Jubelen er tilbage hos Lego

 28. februar 2019, Avisen Danmark

Niels B. Christiansens første hele regnskabsår vendte udviklingen for Lego med vækst og nyt milliardoverskud. Meget var svært på legetøjsmarkedet sidste år, men genvordighederne prellede stort set af på Lego.

Den danske byggeklodskæmpe fik vendt en bekymrende nedgang i 2017 til en mærkbar vækst i 2018, som cementerer Legos position som verdens største og bedst indtjenende legetøjsfabrikant.

Omsætningen voksede med fire procent til 36 milliarder kroner, og overskuddet steg næsten lige så meget til 10,5 milliarder kroner før skat. -Vi ønskede at stabilisere forretningen, så vi kan investere i fremtiden. Det er nøjagtigt, hvad vi har gjort, sagde Lego-topchef Niels B. Christiansen på et velbesøgt pressemøde onsdag.

Det er det første fulde regnskabsår, hvor han har stået i spidsen for Lego. Han overtog en virksomhed, der i 2017 oplevede et overraskende fald i salget på syv procent og et endnu større dyk i overskuddet.

Forinden var den mangeårige topchef Jørgen Vig Knudstorp udskiftet og gjort til bestyrelsesformand, og før Niels B. Christiansens tiltræden gennemførte Lego en fyringsrunde, der berørte 1400 ansatte.

Derfor var det en ualmindeligt tilfreds direktør, som i går stillede sig op foran den danske og internationale presse i et konferencelokale i Lego-familiens oplevelseshus Lego House i Billund.

-Det er ikke én knap, vi har drejet på. Det er på tværs af en masse produkter og en masse lande, og det er klart, at vi er lykkedes godt med at komme tættere på mange af vores kunder, så vi kunne udfylde det tomrum, der opstod efter Toys'r'us, sagde Niels B. Christiansen senere til avisen Danmark.

Et af de store bump på vejen var nemlig konkursen i legetøjskæden Toys'r'us i USA, der er Legos største marked.

Lukningen skabte travlhed i branchen, hvor store aktører som Amazon og supermarkedskæden Walmart forsøgte at hive noget af det hjemløse legetøjssalg til sig.

**Kina er vigtig**

I forvejen er væksten i salg af legetøj i USA lav, og derfor har det stor betydning, at Lego har formået at øge sit salg på de betingelser.

-I alle væsentlige markeder i verden er vi vokset og har taget markedsandele.

Det er også det, vi investerer i, sagde Niels B. Christiansen.

Modsat de bedste år, hvor Lego voksede med op til 25 procent om året, er der nu tale om lave, etcifrede vækstrater i de enkelte lande.

Kina skiller sig dog ud med en tocifret vækst, og det folkerige land er et strategisk vigtigt vækstmarked for Lego. Lego oplyser dog ikke præcise tal for de enkelte lande, og derfor er det uklart, hvor stor en andel Kina udgør af Legos samlede omsætning.

Oplevelsen er dog, at Legoklodserne appellerer fint til de kinesiske børn. Da koncernen i sidste uge åbnede en flagskibsbutik i Beijing, var der lange køer hen ad gaden, og i løbet af den første weekend nåede 15.000 kunder indenfor. Målet er derfor i år at åbne 80 nye butikker i 18 byer i Kina, men også at blive langt mere synlig på nye markeder i Indien, Nordafrika og Mellemøsten.

Niels B. Christiansen fremhævede, at succesen ikke skyldes enkelte produkter, men netop den store bredde i sortimentet af Lego-æsker. På top 10-listen over de bedst sælgende produkter finder man såvel små poser med minifigurer fra Harry Potter-universet som store Lego Technic-æsker til flere tusinde kroner.

**Verdens største**

Lego har en særlig position på markedet, fordi virksomheden i princippet kun har én produktserie - nemlig Legoklodser.

Alligevel er Lego med sin omsætning på 37 milliarder kroner nu den klart største aktør og afgør dermed et slagsmål, der i årevis har kørt med de to rivaler, de børsnoterede amerikanske selskaber Hasbro og Mattel. Begge råder modsat Lego over en stribe varemærker.

Hasbro, der herhjemme blandt andet er kendt for Nerf-legetøjsgeværer og My Little Pony-figurer, omsatte sidste år for 29 milliarder kroner efter et fald i salget på 12 procent. Mattel, der står bag navne som Barbiedukkerne og Hot Wheelsbilerne, omsatte for 28 milliarder kroner efter en nedgang på otte procent.

Niels B. Christiansen ønskede ikke at sætte tal på sit budget for 2019, men den langsigtede plan er at lade Lego-koncernen vokse med små procenter år efter år.

Lego-familien Kirk Kristiansen ejer 75 procent af Lego, mens resten er placeret i Lego-fonden, der blandt andet støtter børn i flygtningelejre i verdens brændpunkter.

Det er klart, at vi er lykkedes godt med at komme tættere på mange af vores kunder, så vi kunne udfylde det tomrum, der opstod efter Toys'r'us.