



03.02.2010 - 16:36 Uhr

Neues Rekordergebnis der LEGO GmbH: Unternehmen fährt zweistelliges Umsatzplus ein und baut Marktführerschaft aus



München/Nürnberg, Deutschland (ots) -

- Hinweis: Bildmaterial wird über Keystone durch Photopress verbreitet und steht zum kostenlosen Download bereit unter:
<http://www.presseportal.ch/de/pm/100015555> -

Mit einer Umsatzsteigerung von 231,6 auf 265,5 Millionen Euro ist die LEGO GmbH erneut Marktführer im Bereich der traditionellen Spielwaren in allen zentraleuropäischen Ländern. Mit einem Umsatzplus von 14 Prozent hat die LEGO GmbH ihre eigene Prognose eines moderaten Wachstums 2009 deutlich übertroffen.

Die LEGO GmbH steigert ihren Nettoumsatz im Vergleich zum Vorjahr um 14 Prozent auf 265,5 Millionen Euro und profitiert so vom Vertrauen der Verbraucher in die Marke. Damit hat die LEGO GmbH den Abstand zu ihren Mitbewerbern weiter ausgebaut: In Deutschland erhöht sich der Marktanteil von 13,4 auf 14,5 Prozent, in Österreich von 14,3 auf 15,5 Prozent und in der Schweiz von 13,8 auf 14,1 Prozent. Die 2009 neu eingeführten LEGO Spiele erreichen einen Anteil von rund drei Prozent am Gesamtumsatz und bescheren dem Markt für Gesellschaftsspiele zusätzliches Wachstum. Neben erfolgreichen Produktlancierungen sind gesteigerte Produktionskapazitäten und eine optimierte Logistik für das Plus in allen Vertriebskanälen verantwortlich. Mit ihrem Ergebnis trägt die LEGO GmbH erneut zur positiven Entwicklung des gesamten Spielwarenmarkts (plus 5,3 Prozent) bei.

LEGO Klassiker weiter im Trend

Mit einem Umsatzanteil von knapp 18 Prozent ist LEGO City nach wie vor die stärkste Produktlinie im LEGO Sortiment. Wie schon im Vorjahr, ist LEGO Star Wars mit einem Umsatzanteil von mehr als 14 Prozent und einem Absatzplus von 28 Prozent die zweiterfolgreichste

LEGO Linie. Außer Kindern stellen sich immer mehr Erwachsene den Bauherausforderungen der detailgetreuen LEGO Technic Reihe, die mit 15,2 Prozent mehr verkauften Produkten auf Platz drei landet. LEGO DUPLO hat seine Position als Marktführer im Vorschulsegment weiter ausgebaut.

Neun LEGO Produkte unter den Top 20 des Spielwarenmarkts

Die LEGO GmbH stellt neun der 20 bestverkauften Spielwaren 2009 (nach Produktwert): Aus der LEGO Technic Reihe überzeugen der Truck mit Power-Schwenkkran (Platz 4) und der Große Geländewagen (Platz 14) mit Detailtreue und authentischen Funktionen. Dank begeisterter Star Wars? Fans aller Altersgruppen, haben es gleich drei LEGO Star Wars? Produkte in die Top 20 geschafft: die LEGO Clone Wars Kleinpreisprodukte (Platz 6), der Separatist AAT? (Platz 8) und das Republic Attack Shuttle? (Platz 18). Neben dem LEGO DUPLO Eisenbahn Super Set (Platz 11) belegen die drei LEGO Power Miners Produkte Kristallsammler, Granitbohrer und Mobile Bohrstation die Plätze 16, 17 und 19.

Highlights 2010: LEGO Atlantis Unterwasserhauptquartier für Toy Award nominiert

Das diesjährige Highlight unter den neuen LEGO Spielwelten ist LEGO Atlantis: In futuristischen Unterwasserfahrzeugen machen sich mutige Taucher ab Februar auf die Suche nach der versunkenen Stadt, die von fabelhaften Unterwasserkreaturen bewacht wird. Das LEGO Atlantis Unterwasserhauptquartier wurde soeben für den Toy Award 2010 in der Kategorie Spiel und Action nominiert. Im Herbst bringt die LEGO Gruppe außerdem das Massively Multiplayer Online Game (MMOG) LEGO Universe auf den Markt. Kleine Computerfans ab acht Jahren können damit in einer virtuellen Welt LEGO bauen und spielen. Nach einem fulminanten Start der LEGO Gruppe im Bereich der Gesellschaftsspiele 2009 gibt es dieses Jahr eine Fortführung: Vier neue LEGO Spiele laden ab März wieder dazu ein, die Regeln selbst zu bestimmen. Das einzigartige Prinzip "Bauen - Spielen - Verändern" bleibt auch bei diesen Neuheiten erhalten.

Quelle aller Marktzahlen: Eurotoys Gesamtjahr 2009

Über die LEGO Gruppe

Die LEGO Gruppe mit Hauptsitz in Billund, Dänemark, ist - gemessen am Umsatz - der fünftgrößte Spielzeughersteller weltweit. Das Portfolio umfasst neben klassischen LEGO Steinen 25 weitere Produktlinien, die in mehr als 130 Ländern verkauft werden. Weltweit arbeiten heute rund 8.000 Mitarbeiter für die LEGO Gruppe. Die LEGO GmbH wurde im Februar 2008 unter die besten Arbeitgeber Deutschlands und im Best Brands Markenranking 2009 bereits zum sechsten Mal in Folge unter die Top Ten Produktmarken Deutschlands gewählt. Der Name der 1932 gegründeten Firma setzt sich aus den beiden dänischen Wörtern "leg" und "godt" zusammen, was so viel wie "spiel gut" bedeutet.

Kontakt:

Weitere Informationen erhalten Sie unter www.LEGO.com/press und bei:

LEGO GmbH
Helena Seppelfricke
PR Manager LEGO Central Europe
Tel.: +49/89-45346-256
Mobile: +49/152-22-53-46-17
E-Mail: Helena.Seppelfricke@LEGO.com

fischerAppelt Kommunikation München GmbH (PR Agentur)
Annelies Peiner
Tel.: +49/89-747466-32
Mobile: +49/176-235-24-597
E-Mail: ap@fischerappelt-relations.de

Medieninhalte



v.l.n.r.: Christian Korbes (Vice President Marketing), Dirk Engehausen (Senior Vice President und Geschäftsführer), Wolfgang Pesta (Senior Director Operations) und Marcel Deveny (Vice President Sales), Geschäftsführung der LEGO GmbH, geben auf der Internationalen Spielwarenmesse in Nürnberg ein Umsatzwachstum von 231,6 auf 265,5 Millionen Euro für 2009 bekannt. Das entspricht einem Anstieg von 14 Prozent. In Deutschland erhöht sich der Marktanteil von 13,4 auf 14,5 Prozent, in Österreich von 14,3 auf 15,5 Prozent und in der Schweiz von 13,8 auf 14,1 Prozent. Umsatztreiber 2010 wird die neue Produktlinie LEGO Atlantis sein. Begleitet von einer 3-D-Kampagne, lässt sie Kinder in ein neues LEGO Abenteuer unter Wasser abtauchen. Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/LEGO GmbH". Weiterer Text über ots und www.presseportal.ch.



LEGO GmbH gibt neues Rekordergebnis bei der Internationalen Spielwarenmesse in Nürnberg bekannt. Mit einer Umsatzsteigerung von 231,6 auf 265,5 Millionen Euro ist das Unternehmen erneut Marktführer im Bereich der traditionellen Spielwaren in allen zentralen europäischen Ländern. Mit einem Umsatzplus von 14 Prozent erhöht sich der Marktanteil in Deutschland von 13,4 auf 14,5 Prozent, in Österreich von 14,3 auf 15,5 Prozent und in der Schweiz von 13,8 auf 14,1 Prozent. Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/LEGO GmbH". Weiterer Text über ots und www.presseportal.ch.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100015555/100597582> abgerufen werden.