

29.01.2013 - 10:25 Uhr

"Innovationen werden in Zukunft im Spiele-Markt eine noch größere Bedeutung bekommen!" Ravensburger wächst in rückläufigen Märkten durch Innovationen

Nürnberg (ots) -

INTERVIEW mit Karsten Schmidt, Vorstandsvorsitzender Ravensburger

Anmoderation:

Pädagogisch wertvoll oder technisch auf der Höhe der Zeit? Spielekonsole oder klassisches Würfelspiel? Was sind die Spieltrends 2013? Mit dieser Frage beschäftigt sich die Branche ab heute (29.01.2013) auf der internationalen Spielwarenmesse in Nürnberg. Auch Ravensburger - führender Anbieter von Puzzles, Spielen und Beschäftigungsprodukten in Europa - ist vor Ort. Das oberschwäbische Traditionsunternehmen zeigt eine echte Puzzle-Innovation. Beim "Complete Puzzle Set" wird das Puzzle direkt in der Schachtel zusammengesetzt und die Schachtelunterseite wird zu einem Bestandteil des Gesamt-Puzzles. Gestern bilanzierte das Unternehmen bei einem Wirtschaftspressegespräch aber zunächst das Geschäftsjahr 2012. Der Umsatz der Ravensburger Gruppe ist in einem schwierigen Marktumfeld gewachsen. Die Steigerung ist vor allem auf Produktinnovationen zurückzuführen. Die audiodigitale Lernspielreihe "tiptoi®" und die mit neuer Technologie gefertigten "3D Puzzle-Bauwerke" erwiesen sich als die wachstumsstärksten Produkte des Unternehmens. Wir haben uns am Vorabend der Spielwarenmesse mit dem Ravensburger-Vorstandsvorsitzenden Karsten Schmidt unterhalten.

1. Herr Schmidt, Sie haben am Rande der Spielwarenmesse in Nürnberg das Geschäftsjahr 2012 der Ravensburger Gruppe bilanziert. Wie schätzen Sie das vergangene Jahr ein? Es war erfolgreich. Wir konnten unseren Umsatz um über drei Prozent steigern, obwohl das Marktumfeld, in dem wir tätig waren, sowohl Buch, als auch Spielwarenmarkt in ganz Europa um drei Prozent rückläufig war. Insofern konnten wir uns über Marktniveau entwickeln. (0:16)

2. Diese Steigerung ist in erster Linie auf Produktinnovationen zurückzuführen. Warum sind ständige Innovationen, auch von Erfolgsprodukten, im Spielmarkt so wichtig? Ich glaube die Märkte werden enger und die Bereitschaft, eine weitere Variante eines Produktes zu kaufen, das man vielleicht schon zu Hause hat, wird abnehmen. Man erwartet neue Dinge, so wie sich die Welt insgesamt ständig neu erfindet, das erwartet man auch von Spielwaren. Insofern glaube ich, dass Innovationen in der Zukunft eine größere Bedeutung haben werden. Was nicht automatisch Elektronik oder so etwas heißt, sondern Innovation heißt etwas Neues, etwas Neuartiges. (0:28)

3. Es fällt auf, dass Deutschland das einzige Land in Westeuropa ist, in dem der Markt mit traditionellen Spielen, Puzzles und Beschäftigungsprodukten gewachsen ist. In allen anderen Ländern wie Italien, Frankreich oder Spanien ging das Geschäft zurück. Worauf ist das zurück zu führen? Also ich glaube, wenn man die Spielwarenlandschaft betrachtet, so ist Deutschland sicherlich das Land, das am wenigsten unter der Euro-Krise gelitten hat. Das heißt, wir haben eine volkswirtschaftlich stabile Situation. Darüber hinaus haben wir einen hohen Anteil des Handels, der im Internet stattfindet. Internet heißt, das überall Verfügbarkeit da ist, das heißt, wenn es mal Orte geben sollte, in denen es vielleicht leider keinen Spielwarenfachhändler mehr gibt, wird es durch das Internet kompensiert. Und in keinem Land ist der Anteil der Spielwarenverkäufe über das Internet so groß wie in Deutschland. Auch das spielt, glaube ich, eine Rolle, aber ganz wesentlich ist die politisch volkswirtschaftlich stabile Situation, die, wie wir wissen, jedes Land nicht ganz teilen kann. (0:39)

4. Das Motto der Nürnberger Weltleiterschau lautet in diesem Jahr jedenfalls "Toys 3.0". Thematisiert werden Spielwaren, die in Verbindung mit Smartphones und Tablet-Computern funktionieren. Ein Trend mit Zukunft? Was man sieht, wenn man die Produkte, gerade die, die letztes Jahr auf der Messe gezeigt wurden, die iPhone oder iPad integrieren, wenn man den Erfolg misst, wird man feststellen, dass eigentlich kein Produkt Erfolg hatte, weil meistens iPad und iPhone nur aufgesetzt waren, nicht Teil des Spiels waren, nicht das Spiel verbessert haben, nicht integriert im Spiel waren. Innovation heißt nicht automatisch und ist nicht gleich zu setzen mit Elektronik. (0:27)

5. Das bedeutet also, das gute alte traditionelle Brettspiel mit Würfel und Spielfiguren hat noch eine gute Zukunft vor sich? Selbstverständlich. Und wird es auch noch sehr, sehr lange haben. Da bin ich mir ganz sicher. Weil man mal keine Bildschirmzeit haben will, weil man sich entspannter unterhalten will und weil die Eltern genau das schätzen, wenn Ihre Kinder mal nicht vor dem Bildschirm sitzen. (0:14)

6. In Nürnberg werden eine Million Produkte zu sehen sein, darunter 70.000 Neuheiten. Was sind die Highlights, die Ravensburger in diesem Jahr präsentieren wird? Wir zeigen Tiere, die mit dem tiptoi-Stift interagieren. Wir zeigen eine kleine Werkstatt, in der Mädchen sich Schmuck selbst basteln und bauen können. Wir zeigen, unter tiptoi, einen Adventskalender. Wir haben mit Kakerlakak ein ganz verrücktes Spiel für Kinder. Das sehr actionreich ist, das ein ganz schnelles Spiel ist. Sie sehen, wir haben eine ganze Reihe von neuen Produkten und ich freue mich schon, die Resonanz auf der Messe sehen zu können. (0:33)

Abmoderation:

Die Spielewelt blickt ab heute nach Nürnberg. Auf der 64. internationalen Spielwarenmesse stellen bis zum 4. Februar fast 2.800

Unternehmen aus dem In- und Ausland mehr als eine Million Produkte aus. Mittendrin: das oberschwäbische Traditionsunternehmen Ravensburger, der führender Anbieter von Puzzles, Spielen und Beschäftigungsprodukten in Europa.

ACHTUNG REDAKTIONEN:

Das Tonmaterial ist honorarfrei zur Verwendung. Sendemitschnitt bitte an ots.audio@newsaktuell.de.

Pressekontakt:

Ansprechpartner:

Ravensburger AG, Heinrich Hüntelmann, 0751 86 1942

all4radio, Hannes Brühl, 0711 3277759 0

Original-Content von: Ravensburger AG, übermittelt durch news aktuell

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.de/pm/62428/2406125> abgerufen werden.