

# Virksomhedsprofil

En introduktion til LEGO Koncernen  
2009



# Indhold

Eventyret begyndte i 1932	3
LEGO Koncernen i hovedtal	4
Retningen mod fremtiden	5
LEGO Koncernen	6
Idé og produktion	7
Århundredets legetøj	8
LEGO produkter til alle børn	12
Minifiguren	13
LEGOLAND Parker	14
LEGO Community	15
Læring gennem leg	17
Skæve LEGO tal	18
Brug af LEGO varemærket	19



## Eventyret begyndte i 1932

Det var oprindeligt grundlæggeren, Ole Kirk Christiansen, der fik idéen til LEGO® navnet tilbage i 1934. Han satte forbogstaverne fra LEG og GODT sammen, uvidende om, at ordet på latin betyder, jeg sammensætter. I dag, mange år senere, er LEGO både navnet og idéen bag virksomheden. Leg står som et centralt element i

børns opvækst og udvikling, og leg stimulerer fantasien, begrebsdannelsen og det

kreative udtryk. Det er LEGO filosofien, at "den gode leg" beriger et barns liv – og det efterfølgende voksenliv. Derfor tilbyder LEGO Koncernen en lang række produkter, som alle er baseret på den samme grundlæggende filosofi om læring og udvikling – gennem leg.

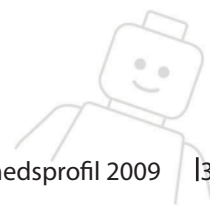
Tro mod sit motto "Det bedste er ikke for godt" har LEGO Koncernen gennem mere end 75 år lagt vægt på høj kvalitet, som har sikret, at forbrugerne vender tilbage til LEGO produkterne igen og igen. Samtidig betyder LEGO systemet, at mange tusinde byggeelementer med lethed kan sættes sammen på et utal af måder og med tilsvarende lethed kan skilles ad igen. Jo flere LEGO klodser man har, des mere kan man skabe, og der er legetimer i LEGO klodsen, som man ikke finder andre steder.

Legen tager til stadighed nye former, og virksomhedens produktudvikling arbejder derfor systematisk med at videreudvikle de nuværende kendte legetemaer og produktlinjer på baggrund af research hos børn og forældre om blandt andet legevaner, familiemønstre og boligforhold. Der-

til kommer, at kombinationen af systematik, logik og ubegrænset kreativitet skaber læring gennem leg på en helt særlig LEGO

facon, der i en tidsalder med stadig stigende krav til børns læring og evne til at løse komplekse problemer er skabt for fremtidens børn. Dette er årsagen til, at LEGO systemet ofte anføres som et særligt kreativt legemateriale af en række toneangivende organisationer og enkeltpersoner og benyttes som læringsmateriale på institutioner og skoler verden over.

Der er mange bud på, hvad børn vil lege med i fremtiden. Forbrugerelektronik er en hård konkurrent til traditionelt legetøj, men LEGO Koncernen tvivler ikke på, at LEGO klodsen også fremover vil være relevant for børn i alle aldre. En verden af fantasi og total indlevelse. At sætte to LEGO klodser sammen er intuitivt og giver en umiddelbar skaberglæde, som kan suppleres - men aldrig erstattes - af elektroniske oplevelser.



# LEGO Koncernen i hovedtal

LEGO Koncernen kom ud af 2008 med et særdeles tilfredsstillende resultat. Resultatet før skat på DKK 1.852 mio. overgik alle forventninger for året, og LEGO Koncernens nettoomsætning steg 18,7% fra DKK 8.027 mio. i 2007 til DKK 9.526 mio. i 2008. Alle virksomhedens markeder oplevede væsentlige omsætningsstigninger i 2008. Dette er sket på trods af, at det globale marked for traditio-

nelt legetøj samlet set har oplevet et moderat fald i 2008.

De klassiske produktlinjer LEGO CITY, LEGO Creator, LEGO TECHNIC og LEGO Star Wars har også i 2008 stået bag størsteparten af det øgede salg. Dertil kommer, at den licensbaserede produktlinje LEGO Indiana Jones har opnået et væsentligt højere salg end forventet ved årets begyndelse.

## Hoved- og nøgletal for LEGO Koncernen

(DKK MIO.)	2008	2007	2006	2005	2004
<b>Resultatopgørelse:</b>					
Nettoomsætning	9.526	8.027	7.798	7.027	6.295
Omkostninger	(7.522)	(6.556)	(6.393)	(6.605)	(6.394)
Resultat før særlige poster	2.004	1.471	1.405	423	(99)
Nedskrivning af anlægsaktiver	(20)	24	270	86	(677)
Omstruktureringsomkostninger og andre særlige poster	116	(46)	(350)	(129)	(136)
Finansielle poster	(248)	(35)	(44)	(51)	(75)
Resultat før skat	1.852	1.414	1.281	329	(987)
Resultat af fortsættende aktiviteter	1.352	1.028	1.290	214	(1.284)
Resultat af ophørende aktiviteter	–	–	–	–	(516)
Årets resultat	1.352	1.028	1.290	214	(1.800)
<b>Medarbejdere:</b>					
Gennemsnitligt antal heltidsansatte	5.388	4.199	4.908	5.302	5.603



# Retningen mod Fremtiden

LEGO Koncernen er mere end halvvejs i gennemførelsen af en syvårig strategi, som blev påbegyndt i 2004. Strategien hedder Shared Vision og har til formål at genopbygge virksomheden og revitalisere LEGO brandet som et synonym for kreative byggeoplevelser og rolleleg. Koncernen vil:

- være de bedste til at skabe værdi for forhandlere og salgskanaler
- sætte nyt fokus på værdien af det, forbrugerne tilbydes
- forbedre og effektivisere virksomhedens drift

Strategien frem mod 2010 understreger, at der fortsat vil være stort fokus på at skabe en profitabel, bæredygtig platform for virksomhedens fremtidige udvikling. Fra 2008 er LEGO Koncernen samtidig påbegyndt en vækstfase, hvor målet er at opnå en årlig, organisk vækst på 3-7 procent.

Situationen for alle legetøjsproducenter er, at de bliver presset fra mange sider – af forbrugere, kunder og konkurrenter. I LEGO Koncernen mødes denne udfordring med en vilje til at knytte forbrugere, fans og forhandlere endnu tættere til virksomheden. Det er fortsat LEGO Koncernens formål at levere den gode leg, som udvikler børn til at være bedre rustet til fremtidens udfordringer. Samtidig vil koncernen fortsat forbedre produktsortimentet, så de helt nye produkter til stadighed kan tage konkurrencen op med eksempelvis de mange elektroniske produkter. For forbrugerne er de mest synlige ændringer foregået i produktudviklingen. Nye produkter og produktlinjer er koncentreret om den tidløse produktidé, LEGO klodsen, og evigunge temaer som by, borg, pirater og vikinger har fået nyt liv. Samtidig får LEGO klodsen til stadighed nyt liv i den virtuelle verden. Både i form af online aktiviteter på [www.LEGO.com](http://www.LEGO.com)

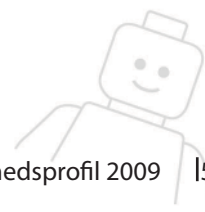
og gennem elektroniske spil til de kendte spilplatforme.

## Udflytning og omstrukturering

Moden og trends inden for legetøj skifter hurtigere end nogensinde før, og det bliver sværere og sværere at forudsige, hvad børn har lyst til at lege med. Samtidig er markedet for traditionelt legetøj præget af lavprisprodukter, hvorfor producenterne skal kunne producere kvalitetslegetøj med lave omkostninger. Konsekvensen har været, at mange legetøjsproducenter i de senere år har flyttet løntunge dele af produktionen til lavtlønslande, hvilket også LEGO Koncernen til en vis grad har gjort.

LEGO Koncernen producerer i dag i Danmark, Østeuropa og Mexico. De nye produktionslokaliteter i Mexico og Østeuropa er valgt med henblik på at være tæt på koncernens hovedmarkeder i Europa og USA. Udflytningen er påbegyndt i 2006 og fortsætter i de kommende år.

De mest specialiserede og kompetencekrævende LEGO produkter vil fortsat blive fremstillet på koncernens danske fabrik i Billund. Dette sker for at fastholde vigtige kompetencer inden for støbning, bearbejdning og pakning i tilknytning til virksomhedens produktudviklingsområde. Dette understøttes desuden af, at en produktionsteknisk udviklingsfunktion, et såkaldt konceptcenter, oprettes i tilknytning til den tilbageværende produktion i Billund.

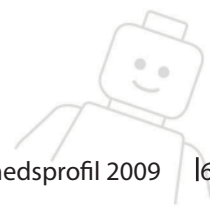
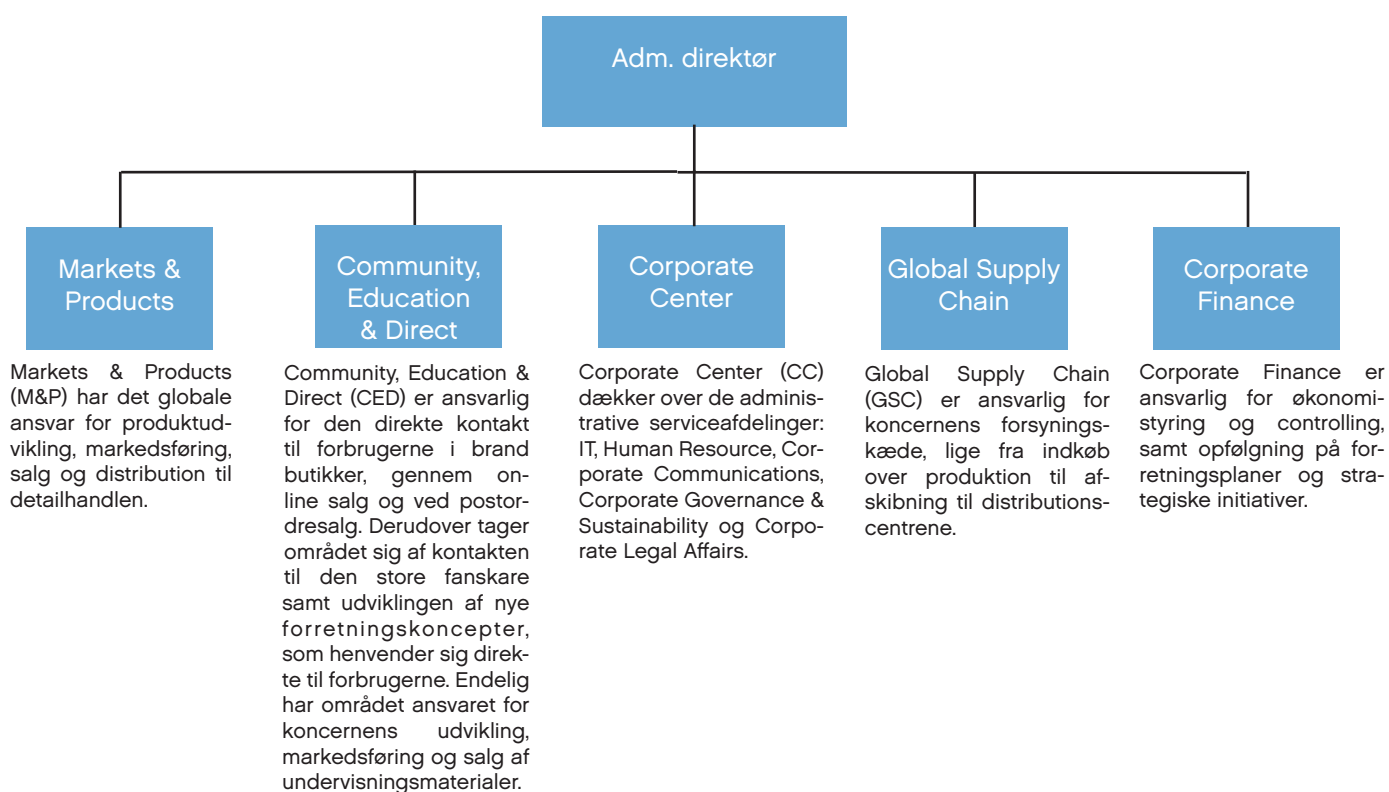


# LEGO Koncernen

Der er ca. 7.000 medarbejdere globalt i LEGO Koncernen.

Koncernledelsen udgøres af:

Den administrerende direktør, finans- og økonomidirektøren samt fire direktører med hvert sit forretningsområde.



# Idé og produktion

Koncept- og produktudviklingen finder hovedsageligt sted i hovedkvarteret i Billund, Danmark, men også i München, Barcelona, Los Angeles og Tokyo har LEGO Koncernen antennerne ude for at spotte de nyeste trends. 120 designere med ca. 15 forskellige nationaliteter udgør den kreative kerne, og de fleste designere er uddannet på design- eller kunsthøjskoler rundt om i verden. Dog stiller LEGO Koncernen ingen formelle krav om en sådan uddannelse, da udvælgelse sker gennem hands-on opgaver og personlige samtaler.

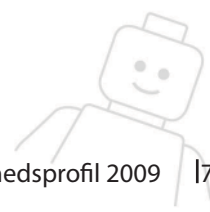
Produktionen af LEGO klodserne foregår på egne fabrikker i Danmark, Østeuropa og Mexico, såvel som hos eksterne leverandører i udlandet. Hvert år produceres ca. 19 mia. elementer på fabrikken i Billund. Det svarer til ca. 2 mio. elementer i timen eller ca. 36.000 i minuttet.

Der findes ca. 2.350 forskellige elementer i LEGO sortimentet, hvortil kommer 52 forskellige LEGO farver. Hvert element kan dog optræde i et utal af variationer i forhold til farver og dekorationer, hvorfor det samlede antal aktive kombinationer er lidt over 7.000.

## Sådan laver man LEGO klodser

Under støbeprocessen opvarmes plasten til 232 grader celsius, så den får en konsistens, der minder om brøddej. Derefter presses plasten ind i støbepremener, der trykkes sammen med et tryk på mellem 25 og 150 tons afhængigt af hvilket element, der produceres. Det tager syv sekunder at afkøle og udstøde nye elementer. Støbepremenerne udvikles med en præcision på op til to tusinddele millimeter, og støbeprocessens nøjagtighed gør, at det kun er 18 elementer for hver million, der fremstilles, som ikke lever op til virksomhedens kvalitetskrav.

Alle LEGO elementer er fuldt kompatible, uanset hvornår i perioden fra 1958 og fremefter de er produceret, og uanset hvilken fabrik de er fremstillet på.



# Århundredets legetøj

Ved indgangen til det 21. århundrede blev LEGO klodsen kåret til "Århundredets Legetøj" – først af Fortune Magazine og senere af den engelske sammenslutning, British Association of Toy Retailers. Tømrermester Ole Kirk Christiansen begyndte i 1932 at fremstille trælegetøj. Siden da er virksomheden gået i arv fra far til søn, og i dag er grundlæggerens barnebarn, Kjeld Kirk Kristiansen, sammen med sine børn ejer af LEGO Koncernen, som er verdens sjette største legetøjsproducent målt på omsætning:

1. Mattel
2. Hasbro
3. Bandai
4. TOMY/Takara
5. MGA Entertainment
6. LEGO Koncernen

LEGO Koncernen har udviklet sig gennem legens forskellige tidsaldre ved at lade viden og visioner gå i arv – samtidig med, at ny teknologi er blevet indarbejdet i produkterne undervejs. Virksomhedens historie viser, at produktudviklingen har været enorm, men fundamentet er i dag stadig den klassiske LEGO klods.

I 2008 kunne LEGO klodsen fejre 50 års fødselsdag. Det var præcis den 28. januar 1958 kl. 13:58, at Godtfred Kirk Christiansen indgav patentansøgningen på LEGO klodsen. Det skulle vise sig at være en klog beslutning. LEGO klodsen blev bogstavelig talt grundstenen i et legetøjseventyr.



### **LEGO System i Leg**

Det klassiske LEGO koblingsprincip blev udviklet for næsten 50 år siden. De mange kombinationsmuligheder udfordrede børn til at bruge fantasien og gå på opdagelse i deres eget kreative univers. I 1950 blev Godtfred Kirk Christiansen ny direktør for LEGO Koncernen efter sin far, Ole Kirk Christiansen. Fem år senere lancerede LEGO Koncernen det epokegørende "LEGO System i Leg" med det første "Leg og Lær" koncept, som understregede vigtigheden af at lære gennem leg. Kort efter nåede virksomheden endnu en milepæl. I 1958 blev LEGO klodsen med et nyt koblingssystem lanceret.

## 1950'erne

### **Hjulet opfindes**

For Godtfred Kirk Christiansen markerede dette kun LEGO Systemets udgangspunkt. I 1962 genopfandt han hjulet og begyndte at eksperimentere med motorer – for i 1966 at introducere det første LEGO tog med tilhørende skinner og en 4,5 volt motor. Herefter fulgte en lang række nyskabelser. LEGO TECHNIC serien, der blev introduceret i 1977, indeholdt elementer som tandhjul, bjælker og gearkasser. Produktprogrammet udfordrede ældre børn til at bygge køretøjer og andre maskiner, der er lige så komplekse som "den virkelige verdens" konstruktioner.

### **Den store klods til den lille hånd**

En anden banebrydende begivenhed fandt sted i slutningen af 1960'erne: Frem for at sigte bredt på målgruppen "børn", blev LEGO produkterne tilpasset alder og udviklingstrin. Godtfred Kirk Christiansen indså, at yngre børn kunne få meget mere ud af at lege med LEGO systemet, end det hidtil havde været muligt, men at de havde brug for andre redskaber. LEGO DUPLO blev netop lanceret for også at give LEGO oplevelser til de yngste. LEGO DUPLO klodserne er på hver led dobbelt så store som almindelige LEGO klodser og er derfor lettere at håndtere for de yngste.

## 1960'erne

### **LEGOLAND på landkortet**

I 1968 grundlagde LEGO Koncernen LEGOLAND® Parken i Billund. Parken skulle vise sig at blive det mest berømte og levende symbol på kreativitet og fantasi – set fra et barns perspektiv. LEGOLAND byder både på eventyr for børn og oplevelser for hele familien.

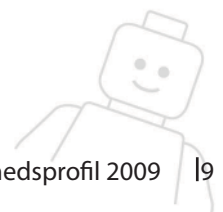
### **LEGO Figuren bliver Født**

I 1974 ankom de første LEGO figurer til LEGO universet. Figurerne repræsenterede et helt nyt LEGO koncept, hvor rolleleg og personlighed blev en del af LEGO legen.

## 1970'erne

### **System i systemet**

I 1978 introducerede Godtfreds søn, Kjeld Kirk Kristiansen, en forretningsmodel, som satte "system i systemet" og gav LEGO Koncernen et sigte med produktudviklingen: De forskellige produktprogrammer skulle i højere grad tage hensyn til barnets behov og evner på de enkelte alderstrin – for hele tiden at skabe den optimale stimulering af barnets kreativitet og fantasi. Et år senere, i 1979, blev Kjeld Kirk Kristiansen udnævnt til administrerende direktør for LEGO Koncernen. En virksomhed og en tradition overgik til tredje generation.



## 1980'erne

### Universet udvides

Kjeld Kirk Kristiansen føjede en ny dimension til LEGO legesystemet. LEGO figurerne var allerede etableret som populære skikkelser, og fokus skiftede derfor til fortællinger, temaer og rolleleg. Stadig ud fra devisen om ubegrænset leg blev børn præsenteret for helt nye LEGO verdener, som de kunne bygge videre på. I 1979 nåede LEGO Koncernen hele vejen ud i rummet med LEGO Space serien. Nok var Neil Armstrong den første mand på månen, men det var uden tvivl en LEGO figur, der som den første besøgte en fremmed galakse.

### Partnerskab med videnskaben

I 1984, før den digitale udvikling for alvor tog form, indledte LEGO Koncernen et partnerskab med Media Laboratory ved Massachusetts Institute of Technology, USA. Forskning i teknologi og indlæringsprocesser gav LEGO Koncernen en mulighed for at være på forkant med udviklingen. Ved at smelte fysiske og virtuelle verdener sammen i et integreret legeunivers opstod nye produkter. LEGO TECHNIC Computer Control blev lanceret i 1986 som et af partnerskabets første synlige resultater. LEGO produkter til undervisningsbrug nød godt af denne opfindelse, som senere banede vejen for de første computerstyrede LEGO robotter.

### 1990'ernes mange produkter

1990'erne markerede adskillige nye produkter for LEGO Koncernen. 1994 var året, hvor pigeproduktet LEGO BELVILLE™ blev introduceret med kernefamilie, heste og hverdagsliv. LEGO BELVILLE bevægede sig senere også over i det klassiske eventyrtema med prinsesser, feer og sommerfugle.

I løbet af 1990'erne åbnede virksomheden desuden to nye LEGOLAND Parke uden for Danmarks grænser: én i Windsor, England, i 1996, og én i Californien, USA, i 1999. Den fjerde park kom på landkortet i 2002 i Günzburg, Tyskland.

## 1990'erne

### Robotteknologi til børn

1990'erne var samtidig det årti, hvor intelligens og adfærd for alvor blev en integreret del af LEGO produkterne. I 1998 førte samarbejdet med Massachusetts Institute of Technology til fantastiske resultater. Ved at integrere robotteknologi med LEGO byggesystemet gjorde LEGO MINDSTORMS det muligt for børn at skabe og programmere intelligente LEGO modeller. I dag er FIRST LEGO League udsprunget af dette arbejde. En verdensomspændende teknologiturnering, hvor skolebørn dystet mod hinanden. Turneringerne bliver afholdt i et samarbejde med den amerikanske non-profit organisation "FIRST" (For Inspiration and Recognition of Science and Technology). Børnene konstruerer selv deres robotter og skal sideløbende deltage i en række naturvidenskabelige og matematiske/tekniske projekter.



I 2006 lanceredes en ny, opdateret version af MINDSTORMS robotten. Med den nye LEGO MINDSTORMS NXT kan forbrugerne i løbet af kun en halv time bygge og programmere en robot. Robotten anno 2006 er meget mere avanceret end sin otte år ældre storebror og kan desuden både se, høre, tale, føle og bevæge sig!

2000→

#### Historiefortælling

I 1998 bekendtgjorde LEGO Koncernen en eksklusiv licensaftale med Lucasfilm Ltd. Aftalen gav LEGO Koncernen ret til at udvikle, producere og markedsføre en ny serie LEGO sæt baseret på temaer fra den originale *Star Wars* trilogi og de tre nye *Star Wars* film.

I 2001 lanceredes BIONICLE®-universet, hvor LEGO Koncernen for første gang udviklede en hel historie fra bunden som grundlag for en ny produktserie. Gennem en kombination af fysiske produkter og et omfattende online univers bliver børnene inviteret til selv at fortælle med og udforske historiens handling. Med BIONICLE introducerede LEGO Koncernen en helt ny kategori på legetøjsmarkedet – Construction, der er en sammentrækning af "konstruktionslegetøj" og "action figurer".





# LEGO produkter til alle børn

I sortimentet finder man produkter henvendt til alle børn. Hele produktporteføljen passer i sværhedsgrad til, at børnene bliver ældre og udvikler sig. LEGO produkterne kan inddeles i forskellige kategorier:

## **Førskoleprodukter**

Førskoleprodukter er kategorien for børn, der endnu ikke er begyndt i skole. Produkterne er udviklet til det lille barns kunnen, så det gennem kreativ leg kan bruge hænderne og udvikle sine motoriske evner. LEGO DUPLO består i dag af både løse klodser, hvor man kan bygge frit efter fantasien, og legetemaer – for eksempel lufthavn, tog og ridderborg. Sværhedsgraden passer til børn fra 2 til 6 år. Sikkerhed og kvalitet er centralt for førskoleprodukterne. Elementerne har en størrelse, så små børn under tre år kan lege med dem uden fare for at sluge delene, da elementerne er støbt på en måde, så ingen smådele kan falde af.

## **Creative Building**

Creative Building er æsker eller spande med de traditionelle LEGO klodser og specialelementer som for eksempel vinduer, hjul og tagsten. Her behøver man ingen byggevejledning – kun fantasi. Med Creative Building kan man bygge lige det, man vil. Hvis idéerne slipper op, kan man finde inspiration i hæfter, der følger med klodserne. Creative Building findes både som DUPLO og almindelige LEGO klodser.

## **Legetemaer**

Legetemaer er alle de produkter, der er bygget op omkring en historie. Det kan for eksempel

være temaer som brandstation, politi, lufthavn, ridderborg, racers og meget mere. Et andet eksempel er BIONICLE universet, som har sin helt egen historie. Ud over byggeoplevelsen kan man bruge mange timer på at lege med de færdigbyggede modeller.

## **Licensprodukter**

Licensprodukterne er legetemaer, der er baseret på for eksempel film eller bøger, som LEGO Koncernen køber rettighederne til. LEGO designere omskaber universet og personerne til LEGO klodser, så legen kan fortsætte hjemme på stuegulvet. LEGO Koncernen har blandt andet en LEGO *Star Wars* og en LEGO Indiana Jones produktlinje.

## **MINDSTORMS NXT**

Med LEGO MINDSTORMS NXT kan man selv designe sin egen robot. Ved hjælp af den software, der følger med, kan robotterne programmeres til et væld af forskellige funktioner. Man bygger selv robotten med for eksempel motor, lys-, lyd- og følesensorer, så den kan reagere på forskellige input.

## **LEGO Education**

LEGO Education produkterne er udviklet specielt til undervisningsbrug og indeholder materiale til både lærere og elever. Eleverne får mulighed for selv at udforske, hvordan tingene hænger sammen. Når man lærer ved selv at bruge hænderne, husker man meget bedre, end hvis man får noget fortalt. Dette er filosofien bag LEGO Education's undervisningskoncepter.



# Minifiguren

Det er over 30 år siden, den første LEGO minifigur blev sendt på markedet. Siden er den lille gule figur gået fra succes til succes. Over årene er der produceret over fire mia. figurer, og dermed er minifiguren verdens mest udbredte folkeslag. Minifiguren har blandt andet optrådt som

ridder, astronaut, politimand, racerfører, stjernekriger, Harry Potter, julemand, Steven Spielberg, kranfører, fodboldspiller, opdagelsesrejsende, sygeplejerske, basketballspiller, Spider-Man, frømand, skiløber, brandmand, skelet, pirat, skater, indianer og dronning.

Da minifiguren første gang kom til verden, blev det besluttet, at figuren kun måtte have gult ansigt. Samtidig blev det også besluttet, at ansigtstrækkene

skulle være glade og neutrale. Køn, race og rolle skulle ikke ligge i figuren, men dannes gennem børnenes fantasi og leg. Først med lanceringen af LEGO piraterne sidst i 1980'erne begyndte figurerne at skifte udtryk til ond eller god, glad eller sur.

**Over årene er der produceret over fire mia. figurer, og dermed er minifiguren verdens mest udbredte folkeslag.**

Med licensprodukter som LEGO *Star*

*Wars* og LEGO Harry Potter kom figuren til at optræde i konkrete roller, og med LEGO Basketball kom der også autentisk hudfarve på figuren. I 2004 fik LEGO minifiguren endnu flere nuancer, da man vedtog, at figurerne i licensprodukterne skal ligne de originale karakterer endnu mere. Det betød blandt andet, at figurerne i LEGO Harry Potter skiftede fra gul til en mere autentisk hudfarve.

## Små og store skridt i minifigurens historie

**1978:** De første minifigurer lanceres inden for temaerne By, Space og Borg. Der lanceres i første omgang syv forskellige figurer.

**1978:** To måneder efter lanceringen af de første minifigurer kommer den første kvindelige minifigur – en sygeplejerske.

**1989:** Minifigurerne ændrer ansigtsudtryk. Nu kan minifiguren både være god og ond, og den kan endda også have klap for øjet. Nogle af figurerne bliver også udstyret med træben og klo. Piraterne bliver den første LEGO produktserie, der runder en milliard kroner i omsætning.

**1997:** Minifiguren bliver levende. I computerspillet "Panik På LEGO Øen" optræder minifiguren for første gang som en levende figur. Forud for lanceringen af spillet ligger et stort arbejde med at udvikle figurens bevægelser og sprog.

**1998:** Med de nye *Star Wars* figurer optræder minifiguren for første gang i en konkret rolle. Denne personificering af minifiguren udbygges senere med blandt andet LEGO Harry Potter, LEGO Studios og LEGO Basketball.

**2000:** Med LEGO Football bliver minifiguren monteret på en fjeder og bliver dermed et funktionselement. Det forstærkes i LEGO Basketball, hvor fjederen sættes ind i figurens hofte.

**2003:** For første gang i minifigurens historie bliver figurens gule ansigtsfarve afløst af mere autentiske hudfarver. I LEGO Basketball optræder der både mørke og lyse spillere, som også får trykt frisur på hovedet.

**2004:** LEGO licensprodukter er ikke længere gule i ansigtet – for eksempel får Harry Potter en mere naturlig ansigtsskulptur.

# LEGOLAND Parker

LEGOLAND Parkerne er familieparker, hvor børn træder ind i en spændende verden, der er bygget op af LEGO klodser. I sommeren 2005 solgte LEGO Koncernen LEGOLAND Parkerne. Køberen var Merlin Entertainments, som ejes af Blackstone. I samarbejde oprettedes et nyt selskab - Merlin Entertainments Group. Selskabet består i dag af en række familieattraktioner verden over, herunder LEGOLAND Parkerne, Madame Tussauds®, SEA LIFE®, London Eye®, Gardaland® (Italien) og Heide Park® (Tyskland). KIRKBI A/S (moderselskab for LEGO Koncernen) har en ejerandel på ca. 22% i Merlin Entertainments Group.

## **LEGOLAND Billund**

LEGOLAND Billund åbnede i 1968 og blev hurtigt den mest populære turistattraktion uden for København. LEGOLAND Billund har syv temaområder, og der er i alt brugt 50.000.000 LEGO klodser til at skabe de unikke omgivelser med riddere, pirater, cowboys og andre imponerende LEGO modeller.

## **LEGOLAND Windsor**

I 1996 åbnede endnu en park, denne gang i Windsor i England. Parken er bygget af op mod 55 mio. LEGO klodser. LEGOLAND Windsor ligger ca. 35 km. vest for London med Windsor Castle som nærmeste nabo. Allerede i 1997 blev parken kåret til den mest populære nye attraktion i Storbritannien.

## **LEGOLAND CaliFornia**

Den tredje LEGOLAND Park åbnede i 1999 i Carlsbad, der ligger 30 miles nord for San Diego og en times kørsel syd for Anaheim, Californien. I lighed med de andre LEGOLAND Parker kombinerer LEGOLAND CaliFornia interaktive attraktioner, familieaktiviteter, shows, restauranter, butikker og LEGO modeller. Mere end 35 mio. LEGO klodser er blevet brugt til at skabe de 15.000 LEGO modeller, som indgår i parken. Parken er åben året rundt.

## **LEGOLAND Deutschland**

Den fjerde LEGOLAND Park åbnede i 2002 i den sydtyske by Günzburg. I alt 50 mio. LEGO klodser er blevet brugt til at bygge giraffer og flodheste i naturlig størrelse samt interaktiv leg og læring. Attraktioner og shows er med til at give de besøgende en sjov og spændende oplevelse. Da parken fejrede sin fem års fødselsdag i 2007, præsenteres et helt nyt tema kaldet 'PIRATE LAND.' Parken har mere end 40 forlystelser og en medarbejderstab bestående af 130 fastansatte og 800 sæsonarbejdere.

## **LEGOLAND Discovery Centre Berlin**

I april 2007 åbner Merlin Entertainments verdens første LEGOLAND Discovery Centre – inde i det eksisterende Sony Center midt i Berlin. Centeret, på 3.500 kvm, er bygget op omkring de populære LEGO produkter og byder familier indenfor til en interaktiv verden af spændende og lærerige oplevelser. Børn vil kunne lege med LEGO klodser og se 4-D film. Forventet antal besøgende: 300.000 årligt.

I 2008 åbnede 2 nye LEGOLAND Discovery Centres; i Chicago, USA og Duisburg, Tyskland.



# LEGO Community

I årenes løb er der produceret så mange LEGO klodser, at hvert menneske, ud af jordens 6 mia. indbyggere, i gennemsnit ejer 62 LEGO klodser.

I LEGO Koncernen er det af afgørende betydning at have en tæt kontakt til fans og forbrugere over hele verden. Derfor engagerer virksomheden sig i en lang række initiativer, der styrker båndet mellem LEGO entusiastene og virksomheden.

## **LEGO.com**

LEGO.com er LEGO Koncernens officielle hjemmeside. Hensigten med LEGO.com er at skabe et virtuelt LEGO univers, hvor det er muligt at få en af de mest intense LEGO oplevelser. LEGO.com er meget mere end blot en online butik. Det er stedet, hvor børn, forældre og LEGO entusiaster i alle aldre kan lege og opleve LEGO Koncernens værdier og ideer gennem spil, historier, aktiviteter og oplevelser. Stadigt flere klikker ind på LEGO.com, og hjemmesiden ligger nu i toppen af listen over familie- og børnesites på Internettet.

I 2008 havde hjemmesiden i gennemsnit samlet ca. 18 millioner unikke besøgende dagligt over en måned. Besøgene på LEGO.com varede i gennemsnit ca. 14 minutter. BIONICLE lå i 2008 øverst på listen med samlet mere end 1 million unikke besøgende dagligt over en måned.

## **LEGO Club™**

LEGO Club er en klub for 6 til 12-årige, som har 2,7 mio. medlemmer. LEGO Club giver medlemmerne mulighed for at vise hinanden billeder af deres yndlingskonstruktioner og hente inspiration til den videre leg. Alle medlemmer modtager hver anden eller tredje måned et medlemsblad, der udkommer på hollandsk, engelsk, tysk og fransk og har derudover også adgang til en særlig LEGO Club hjemmeside.

I 2004 blev et nyt klubtilbud lanceret i USA - LEGO BrickMaster, hvor målgruppen er børn i alderen fra syv år og opefter. Det nye tilbud er en mulighed for de mest entusiastiske medlemmer, som her kan få endnu flere LEGO oplevelser. For første gang har børn mulighed for at få en stribe LEGO produkter leveret regelmæssigt på deres adresse. Derudover får de særlige informationer og 'bag kulissen' LEGO historier samt muligheden for at deltage i specielle konkurrencer.

## **www.LEGOFactory.com**

LEGO Koncernen giver nu også mulighed for, at børn kan bygge deres modeller på computer og siden hen få klodserne til den fysiske LEGO model tilsendt med posten. På hjemmesiden [www.LEGOfactory.com](http://www.LEGOfactory.com) kan børn, og andre byggeinteresserede, bygge virtuelle LEGO modeller med det professionelle softwareprogram, LEGO Digital Designer. Forbrugerne kan designe og bygge lige præcis den model, som de synes mangler i det officielle LEGO sortiment. Om

de bagefter vil købe modellen eller blot sætte den i det digitale galleri, så andre kan se den, er selvfølgelig op til den enkelte.

Formålet med hjemmesiden er at give byggeoplevelsen en helt ny dimension. Hvis børnene har brug for gode råd eller ideer, kan de på hjemmesiden se inspirationsmateriale fra LEGO designere og voksne LEGO fans.

#### **LEGO Inside Tour**

To gange om året er der mulighed for at komme på et særligt eksklusivt besøg i LEGO Koncernen med rundvisning bag om virksomheden. LEGO entusiaster, fra mange forskellige steder i verden, deltager i disse Inside Tours.

Under besøget kommer gæsterne tæt på produktudviklere, designere og modelbyggere, som introducerer entusiastene for en tematiseret byggekonkurrence med LEGO klodser. Gæsterne hører desuden om historien, kulturen samt værdierne og kommer bag kulissen i LEGO-LAND Billund. I det hele taget får gæsterne adgang til dele af virksomheden, som ellers er lukket for offentligheden.

#### **Voksne LEGO Fans**

Et stigende antal voksne LEGO entusiaster har startet grupper (LEGO User Groups – LUGs), hvor de er sammen om deres LEGO hobby. De kalder sig selv "AFOL's" (Adult Fans of LEGO). LEGO Koncernen har aktivt udviklet relationer til mere end 50 "AFOL" grupper som tilsammen har omkring 40.000 registrerede medlemmer. Grupperne har etableret hjemmesider, blogs og diskussions fora. De mest populære LEGO fan blogs har langt over 100.000 unikke besøgende om måneden. LEGO fans er også

meget aktive på YouTube hvor der nu ligger over 130.000 LEGO taggede videoer. På Flickr ligger der tæt på 380.000 LEGO taggede billeder. I 2008 blev der afholdt mere end 100 offentlige events organiseret af LEGO fans, mere end 1 mio personer (typisk familier med børn) besøgte disse events. I løbet af 2008 blev der gennemført omkring 50 samarbejdsprojekter mellem LEGO business units og LEGO User Groups omkring alt fra events til udviklingsprojekter.

#### **Programmer**

I 2005 annoncerede LEGO Koncernen sit "LEGO Ambassador" program til AFOL's globalt. Formålet med dette program er at videreudvikle gensidigt nyttige relationer mellem LEGO Koncernen og dens loyale, talentfulde og engagerede forbrugere. LEGO Ambassadørerne bliver valgt for et år af gangen blandt personer som er nomineret af LEGO User Groups globalt. I øjeblikket er der 40 LEGO Ambassadører fra 22 lande (se også <http://www.lego.com/eng/info/default.asp?page=ambassadors>).

Nogle LEGO fans har en entreprenør i maven og har valgt at udvikle sin LEGO hobby til et deltids eller fuldtids job. Gennem LEGO Certified Professionals programmet har LEGO gruppen etableret et forretningsmæssigt samarbejde med 9 af dem, programmet blev udvidet med 3 personer i løbet af 2008 (se også <http://www.lego.com/eng/info/default.asp?page=affiliates>).

I den tidlige start af LEGO Universe projektet, tilbage i 2006, blev det besluttet, under fortrolighedserklæring, at involvere en gruppe voksne LEGO fans i udviklingsarbejdet. LEGO Univers Partners (LUP) programmet har lige nu omkring 50 aktive deltagere.





## Læring gennem leg

Forskningen inden for områderne leg og læring har altid været en vigtig del af LEGO Koncernens virkefelt – kombineret med kreativitet kaldes det ”playful learning”. Derfor har virksomheden et tæt samarbejde med forskellige forskningsinstitutioner verden over. Udviklingen af MINDSTORMS NXT, der blev lanceret i efteråret 2006, er et glimrende eksempel på, hvordan samarbejdet med Massachusetts Institute of Technology har resulteret i et nyt innovativt produkt.

### **LEGO Education**

I LEGO Education er playful learning omdrejningspunktet for produkterne. Men selvom produkterne fra LEGO Education er baseret på LEGO klodsen, så må produktsortimentet ikke forveksles med legetøj til skoler. Her er tale om en bred vifte af tilbud til lærere og elever, som giver en god indgang til at lære især naturvidenskabelige begreber gennem praktiske øvelser. Produkterne bliver dermed hovedsageligt anvendt i fag, hvor eleverne

skal lære om teknik, natur eller IT teknologi. Alle koncepterne bag produkterne fra LEGO Education er udviklet i tæt samarbejde med pædagoger og lærere, og LEGO Education er involveret i en lang række projekter verden rundt - ofte i samarbejde med de lokale Uddannelsesministerier.

### **FIRST LEGO League**

FIRST LEGO League er en robotkonkurrence for børn og unge i alderen 9 til 16 år. Samarbejdet inspirerer børn og giver dem interesse i naturvidenskabelige og matematisk/tekniske fag. Holdene sammensættes af 5-10 deltagere, der dystet mod andre hold i flere discipliner. Børnene bygger selv deres robotter med udgangspunkt i LEGO MINDSTORMS Robotics Invention System™. Turneringerne bliver afholdt af den amerikanske non-profit organisation ”FIRST” (For Inspiration and Recognition of Science and Technology). I løbet af sæsonen 2008/2009 deltog mere end 140.000 børn fra 49 lande.



# Skæve LEGO tal

- Mere end 400 mio. børn og voksne vil i løbet af i år lege med LEGO elementer
- Man kan købe LEGO produkter i over 130 lande
- Der skal stables ca. 40.000.000.000 LEGO klodser ovenpå hinanden for at nå op til månen
- Der sælges mere end 7 LEGO æsker hvert eneste sekund
- Hvert år produceres der ca. 19 milliarder LEGO elementer i Billund. Det svarer ca. til, at der produceres over 2 mio. elementer i timen – 36.000 i minuttet
- Stables alle LEGO æsker, solgt på et år, ville de fylde en fodboldbane 77,8 meter op i luften
- Det antal LEGO klodser, der bliver solgt i løbet af et år, ville nå mere end 5 gange rundt om jorden, hvis de blev lagt i forlængelse af hinanden
- I gennemsnit har hvert menneske på jorden 62 LEGO klodser
- Siden BIONICLE figurerne kom til verden i 2001, er der kommet mere end 150 mio. flere BIONICLE væsner til. Dermed eksisterer der flere BIONICLE væsner end mennesker i hele Frankrig og Storbritannien tilsammen
- De 8 robotter og 15 automatiske kraner, der arbejder på LEGO lageret i Billund, kan flytte 660 kasser fyldt med elementer ind og ud i timen
- Børn verden over bruger 5 mia. timer hvert år på at lege med LEGO klodser
- Med ca. 306 mio. dæk om året er LEGO Koncernen verdens største dækproducent
- Når man producerer LEGO klodser er tolerancen helt nede på 2/1000 af en millimeter
- Der findes på verdensplan 2,7 mio. LEGO Club medlemmer
- Siden 1949 er der produceret omkring 440 mia. LEGO elementer

## 915 mio. måder at kombinere seks LEGO klodser på

Når gæster tidligere kom på besøg i LEGO Koncernen fik de at vide, at der fandtes 102.981.500 mulige måder at kombinere seks ensfarvede 8 knops LEGO klodser. Men en dag blev koncernen kontaktet af en matematikprofessor, som havde regnet ud, at det tal var alt for lille. Han havde ved hjælp af et computerprogram regnet sig frem til, at det præcise tal er 915.103.765 muligheder. Forklaringen er, at LEGO Koncernen i den gamle beregningsmetode kun beregnede de muligheder, det giver at bygge i seks klodsers højde. Man kan naturligvis også bygge de seks klodser i for eksempel tre klodsers højde, men da udregningen blev foretaget i begyndelsen af 1970'erne havde man ikke en computer, der kunne klare denne udregning. Det rette tal er derfor 915 mio. mulige kombinationer.



# Brug af LEGO varemærket

Hjælp os venligst med at beskytte vores varemærke:

- LEGO varemærket skal skrives med store bogstaver
- LEGO må **ikke** bruges generisk og heller ikke sættes i flertal eller bruges som egestedord, f.eks. "LEGO's"
- Når LEGO varemærket anvendes som et navneord, må det aldrig stå alene. Der skal altid tilføjes et ekstra navneord. F.eks.: LEGO sæt, LEGO produkter, LEGO Koncernen, LEGO legematerialer, LEGO byggeklodser, LEGO universet og så videre
- Første gang LEGO varemærket ses, skal det ledsages af registreringssymbolet ®.

Tak for hjælpen

---

Virksomhedsprofilen 2009 produceres for LEGO Koncernen af Corporate Communications.

©2009 The LEGO Group

LEGO, the LEGO logo, the BELVILLE logo, DUPLO, BIONICLE, MINDSTORMS, LEGOLAND, the Minifigure, the Brick and Knob configurations are trademarks of the LEGO Group.

© 2009 Lucasfilm Ltd. & TM. All rights reserved. Used under authorization.

