



27.01.2015 – 14:00 Uhr

LEGO Produkte haben festen Platz auf Wunschzetteln der Kinder

Nürnberg/Zürich/Wien (ots) -

- Querverweis: Bildmaterial wird über obs versandt und ist abrufbar unter <http://www.presseportal.de/galerie.htx?type=obs> -

Mit einem stabilen Wachstum kann die LEGO GmbH auch 2014 ein erfolgreiches Geschäftsjahr verzeichnen. Neben innovativen Produktneheiten und dem ersten LEGO Kino-Abenteuer "THE LEGO MOVIE[TM]" leisteten vor allem die LEGO Kernlinien wieder einen wesentlichen Beitrag zum Erfolg. Basierend auf dieser positiven Entwicklung blickt die LEGO GmbH optimistisch auf das Geschäftsjahr 2015. Neben starken Entwicklungen im Kernsortiment wird dabei unter anderem die Produktlinie LEGO Ninjago[TM] eine zentrale Rolle spielen. Außerdem wird das erfolgreiche Lizenzthema LEGO Star Wars[TM] zum Kinostart des neuen Films im Jahr 2015 um Produktneheiten ergänzt.

Im Geschäftsjahr 2014 ist es der LEGO GmbH erneut gelungen, sich mit ihren Produkten einen festen Platz auf den Wunschzetteln der Kinder in Deutschland, Österreich und der Schweiz zu sichern. So konnte das Unternehmen mit einer Steigerung der Consumer Sales um 7,9 Prozent* in Deutschland und 12,4 Prozent** in der Schweiz erneut ein stabiles Wachstumsergebnis erzielen. In Deutschland stieg der Marktanteil 2014 um 0,3 Prozentpunkte* auf 17,4 Prozent*. In der Schweiz verzeichnete der Spielwarenhersteller mit einem Marktanteil von 18,8 Prozent** ein Wachstum um 1,5 Prozentpunkte** gegenüber dem Vorjahr. Für Österreich*** antizipiert das Unternehmen ähnliche Tendenzen wie in Deutschland. "Wir freuen uns sehr, dass es uns auch 2014 gelungen ist, in einem herausfordernden Markt zu wachsen und zu einer insgesamt dynamischen Marktentwicklung beizutragen. Besonders stolz sind wir darauf, dass unsere Produkte immer wieder aufs Neue begeistern und Kinder zum kreativen Bauen anregen", sagt Michael Kehlet, Geschäftsführer der LEGO GmbH anlässlich der Internationalen Spielwarenmesse 2015 in Nürnberg.

Kernlinien weiterhin beliebt

Wichtige Faktoren für den Erfolg waren 2014 erneut Kernlinien des umfangreichen LEGO Sortiments. Wie bereits in den Vorjahren trugen unter anderem LEGO City, LEGO Technic und LEGO Friends, die auf einem realitätsnahen Bau- und Spielerlebnis basieren, zur positiven Entwicklung in Deutschland, Österreich und der Schweiz bei. "Wir sind und bleiben stark in unseren Kernlinien. Darüber hinaus setzen wir mit unseren fantasievollen Spielthemen wie LEGO Chima[TM] oder LEGO Ninjago[TM] immer wieder neue Impulse", sagt Michael Kehlet. Das richtige Gespür für die zeitgemäße Interpretation ihrer Produkte hat die LEGO GmbH im vergangenen Jahr unter anderem mit den Bausets zum Kinofilm "THE LEGO MOVIE[TM]" unter Beweis gestellt.

Produkthighlights 2015: Abenteuerliche Spielwelten

Das Comeback des Jahres feiert die LEGO GmbH 2015 mit der LEGO Ninjago[TM] Reihe und reagiert damit auf die Wünsche der großen und kleinen Fans nach einem Ausbau der erfolgreichen Produktlinie. Neben 20 spannenden Bausets können sich Fans der Linie auf ein neues Spielkonzept freuen: die Airjitzu - ein Outdoor-Spielspaß, der die Ninja in neue Höhen aufsteigen lässt.

Das LEGO Star Wars[TM] Universum wird durch Produktneheiten zum Start der neuen Episode des Filmklassikers ergänzt. Außerdem erscheinen neue LEGO Bausets zur Star Wars[TM] Rebels TV-Serie, genauso wie neue Raumschiffe, begehrte Minifiguren und die beliebten Microfighter zu den klassischen Star Wars[TM] Filmen.

Neue Produkte für kleinere und größere Kinder

Als weitere Neuheit im Portfolio präsentiert die LEGO Gruppe die fantasievolle LEGO Elves Reihe. Die Heldin der Produktlinie, Emily Jones, lässt vor allem ältere Kinder spielerisch in die zauberhafte Welt der Elfen eintauchen und ermöglicht ihnen ein magisches Spielerlebnis. Neuheiten für die Kleinsten gibt es darüber hinaus im LEGO DUPLO® Sortiment: Mit Sets für die jüngsten Baumeister können bereits Kinder ab 1,5 Jahren lehrreiche Alltagswelten und ihre Lust am Bauen entdecken. Weitere Sets, mit denen Kinder in den ersten Lebensjahren realitätsnahe Abenteuer erleben und in märchenhafte Welten eintauchen können, runden den Mix des umfangreichen LEGO DUPLO Sortiments aus Alltags-, Realitäts- und Fantasiewelten ab. Zu den verschiedenen Spielwelten im LEGO Sortiment erklärt Michael Kehlet: "Mit den verschiedenen LEGO Themenwelten wollen wir Jungen und Mädchen ein möglichst vielfältiges Angebot für alle Altersklassen und Interessen bieten, das optimal auf ihre Bedürfnisse abgestimmt ist, ihre Kreativität fördert und ihnen endlose Stunden Spiel- und Bauspaß ermöglicht."

* Quelle: npdgroup Deutschland

** Quelle: GfK Switzerland AG

*** Die Datenerhebung für Österreich wurde 2014 von npdgroup Deutschland eingestellt. Entsprechend liegen keine verbindlichen Marktdaten vor.

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

Über die LEGO Gruppe

Die LEGO Gruppe ist ein Familienunternehmen in Privatbesitz mit Hauptsitz in Billund, Dänemark, und beschäftigt global rund 13.000 Mitarbeiter. Das Unternehmen wurde im Jahr 1932 gegründet und ist heute einer der weltweit führenden Spielzeughersteller. LEGO Produkte fördern die Kreativität und Fantasie von Kindern. Das Motto des Firmengründers Ole Kirk Kristiansen "Nur das Beste ist gut genug" ist bis heute Leitsatz für die Mitarbeiter des Unternehmens. LEGO Produkte werden weltweit verkauft und die Themenwelten können online unter www.LEGO.com entdeckt werden.

LEGO, das LEGO Logo, die Minifigur, der LEGO Stein und die Konfiguration der Noppen sind eingetragene Markenzeichen der LEGO Gruppe. © 2015 The LEGO Group

Kontakt:

LEGO GmbH
Pressestelle
Martina Augenstein
Tel.: +49 89 4534 6255
Martina.Augenstein@LEGO.com

Klenk & Hoursch AG
PR Leadagentur D/A/CH
Ina Bauer
Tel.: +49 89 4702 77116
LEGO@klenkhoursch.de

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100015555/100767734> abgerufen werden.