



18 Prozent globales Umsatzwachstum im ersten Halbjahr 2015

Die LEGO Gruppe konnte in der ersten Jahreshälfte 2015 einen Umsatz von 14.142 Millionen Dänischen Kronen verzeichnen. Außerdem wurden die weltweiten Produktionsstätten ausgeweitet sowie die Investition in die Nachhaltigkeitsagenda deutlich gesteigert. Das Umsatzergebnis wurde im ersten Halbjahr sowohl durch ein zweistelliges Wachstum in allen Regionen sowie starke Produktinnovationen in Linien wie LEGO® NINJAGO™, LEGO® Elves und LEGO® Creator getragen.

Die wichtigsten finanziellen Kennzahlen des ersten Halbjahrs 2015:

- Im ersten Halbjahr 2015 stieg der Umsatz in lokaler Währung im Vergleich zum Vorjahr um 18 Prozent (ohne Berücksichtigung von Wechselkursschwankungen).
- Der Umsatz in Dänischen Kronen stieg im ersten Halbjahr 2015 um 23 Prozent auf 14.142 Millionen Dänische Kronen gegenüber 10.408 Millionen Dänischen Kronen im Vorjahr.
- Das Betriebsergebnis (vor Steuern und Finanzposten) für das erste Halbjahr 2015 betrug 4.607 Millionen Dänische Kronen im Vergleich zu 3.632 Millionen Dänischen Kronen im Vorjahreszeitraum. Das entspricht einer Steigerung von 27 Prozent gegenüber dem Vorjahr.
- Der Reingewinn im ersten Halbjahr 2015 betrug 3.553 Millionen Dänische Kronen im Vergleich zu 2.715 Millionen Dänischen Kronen in der ersten Jahreshälfte 2014.
- Der Cashflow aus der betrieblichen Geschäftstätigkeit betrug 4.349 Millionen Dänische Kronen im Vergleich zu 3.383 Millionen Dänischen Kronen in der ersten Jahreshälfte 2014.

In einem Kommentar zu den Finanzergebnissen sagte Jørgen Vig Knudstorp, LEGO Group President und CEO:

„Wir freuen uns, dass es uns erneut gelungen ist, spannende und aufregende Spielerlebnisse zu entwickeln, die Kinder weltweit begeistern. Dank einer starken Leistung über die gesamte Produktpalette hinweg, konnten wir ein sehr erfreuliches Ergebnis für die erste Jahreshälfte 2015 erzielen. Dies ist ein toller Erfolg, der auf die harte Arbeit unserer mehr als 15.000 LEGO Mitarbeiter weltweit zurückzuführen ist. Das ist besonders im Vergleich zu 2014 erfreulich, da die Produkte zu THE LEGO® Movie™ im Vorjahreszeitraum einen starken Einfluss auf unsere Entwicklung hatten. Es ist natürlich noch zu früh, eine Prognose für das gesamte Jahr abzugeben, allerdings erwarten wir auch auf das gesamte Jahr betrachtet ein erfreuliches Ergebnis.“

Produktlinien wie LEGO® City, LEGO® Creator, LEGO® Technic und LEGO® Star Wars™ verzeichnen weiterhin ein sehr starkes Ergebnis auf globaler Ebene. Auch LEGO® NINJAGO™ hat sich stark entwickelt und gehört mittlerweile zu den Klassikern der LEGO Spielthemen. Zudem wurden neue Produktlinien wie LEGO® Elves und LEGO® Jurassic World™ von den Kindern weltweit gut angenommen.

„Unser Innovationsprogramm, das Marktforschung, Design, Entwicklung bis hin zum Verkauf miteinander verknüpft, hat in diesem Kalenderjahr besonders positive Effekte erzielt. In der ersten Jahreshälfte 2015 haben wir mehr als 300 verschiedene LEGO Sets angeboten. Diese reichten von den tapferen Ninjas aus der Welt von LEGO NINJAGO™, über den sehr detailreichen mobilen Schwerlastkran aus der LEGO Technic Reihe bis hin zu der fantastischen Spielwelt der LEGO Elves. Dadurch gelingt es uns, Kindern verschiedener Altersgruppen und mit unterschiedlichen Interessen weltweit Produkte und Geschichten anzubieten, die sie begeistern. Dabei basiert alles auf dem LEGO System und dem endlos kreativen Potenzial des LEGO Steins“, sagt Executive Vice President und Chief Marketing Officer Julia Goldin.



Breit aufgestelltes Umsatzwachstum

In der ersten Jahreshälfte 2015 verzeichnete die LEGO Gruppe ein breit aufgestelltes Umsatzwachstum in allen Regionen, in denen das Unternehmen tätig ist.

„Während alle Regionen in der ersten Jahreshälfte 2015 ein zweistelliges Umsatzwachstum erzielten, freut es uns besonders, dass wir in Asien das höchste Wachstum verzeichnen konnten, da wir dort umfangreiche Investitionen zugunsten des weltweiten Ausbaus des Unternehmens getätigt haben“, sagt Executive Vice Präsident und Chief Commercial Officer Loren I. Shuster.

Globale Währungsentwicklungen hatten einen deutlichen Einfluss auf die Ergebnisse der ersten sechs Monate des Jahres.

„Der schwache Kurs der Dänischen Krone und des Euros im Vergleich zu den wichtigsten Währungen weltweit hat unsere Ergebnisse erheblich beeinflusst. Die Umsätze in Dänischen Kronen stiegen um zusätzlich 5 Prozent allein aufgrund von Wechselkursschwankungen. Dennoch sind wir sehr zufrieden mit der Wachstumsrate von 18 Prozent (ohne Berücksichtigung von Wechselkursschwankungen) im Vergleich zum Vorjahreszeitraum“, sagt Executive Vice President und Chief Financial Officer John Goodwin.

Ausbau globaler Präsenz

Während der ersten Jahreshälfte 2015 konnte die LEGO Gruppe viele neue Mitarbeiter weltweit begrüßen und beschäftigt heute mehr als 15.000 Mitarbeiter. Seit 2010 ist die Anzahl der Mitarbeiter um mehr als 50 Prozent gestiegen.

Durch den Fokus des Unternehmens auf den Ausbau der globalen Präsenz nimmt die Vielfalt der Mitarbeiter auf allen Ebenen des Unternehmens zu, sowohl hinsichtlich der Nationalität als auch des Geschlechts. Dies wurde unter anderem durch die Schaffung von Hauptniederlassungen mit globalen Funktionen an wichtigen Standorten erreicht. Gleichzeitig wurden umfangreiche Investitionen zum Ausbau globaler Produktionskapazitäten getätigt.

„Zu den wichtigsten Meilensteinen der ersten Jahreshälfte 2015 zählt die Einweihung der 50.000 m² großen Erweiterung unserer Verpackungsanlage in Tschechien. Zum Jahresende nimmt auch der Verpackungsbereich in unserem neuen Werk in China seinen Betrieb auf. Der Produktionsstandort wird unseren expandierenden Markt in Asien beliefern und schafft die Kapazitäten, um noch mehr Kinder in dieser Region zu erreichen“, sagt Executive Vice President und Chief Operations Officer Bali Padda.

Die Fertigung im chinesischen Jiaying beschäftigt zum jetzigen Zeitpunkt mehr als 230 Mitarbeiter. Diese Anzahl wird bis zum Ende des Jahres 2015 voraussichtlich auf 600 Mitarbeiter anwachsen. Die Produktionsstätte wird 2017 die volle Produktionsleistung erreichen.

LEGO Gruppe erzielt im ersten Halbjahr wichtige Fortschritte auf der Nachhaltigkeitsagenda

Die LEGO Gruppe will einen positiven Einfluss auf den Planeten haben. Neben den finanziellen Ergebnissen der ersten Jahreshälfte 2015 ist daher auch der Fortschritt bei der Erreichung der wichtigen Nachhaltigkeitsziele des Unternehmens höchst erfreulich.

In der ersten Jahreshälfte 2015 kündigte das Unternehmen eine Investition von einer Milliarde Dänische Kronen zur Errichtung des „LEGO Sustainable Materials Centre“ in Billund/Dänemark an, um die Suche nach nachhaltigen Materialien zu unterstützen. Mit dem Ziel der



LEGO Gruppe, bis zum Jahr 2030 nachhaltige Alternativen für alle aktuellen Materialien zu finden und zu nutzen – einschließlich der petrochemischen Materialien, die zur Herstellung von LEGO Steinen verwendet werden – wird das Zentrum die Forschungsarbeit vorantreiben.

„Ich freue mich, Ihnen heute mitteilen zu können, dass wir bereits die ersten der mehr als 100 geplanten Mitarbeiter bei uns begrüßen durften, die sich dieser Herausforderung stellen werden. Außerdem freue ich mich heute schon darauf, in den kommenden Jahren über unsere Fortschritte bei dieser wichtigen Initiative zu berichten“, sagt John Goodwin.

Das Ziel der LEGO Gruppe, einen positiven Einfluss zu nehmen, spiegelt sich auch in dem Engagement des Unternehmens auf lokaler Ebene wider. Die lokalen Projekte werden von ortsansässigen LEGO Mitarbeitern organisiert und durchgeführt. In der ersten Jahreshälfte 2015 haben mehr als 5.000 Kinder und 1.000 LEGO Mitarbeiter weltweit an Aktivitäten auf lokaler Ebene teilgenommen. Im Jahr 2014 haben insgesamt 50.000 Kinder und 2.000 Mitarbeiter an diesen Aktivitäten teilgenommen.

So haben beispielsweise im April 2015 Mitarbeiter des Werks im chinesischen Jiaxing eine Veranstaltung für LEGO Baumeister ausgerichtet, bei der mehr als 500 Kinder aus der Region gemeinsam viel Spaß hatten und mit LEGO Steinen kreative Bauideen umsetzen konnten. Die Mitarbeiter im ungarischen Nyíregyháza organisierten ein einwöchiges Schülercamp für 45 sozial benachteiligte Kinder, um deren soziale Integration zu unterstützen.

„Einzel betrachtet mögen diese lokalen Aktivitäten zunächst eher unbedeutend wirken. Sie gehen jedoch Hand in Hand mit unseren groß angelegten globalen Initiativen und spielen in unserem Engagement eine gleichwertige Rolle, um die Gesellschaft positiv zu beeinflussen. In diesem Jahr haben die LEGO Mitarbeiter unser lokales Engagement ausgeweitet, um noch mehr Kindern Spielerlebnisse zu ermöglichen und sich intensiver in den lokalen Gemeinschaften unserer Standorte zu engagieren“, sagt John Goodwin.

Kontakt:

Roar Rude Trangbæk,
Press Officer
+45 79504348 / +45 30653164
Media@LEGO.com