

David Robertson, Bill Breen

Das Imperium der Steine

Wie LEGO den Kampf ums Kinderzimmer gewann

Aus dem Englischen von T. A. Wegberg

2014, geb. mit Schutzumschlag, 352 S., 11 farb. Abb., 9 Grafiken

D 34,99 € / A 36,00 € / CH 47,90 Fr.; ISBN 978-3-593-50010-2

Erscheinungstermin / Sperrfrist: 13. Februar 2014

Auch als E-Book erhältlich.

LEGO gehört zu den beliebtesten Marken der Welt. Weniger bekannt ist die dramatische Unternehmensgeschichte von Aufstieg, Fall und erfolgreichem Turnaround.

Umfragen zufolge gehört LEGO neben Coca-Cola und Disney zu den beliebtesten Marken der Welt. Sie wird von ihren – nicht nur kindlichen – Fans so kultisch verehrt, wie sonst wohl nur Apple. Jeder hat vermutlich im Laufe seines Lebens schon einmal Bekanntschaft mit den bunten Legosteinen gemacht, und sei es nur die schmerzhafteste Erfahrung, barfuß durch ein Kinderzimmer zu laufen. Doch obwohl LEGO so bekannt ist, sind nur wenige mit der Organisation vertraut, die dahintersteht. Dabei handelt es sich bei der familiengeführten LEGO Gruppe mit ihrem Firmensitz in der dänischen Provinz um eines der kreativsten Unternehmen der Welt.

David Robertson und Bill Breen erzählen die spannende, ja dramatische Geschichte des LEGO-Imperiums und seiner außergewöhnlichen Entwicklung vom bescheidenen Spielzeughersteller zum Giganten am Rande des Zusammenbruchs und zurück ins Zentrum des Marktes. Die mit Idealismus und Fantasie entwickelten hochwertigen Produkte verhalfen LEGO zu einem jahrzehntelangen ununterbrochenen Umsatzwachstum. Doch kaum war der Legostein zum Spielzeug des 20. Jahrhunderts gekrönt, ging es bergab. Der Anbruch des digitalen Zeitalters, jahrelanges Missmanagement und eine unpassende, unkoordinierte Innovationsstrategie brachte dem Unternehmen 2003 den größten Verlust in seiner Geschichte ein. LEGO stand kurz vorm Kollaps.

Was dann folgte, war eine der erfolgreichsten Unternehmenstransformationen der jüngeren Zeit. Mit einem neuen Führungsteam erfand LEGO die Innovation für sich noch einmal neu und machte Gewinne, die von 2008 bis 2010 schneller wuchsen als die von Apple. Wie das gelingen konnte, schildern die Autoren packend und anschaulich. Sie bieten einen Insiderblick hinter die Kulissen und zeigen, wie LEGO fortwährend Innovationen entwickelt und sich gleichzeitig immer treu bleibt. Robertson und Breen enthüllen die Hintergründe der erfolgreichsten jüngsten Markteinführungen des Unternehmens sowie die Managementinnovationen, die den Spielzeugherfindern die Freiheit und die Verantwortung gegeben haben, ihr Potenzial voll auszuschöpfen. Ein spannendes und ansprechend gestaltetes Buch für LEGO-Fans und Manager aller Branchen und Führungsebenen, die wissen wollen, wie man Innovationsprozesse planvoll koordiniert und klug in den Unternehmensalltag integriert.

Die Autoren

David C. Robertson war von 2002 bis 2012 Professor für Innovation und Technologiemanagement am International Institute for Management Development (IMD) in Lausanne und gehört seit 2011 zur Wharton School an der University of Pennsylvania. Für dieses Buch erhielt er einen einzigartigen Zugang zum Management, den Partnern und den Kunden von LEGO. *Bill Breen* ist Autor und Gründungsmitglied des Trend-Magazins *Fast Company* und Spezialist für die Themen Innovation und Erfolg.

Kontakt: Heike Kronenberg, 069-976516-25, kronenberg@campus.de