

Ravensburger wächst beträchtlich und erweitert Vorstand / Spielwaren



Ravensburg (ots) -

Die Ravensburger Gruppe erzielte 2024 erneut ein außerordentliches Wachstum und steigerte ihren Umsatz um 18,2 % auf 790 Mio. Euro. Damit entwickelte sich das Unternehmen deutlich besser als sein Marktumfeld. Diesen Zuwachs erreichte Ravensburger vor allem durch internationale Expansion, den Aufbau einer neuen Geschäftssparte rund um das Sammelkartenspiel "Disney Lorcana" und die Überarbeitung des Bestsellers "tiptoi®". Der fortwährende Erfolg des Unternehmens wirkte sich auch auf Management und Belegschaft aus: Zum einen verstärkte Ravensburger den bisher zweiköpfigen Vorstand um zwei weitere Mitglieder. Zum anderen stellte das Unternehmen weitere Mitarbeiter ein, sodass die Belegschaft per Ende vergangenen Jahres um 182 auf 2.483 Mitarbeiter wuchs.

Trotz der teils getrübbten Verbraucherstimmung blieb Ravensburger auf Wachstumskurs. 2023 und 2024 legte das Unternehmen im Umsatz je zweistellig zu. Innovationen und Internationalisierung trieben das Geschäft der Gruppe voran. "Gleichzeitig haben wir - bei guter Profitabilität - die Finanzkraft der Gruppe stetig verbessert", äußerte sich Finanzvorstand Hanspeter Mürle am Vorabend der Nürnberger Spielwarenmesse zur Geschäftslage. "Deshalb konnten wir gerade in Zeiten schwächerer Konjunktur nachhaltig investieren, insbesondere in Produktinnovationen wie Disney Lorcana, die unser Wachstum sichern."

"Spielwaren bleiben vergleichsweise stabil"

Die internationalen Spielwarenmärkte gingen in Summe leicht zurück; auch in Deutschland war die Kauflaune der Konsumenten verhalten. "Spielwaren sind jedoch langfristig ein vergleichsweise stabiles Geschäft", betonte Vorstandsvorsitzender Clemens Maier. "Für Gemeinsamkeit, spielerisches Lernen oder aktive Entspannung gibt es - weltweit - immer eine Nachfrage, vor allem wenn sie mit den richtigen Themen bedient wird. Folglich entwickeln wir Ravensburger als global agierendes Unternehmen weiter." Mittlerweile erwirtschaftet die Ravensburger Gruppe 70 % ihres Umsatzes im Ausland. Davon entfallen knapp 40 % auf Nordamerika.

Erfolgreichstes Ravensburger Produkt: über eine Milliarde Disney Lorcana Karten verkauft

Nach erheblichen Investitionen in den Aufbau eines Sammelkartengeschäfts erschien im August 2023 das von Ravensburger entwickelte Spiel "Disney Lorcana" in Kooperation mit Lizenzgeber Disney. Es war von Anfang an ein durchschlagender Erfolg. Die Begeisterung für das Spiel hielt auch im vergangenen Jahr an: Vierteljährlich erschienen neue Kartensets, begleitet von vielen Events und Turnieren für die Lorcana-Fans. Nach dem Start in

Nordamerika, Deutschland und Frankreich erschien das Spiel in den meisten Ländern Europas, mit insgesamt über eine Milliarde verkaufter Lorcana-Karten. Damit ist Disney Lorcana der erfolgreichste Produktlaunch in der Ravensburger Firmengeschichte, der in den letzten beiden Jahren wesentlich zur Umsatzsteigerung des Unternehmens beitrug. 2025 steht der Marktstart in Asien an.

Auch der Relaunch der millionenfach verkauften tiptoi® Programmlinie steigerte im vergangenen Jahr die Ravensburger Performance. Das Lernsystem, das erstmals 2010 auf den Markt kam und inzwischen in vielen Kinderzimmern zum Standard gehört, wurde komplett überarbeitet und profitierte von einer neuen Vermarktungsstrategie. Dadurch stieg der Umsatz mit tiptoi® um 23 %. Positiv entwickelten sich auch Spiele für jüngere Zielgruppen: Dazu zählten Kartenspiele, Kinderspiele, Playsets mit Dinosauriern und die aus nachhaltigem Bio-Kunststoff gefertigte Kugelbahn "GraviTrax Junior". Newcomer "Play+", eine Reihe mit Büchern und Spielsachen für Babys und Kleinkinder, war gleich zum Markteintritt stark nachgefragt. Zweistellige Absatzsteigerungen verzeichneten wiederum die Bücher für Kleinkinder und Erstleser, darunter die Reihe "Leserabe", die ihr 20-jähriges Jubiläum feierte.

2025 liegen hohe Erwartungen auf der Innovation "BRIO Flora", einem hochwertigen Spielsystem, das im Herbst unter der Marke BRIO erscheint: Kinder ab drei Jahren bauen und entdecken eine phantastische bunte Spielwelt voller Tierfiguren und Blumen.

Vertriebschefin aus Deutschland und Head of Games aus den USA verstärken Ravensburger Vorstand

Acht Jahre führten Vorstandsvorsitzender Clemens Maier und Finanzvorstand Hanspeter Mürle die Unternehmensgruppe. Ravensburger wuchs deutlich, die Manager setzten konsequent auf Internationalisierung und Innovation. Infolge der vielseitigeren und globaleren Struktur schuf das Unternehmen zwei weitere Positionen im Vorstand für die Bereiche Sales und gruppenweite Produktstrategie, die zum 1. Januar 2025 intern besetzt wurden:

- Susanne Knoche (50) übernimmt den Posten des **Chief Sales Officer (CSO)**. Knoche ist seit 2001 bei Ravensburger tätig und rückte nach leitenden Marketing- und Vertriebspositionen 2012 zur Geschäftsführerin Vertrieb National und International auf.
- Filip Francke (51) tritt als **Chief Product Officer (CPO)** an. Francke kam 2017 von Bekleidungshersteller Helly Hansen zu Ravensburger. Er verantwortete zuletzt als Group Director in Seattle, USA, die größte Ravensburger Kategorie Games.

Außerdem erweitert Finanzvorstand (CFO) **Hanspeter Mürle** (55) seine Aufgaben und wird als Chief Operations Officer (COO) die Supply Chain leiten und Unternehmensprozesse optimieren. Somit werden die Zukunftsthemen des Unternehmens - Internationalisierung, Ausrichtung des Produktportfolios, operative Performance - künftig noch stärker im Vorstand verankert. Ravensburger sieht sich für die Zukunft gerüstet.

Pressinformation und Bildmaterial zum Download finden Sie hier in unserem Media Newsroom:

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. 2024 erwirtschafteten 2.483 Mitarbeiter einen Umsatz von 790 Millionen Euro.* Ravensburger unterhält eigene Werke in Ravensburg, Policka (Tschechien) und Banská Bystrica (Slowakei).

* Stand 01/2025

Pressekontakt:

Heinrich Hüntelmann
Head of Corporate Communications

Tel: +49 (0)751-86-1942
Heinrich.Huentelmann@ravensburger.de

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

Medieninhalte



Ravensburger Vorstand: Filip Francke, Hanspeter Mürle, Susanne Knoche, Clemens Maier (von links) Der fortwährende Erfolg der Ravensburger Gruppe wirkte sich auch auf Management und Belegschaft aus: Zum einen verstärkte das Unternehmen den bisherigen Vorstand - Clemens Maier und Hanspeter Mürle - um zwei weitere Mitglieder - Susanne Knoche und Filip Francke. Zum anderen stellte Ravensburger weitere Mitarbeiter ein, sodass die Belegschaft per Ende 2024 um 182 auf 2.483 Mitarbeiter wuchs. / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/62428 / Die Verwendung dieses Bildes für redaktionelle Zwecke ist unter Beachtung aller mitgeteilten Nutzungsbedingungen zulässig und dann auch honorarfrei. Veröffentlichung ausschließlich mit Bildrechte-Hinweis.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100011766/100928257> abgerufen werden.