



LEGO Pressemitteilung

LEGO Gruppe gibt Ergebnisse für das Gesamtjahr 2017 bekannt

Umsatzrückgang von sieben Prozent; weltweite Verbraucherumsätze bleiben auf Vorjahresniveau

Billund, 6. März 2018: Die LEGO Gruppe hat heute ihre Finanzergebnisse für das Gesamtjahr 2017 veröffentlicht und meldet einen Rückgang der Umsatzerlöse sowie des operativen Gewinns.

- Die Umsatzerlöse für das Gesamtjahr verringerten sich um acht Prozent auf 35,0 Mrd. Dänische Kronen gegenüber 37,9 Mrd. Dänischen Kronen in 2016. Ohne Berücksichtigung von Wechselkurseffekten ist der Umsatz im Gesamtjahr im Vergleich zu 2016 um sieben Prozent gesunken.
- Der operative Gewinn (Gewinn vor Finanzposten und Steuern) für 2017 betrug 10,4 Mrd. Dänische Kronen, verglichen mit 12,4 Mrd. Dänischen Kronen in 2016 – dies entspricht einem Rückgang von 17 Prozent gegenüber dem Vorjahr.
- Der Reingewinn für das Gesamtjahr betrug 7,8 Mrd. Dänische Kronen im Vergleich zu 9,4 Mrd. Dänischen Kronen in 2016.
- Der Cashflow aus laufender Geschäftstätigkeit betrug im Berichtsjahr 10,7 Mrd. Dänische Kronen gegenüber 9,1 Mrd. Dänischen Kronen in 2016.
- Der Rückgang der Umsatzerlöse ist teilweise auf die Bereinigung der Bestände entlang der Wertschöpfungskette zurückzuführen. Die weltweiten Verbraucherumsätze blieben auf Vorjahresniveau, verzeichneten jedoch in den letzten Monaten des Jahres 2017 eine steigende Tendenz.

Niels B. Christiansen, CEO der LEGO Gruppe, dazu: „2017 war kein einfaches Jahr, insgesamt sind wir mit den finanziellen Ergebnissen nicht zufrieden. Dennoch haben wir das Jahr gut abgeschlossen. Im Dezember stiegen die Endverbraucherumsätze in sieben unserer zwölf größten Märkte, und wir beginnen das Jahr 2018 mit optimierten Warenbeständen. 2018 werden wir das Geschäft stabilisieren und investieren in langfristig nachhaltiges Wachstum.

In 2017 sind die Umsatzerlöse in unseren etablierten Märkten gesunken, primär aufgrund von Maßnahmen zur Bereinigung der Warenbestände. Dieser Rückgang hat unsere operativen Gewinne belastet. Darüber hinaus haben wir die Organisation vereinfacht und verkleinert, um den gegenwärtigen Anforderungen an das Geschäft gerecht zu werden. Diese schwierigen Maßnahmen sind inzwischen abgeschlossen. Unsere Bilanz, der Cashflow und die Rentabilität sind nach wie vor solide.

Wir haben 2018 gut begonnen und werden im kommenden Jahr das Geschäft stabilisieren, indem wir in großartige Produkte und effektive globale Marketingexekutionen investieren. Es gibt keine schnelle Lösung und es wird seine Zeit dauern, um längerfristiges Wachstum zu erreichen.“

Während die Umsätze in den etablierten Märkten Nordamerika und Europa 2017 rückläufig waren, konnte der gesamte Endverbraucherumsatz in einer Reihe dieser Märkte gesteigert werden. Dies gilt insbesondere für die letzten Monate des Jahres. Chancen, wieder zu wachsen, sieht die LEGO Gruppe besonders in diesen Regionen und wird hier eng mit Handelspartnern zusammenarbeiten, um mit LEGO Spielerlebnissen noch mehr Kinder zu erreichen.

Darüber hinaus sieht die Gruppe großes Potenzial in China – hier lagen die Umsatzerlöse im Jahr 2017 im hohen zweistelligen Bereich. Die LEGO Gruppe hat mit dem größten Internetunternehmen des Landes – Tencent – jüngst eine Partnerschaft unterzeichnet, um die Präsenz in diesem strategischen Markt weiter auszubauen.

Ende 2018 wird die LEGO Gruppe zudem ein Büro in Dubai eröffnen, um den Ausbau der Aktivitäten im Nahen Osten und in Afrika weiter zu unterstützen.

Innerhalb des LEGO® Portfolios war der Absatz der klassischen LEGO Produktlinien erfreulich: LEGO City, LEGO® DUPLO®, LEGO Creator und LEGO Friends waren weiterhin erfolgreich, ein Zeichen für die zeitlose Attraktivität des LEGO Spielspaßes. LEGO NINJAGO profitierte zudem von der Veröffentlichung des Films im September. Die in der zweiten Hälfte von 2017 veröffentlichten LEGO® Star Wars™ Produkte performten im Rahmen der Erwartungen.

Ein „Versprechen an unseren Planeten“: unser Engagement für Kinder, die Gemeinschaft und die Umwelt

Auch im Jahr 2017 hat die Gruppe daran gearbeitet, weltweit mehr Kinder mit dem LEGO Spielerlebnis zu erreichen und das Versprechen einzulösen, einen positiven Einfluss auf den Planeten und die Gemeinschaft – deren Teil sie ist – zu nehmen.

Christiansen sagt: „Wir engagieren uns weiterhin für unsere Mission, die Baumeister von morgen zu fördern und zu inspirieren. Unser Ziel, mehr Kinder mit LEGO Spielerlebnissen zu erreichen, ist wichtiger als je zuvor. Werteorientiertes Handeln ist wichtig für Kinder und Eltern, die unsere Produkte kaufen, sowie für unsere Kolleginnen und Kollegen auf der ganzen Welt. Wir werden auch künftig in Aktivitäten investieren, die sich positiv auf das Leben von Kindern, die lokale Gemeinschaft und die Umwelt auswirken.“

Die LEGO Gruppe arbeitet weiterhin mit UNICEF zusammen, um auf die Bedeutung des Spielens bei der Entwicklung von Kindern aufmerksam zu machen. Sie hat den UNICEF Weltkindertag im November 2017 unterstützt, der dazu dient, Kindern auf der ganzen Welt eine Stimme zu geben.

Im Mai 2017 erreichte das Unternehmen sein Ziel, seinen Energieverbrauch zu 100 Prozent aus erneuerbaren Quellen zu decken – drei Jahre früher als geplant und als erstes Spielwarenunternehmen überhaupt. 2018 wird das Unternehmen seine Partnerschaft mit dem WWF fortführen und sich selbst ehrgeizige Ziele zur Reduzierung von CO₂-Emissionen in der gesamten Lieferkette setzen. Es arbeitet auch weiterhin an seinem Ziel, bis 2030 ausschließlich nachhaltige Materialien zu verwenden. Im März hat die LEGO Gruppe die Einführung der ersten LEGO Elemente aus pflanzlichen Rohstoffen bekannt gegeben. Botanische Elemente wie Blätter, Büsche und Bäume werden in Zukunft mit aus Zuckerrohr gewonnenem, pflanzlichem Kunststoff hergestellt und sind in dieser Form bereits ab 2018 Bestandteil von LEGO Sets.

Pressekontakt (für englischsprachige Anfragen):

Roar Rude Trangbæk, Press Officer

+45 79504348

media@LEGO.com