



Ein neues KAPITEL

Join us for the next level – mit dieser Aufforderung läutet die Carrera Revell Group weltweit ein neues Kapitel in ihrer noch jungen Unternehmensgeschichte als global agierende Firmengruppe ein. Ein Entwicklungsschritt, der beide Marken gleichermaßen sowie alle Units involviert und auf einen Wachstumskurs auch in bisher unternehmensfremden Bereichen abzielt. Der Handel profitiert von dieser innovationsgetriebenen Neuausrichtung mit akzentuierten Kaufimpulsen und einer stringenten Marketingoffensive.

Next Level, das kann vieles bedeuten. Im Fall der Carrera Revell Group markiert es einen großen Entwicklungsschritt. Mit inzwischen knapp 170 Millionen Euro konsolidiertem Gesamtumsatz und einem erneut zweistelligen Umsatzwachstum im Jahr 2021 zählt die Gruppe ohnehin schon zu den wachstumsstarken Playern der Spielwarenbranche. Ein konsequentes Innovationsprogramm soll nun neue Unternehmensbereiche, auch jenseits des Toy Markets, erschließen. Dabei helfen zugkräftige Ideen, geniale Produktinnovationen, interessante Start-ups und starke Distributionsmarken. Sie stehen im Fokus der weltweit agierenden Gruppe.

Die Marketingstrategie 2022 setzt für beide Marken auf konzentrierte Maßnahmen in allen Kommunikations-Channeln. Integriertes Storytelling auf allen Social-Media-Kanälen, mit Influencern, PR, Events, FMCG- und Media-Promotions, Licensing-Kooperationen, Trade-Marketing-Aktionen sowie innovativen Mediakampagnen in TV und digital, bilden ein nachhaltig abverkaufspushendes Gesamtpaket für den Handel.

Sibylle Dorndorf sprach mit dem Geschäftsführer der Gruppe, Stefan Krings, über die Herausforderungen der kommenden Monate und Jahre.

Herr Krings, derzeit von bewegten Zeiten zu sprechen ist fast untertrieben. Täglich erreichen uns neue Hiobsbotschaften, die nicht nur die Unternehmen der Spielwarenbranche vor extreme Herausforderungen stellen. Wie ist die Situation konkret bei der Carrera Revell Group? Vor welchen Herausforderungen steht die Gruppe aktuell, welche sehen Sie auf sich zukommen?

Die größte Herausforderung ist aktuell die rückläufige Nachfrage. Wie zu erwarten, ist dieser Sommer geprägt von einem großen Nachholbedarf, was Entertainment und Urlaubsreisen angeht, all das, was die Menschen in den letzten zwei Jahren vermisst haben. Zusätzlich sind die Verbraucher zurückhaltend, was die hohe Inflation und die steigenden Lebenshaltungskosten angeht. Hier verschieben sich leider aktuell die Budgets weg vom Handel. Diese Entwicklung wird auch durch die NPD Group-Daten für den weltweiten Spielwarenhandel so bestätigt, die für nahezu alle Toy-Märkte per Ende Juni eine negative Entwicklung zum Vorjahr aufzeigen.

Auf der Beschaffungsseite hat sich aktuell die Situation für uns verbessert, und aufgrund von frühen Bestellungen und Bevorratungen bei wichtigen Rohmaterialien und Fertigprodukten sind wir für die kommende Saison gut vorbereitet und lieferfähig.

Viele Unternehmen müssen nach Pandemie, Rohstoffknappheit, Fracht- und Beschaffungsproblemen und letztlich der Energiekrise um ihre Zukunft bangen. Sie gehören mit Carrera Revell und einem 30-prozentigen Plus zu den Krisengewinnern, weil viele Menschen während der Pandemie das Hobby Modellbau (wieder) für sich entdeckt haben und weil die Autorennbahn eine echte Renaissance erlebte. Wie gestaltet sich das laufende Jahr in Zahlen für die Gruppe, und welche Prognose geben Sie für das Geschäftsjahr 2023?

Tatsächlich haben wir, wie viele andere Unternehmen, die Unterhaltung für zuhause anbieten, eine positive Entwicklung in den letzten zwei Jahren genossen. Unser Ziel für 2022 ist es, dieses Niveau zu halten und die alten und neuen Fans unserer Hobbys mit attraktiven



Lizenzen eröffnen neue Galaxien.



neuen Produkten und Lizenzen weiter für ihr Hobby zu begeistern. Das Feedback auf unsere vorgestellten Neuheiten beim Verbraucher und den Händlern ist sehr gut, was auch die Vororders bestätigen, sodass wir zuversichtlich sind, dass wir die gesetzten Ziele in diesem Jahr erreichen werden.

Sowohl Carrera als auch Revell haben die Nachfrage immer mit zugkräftigen Lizenzen befeuert. Nun hat auch der Lizenzmarkt während der Pandemie gelitten. Sehen Sie generell einen Aufwärtstrend, und auf welche Lizenzthemen setzen Sie in 2022/2023 für die Kernmarken der Gruppe? Zunächst muss man feststellen, dass die richtigen Lizenzen im Spielwarenmarkt selbst in schwierigen Zeiten Umsatztreiber sind, was auch durch die aktuellen Marktdaten bestätigt wird. Carrera Revell setzte schon immer auf das Thema Lizenzen, da es elementar für unser Geschäft mit Renn- und Modellfahrzeugen ist, eine DTM-Rennbahn ohne die entsprechenden



Stefan Krings zeigt sein aktuelles „Lieblingsmodell“: die im Bau befindliche Carrera World.

Welcome to Carrera World

Ein Mekka für die legendäre Marke wird die Carrera World am Stammsitz in Puch bei Salzburg sein, die voraussichtlich Ende September 2022 ihre Tore öffnet. Fans, Touristen und Familien aus Österreich, Deutschland und den europäischen Nachbarländern eröffnet sich eine einzigartige Erlebniswelt. Auf fast 1.000 Quadratmetern können Enthusiasten Carrera Rennbahnen und einen RC Parcours live erleben und befahren. Fahranfänger und Fortgeschrittene erleben das faszinierende Familienhobby hautnah. Am Place-to-be: regelmäßige Events und Marketingaktionen.



Autolizenzen ist einfach undenkbar.

Was für uns immer mehr an Bedeutung gewinnt, sind die Entertainmentlizenzen, die seit Jahren neue Kundengruppen an unsere Hobbys heranführen. Hier verfügen wir über alle Top-Lizenzen: Carrera mit der erfolgreichen Nintendo Range rund um Mario Kart., dazu Paw Patrol, Hotwheels oder Peppa Pig. Bei Revell setzen wir weiterhin stark auf Star Wars, Jurassic World oder Harry Potter, um nur die Wichtigsten zu nennen. Und selbstverständlich bauen wir unser Lizenzportfolio ständig aus. Mehr dazu gibt es dann im Herbst.

Für den Handel sind Lizenzen und bekannte Marken Frequenz-Treiber. Derzeit bangen sowohl Handel als auch Industrie um die Nachfrage,

denn Verbraucher sehen sich in allen Lebensbereichen mit erheblichen Preissteigerungen konfrontiert. Wird Ihrer Ansicht nach bald auch an den Kindern oder am Hobby gespart werden?

Aus unserer Erfahrung in der Vergangenheit wissen wir, dass wirtschaftliche Krisen den Toys-Markt oft nicht direkt beeinflusst haben, zum Teil gab es sogar leicht positive Tendenzen. Wie schon erwähnt, die jetzige Situation ist sicherlich eine besondere, die wir so auch nicht final prognostizieren können. Wir gehen jedoch davon aus, dass bei den Toys-Ausgaben langfristig nicht gespart wird.

Wo mussten Sie bislang Preiserhöhungen vornehmen, in welcher Höhe, und werden weitere folgen?

Ja, wir mussten bereits Preiserhöhungen vornehmen. Für dieses Jahr sind aber vorerst keine weiteren geplant, wir beobachten jedoch die Kostenentwicklung sehr genau.

Wie beurteilen Sie die Situation des Handels, aktuell betrachtet und perspektivisch gesehen, und in welcher Form können Sie den Handel unterstützen?

Covid-bedingt hat sich der Fokus der Handels-Channels in den letzten Jahren verschoben, wir sehen aber aktuell bei den NPD Group-Daten Tendenzen wieder zu mehr Stärke im stationären Handel, denn nur dort ist das reale Käuferlebnis zu finden. Grundsätzlich wird der E-Commerce für alle Händler als zusätzlicher Angebotskanal aber immer wichtiger werden. Wir unterstützen die Händler auf vielfältige Art und Weise. Zunächst werden sie von der verstärkten Nachfrage zu Carrera und Revell

Produkten profitieren, hierzu haben wir in den letzten zwei Jahren unser Marketing, die Marketingstrategie und unser Mediainvest strategisch angepasst und werden diese Ansätze weiter verfeinern und ausbauen. Für den Handel bieten wir unter anderem individuelle Konzepte, Trade-Marketing-Aktivitäten und Unterstützung bei Online-Aktivitäten.

2018, relativ kurz nach Ihrem Antritt als Revell-Geschäftsführer, erwarb die Investorengruppe Quantum Capital Partners die Revell GmbH. 2019 folgte die Übernahme von Carrera, konkret der Stadtbauer Marketing & Vertriebs GmbH. Nun gab ein Beitrag im Manager Magazin Anlass zu Gerüchten, dass Quantum sich von Carrera und Revell trennen möchte. Dass Investoren kaufen und wieder verkaufen, ist in den meisten Fällen Usus, und Sie haben das im Manager Magazin nicht dementiert. Wie ist momentan der Stand der Dinge?

Quantum hat Carrera und Revell gekauft mit dem Ziel, daraus eine attraktive, erfolgreiche Unternehmensgruppe aufzubauen und sie zum richtigen Zeitpunkt gewinnbringend weiterzuverkaufen. Aufgrund unserer positiven Entwicklung sind wir diesbezüglich in einer sehr guten Position und möchten Gerüchte nicht weiter kommentieren. Ich will an dieser Stelle aber auch ausdrücklich betonen, dass wir uns unter dem Dach von Quantum Capital Partners ausgesprochen gut aufgehoben fühlen und als noch „junge“ Unternehmensgruppe sowohl entscheidende wie auch richtungsweisende Schritte gehen konnten und können. Einen Investor als Partner zu haben, der das ermöglicht, ist sicherlich ein Glücksfall für ein Unternehmen.

Sie haben seit Ihrem Antritt als Geschäftsführer bei der Revell GmbH und nach der Übernahme durch QCP eine Menge stemmen müssen und wurden immer wieder vor neue Herausforderungen gestellt. Was waren die höchsten Hürden, woran arbeiten Sie noch, und was konnten Sie auf Ihrer To-do-List schon abhaken?

Mein Ziel ist und bleibt es, die Carrera Revell Unternehmensgruppe weiterhin erfolgreich aufzustellen und auszubauen sowie gemeinsam mit meinem Team alle aktuellen Herausforderungen zu meistern.

Wenn man einen solchen Job macht, vergießt man naturgemäß Herzblut, Schweiß und Tränen. Sollte es je zu einem Verkauf kommen, blieben Sie an Bord, um neue Eigentümer zu unterstützen?

Warum nicht – meine Zielsetzung habe ich ja gerade schon beschrieben.

Herr Krings, danke für das offene Gespräch!

Marketing

Advent, Advent: Warte auf Weihnachten und bau deinen Traumwagen in 24 Tagen. Türchen für Türchen für Türchen



Ran an den Mann: Edle Modellbau-Adventskalender geben Gas an der Seite von DMAX. Eine gesonderte TV-Kampagne pusht im Advent das Thema RC im Kids-Bereich

Durchstarten mit den Handelsaktionen von Carrera und Revell



Investitionen ins Marketing sind bei der Carrera Revell Group mehr als nur Goodies für den Handel. Allein das Adventskalenderangebot von Carrera und Revell sowohl im RC-Bereich als auch beim Modellbau setzt auf Bausatz-Highlights in unterschiedlichen Preislagen. In diesem Wachstumssegment ist die Gruppe der Platzhirsche. Um sich ganzjährig feste Listungsplätze zu sichern, investiert die Gruppe in starke, zielgruppenfokussierte Medien- und Marketingkampagnen bis hin zu TV-Bewerbungen. Die Carrera-Starterwochen „bauen“ auf ein integriertes Starterset als exklusives Goodie für engagierte Händler. Eine Rabattaktion zum Black Friday setzt weitere Akzente. Ein spezielles Carrera Sonder-Set und themenbezogene Aktionen bei Revell sorgen dafür, dass die zugkräftigen Sortimentsmarken nach Jahreszeiten gesteuert und in Kooperation mit teilnehmenden Händlern an den Start gehen. Jeweils abgestimmte Rabatt-Angebote für den stationären Handel und online pushen die ausgewählten Produkte. Eine breite Marketing-Unterstützung und punktgenau platzierte Online-Werbung über SEA, Social Media und Newsletter sowie die TV-Kooperation mit DMAX bringen ordentlich Traffic bei Revell ins Spiel. Carrera setzt auf integrierte Maßnahmen in allen Kommunikations-Channeln und pusht Abverkäufe mit gesteigertem Werbedruck und innovativen Tools für Kinder, Eltern und Fans. Für die Fans ab sechs Jahren kooperiert Carrera dazu mit Mattel und bringt drei GO!!!-Sets mit Hot Wheels-Lizenz auf den Markt, begleitet von einer umfassenden Kampagne mit aufmerksamkeitsstarken Online-Werbemitteln, Influencer-Marketing und PR. Erhöht wird der Werbedruck zum Launch der Sets durch eine dreiwöchige TV-Kampagne und die Integration mittels Tag-on in eine Hot Wheels-Kampagne. Weitere Carrera-Kampagnen für die Linien First, Go!!!, Digital 132 und Carrera RC sowie integriertes Storytelling und Aktionen rings um die neue Carrera World bilden ein zugkräftiges Gesamtpaket für den Handel.



Carrera RC

Der blaue Kult-Igel Sonic startet bei Carrera RC voll durch. Sein Rennbolide ist mit LED-Scheinwerfern ausgestattet, die Luftreifen tragen das zirka 27 Zentimeter lange Fahrzeug sicher über jeden Untergrund. Fahrer ab sechs Jahren erleben zusammen mit Sonic und seinen Freunden heiße Rennen bis zu 20 Minuten, dank inkludiertem LiFePo4 Akku und Batterien. Ready-to run: Auspacken und los geht das Rennen!

Carrera Autorennbahn

Highlight – zum ersten Mal die Mario Kart-Lizenz im großen Maßstab als Carrera Evolution Mario Kart-Set mit Mario und seinem Kumpel Yoshi in Carrera-Fahrzeugen im Maßstab 1:32. Die Karts basieren auf den Originalen aus dem Videospiel und machen das Rennen noch authentischer. Spaß und Action sind garantiert, wenn die Clique zu den Handreglern greift und blitzschnelle Rennen auf die Strecke im Maßstab 1:24 legt. Mit einer Streckenlänge von 5,9 Metern und der Möglichkeit, auf bis zu 8 Spuren zu erweitern, bietet diese Rennbahn jede Menge Highspeed-Rennspaß für Fans jeden Alters.



Das verleiht Flügel

Im Rahmen der neuen Partnerschaft mit dem DTM-Team von Red Bull AlphaTauri AF Corse und als Highlight für die Fans vor Ort besucht Carrera die Rennen am Red Bull Ring in Spielberg sowie das große Saisonfinale am Hockenheimring. Mit im Gepäck sind Carrera-Miniaturversionen der jeweiligen Rennstrecken und ein spannender Wettbewerb für die Motorsport-Fans. Auf den Red Bull Motorsport-Kanälen werden dazu auch Videos mit den Red Bull AlphaTauri AF Corse DTM-Fahrern Felipe Fraga und Nick Cassidy publiziert, welche den Fans anhand der Carrera-Rennbahnen die Herausforderungen der Rennstrecken in Spielberg und Hockenheim näherbringen. Dazu bietet Carrera authentischen DTM-Spielspaß auch für zuhause an, denn ab Herbst gehen die Rennwagen des Teams im kleinen Maßstab an den Start. Mit dem Carrera GO!!!-Set „DTM Race ‘n Glory“ können kleine Rennfahrer*innen ab sechs Jahren den Sieg einfahren, und die größeren Fans starten mit dem Carrera Digital 132 „DTM Bull and Horse“-Set in ihr Rennabenteuer.



Revell 3D Puzzle

Lizenzen mit Live-Charakter: Aus dem 80er-Jahre-Kultfilm „Zurück in die Zukunft“ kommt die ikonische Zeitmaschine als beeindruckendes 3D-Puzzle auf den Basteltisch. Auch in 3D erhältlich sind Protagonisten aus Jurassic World und Lizenzen aus der Welt von Marvel, Disney und Harry Potter.



Revell Modellbau

Wer schnelle Autos liebt und auf die Umwelt achten möchte, ist beim Audi RS e-tron GT richtig. Der Elektro-Sportwagen beschleunigt in 4,1 Sekunden von 0 auf 100 km/h – ohne jegliche CO₂-Emissionen. Elegantes, ikonisches Design trifft bei diesem Gran Turismo auf Komfort und Fahrdynamik! An das einfach zu bauende easy-click-Modell dürfen sich auch Einsteiger ab zehn Jahren problemlos wagen, die drehbaren Räder und ein originalgetreues Interior begeistern auch erwachsene Autoliebhaber.



Revell Control

Seifenblasen fliegen hoch! Der innovative Revell Control Bubble Copter ist der Eyecatcher bei Events und Feiern, im Garten oder im Park, denn er pustet schimmernde Seifenblasen von Pustefix in die Luft. Der zirka 28 Zentimeter lange Quadrocopter im Pustefix Original-Design wird mit Seifenblasenflüssigkeit nach dem Pustefix-Rezept gefüllt und erzeugt auf Knopfdruck schillernde Blasen.



Das coole Hai-Design macht den Shark Next Level Monster Truck im Maßstab 1:16 zum absoluten Must-have. Er performt mit einer Dampf-Funktion, die LED-Beleuchtung für nächtliche Einsätze setzt ihn in Szene. Seine Länge von 39 Zentimetern und die Geschwindigkeit von bis zu 15 km/h machen ihn zum Star – auch auf dem Bildschirm! Sowohl der Shark Next Level als auch die RC-Adventskalender werden im TV beworben.

