

Saga Märklin

Una historia de tradición familiar



Göppingen en 1850.

La historia de Märklin no podría entenderse si no es a través del impulso familiar de las empresas que durante la segunda mitad del siglo XIX fueron creadas en Alemania.

En pleno desarrollo de la Revolución Industrial europea, pequeños comercios florecieron en los estados alemanes como fórmula de negocio en familias que tenían una clara especialización de sus diferentes talleres. Como es obvio, el sector juguetero no fue una excepción.

En 1859 un artesano hojalatero altamente capacitado, Theodor Friedrich Wilhelm Märklin, promueve la fundación de una empresa dedicada al juguete de hoja de lata con una línea novedosa de cocinas en miniatura, que, junto a su esposa, como cogestora, desarrollan, fabrican y comercializan unos productos de alto interés y un futuro técnico incipiente en ciernes.

El óbito prematuro de su fundador en 1866 hace que su viuda tome las riendas de un negocio con perspectiva, comprometiéndose en su continuidad.

El 1 de Marzo de 1888, Eugen y Karl Märklin, hijos del fun-



dador, deciden la renovación de la compañía con proyección de negocio a largo plazo. Su asociación en 1891 con Ludwig Lutz, fabricante de juguetes de hojalata "Ellwangen", de gran interés comercial y enorme aprecio en toda Europa, facilitan la calidad y el renombre de la firma, así como por la incorporación del personal, que bajo responsabilidad de Lutz tenía una alta capacitación y un gran estímulo innovador. Otras incorporaciones, como la de Emil Friz en 1892 y Richard Staff en 1907, asociándose a la familia Märklin, proporcionan un alto nivel tecnológico y

una especialización del juguete técnico hasta entonces desconocidos.

En 1923, Fritz Märklin se incorpora a la marca, asumiendo en 1935 la dirección de su padre, Eugen Märklin. Es en esta época cuando los modelos de tren en miniatura crecen a un gran ritmo, incrementando enormemente el catálogo sobre todo por la creación de piezas de la "era Reichbahn".

Tras la II Guerra Mundial, se fomenta la reorientación hacia la exportación, ya que el mercado interno estaba muy mermado, lo que proporciona una renovada producción. El

Logotipos

Evolución gráfica de la marca

G.M.&C^o



W. Märklin.

1859 - 1888

GEBRÜDER MÄRKLIN

Göppingen

(Württemberg)

vormals J. Eitel, Firma W. Märklin.

Gegründet 1857.

1888 - 1891

GEBR. MÄRKLIN & CO

1892

Gebr. Märklin & Co., Göppingen

Inhaber: F. Märklin und E. Fritz

Gebr. Märklin & Co.

1892 - 1907

Gebr. Märklin & Cie.

1907 - 1918

MÄRKLIN

1919 - 1946

MÄRKLIN

1947 - 1972

Märklin

1973 - 1975

märklin

1976...

despegue económico alemán en la segunda mitad de la década de 1950 y la mejora técnica con nuevos materiales, proporcionan un incremento de demanda en nuevos mercados y consecuentemente en una posición al alza en la compañía.

Tras el fallecimiento de Fritz Märklin en 1961, la empresa se encuentra en una situación puntera: alta calidad técnica de sus producciones, interés social en el tren eléctrico inmejorable, presencia mundial de sus artículos y mercados abiertamente al alza por la demanda creciente de éstos.

La presencia de los sucesores de Fritz Märklin continúa siendo una constante en la empresa hasta el primer lustro del siglo XXI, bien como directores de producción, bien como directores de comercialización o como propietarios del accionariado.

En las décadas de 1970 y 1980, las innovaciones tecnológicas alcanzan cotas impensables pocos años antes, y a pesar de los altibajos en las ventas de esos años, la compañía no cesa en la búsqueda de nuevos mercados.

En la década de 1990 todo el sector mundial de fabricación de juguetes produce cantidades masivas de productos con nuevas tecnologías que afectan negativamente a los fabricantes del tren en miniatura y Märklin no es ajeno a ello.

Desde 1994 el recorte en los beneficios de la compañía se amplía año a año con un origen claro: el cambio de la demanda del usuario desde los fabricantes del sector del juguete técnico hacia los juegos virtuales y sus aplicaciones en las nuevas



tecnologías, debido, sobre todo, a cierta inquietud de un amplio sector de la población al que ya no le satisface el juguete tradicional.

La firma venía arrastrando, desde 2000, pérdidas económicas en sus balances (por primera vez en su historia), con un crecimiento preocupante. La situación se hacía cada vez más insostenible por lo que, o se inyectaba liquidez en su pasivo fijo, o se vendían los títulos a un tercero con suficiente solvencia.

Este hecho hizo que el accionariado, en posesión de la saga familiar durante generaciones, fuera vendido. La totalidad de los títulos pasó a propiedad de la inversora Kingsbride Capital para poder asegurar la continuidad de la compañía el 1 de Junio de 2006.

Las cuentas del grupo Märklin han venido sorteando diferentes dificultades desde entonces, hasta que el 4 de Febrero de 2009 la falta

de renovación de crédito por entidades financieras locales ahogaba su pasivo circulante, restringiendo aún más su falta de liquidez inmediata.

A fecha de cierre de esta edición, el equipo que realiza su saneamiento financiero sigue trabajando para encontrar unos nuevos dueños que aporten la solidez perdida a la empresa.

Por el momento, la producción continúa, y aunque algunas novedades 2009 se han pospuesto para su fabricación, o en algunos casos se han retirado sin fecha cierta de salida a mercado, se mantiene la actividad fabril y el suministro del material en su actual catálogo con normalidad.



La fábrica de Göppingen en el año 2009.