

## **PRESSEMELDUNG**

### **Schleich steigert Umsatz in herausforderndem Umfeld um 8 % und wächst international**

**München, 30. Januar 2023 – Der Spielwarenhersteller Schleich schließt das Geschäftsjahr 2022 mit einem Umsatzwachstum von 8 % ab. Es ist das achte Jahr in Folge mit einem starken Plus. Schleich, dessen Figuren und Spielsets mittlerweile in über 60 Ländern verkauft werden, generierte 275 Millionen Euro Umsatz (Vorjahr: 255 Millionen Euro) und wuchs damit deutlich trotz rückläufiger internationaler Spielwarenmärkte. Die Auswirkungen der weltweit angespannten Wirtschaftssituation fing Schleich durch internationales Wachstum erfolgreich ab und investierte zugleich in die Marke, in eine umfassende Nachhaltigkeitsstrategie und in neue Produkte.**

**Trotz der sehr schwierigen weltweiten Marktbedingungen gelang es dem führenden Anbieter von realistischen Tierfiguren, seinen Umsatz seit 2015 kontinuierlich zu steigern und innerhalb der letzten acht Jahre mehr als zu verdoppeln. Mittlerweile verkauft das Unternehmen weltweit jedes Jahr rund 40 Millionen seiner bekannten Figuren. Um das internationale Wachstum weiter zu stärken, wird das Produktangebot 2023 um die neue Produktlinie *Wizarding World™* mit Figuren aus der *Harry Potter™* Welt ergänzt.**

Wichtigster Erfolgsfaktor für das achte Wachstumsjahr in Folge ist für **Dirk Engehausen, CEO Schleich GmbH**, die Expansion im Ausland: *„Wir haben in den letzten Jahren strategisch und konsequent in die Marke schleich® investiert. Unserem Ziel, eine international bekannte Love Brand zu werden, kommen wir mit unserem Marken-Relaunch ein großes Stück näher.“* Die Marktanteile und Markenbekanntheit der Marke schleich® außerhalb des deutschen Kernmarktes steigen kontinuierlich. *„Durch starke Gewinne im Ausland konnten wir die schwierige Wirtschaftslage erfolgreich abfangen.“*

Besonders in den beiden internationalen Fokusbörsen USA (+ 26 % Umsatz) und Frankreich (+ 41 % Umsatz) ist das vergangene Jahr für Schleich erfreulich verlaufen. Die Marke hat in beiden Ländern deutlich an Bekanntheit gewonnen. Ein wichtiger Baustein dafür war unter anderem die internationale Kampagne zum Relaunch der Marke – es war die größte Einzelinvestition in der Unternehmensgeschichte. Zusammen mit dem globalen Wachstum in eCommerce und in Direct-to-Consumer über eigene Kanäle der Marke ist damit die Grundlage gelegt, in den kommenden Jahren die digitalen Fähigkeiten auszubauen. Die 2022 eingeführte Erweiterung *Sofia's Beauties* innerhalb der Produktlinie *Horse Club* war im vergangenen Jahr das am schnellsten wachsende Produktsortiment von Schleich.

Die Schleich GmbH hat mittlerweile mehr als 40.000 Verkaufsstellen rund um den Globus – sowohl stationär als auch online. 2022 wurden zwei weitere Standorte und Direktmärkte in Amsterdam und Prag eröffnet, damit ist Schleich nun in 15 Ländern direkt vertreten.

### **Transformation zur nachhaltigen Kreislaufwirtschaft**

Neben der neuen Marken-Strategie stand 2022 das Thema Nachhaltigkeit im Fokus. *„Unser Ziel ist es, nur noch nachhaltige Materialien zu verwenden. In einem ersten Schritt werden bis Ende 2027 alle unsere Figuren recycelbar sein. Außerdem arbeiten wir intensiv daran, recyceltes oder biobasiertes Material für die künftige Produktion unserer Spielzeuge zu finden“*, erklärt **Dirk Engehausen**. Darüber hinaus und um die Wiederverwendung von Ressourcen zu gewährleisten, optimiert und zertifiziert Schleich seine Produkte und Verpackungen bis Ende 2027 nach den Prinzipien der Cradle to Cradle®-Kreislaufwirtschaft. Das bedeutet unter anderem, dass Schleich Figuren ohne Qualitätsverluste recycelt werden können.

Schon ab 2023 verwendet das Unternehmen für seine Verpackungen ausschließlich Pappe, die FSC®-zertifiziert ist. Bis 2025 werden alle Schleich Verpackungen recycelbar sein. Der Kunststoffanteil in den Verpackungen wurde bereits deutlich reduziert und Elemente durch recycelte und wiederverwertbare Materialien ersetzt. Im Vergleich zu 2020 sind die Kunststoffanteile in allen Verpackungen bereits um rund 20 % verringert. Auch an der Regionalisierung der Wertschöpfungskette sowie der Verkürzung der Transportrouten arbeitet Schleich. Produkte sollen künftig hauptsächlich dort produziert werden, wo sie verkauft werden. Dies bedeutet auch, weitere Teile der Produktion nach Europa zu verlagern.

### **Schleich launcht neue Harry Potter™ Produktlinie *Wizarding World*™**

Im Jahr 2023 erfreut Schleich seine Fans mit einer neuen, siebten Produktlinie *Wizarding World*™ rund um die Welt von Harry Potter™. Zum Start erscheinen im September 2023 die sechs Hauptcharaktere

mit ihrem tierischen Begleiter sowie sechs fantastische Kreaturen aus der Harry Potter™ Reihe. Mit *Wizarding World™* stärkt Schleich den deutschen Heimatmarkt und steigert zugleich die Markenbekanntheit in seinen ausländischen Fokusmärkten – allen voran Großbritannien, Frankreich und die USA.

*„Mit Wizarding World™ und unserem klaren Bekenntnis zur Internationalisierung unserer Marke sind wir für die schwierigen weltweiten Marktbedingungen stabil aufgestellt. Die Implementierung unserer Nachhaltigkeits-Strategie und besonders die Regionalisierung der Lieferketten wird für das gesamte Team eine der größten Herausforderungen und spannende Aufgabe“, sagt Dirk Engehausen mit Blick auf das kommende Jahr. „Einen wichtigen Beitrag zu unserem nachhaltigen Erfolg verdanken wir unserer unternehmerischen Denkweise, die ein wichtiger Bestandteil der Investitionskultur von Partners Group ist.“*

Seinen umfangreichen Transformationsprozess gestaltet Schleich mit der Expertise eines sechsköpfigen *Operating Board* (Beirat) bestellt durch den Eigentümer Partners Group, im Auftrag seiner Kunden handelnd. **Luisa Delgado**, Vorsitzende des Boards, freut sich über zwei neue Beiratsmitglieder: **Christoph Bornschein** ist Gründer der TLGG Gruppe und fokussiert auf digitale Transformation. **Alex Blanco** hat über 40 Jahre internationale Supply Chain Erfahrung in verschiedenen Branchen, Ländern (vor allem den USA) und Unternehmen, unter anderem bei Procter & Gamble (P&G).

### **Über Schleich GmbH**

Schleich wurde 1935 von Friedrich Schleich in Schwäbisch Gmünd gegründet. Heute ist das Unternehmen einer der größten Spielwarenhersteller Deutschlands und international führender Anbieter von realistischen Tierfiguren. Die berühmten Spielfiguren und Spielsets der Marke schleich® werden in mehr als 60 Ländern vertrieben und haben die Kinderzimmer der ganzen Welt erobert. Als Global Player mit schwäbischen Wurzeln erzielt die Schleich GmbH heute mehr als die Hälfte ihres Umsatzes außerhalb des deutschen Heimatmarktes. 2022 erwirtschaftete Schleich weltweit einen Umsatz von 275 Millionen Euro und verkaufte rund 40 Millionen Tierfiguren. Das Unternehmen befindet sich inmitten einer umfassenden Nachhaltigkeits-Transformation. Als ersten Schritt werden bis Ende 2027 alle Figuren recycelbar sein. Außerdem arbeitet Schleich intensiv daran, recycelte Materialien für die künftige Produktion seiner Spielzeuge zu finden. Darüber hinaus optimiert und zertifiziert Schleich seine Figuren und Verpackungen bis Ende 2027 nach den Prinzipien der Cradle to Cradle®-Kreislaufwirtschaft, um die Wiederverwendung von Ressourcen sicherzustellen. Das Unternehmen ist mehrheitlich im Besitz der Partners Group, einem globalen Manager von Privatmarktanlagen.

### **Kontakt für Presseanfragen**

Schleich GmbH  
Kristin Malbrant, Head of PR and Corporate Communication

Tel.: +49 173 483 77 38

E-mail: [Kristin.malbrant@schleich-s.com](mailto:Kristin.malbrant@schleich-s.com)