

Unternehmenszahlen / Ausblick 2017

2016: Erneut deutliche Umsatzsteigerung für Schleich

Das schwäbische Traditionsunternehmen Schleich ist mit einer Umsatzsteigerung von 16 Prozent im Abverkauf des Handels an den Konsumenten im zurückliegenden Geschäftsjahr 2016 erneut deutlich gewachsen. Damit zeigte das Unternehmen im Jahr 2016 abermals ein weit stärkeres Wachstum als der Markt für klassische Spielwaren in Deutschland, der im selben Zeitraum um fünf Prozent zulegen^{*}. Neben der anhaltend guten Nachfrage nach den klassischen Schleich-Figuren ist der Erfolg der von Schleich neu eingeführten Themenwelten ein wesentlicher Grund für die starke Unternehmensentwicklung. Insbesondere die Reihe *Horse Club*, die 2017 auch zunehmend international ausgebaut werden soll, hat zu diesem Erfolg beigetragen. Mit den Produktwelten *Farm World* und *Wild Life* konnten darüber hinaus erfolgreich weitere Zielgruppen im Vorschulalter erreicht werden. Ebenso haben auch die Aktivitäten zum Ausbau der Markenstärke zu den guten Ergebnissen beigetragen.

Schwäbisch Gmünd, 30. Januar 2017. Die Bestellungen vom Handel bei Schleich sind auch im Geschäftsjahr 2016 national wie international deutlich gestiegen: Mit einem Brutto-Umsatz von weltweit 142,9 Millionen Euro (2015: 132,5 Millionen Euro) erzielte die Gruppe den höchsten Umsatz der Firmengeschichte. Der Kernmarkt Deutschland wuchs sogar um 14 Prozent im Reinverkauf und um 16 Prozent im Abverkauf. Damit ist das schwäbische Traditionsunternehmen deutlich stärker als der deutsche Spielwarenmarkt gewachsen, der 2016 um fünf Prozent zulegen. Insbesondere im vierten Quartal erfreuten sich die Spielwelten von Schleich besonders hoher Beliebtheit und legten im Abverkauf durch den Handel mit ca. 75 Prozent gegenüber 2015 zu. „Dieser sensationelle Erfolg im vergangenen Jahr bestätigt unsere neue Sortiments- und Zielgruppensegmentierung. Die Strategie, unser Produktsortiment zu Spielwelten weiterzuentwickeln, geht voll auf“, sagt Dirk Engehausen, CEO der Schleich Gruppe. Auch intern kann das Unternehmen eine positive Entwicklung verzeichnen: Im vergangenen Jahr ist die Belegschaft sowohl in Deutschland als auch auf internationaler Ebene deutlich gewachsen. Inzwischen beschäftigt Schleich weltweit mehr als 500 Mitarbeiter. Zudem wurde mit Karl von Bodelschwingh ein ausgewiesener Experte als Chief Operating Officer (COO) für die Führungsriege gewonnen.

^{*} Jahresvergleiche gemäß NPD Eurotoys 2016

Bestseller 2016: Die Produktwelten *Horse Club*, *Dinosaurs* und *bayala*

„2016 haben wir mit *Horse Club* eine neue Themenwelt geschaffen, die mit ihren realistischen Spielsets rund um die Themen Reiten, Abenteuer und Freundschaft nicht nur von den Pferdefreunden unter den Kindern begeistert aufgenommen wurde“, sagt Engehausen. Diese erfolgreiche Produktwelt konnte so zum starken Umsatzwachstum beisteuern. In diesem Zusammenhang wurde das Spielset „Reiterhof mit Reiterin, Pferden und Zubehör“ vom Bundesverband der Spielwarenindustrie als „Top 10 Spielzeug 2016“ ausgezeichnet. Darüber hinaus konnten mit den Produktlinien *Farm World* und *Wild Life* erfolgreich weitere Kinder im Vorschulalter als neue Kunden erreicht werden.

Neben der Produktwelt *Horse Club* trugen auch die Themenwelten *Dinosaurs* und *bayala* zur starken Entwicklung von Schleich bei. Zu den nach Stückzahl am meisten verkauften Artikeln der *bayala* Themenwelt gehörten das „Regenbogeneinhorn Fohlen“ sowie die „Regenbogeneinhorn Stute“. Ein weiterer Topseller der Produktwelt war das „Magische Elfenschloss mit Zubehör“. In der Welt der Dinosaurier steigerten insbesondere der „Tyrannosaurus Rex“ und das Spielset „Riesenvulkan mit T-Rex“ den Umsatz.

Erfolgsformel 2016: Ausbau der Markenstärke

Mit dem neuen Claim „The world in YOUR hands“, strategischer Sortimentsplanung, intensiver Marktforschung, der Identifikation neuer Zielgruppen und einer Erhöhung der Marketing-Aktivitäten konnte Schleich 2016 seine Marke weltweit deutlich weiter stärken und ausbauen. Ebenfalls erheblich dazu beigetragen haben das neue Verpackungsdesign sowie ein überarbeitetes POS-Konzept. Dies sorgte für mehr Aufmerksamkeit und Orientierung am Handelsregal und steigerte damit die Sichtbarkeit und Relevanz der Marke für die Konsumenten. Diese erfolgreiche Neuausrichtung trifft weltweit sowohl bei den Endkonsumenten als auch bei den Vertriebspartnern auf positive Resonanz.

Topseller 2017: Fokus auf Spielwelten *Wild Life* und *Horse Club*

Auch 2017 setzt Schleich weiterhin auf den Ausbau seines Sortiments von realistischen und hochwertigen Einzelfiguren hin zu abwechslungsreichen Spielwelten, die für besonders viele kreative Gestaltungsmöglichkeiten und langanhaltenden Spielspaß sorgen. Der Fokus liegt dabei in diesem Jahr auf den Themenwelten *Wild Life* und *Horse Club*, deren Produktportfolios weiter ausgebaut werden: Bei der Linie *Wild Life* garantieren Spielsets und das neue Ranger-Team rund um das Thema „Dschungel“ wilde Abenteuer und spannende Spielstunden. Topartikel 2017 ist die „Dschungel Forschungsstation CROCO“. Darüber hinaus ergänzen neue Waldbewohner aus den verschiedensten Erdteilen das Sortiment im Lebensraum „Forest“ und für alle neuen *Wild Life*-Fans gibt es attraktive Einsteigersets. Geplant ist ebenfalls eine Vergrößerung der *Horse Club* Spielwelt mit neuen Highlight-

Produkten, wie zum Beispiel der „Mobilen Tierärztin mit Hannoveraner Fohlen“. Außerdem können alle Fans die Themenwelt nun mit den neuen Pferdeboxen beliebig erweitern und vergrößern.

Auch die Spiellinien *Farm World*, *Dinosaurs* und *bayala* erhalten Zuwachs durch neue Playsets und Einzelfiguren. „Aufgrund des großen Erfolges unserer realistischen Spielwelten in Deutschland, wollen wir diese in 2017 erweitern und auch international noch stärker bekannt machen“, so Engehausen.

Ausblick 2017 und langfristige Strategie

2017 will Schleich den Erfolg vom Vorjahr weiter ausbauen. „Im Abverkauf sind für alle Märkte zweistellige Wachstumsraten geplant“, erklärt Engehausen. „Unser Fokus im laufenden Jahr liegt auf der Steigerung des internationalen Umsatzes, hierbei wird uns die positive Resonanz von *Horse Club* helfen.“ Daneben habe sich das Unternehmen weitere strategische Ziele gesetzt, um die Marke zu stärken und damit weiteres, nachhaltiges Wachstum zu generieren, so Engehausen. Dazu zählen: die fortwährende Implementierung des neuen InStore Designs, die Umsetzung zusätzlicher Kampagnen am POS sowie der weitere Ausbau der digitalen Kanäle. Mit neuerworbenen Lizenzen will Schleich 2017 auch diesen Bereich weiter ausbauen. Durch die neuen strategischen Partnerschaften mit dem AMEET Verlag, dem Verlag Friedrich Oetinger GmbH und Schmidt Spiele entwickelt sich Schleich immer mehr zu einer 360-Grad-Marke. Das neu gegründete Außendienstteam in Österreich unterstreicht die Bedeutung eigener Vertriebsmannschaften und unterstützt den konsequenten Ausbau und die Stärkung der Marke Schleich.

Über Schleich

Das vor mehr als 80 Jahren von Friedrich Schleich in Schwäbisch Gmünd gegründete Unternehmen ist einer der größten Spielwarenhersteller Deutschlands und international führender Anbieter von Spielfiguren. Die berühmten Spielfiguren und Spielsets aus dem Hause Schleich werden in mehr als 50 Ländern vertrieben und haben die Kinderzimmer der ganzen Welt erobert. Als Global Player mit schwäbischen Wurzeln erzielt Schleich heute mehr als die Hälfte des Umsatzes außerhalb seines Kernmarktes Deutschland. Das Unternehmen befindet sich mehrheitlich im Besitz der europäischen Beteiligungsgesellschaft Ardian. Weitere Gesellschafter sind das Management-Team rund um die Geschäftsführer Dirk Engehausen (CEO), Erich Schefold (CFO) und Karl von Bodelschwingh (COO). Das Design der Schleich Spielwelten, die Herstellung der Produktionswerkzeuge sowie die Qualitäts- und Sicherheitstests erfolgen in Deutschland. Die Produktion selbst findet sowohl am Firmenstandort in Schwäbisch Gmünd als auch in weiteren Produktionsstätten im Ausland statt.

Kontakt

Helena Seppelfricke

Public Relations Director

Tel. +49 162 296 1290

E-Mail: helena.seppelfricke@extern.schleich-s.de