

Unternehmenszahlen 2017 / Ausblick 2018

2017: Top-Jahr für Schleich – Spielwarenhersteller weiter auf Wachstumskurs

Starke Leistung, starker Umsatz: Der schwäbische Spielwarenhersteller Schleich blickt auf ein erfolgreiches Jahr 2017 zurück. Grund dafür ist neben der gelungenen Neupositionierung des Traditionsunternehmens auch die Erweiterung strategischer Partnerschaften und der weitere Ausbau der beliebten Schleich Themenwelten. Im Gegensatz zum deutschen Spielwarenmarkt insgesamt, der 2017 kein Wachstum verzeichnen konnte, erzielten die Produkte von Schleich im Abverkauf an den Konsumenten ein Umsatzplus von 18 Prozent¹. Neben den klassischen Schleich Figuren zählen vor allem die Spielsets der Themenwelten *Horse Club*, *Farm World* und *Wild Life* zu den Favoriten im Kinderzimmer.

Schwäbisch Gmünd, 29. Januar 2018. Das Geschäftsjahr 2017 war erneut ein voller Erfolg für Schleich: Dank eines anhaltenden weltweiten Wachstums erzielte der Spielwarenhersteller einen Brutto-Umsatz von rund 156 Mio. Euro (Vorjahr: rund 143 Mio. Euro) und damit einen Anstieg von rund neun Prozent. Gleichzeitig konnte das Unternehmen seinen Marktanteil im deutschen Spielwarenmarkt von 2,5 Prozent auf 2,9 Prozent steigern. Damit belegt das Unternehmen im Ranking der deutschen Spielwarenhersteller den siebten Platz. Den höchsten Umsatz (absolut) unter den Produktlinien von Schleich generierte im vergangenen Jahr die Themenwelt *Horse Club*, deren Highlight „Reiterhof mit Reiterin und Pferden“ besonders gut ankamen. Zu den weiteren Topsellern zählten außerdem der „Pick-up mit Pferdeanhänger“ von *Horse Club* und die „Dschungel Forschungsstation CROCO“ der abenteuerlichen *Wild Life* Themenwelt.

Erfolgsfaktor 2017: Neupositionierung und strategische Partnerschaften

Ein entscheidender Wachstumstreiber im abgelaufenen Geschäftsjahr war vor allem der kontinuierliche Ausbau der einzelnen Markenwelten um weitere Figuren und neue Spielsets: Auch in Zukunft steht die gezielte Weiterentwicklung der vielseitigen Themenwelten im Fokus. Die Einzelfiguren, die den USP der Marke ausmachen, sind unverändert ein wichtiger Bestandteil des Sortiments und erhalten durch die Themenwelten eine zusätzliche „Bühne“.

¹ Jahresvergleiche gemäß NPD Eurotoys 2017

„Der Erfolg im vergangenen Jahr ist natürlich auch unseren strategischen Partnerschaften zu verdanken, mit denen wir neue Familien mit Kindern erreicht haben“, sagt Dirk Engehausen, CEO der Schleich Gruppe. Zu diesen gehören unter anderem Universum Kids, Schmidt Spiele, John Zelt, Falke, Punica sowie der Ameet Verlag, die Friedrich Oetinger GmbH und die Blue Ocean Entertainment AG. Die neuen Produkte sorgen dabei für noch mehr Spielspaß und machen die Themenwelten erlebbar: Sie reichen von fantasievollen Hörspielen, Magazinen und Storybüchern über Pop-Up Zelte bis hin zu spannenden Sticker- und Rätselbüchern.

Eine Partnerschaft anderer Natur und ein besonderes Highlight war die Fortführung der Kooperation mit dem WWF. Mit dieser Zusammenarbeit setzt sich Schleich aktiv für den Schutz bedrohter Arten ein und unterstützt die Natur- und Umweltorganisation WWF in Deutschland und Österreich beim weltweiten Schutz der Artenvielfalt.

Topseller 2017: Themenwelt *Horse Club*

Die Themenwelt *Horse Club* hat sich zur stärksten Spiellinie des Sortiments entwickelt, direkt gefolgt von *Farm World* und *Wild Life*. „*Horse Club* begeistert mit seinen realistischen Spielsets rund um die Themen Reiten, Abenteuer und Freundschaft viele kleine und große Pferdefans“, sagt Engehausen. „Die detailreiche Produktwelt wird auch 2018 weiter im Fokus stehen und mit einigen Neuheiten aufwarten.“ So wird es unter anderem einen großen „Pferdehof mit Wohnhaus und Stall“ sowie erstmals eine *Horse Club* Mädchen-Clique mit vier vollbeweglichen Figuren geben. Außerdem können *Horse Club* Fans die Abenteuer der fröhlichen Mädchen-Clique in Form von Büchern, Hörspielen und Magazinen erleben, die in Zusammenarbeit mit dem Ameet Verlag, Universum Film und dem Blue Ocean-Verlag entstanden sind.

In den vergangenen zwei Jahren hat sich Schleich zudem auf die Entwicklung der Themenwelt *Wild Life* fokussiert – mit Erfolg: Das Highlight-Produkt „Dschungel-Forschungsstation CROCO“ wurde vom Handelsverband Spielwaren (BVS) als Top 10-Spielzeug 2017 ausgezeichnet. Im Jahr 2018 wird auch die Produktlinie *Farm World* ausgebaut, zu deren Neuheiten ein „Abenteuer-Baumhaus“ sowie ein großes „Bauernhaus mit Stall und Tieren“ zählen. Sie bietet insbesondere Kindern zwischen drei und acht Jahren die Möglichkeit, das Leben auf dem Land spielerisch kennenzulernen und vermittelt ein verantwortungsvolles Miteinander von Mensch und Tier.

Auch die Themenwelt *Dinosaurs* wird mit neuen Produkten erweitert, denn die Faszination, die von den gewaltigen Urzeitriesen ausgeht, ist ungebrochen. Zudem wurde die neue Spiellinie *Eldrador*[®] *Creatures* für Jungen zwischen sieben und zwölf Jahren entwickelt: Brandneue Kreaturen aus den Welten Lava, Eis, Wasser und Stein nehmen kleine Fantasy-Fans mit auf eine actionreiche Suche nach dem sagenhaften Element Purodum, um die Herrschaft über das Ritterreich *Eldrador*[®] zu gewinnen.

Inszenierung am POS in 2018 und langfristige Strategie

Neben der Weiterentwicklung der Produktlinien legt Schleich auch weiterhin einen sehr starken Fokus auf die Inszenierung und Emotionalisierung der Marke – vor allem am POS. Insbesondere mittels kreativer Kampagnen zu den saisonalen Hochphasen und anderen Kaufanlässen soll das Consumer Engagement gesteigert werden. Highlights werden dabei die Instore-Kampagne „Findet den roten Hasen“ zu Ostern und eine Weihnachtskampagne sein.

Auch im digitalen Bereich wird Schleich Akzente setzen: Nachdem die Schleich Website im vergangenen Jahr 30 Prozent mehr Unique Visitors verzeichnen konnte, sind für 2018 weitere Sprachversionen geplant. Zusätzlich wird es neuen digitalen Content für alle Themenwelten sowie diverse Social Media Kampagnen geben. Im Bereich *Horse Club* und *Eldrador® Creatures* sind zudem neue bzw. überarbeitete Microsites geplant.

Zielsetzung ist es, den bisherigen Erfolg des Unternehmens auch 2018 weiter auszubauen: „Für das Jahr 2018 haben wir uns ambitionierte Ziele gesetzt. Im Abverkauf sind für alle Märkte zweistellige Wachstumsraten geplant“, sagt Dirk Engehausen. „Wir möchten mit unseren Maßnahmen unsere Position als 360-Grad-Marke weiter stärken und damit weiteres, nachhaltiges Wachstum generieren.“

Über Schleich

Das vor über 80 Jahren von Friedrich Schleich in Schwäbisch Gmünd gegründete Unternehmen ist einer der größten Spielwarenhersteller Deutschlands und international führender Anbieter von realistischen Tierfiguren. 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 unabhängigen Investmentgesellschaft Ardian. Weitere Gesellschafter sind das Management-Team rund um die Geschäftsführer Dirk Engehausen (CEO), Erich Schefold (CFO) und Dr. Claus-Otto Zacharias (COO). Das Design der Schleich Figuren und 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 für Presseanfragen:

Helena Seppelfricke
Public Relations Director
Tel. +49 162 296 1290
E-Mail: helena.seppelfricke@extern.schleich-s.de