



LEGO Pressemitteilung

Die LEGO Gruppe verzeichnet im ersten Halbjahr 2018 einen stabilen Umsatz

Entwicklungen im ersten Halbjahr 2018:

- Im ersten Halbjahr 2018 stieg der globale Consumer Sales um ein Prozent.
- Der Umsatz hat sich stabilisiert. Verglichen mit dem gleichen Zeitraum im Jahr 2017, war das Umsatzwachstum moderat, und der operative Gewinn stieg um vier Prozent bei konstanten Wechselkursen.
- Die Umsatzerlöse beliefen sich auf 14,3 Mrd. Dänische Kronen gegenüber 14,9 Mrd. Dänischen Kronen in der ersten Hälfte des Jahres 2017 – dies entspricht einem Rückgang von fünf Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Der operative Gewinn verringerte sich um vier Prozent auf 4,2 Mrd. Dänische Kronen. Der Reingewinn betrug 3,0 Mrd. Dänische Kronen, was einem Rückgang von 10 Prozent entspricht. Der Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit betrug 4,1 Mrd. Dänische Kronen, verglichen mit 4,6 Mrd. Dänischen Kronen in 2017. Der Rückgang ist in erster Linie auf den schwachen US-Dollar zurückzuführen.

Die LEGO Gruppe hat heute die Finanzergebnisse für das erste Halbjahr 2018 veröffentlicht, das am 30. Juni endete.

Ohne Berücksichtigung von Wechselkurseffekten sind die Consumer-Sales-Verkaufszahlen um ein Prozent gestiegen, was weitgehend dem allgemeinen Umsatzwachstum entspricht. Dies zeigt, dass die LEGO Gruppe das Jahr 2018 mit einem gesunden Lagerbestand begonnen hat. Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum sind moderate Umsatzerlöse zu verzeichnen, und der operative Gewinn stieg um vier Prozent.

Niels B. Christiansen, der CEO der LEGO Gruppe, dazu: „Unser Plan für 2018 sieht die Stabilisierung des Geschäfts sowie Investitionen für ein nachhaltiges Wachstum vor. Die Zwischenergebnisse zeigen, dass wir auf dem richtigen Weg sind, und die ersten Erfolge bestätigen uns in unserem Vorhaben. Dies haben wir der starken Leistung unserer Marktteams sowie unseren überzeugenden Innovationen zu verdanken. Dazu gehört beispielsweise die erfolgreiche Einführung neuer Produkte wie der LEGO® Creator Achterbahn, der Jurassic World Reihe und des LEGO Technic Bugatti Chiron. Unsere Fortschritte sind vielversprechend, aber wir müssen am Ball bleiben, da es dauern wird, bis wir wieder ein nachhaltiges Wachstum verzeichnen.“

Angesichts der Herausforderungen der aktuellen Einzelhandelslandschaft, darunter die Schließung von Toys R Us in den USA, Großbritannien und Australien, sind wir mit unserer Leistung zufrieden. Wir sind gut aufgestellt, sodass wir neue Chancen nutzen können, um Verbraucher und Käufer über alle Kanäle hinweg zu begeistern. Insbesondere das Wachstum aus Aktivitäten in den digitalen und E-Commerce-Plattformen ist sehr ermutigend. Wir werden auch weiterhin eng mit unseren Einzelhandelspartnern zusammenarbeiten und auch LEGO spezifische Einzelhandelskanäle nutzen, um überzeugende Einkaufserfahrungen für Verbraucher zu schaffen, ganz gleich, wann oder wo sie einkaufen oder spielen möchten.“

Verglichen mit demselben Zeitraum im Jahr 2017 war die Leistung in etablierten Märkten stabil. Ohne Berücksichtigung der Währung war in Westeuropa ein geringes einstelliges Umsatzwachstum zu verbuchen, während der Umsatzerlös in Nordamerika aufgrund der Veränderungen im Einzelhandel leicht zurückging. China wächst weiterhin stark – hier lagen die Umsatzerlöse in den ersten sechs Monaten des Jahres im zweistelligen Bereich. [SIEHE HINWEIS UNTEN]

Der operative Gewinn belief sich auf 4,2 Milliarden Dänische Kronen, verglichen mit 4,4 Milliarden Dänischen Kronen im Jahr 2017 – dies entspricht einem Rückgang von vier Prozent. Ursache für den Rückgang war der schwächere US-Dollar. Die LEGO Gruppe arbeitet weiterhin am Aufbau eines starken Fundaments für nachhaltiges Wachstum und investiert Einsparungen aus Umstrukturierungen in Produkt- und Erlebnisinnovation und den Ausbau von Channels. Die LEGO Gruppe expandiert zudem weiterhin in strategischen Märkten und wird innerhalb des nächsten Jahres zwei neue Flagship-Stores in China eröffnen: einen in Shanghai im September 2018 und einen zweiten in Peking Anfang 2019. Auch die Partnerschaft mit Tencent, einem der größten Internetunternehmen Chinas, soll weiter ausgebaut werden. Nach der erfolgreichen Einführung des Videokanals im Mai ist für die zweite Hälfte 2018 ein Spiel geplant.

In der ersten Hälfte des Jahres waren insbesondere die LEGO Technic, LEGO NINJAGO, LEGO Creator und LEGO Classic Produktlinien unter den Top-Performern. Auch LEGO City und LEGO Star Wars gehören weiterhin zu den erfolgreichen Produktlinien der LEGO Gruppe. LEGO BOOST, eine Kombination aus Bauen, Programmieren und Robotik für jüngere Kinder, ist ebenfalls weiterhin erfolgreich. LEGO Life, eine sichere digitale Plattform, auf der Kinder ihre LEGO Kreationen in einer positiven und geschützten Social-Media-Umgebung teilen können, wächst weiter und besteht mittlerweile aus mehr als vier Millionen Nutzern in fast 30 Ländern.

Christiansen dazu: „Beim LEGO Spielerlebnis geht es um die unendlichen Möglichkeiten, die der LEGO Stein bietet, und dies wird bei uns immer im Mittelpunkt stehen. Wir sehen jedoch auch, wie viel Potenzial es gibt, den Stein auf neue Weise zum Leben zu erwecken – etwa durch die Kombination von digitalem und physischem Spiel. So haben wir zum Beispiel erst vor Kurzem LEGO DUPLO Züge und ein LEGO Batmobil eingeführt, bei denen über eine App neue und spannende Bau- und Spielmöglichkeiten geboten werden.

Wir wissen den unglaublichen Beitrag, den alle unsere Kolleginnen und Kollegen zur Stabilisierung unseres Geschäfts geleistet haben, wirklich zu schätzen. Nach einem schwierigen Jahr 2017 haben sie sich voll und ganz der Verwirklichung unserer Ziele verschrieben und engagieren sich dafür, mit dem LEGO Spielerlebnis noch viel mehr Kinder auf der ganzen Welt zu erreichen.

Wir sind davon überzeugt, dass das LEGO Spielerlebnis Kinder dabei unterstützt, Schlüsselkompetenzen zu entwickeln, die ihnen ihr ganzes Leben lang zugutekommen werden. Diese Fähigkeiten sind unter anderem Teamfähigkeit, Kreativität, kritisches Denken und Problemlösungskompetenz. Die Kinder von heute werden im Erwachsenenalter vor Herausforderungen stehen, von denen wir jetzt noch gar nichts wissen. Umso wichtiger ist es, dass sie sich die nötigen Fähigkeiten aneignen können, um ihr Potenzial voll auszuschöpfen. Aus diesem Grund engagieren wir uns jeden Tag aufs Neue für unsere Mission, die Baumeister von morgen zu fördern und zu inspirieren.“

Pressekontakt (für englischsprachige Anfragen):

Roar Rude Trangbæk, Press Officer

media@LEGO.com