

bjahr 2014 stieg um 11%
io. DKK. Der Reingewinn
,7 Mio. DKK im Vergleich
io. in den Vorjahresmo-

en unseren Halbjahres-
2014 im Vergleich zu 2008
verdreifacht. Das ist ein
euliches Ergebnis, das
rkes Wachstum in den
enen Jahren in einem
igen wirtschaftlichen
widspiegelt. Es ist uns
a, Lego-Produkte zu ent-
und auf den Markt zu
die bei Kindern weltweit
en auf der Wunschliste

Nord- und Südamerika sowie in
Asien im zweistelligen Bereich, in
China sogar um mehr als 50%.
Deshalb will Lego Asien als zu-
künftigen Wachstumsmarkt aus-
bauen. Bereits im April 2014 er-
folgten die offizielle Grundstein-
legung der ersten Lego-Produkt-
ion in Jiaxing/China und die
Eröffnung eines neuen Büros in
Schanghai als eine von weltweit
fünf Hauptniederlassungen der
Lego Gruppe. „Asien weist ein
enormes Potenzial auf und wir
lernen immer noch dazu“, sagt Bali
Padda, Executive Vice President
und COO.

lagen ist das Thema Energieeffi-
zienz: Sie konnte gegenüber der
ersten Jahreshälfte 2014 um 0,3%

Für die Bilanz im zweiten Halbjahr
mit dem traditionell starken Weih-
nachtsgeschäft wagt Lego noch

hatte seine Halbjahresbilanz be-
reits im Juli bekannt gegeben.
Demnach war nicht nur der Um-

auf 17,1 Mio. USD. sk

www.lego.com
www.mattel.com

Export verschafft Haitian Rückenwind

China bleibt aber der wichtigste Markt für den Spritzgießmaschinenbauer

Halbjahreszahlen Auf Rekordkurs bleibt Haitian International: Im ersten Halbjahr 2014 hat der chinesische Spritzgießmaschinenbauer mit 3,8 Mrd. CNY (chinesischer Yuan Renminbi; 477 Mio. EUR) so viel umgesetzt wie nie zuvor – 5% mehr als im Vergleichszeitraum des Vorjahrs. Der Betriebsgewinn stieg um 13% auf 724,2 Mio. CNY. „Diese Zahlen sind Ausdruck unserer engagierten Bemühungen in der gesamten Unternehmensgruppe, die Spitzenposition in Bezug auf Umsatzerlöse, technische Innovation und operative Effizienz beizubehalten“, sagt Zhang Jianming, Executive Director und CEO Haitian International. Erst im vergangenen Geschäftsjahr hatte das Unternehmen mit 7,2 Mrd. CNY ein Rekordergebnis eingefahren. China ist für Haitian nach wie vor der wichtigste Markt: Mit 2,5 Mrd. CNY – dies entspricht einer Stei-

gerung von 2% – entfielen rund zwei Drittel des Umsatzes zwischen Januar und Juni auf den Heimatmarkt. Stark zulegen konnte der Maschinenbauer im Export: Der Umsatz stieg um 14% auf 1,2 Mrd. CNY gegenüber der ersten Jahreshälfte 2013. Auffällig waren dabei nicht nur Umsatzzuwächse in aufstre-

benden Märkten wie der Türkei oder Brasilien, sondern auch der anhaltende Zugewinn von Marktanteilen mit Premiummaschinen, zum Beispiel in Märkten wie den USA, Korea oder Thailand. Haitian führt dies auf die erhöhte Leistungsqualität der aktuellen Maschinengeneration sowie auf die Erweiterung des Angebots-

spektrums in den kleinen und großen Leistungsklassen zurück. So stiegen die Umsätze mit den Spritzgießmaschinen kleiner Leistungsklassen um 7% auf 2,4 Mrd. CNY, mit der vollelektrischen Premium-Baureihe Zhafir Venus um 50% auf 264 Mio. CNY. Und die Baureihe Jupiter mit Zwei-Platten-Technologie – aktuell mit Schließkräften bis 66.000 kN verfügbar – erzielte einen Umsatz von 222 Mio. CNY, was einer Steigerung von 53% entspricht. Jianming: „Für das zweite Halbjahr 2014 gehen wir davon aus, dass die Rahmenbedingungen in der Weltwirtschaft weiterhin schwierig bleiben. Umso wichtiger sind Produktionseffizienz und ein attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis für den Verarbeiter. Unsere effizienten Maschinenkonzepte und anwendungsgenauen Lösungen geben die richtige Antwort dazu.“ sk



Gut ausgelastet waren die Fabriken von Haitian im ersten Halbjahr 2014 Foto: Haitian

www.haitian.com

dieser Granulate wurde optimal aufbereitet.
Plastograph® EC macht es möglich.

der® **Plastograph® EC/EC plus**
mium-Drehmoment-Rheometer
skneter und Laborextruder

Brabender
Qualität ist messbar.

der® Gmbh & Co. KG · www.brabender.de

Fakuma

Solvay kauft Ryton PPS