

Case nr. 7

LEGO har dunderende succes

Intet kan stoppe LEGO i øjeblikket. Virksomheden har i først halvår haft en vækst på over 10 %. Det er der ingen konkurrenter, som overhovedet kan slå.

Konstruktionslegetøj er bare sagen, og legetøjskæderne i bl.a. USA har forøget hyldepladsen til LEGO's produkter.

De største succeser er Duplo, City og de traditionelle æsker og poser med LEGO-klodser. Endvidere har LEGO succes med Star Wars, Indiana Jones og Harry Potter. Her lancerer LEGO et nyt produkt hvert år.

LEGO får også lidt hjælp af ikoner som Brad Pitt og David Beckham, som begge har leget med LEGO klodser som børn. Ved et netop overstået interview med David Beckham fortalte ikonen, at han under sit fodboldophold hos fodboldklubben Milan bruge en del tid på samlesættet Taj Mahal fra LEGO. Det fik salget til at stige 6 gange.



I øjeblikket arbejder LEGO med et nyt internet spil til målgruppen 8-12 år. Over hele kloden kan man logge på spillet og spille mod hinanden. Der er tale om en millioninvestering, hvor vi håber at få et stort udbytte af de mange penge som bliver investeret, siger koncerndirektør Mads Nipper.

LEGO har i en del år været gennem dybe kriser, hvor afskedigelser stod på dagsordenen. Hvad er det så, LEGO har gjort bedre? Virksomheden er begyndt at lytte til kunderne og butikkerne. Virksomheden anvender analyser og spørgeskemaer fra kunder og butikker. Og når så LEGO ikke bare gør, som de selv vil men lytter til svarene, så må succesen være hjemme. En anden væsentlig ting er, at LEGO har forstået at holde fast i sin kernekompetence. Det vil sige konstruktionslegetøj med en snært af kreativitet. Børnene skal gøre en del af arbejdet!

Kilde: Baseret på Erhverv & Økonomi, 26. juli 2010.

1. Hvad er problemet eller muligheden i ovenstående tekst?
2. Hvilke modeller/teorier kan forklare problemet/muligheden i ovenstående tekst?
3. Løs problemet/muligheden med udgangspunkt i de modeller/teorier, som du har angivet i sp. 2.