

Ressort: Finanzen

Spielwarenproduzent Lego wächst in Deutschland stärker als der Markt

Berlin, 27.11.2013, 16:06 Uhr

GDN - Der Siegeszug von Lego in den deutschen Kinderzimmern ist nicht zu stoppen. "Das Jahr ist bisher sehr gut gelaufen, wir sind stärker als der Markt gewachsen", sagte Deutschland-Chef Michael Kehlet dem "Handelsblatt" (Donnerstagsausgabe).

Zwischen fünf und acht Prozent Umsatzplus in Deutschland versprach der Däne zu Jahresbeginn. Bisher liege sein Unternehmen genau in der Mitte, so der Manager. Zum Vergleich: Der Bundesverband des Spielwareneinzelhandels (BVS) rechnet damit, dass die Deutschen 2013 etwa drei Prozent mehr für Modellautos, Puppen und Plüschtiere ausgeben. Lego wächst also doppelt so stark wie die Branche insgesamt. "Das Plus fällt zwar nicht mehr ganz so groß aus wie 2012, doch wir sind trotzdem sehr zufrieden. Es zeigt sich immer wieder, dass wir die Trends richtig erkennen", meint Kehlet. Voriges Jahr sind die Erlöse in Deutschland noch um fast 13 Prozent auf 331 Millionen Euro geklettert. Dass das Wachstum nun nachlässt, ist nicht weiter verwunderlich. Denn Lego kommt inzwischen auf einen Marktanteil von gut 17 Prozent, die Luft wird also dünner für die Skandinavier. Obwohl der deutsche Spielwarenhandel inzwischen etwa jeden sechsten Euro mit Lego verdient, wollen die Dänen mehr. "Natürlich können wir noch Marktanteile gewinnen. In anderen Ländern sind wir zum Teil wesentlich stärker", sagte Kehle. Die Hoffnung ist begründet, denn 2014 könnte der erste Kinofilm von Lego die Kunden in die Läden locken. Das Werk entstand gemeinsam mit dem US-Produzenten Warner Bros. und soll im Frühjahr auf die Leinwand kommen. Parallel dazu hat der Konzern eine spezielle Spielwaremlinie entwickelt.

Bericht online:

<https://www.germandailynews.com/bericht-25927/spielwarenproduzent-lego-waechst-in-deutschland-staerker-als-der-markt.html>

Redaktion und Verantwortlichkeit:

V.i.S.d.P. und gem. § 6 MDStV:

Haftungsausschluss:

Der Herausgeber übernimmt keine Haftung für die Richtigkeit oder Vollständigkeit der veröffentlichten Meldung, sondern stellt lediglich den Speicherplatz für die Bereitstellung und den Zugriff auf Inhalte Dritter zur Verfügung. Für den Inhalt der Meldung ist der allein jeweilige Autor verantwortlich.

Editorial program service of General News Agency:

United Press Association, Inc.
3651 Lindell Road, Suite D168
Las Vegas, NV 89103, USA
(702) 943.0321 Local
(702) 943.0233 Facsimile
info@unitedpressassociation.org
info@gna24.com
www.gna24.com