprach einer Umsatzrendite von 6,8 %. Gleichzeitig stehen die Zeichen bei Ravensburger auf Wandel: Zum einen wurde 2016 ein langfristig geplanter Generationswechsel in Vorstand und Geschäftsführungen vorbereitet. Zum anderen entwickelte das Management angesichts von Globalisierung und Digitalisierung eine neue strategische Ausrichtung. Ravensburger investiert deshalb verstärkt in seine internationale Entwicklung und in seine Digitalkompetenz.

Vorstandsvorsitzender Clemens Maier sagte auf der Bilanzpressekonferenz des Unternehmens: „Auf Basis der Ravensburger Werte und Stärken haben wir eine zukunftsfähige Strategie entwickelt. Ziel ist eine moderne internationale Unternehmensgruppe, die den digitalen Wandel in allen Bereichen verinnerlicht und nutzt.“

Solide finanzielle Basis für künftige Entwicklung

Der Jahresüberschuss nach Steuern fiel im vergangenen Jahr gut aus. Er bezifferte sich auf 32,1 Mio. Euro und entsprach einer Umsatzrendite von 6,8 %. Der Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit betrug 43,4 Mio. Euro. Die Investitionssumme fiel mit 22,0 Mio. Euro vergleichsweise hoch aus und floss unter anderem in den Bau einer neuen Werkhalle am zweiten Ravensburger Fertigungsstandort in Polička, Tschechien. Finanzvorstand Hanspeter Mürle betonte: „Aufgrund unserer soliden finanziellen Basis können wir gezielt in die Entwicklung unserer internationalen Standorte investieren.“

2016 beschäftigte Ravensburger 2109 Mitarbeiter – 102 Mitarbeiter mehr als im Vorjahr. 1148 Beschäftigte arbeiteten im Inland, 961 im Ausland.

Die Geschäftsbereiche: Steigende Nachfrage nach Spielwaren

Der mit 76 % Umsatzanteil größte Ravensburger *Geschäftsbereich Spiele, Puzzles, Beschäftigung* ist im vergangenen Jahr um 8,0 % auf 358,1 Mio. Euro Umsatz gewachsen. Besonders gut verkauften sich das audiodigitale Lernsystem „tiptoi®“, die 3D Puzzle-Bauwerke, aber auch aktualisierte Spieleklassiker wie „Scotland Yard“ und „Das verrückte Labyrinth“. Generell verzeichneten die Spielwarenmärkte einen Trend zu klassischen Spielwaren.

Die durch ihre Spielwelten bekannte *Marke BRIO* erzielte auch im zweiten Jahr bei Ravensburger ein kräftiges Umsatzwachstum von 19,3 % auf 55,3 Mio. Euro. Zum einen wuchsen die Kernmärkte in Deutschland und Skandinavien, zum

▼
Fotos und Text zum
Herunterladen:

www.ravensburger.de/presse

Informationen zu
Ravensburger finden
Sie unter:

www.ravensburger.de





Presse-Information

anderen nutzte BRIO das internationale Vertriebsnetz der Gruppe. Ravensburger erwarb den schwedischen Spielwarenhersteller, um international zu wachsen und weiter vom Spiele- in den Spielwarenmarkt zu expandieren.

Abgesehen von den Verkaufszahlen eines Bestsellertitels erreichte der Umsatz des deutschen Kinder- und Jugendbuchmarktes 2016 etwa Vorjahresniveau. Die Handelslandschaft blieb weiter angespannt. In diesem Umfeld verzeichnete der Ravensburger *Geschäftsbereich Kinder- und Jugendbuch* eine stabile Umsatzentwicklung mit einem Plus von 0,2 % auf 64,9 Mio. Euro. Gut verkaufte sich unter anderem das Lizenzprogramm mit neuen Inhalten von Disney.

Der *Geschäftsbereich Freizeit und Promotion* erhöhte seinen Umsatz im Vergleich zum Vorjahr um 6,2 % auf 15,0 Mio. Euro*. Daran war maßgeblich der zum Bereich gehörende Freizeitpark Ravensburger Spieleland beteiligt. Der Park erzielte in der vergangenen Saison einen Besucherrekord von 411.900 Gästen und eröffnete im Juni 2016 auf seinem Gelände ein Feriendorf als Übernachtungsmöglichkeit.

Neues Managementteam mit neuer strategischer Ausrichtung

Im vergangenen Geschäftsjahr stellte Ravensburger die Weichen für einen langfristig geplanten Generationswechsel im Management. Das Unternehmen besetzte sechs Geschäftsführerpositionen neu. Im April 2017 fand der Wechsel auch im Vorstand statt: Neuer Vorstandsvorsitzender ist Clemens Maier (46), der seit 11 Jahren bei Ravensburger in Führungspositionen tätig ist, davon sechs Jahre im Vorstand. Maier ist ein Urenkel des Unternehmensgründers Otto Maier. Zweites Mitglied im Vorstand ist Hanspeter Mürle (48), der vor zwei Jahren in den Vorstand berufen wurde.

Das neue Management beschloss angesichts der sich verändernden Märkte und Geschäftsmodelle eine neue strategische Ausrichtung des Unternehmens. Das Ziel ist, die Ravensburger AG weiter zu internationalisieren und ihre Digitalkompetenz – in enger Verbindung zum Stammgeschäft – voranzutreiben. So hat Ravensburger seine 2009 als Startup gegründete Digitaltochter Anfang 2017 als „Digital Center“ in die AG integriert. Seitdem fungiert das Digital Center als zentrale Entwicklungsabteilung für sämtliche Geschäftsbereiche der Gruppe. Als weiteren Schritt in Richtung Digitalkompetenz schuf das Unternehmen die Position Head of Digital mit gruppenweiter Verantwortung. Zudem installierte Ravensburger im Unternehmen die neue Arbeits- und Entwicklungsumgebung „Innovation Campus“. Dort entwickeln interdisziplinäre Teams agil und kreativ neue Produktideen und testen zukunftssträchtige Technologien.

Ein aktuelles Beispiel für die neue Ausrichtung auf der Produktseite ist das interaktive Kugelbahnsystem „GraviTrax“, das die Welt der Schwerkraft spielerisch erlebbar macht. Die neue Produktreihe ist sowohl als physisches Spiel als auch digital als App spielbar und erscheint noch 2017. Sichtbar werden die Veränderungen bei Ravensburger auch in einem neuen Unternehmens-Logo, das die Mission „Spielerische Entwicklung“ verkörpert und die Vielfalt und Modernität des Unternehmens ausdrückt.

(5.691 Zeichen)

* Umsatz Freizeit und Promotion hier ohne Innenumsatz für Erstellung des Feriendorfs.