



LEGO Pressemitteilung

Erfolgreiches Geschäftsjahr 2019 für die LEGO GmbH: Jedes zweite Kind in Deutschland hat im Jahr 2019 mindestens ein neues LEGO® Produkt bekommen

Nürnberg, 28. Januar 2020. Die LEGO GmbH blickt auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr zurück: Laut NPD Group Deutschland stiegen die Verbraucherumsätze des Unternehmens um 3,2 Prozent¹. In einem sehr dynamischen Markt stabilisiert die LEGO GmbH den Marktanteil von 16,8 Prozent¹ auf Vorjahresniveau und ist weiterhin Marktführer im deutschen Spielwarenmarkt. Eine klare Orientierung an den Interessen und Bedürfnissen der Zielgruppe hat sich im abgelaufenen Geschäftsjahr ausgezahlt. Heute stellt das Unternehmen seine Produktneuheiten auf der Internationalen Spielwarenmesse in Nürnberg vor. Das neue Portfolio spricht eine vielschichtige Zielgruppe an und soll sowohl Kindern als auch Erwachsenen Spaß machen. Die unterschiedlichen Interessen kleiner und großer Fans waren Ausgangspunkt in der Entwicklung der LEGO® Neuheiten – sei es die Faszination für Fahrzeuge, Leidenschaft für Reisen, Begeisterung für Alltags- oder Superhelden, das gemeinsame Spiel oder der Wunsch nach Entspannung. Neben physisch-digitalen Sets lanciert die LEGO GmbH in diesem Jahr in Zusammenarbeit mit den neuen Lizenzpartnern Automobili Lamborghini sowie der beliebten Lizenzreihe Fast & Furious echte automobiler Highlights. Besondere Produktneuheit ist das ab März 2020 erhältliche neue Spielkonzept LEGO® DOTS, das insbesondere Kindern gefällt, die sich für Design und Gestalten interessieren. Das neue Spielkonzept fördert das kreative Selbstvertrauen.

Laut den Verbraucherpaneldaten der NPD Group Deutschland steigerte die LEGO GmbH im Geschäftsjahr 2019 ihre Verbraucherumsätze in Deutschland um 3,2 Prozent und fungiert damit weiterhin als Wachstumstreiber im Spielwarenmarkt. Das Unternehmen hat auch im abgelaufenen Geschäftsjahr sein Ziel erreicht, mehr Kinder und Erwachsene mit dem LEGO® Spielerlebnis zu begeistern und zu fördern. Interne Erhebungen zeigen, dass jedes zweite Kind² in Deutschland im vergangenen Jahr mindestens ein neues LEGO® Produkt erhalten hat. Darüber hinaus wurde jeder zehnte Euro für einen Erwachsenen ausgegeben.³ In einem sehr dynamischen Spielwarenmarkt in Deutschland konnte der Marktanteil auf dem hohen Vorjahresniveau gehalten werden und liegt damit bei 16,8 Prozent. In der Schweiz haben sich die LEGO® Verbraucherumsätze laut GfK-Panel⁴ mit –1,3 Prozent leicht rückläufig entwickelt. Der Marktanteil der LEGO GmbH im Schweizer Spielwarenmarkt liegt mit 19,1 Prozent⁴ weiterhin auf sehr hohem Niveau. Nach einem herausfordernden Jahresstart hat die LEGO GmbH einen hohen Fokus auf die Entwicklung im Schweizer Markt gelegt und eine

¹ Quelle: npdgroup Deutschland, Marktabdeckung 73 %, Abweichungen zu Vorjahreswerten aufgrund einer Anpassung des Handelspanels

² Quelle: Interne Marktforschung BEAT, Zeitraum Jan.–Okt., Alter der Kinder 3–12 Jahre

³ Quelle: npdgroup Deutschland, Marktabdeckung 73 %

⁴ Quelle: GfK Switzerland, Marktabdeckung 64 %, Abweichungen zu Vorjahreswerten aufgrund einer Anpassung des Handelspanels

Vielzahl an Aktivitäten mit Partnern vor Ort ins Leben gerufen. Diese Maßnahmen haben sich in der zweiten Jahreshälfte des vergangenen Jahres bereits ausgezahlt, das Unternehmen wuchs insbesondere im wichtigen Weihnachtsgeschäft wieder über dem Markttrend. Geschäftsführerin Karen Pascha-Gladyshev blickt optimistisch auf das neue Geschäftsjahr: „Durch die erfolgreichen Maßnahmen, die wir in der Schweiz umgesetzt haben, konnten wir den Verlauf zum Jahresende drehen und auch hier weiterwachsen. Besonders freut mich, dass das Top-Produkt in der Schweiz im vergangenen Jahr ein LEGO® Produkt war⁴: der LEGO® Technic™ Liebherr Bagger R9800. Und auch 2020 setzen wir viele Aktionen in der Schweiz um, um Schweizer Kinder und Erwachsene für unsere Produktneuheiten zu begeistern.“ Besonders die Kernlinien LEGO® City, LEGO® Technic™ und LEGO® NINJAGO haben die Bedürfnisse und Erwartungen der Zielgruppe in beiden Märkten getroffen und so zum guten Ergebnis beigetragen. „Wir sind mit der Geschäftsentwicklung sehr zufrieden und freuen uns, dass wir wieder nachhaltig wachsen und mehr Kinder in Deutschland, Österreich und der Schweiz erreichen konnten. Denn damit erfüllen wir unseren Anspruch, mehr Kinder mit dem LEGO® Spielerlebnis zu fördern. Unsere Zahlen zeigen, dass unsere Produkte den Nerv der Zielgruppe treffen und für die individuellen Interessen von Kindern und Erwachsenen jeweils das passende Produkt angeboten wird. Mit dem starken Umsatzergebnis und unserem spannenden Neuheitenportfolio für das Jahr 2020 haben wir eine gute Grundlage für weiteres Wachstum gelegt und sind fit für die Zukunft“, sagt Karen Pascha-Gladyshev, Geschäftsführerin der LEGO GmbH.

Hauptzielgruppe der LEGO GmbH sind und bleiben Kinder, im Jahr 2020 will das Unternehmen verstärkt jedoch auch Erwachsene ansprechen, um sie für die unendlichen Möglichkeiten des LEGO® Steins zu begeistern. Bereits 2019 ging jeder zehnte Euro des Unternehmensumsatzes auf einen Produktkauf für einen Erwachsenen zurück. Karen Pascha-Gladyshev erklärt: „Herausforderungen kreativ zu meistern, ist ein Thema für jede Generation. In der Zukunft, aber auch heute ist diese Fähigkeit essenziell, um auf vielfältigen Wegen Lösungen zu entwickeln. Außerdem lässt sich das Bedürfnis, selbst kreativ zu werden und dabei seine individuelle Persönlichkeit auszudrücken, im Spiel optimal entfalten. Das LEGO® System in Play und unsere auf dem LEGO® Stein beruhenden Produkte bieten für beides die Plattform. Und das Bauen mit dem LEGO® Stein hat für Erwachsene noch einen ganz anderen Mehrwert, dabei kann man einem hektischen Alltag entfliehen und herrlich entspannen.“

Kreativ gestalten mit DOTS

Kinder experimentieren und denken um, kehren zu längst Vergessenem zurück und können das Neue doch kaum erwarten. Genauso uneingeschränkt und verspielt wie Kinder selbst ist die neue Produktreihe DOTS der LEGO Gruppe, die ab März 2020 erhältlich ist und die das kreative Selbstvertrauen von Kindern fördert. Mit dem 2D-Spielkonzept DOTS erhalten Kinder eine Plattform zum kreativen Experimentieren und zugleich eine neue Spielfläche, die es ihnen erlaubt, ihre Ideen, ihre Emotionen und ihre Persönlichkeit individuell auszudrücken. So können sie sich ihre Welt mit unendlichen Möglichkeiten DOT für DOT einzigartig gestalten. Als spielerisches Fundament des neuen Konzepts sind zunächst fünf unterschiedliche Armbänder sowie verschiedene Raumdekorationen wie Foto-Würfel, Stiftehalter und Schmuckständer erhältlich.

Neue LEGO® Technic™ Partnerschaften: Automobili Lamborghini und das beliebte Lizenzthema Fast & Furious

Ein bei Kindern und Erwachsenen gleichermaßen beliebtes Thema sind Fahrzeuge. Die LEGO Gruppe freut sich daher, heute die Partnerschaft zwischen Automobili Lamborghini und LEGO® Technic™ bekannt zu geben. „Nach dem Erfolg der Vorgänger-Modelle aus der Ultimate Serie, des Porsche 911 GT3 RS und des Bugatti Chiron, war uns besonders wichtig, einen Partner zu finden, der im Portfolio eine Fahrzeugikone mit unverwechselbarem Design und bahnbrechender Technologie bietet“, so Niels Henrik Horsted, LEGO® Technic™ Marketing Director, über die neue Partnerschaft. Der neue LEGO® Technic™ Supersportwagen Lamborghini im Maßstab 1:8 ist ab dem 1. Juni 2020 im LEGO® Online-Shop sowie in den LEGO® Stores und ab dem 1. August 2020 im Handel erhältlich.

Um Geschwindigkeit geht es auch in der zweiten Lizenzpartnerschaft, die heute in Nürnberg vorgestellt wird. Zum Kinostart des neunten Teils der weltweit erfolgreichen Reihe Fast & Furious im Mai 2020 lanciert die LEGO Gruppe in Zusammenarbeit mit Universal Brand Development eigens ein LEGO® Technic™ Modell mit authentischen Details und anspruchsvoller Bauweise. Jill Wilfert, Vizepräsidentin für Inbound Licensing & Licensing bei der LEGO Gruppe: „Die Marke LEGO® Technic™ mit ihrer Authentizität und Liebe zum Detail und das actiongeladene Franchise Fast & Furious passen hervorragend zusammen. Beide Marken sind bekannt für Kreativität und coole Autos.“

Hinweise für die Redaktion

Weitere Informationen erhalten Sie auf <http://www.LEGOnewsroom.de>.

Pressekontakt

LEGO GmbH

Pressestelle
Janina Roso
Tel.: +49 89 4534 6127
Presse@LEGO.com

rabach kommunikation GmbH und Co. KG

PR-Agentur D/A/CH
Adriana Jahns / Kathrin Trowitz
Tel.: +49 40 413 463 10
LEGO@rabach-kommunikation.de

Über die LEGO Gruppe

Die LEGO Gruppe ist ein Familienunternehmen in Privatbesitz mit Firmensitz in Billund, Dänemark, und Hauptniederlassungen in Enfield, USA, London, UK, Shanghai, China, und Singapur. Das Unternehmen wurde im Jahr 1932 von Ole Kirk Kristiansen gegründet und ist heute, nicht zuletzt durch den weltberühmten LEGO Stein, einer der weltweit führenden Spielwarenhersteller. Getreu dem Leitsatz „Only the best is good enough“ setzt sich das Unternehmen für die Entwicklung von Kindern ein und fördert und inspiriert die „Baumeister von morgen“ durch kreatives Spielen und gleichzeitiges Lernen. LEGO Produkte werden auf der ganzen Welt verkauft und können online unter www.LEGO.com entdeckt werden. Weitere Informationen zur LEGO Gruppe, den finanziellen Ergebnissen des Unternehmens und seinem sozialen Engagement unter <http://www.LEGO.com/aboutus>.

LEGO, das LEGO Logo und die Minifigur sind Marken der LEGO Gruppe. © 2020 The LEGO Group.

The trademark, copyright and design rights in and associated with Lamborghini with Bull and Shield Device are used under license from Automobili Lamborghini S.p.A., Italy.