

anniversary

1963-2013

Indhold

Vigtige begivenheder (del I) 4-5

FAMILIEN

Starten på Fætter BR-butikkerne 8-9

Familietræ 10

Interview med Gjørup-familien 11-15

Én stor familie 16-17

LEGETØJ OG SJOV

Legetøjets magi: Om legetøjshits og leg 20-23

Sikkert kvalitetslegetøj 24-25

Historien om Fætter BR 26-27

Legetøjshits 28-29

Butikkerne – på kryds og tværs 30-31

MENNESKENE

Sådan får man et barn til at smile:
Interviews med
butiksmedarbejdere 34-37

Medarbejderne om TOP-TOY
og deres arbejde 38-43

TOP-TOYs syn på børn 44-45

Kunderne om Fætter BR 46-47

Vigtige begivenheder (del II) 48-49

Tak til alle 50

Indledning

I løbet af de første 50 år er der sket utroligt meget!

*Det, som begyndte som en lille, **familiedrevet** bladkiosk i en dansk provinsby, har udviklet sig til den **største detail- og grossistvirksomhed**, som sælger legetøj og andre produkter til børn, fordelt på syv lande i Nordeuropa.*

*Den **fantastiske rejse** er bundet sammen af **stærke familieband** og værdier på tværs af hele virksomheden. Missionen om at gøre børn glade,*

***"Putting a smile on children's faces"**, har været den samme gennem alle årene og udgør kernen i TOP-TOY.*

*Vi håber, at vi med dette magasin ikke kun giver et **historisk tilbageblik** og et overblik over firmaets **milepæle**, men også et personligt indblik i og oplevelser fra en virksomhed i verdensklasse.*

*Med en **dybtfølt tak** til alle medarbejdere, kunder og forretningsforbindelser ønsker vi at markere **de første 50 år** ved at fortælle om, hvordan vi er nået hertil, og invitere jer "**hjem**", så vi kan dele vores tanker, familiens historie og sidst, men ikke mindst, få lejlighed til at understrege budskabet om, at **"man skal forfølge sine drømme"**.*

Familien Gjørup

Spørgsmål eller kommentarer? Kontakt Corporate Communications på tlf. (+45) 4616 3656, eller send os en e-mail på com@top-toy.com.

Denne specialudgave af UPDATE udgives i anledning af TOP-TOYs 50-års jubilæum i Danmark.

Magasinet udkommer på dansk, engelsk, svensk, norsk, finsk og tysk og henvender sig til alle medarbejdere og interesserede, eksterne forretningsforbindelser.

Udgivet af: TOP-TOY A/S, Corporate Communications, Roskildevej 16, DK-4030 Tune, +45 4616 3645, com@top-toy.com, august 2013
Internet: www.top-toy.com. *Tekst:* TOP-TOY Corporate Communications og Winther Kommunikation. *Oversættelse:* TOP-TOY Language Services.
Fotograf: Birgitte Skyum. *Ansvarshavende redaktør:* Sonja Beijneveld. *Design og layout:* duadesign.dk. *Trykt af:* Cool Gray.

© 2013, TOP-TOY Holding A/S

TOP-TOY er et registreret varemærke, som tilhører TOP-TOY (Hong Kong) Ltd. BR, FÆTTER BR, CLUB BR, KIDS-WOOD, FLEXI-TRAX, COLOR KIDS, BELLINO, PLAY2LEARN, FOOD'N'FUN og HAPPY HOUSE er registrerede varemærker, som tilhører TOP-TOY A/S.

NORSTAR er et registreret varemærke, som tilhører NORSTAR A/S.

TOYS"R"US, TOYS"R"US og Star-designet samt girafdesignet er registrerede varemærker, som tilhører Geoffrey, LLC. TOP-TOY A/S er licenshaver af Geoffrey, LLC. De øvrige varemærker i denne udgivelse tilhører de respektive ejere.



Vigtige begivenheder

1953-1990 (del I)



1950-53

En beskeden begyndelse

Børge Rasmussen og hans kone, Edith, åbner en bladkiosk, Kiosk Centralen, i Roskilde, som op til jul også sælger legetøj.



1963

BR-Legetøj ser dagens lys

Bjarne og Henrik Gjørup åbner sammen med deres far, Børge Rasmussen, den første egentlige legetøjsbutik i Skomagergade i Roskilde. Butikken indgår i den fremtidige butikskæde BR-Legetøj (i dag Fætter BR), som er opkaldt efter Børge Rasmussen. En del af konceptet er at sælge legetøj som dagligvarer.

1964

Det første 600 m2 store lager og distributionscenter opføres ved siden af hovedkontoret i Tune lidt uden for Roskilde

Byggeriet skal imødekomme den stigende efterspørgsel.

Bjarne Gjørup og flåden af varevogne med det flotte BR-logo.

1970

Det første julekatalog

Kataloget med sloganet "Vi bytter med et smil". Konceptet betød, at hvis en kunde ikke var tilfreds med en vare eller havde en god grund til at returnere den, ville varen blive byttet med det samme og uden problemer. Et unikt princip, som virksomheden også praktiserer i dag.



1973

Den første milepæl er nået: 10 år og 11 butikker

Børge Rasmussen (i midten) med sønnerne Henrik og Bjarne Gjørup. De første 11 butikker er indviet, og der mangler kun 240 inden 50-års jubilæet.



1978

Den første BR-butik åbner i Jylland

For at øge omsætningen bliver det besluttet også at åbne BR-butikker på byernes hovedstrøg uden for indkøbscentrene. De første butikker dukker op i Jylland:

- Nr. 17 i Vejle
- Nr. 18 i Esbjerg

Henrik Gjørup foran en af de nye BR-butikker på hovedgaden i Vejle sammen med butikschefen.



1980

Eget brandkoncept

TOP-TOY introducerer sin egen mærkning af batterier: A, B, C og D. Ved at tilbyde egne batterier gør butikkerne det nemmere for kunderne at finde ud af, hvilke batterier de skal bruge til hvilket legetøj. Legetøjet bliver derfor mærket tilsvarende.





1982

Det første elektroniske legetøj

Det mest populære legetøj det år er uden sammenligning videocomputeren ATARI, PAC-MAN-spilkonsollen og de første bip bip-spil med DONKEY KONG og PAC-MAN fra NINTENDO. De klassiske, elektroniske spil har fundet vej til Fætter BR.



Med på bølgen

Håndholdte, elektroniske spil er på det tidspunkt meget populære, så vi udvikler vores egne spil under navnet POWER Electronic.



1987

TOP-TOY åbner den første megabutik med legetøj i Danmark

Henrik og Bjarne har været i USA, og de synes godt om TOYS"R"US-konceptet. De beslutter at introducere det i Danmark, og fra 1987-1995 åbner ni megabutikker med navnet SUPERLEG i hele Danmark.



SUPERLEG tilbyder (10.000) flere produkter og lavere priser end Fætter BR. Med det nye butikskoncept får kunderne en anderledes oplevelse, og konceptet bliver en succes. SUPERLEG er TOP-TOYs modtræk til de lokale supermarkeder, som allerede sælger billigere legetøj end Fætter BR. TOP-TOY konkurrerer nu også i dette markedssegment.

1988

Fætter BR fejrer 25-års jubilæum

TOP-TOYs hovedkvarter i Tune får nyt lager, og det, der er tilbage af den gamle gård, erstattes af en ny kontorbygning.



En milepæl for Fætter BR

Fætter BR udgør nu 25% af det danske legetøjsmarked. Denne periode kaldes også for "vækstårene".



1989

TOP-TOY åbner første og eneste franchisebutik på Færøerne



1990

Til Sverige

Det er et stort skridt for virksomheden at flytte til udlandet for første gang. BR-Leksaker, en svensk butik på 750 m², slår dørene op i Malmø.



En paraply

1. november bliver TOP-TOY virksomhedens officielle navn. Før da hed importgrossist-virksomheden Fætter BR Import A/S. TOP-TOY vil også bruge det nye navn til virksomhedens egne produkter, som skal sælges i både Fætter BR og SUPERLEG.





Dette billede blev taget i 1969 i Fætter BR på Købmagergade, TOP-TOYs første filial i København. På billedet ses tre barnlige sjæle, der er vilde med USA og legetøj – Fætter BR's grundlæggere (fra venstre: Børge Rasmussen og de to sønner, Henrik og Bjarne Gjørup).



Familien

TOP-TOY er en rigtig familievirksomhed. Den har altid været familiedrevet, og familier er samtidig virksomhedens primære kundegruppe. Mange ansatte føler sig også som en del af "familien". Stærke familieværdier udgør selve kernen af virksomheden.

*Nu skal vi møde **familien Gjørup.***

Han forelskede sig i **AMERIKA** – og idéen om Fætter BR var født



Vi skriver 1962, og 20-årige Henrik Gjørup er ved at gøre sig klar til at tage til USA for at studere og lære mere om detailhandel. Han er meget begejstret for sit praktikophold i Trenton Trust Company, New Jerseys største bank. Opholdet skulle senere vise sig at danne grundlaget for en stor butikskæde i Danmark. Følg hans spændende rejse til "mulighedernes land".

En dejlig forårmorgen træder Henrik ind i Trenton Trust Company for at møde sine nye kolleger. Få minutter efter bliver han hidkaldt af bankens CEO, den karismatiske Mary G. Roebing – på det tidspunkt den niende rigeste kvinde i USA og den første kvindelige direktør for en stor bank.

Henrik mærker straks, at han står over for en kvinde med stor indflydelse og magt. "Unge Hr. Gjørup, jeg hører, at De er fra det forunderlige eventyrland Danmark," siger Mrs. Roebing venligt. "Jeg holder meget af Danmark. Kender De Dronning Ingrid?", spørger hun. "Ja, jeg kender Dronningen," svarer Henrik i en tone, der indikerer, at det gør alle da (han tænker senere over, hvordan han skal få sagt, at han faktisk aldrig har mødt Dronningen personligt). De følgende uger er fyldt med spændende velgørehedsarrangementer, middagsselskaber og forretningsmøder, og Henrik tager det hele til sig med stor begejstring. Han bliver introduceret for Mrs. Roebings barnebarn, John Roebing, som på det tidspunkt er en af bankens key account managers for de store detailkæder i byen. De to unge mænd finder hurtigt ud af, at de nærer den samme passion for detailhandel og moderne indkøbscentre. I løbet af de følgende uger inviterer John Roebing Henrik med til sine møder med detailkæderne.

En drøm fødes

Da Henrik en dag står midt i en af de dengang mest moderne indkøbscentre i New Jersey og beundrende betragter detailkæderne, begynder hans drøm om at skabe noget lignende i Danmark. Han er meget fascineret af tanken om indkøbscentre, som endnu ikke findes i Danmark. Og han er begejstret for idéen om detailkæder. Han er meget inspireret af det moderne selvbetjeningskoncept, som minder ham om et supermarked. Det, at kunderne faktisk selv kan tage deres varer – og endnu vigtigere – røre ved dem, er en stor inspiration for ham. Det er præcis der, han forelsker sig i Amerika, og idéen om en dansk detailkæde fødes.

Detailkæden bliver til virkelighed

Henrik vender hjem til Danmark – inspireret og fyldt med idéer. Han ringer med det samme til sin bror, Bjarne, og faren, Børge, så de kan mødes. Bjarne og Børge er med på idéen med det samme og beslutter sig for at satse alt på den. De viser samtidig Henrik en tillid, som han husker tilbage på med taknemmelighed. Børge står for finansieringen, og fra sine år på Niels Brocks Handelsskole besidder Bjarne den viden, der skal til for at køre en virksomhed. "Far, hvilke produkter synes du så, vi skal

sælge?", spørger Henrik spændt. Der breder sig et stort smil på Børges ansigt, og hans øjne lyser af glæde. "Legetøj til børn. Hvert år, når vi sælger legetøj i vores butik i Roskilde, oplever din mor og jeg den rene magi. Når et barn får et stykke legetøj i hånden, smiler han eller hun af glæde, og hvad er mere inspirerende," svarer han.

Vi gør børn glade

Disse ord bliver starten på butikskæden Fætter BR. På

dette tidspunkt ved de alle tre, at de vil sælge legetøj i de fremtidige, danske indkøbscentre fra farverige butikker, hvor børn både kan se, røre og lege med legetøjet – alt sammen med visionen om at gøre børn glade.

TOP-TOY åbner sin første Fætter BR-filial i Slagelse i 1963, og Børge Rasmussens butik i Roskilde ændrer navn til BR-Legetøj. Derefter følger endnu en Fætter BR-butik i Rødovre.

En legetøjskæde er født, og en drøm er gået i opfyldelse. ■



Her ses Henrik Gjørup på kontoret i Tune, som han deler med sin bror (marts 2013). Selvom Henrik og Bjarne overdrog den daglige ledelse af virksomheden til Bjarnes to sønner, Peter og Lars, i juli 2009, tager de stadig del i den daglige forretning, og de deler posten som formand for TOP-TOYS bestyrelse.



Henrik og Mrs. Roebing holdt kontakten ved lige indtil hendes død i 1994. De lavede ofte sjov med hans lille "royale hemmelighed". Det hører med til historien, at Dronning Ingrid senere besøgte Fætter BR ved forskellige lejligheder for at købe legetøj til sine børnebørn. Mrs. Roebing rådede resten af livet Henrik og Bjarne til at tænke stort og følge deres drømme. "Mary G. Roebing ventede ikke på kvindefrigørelsen – hun var foran, langt foran." (Forbes Magazine). (Fotograf ukendt)



Dette billede blev taget i 1971 under indvielsen af TOP-TOYs hovedkontor i Tune. På billedet ses tre barnlige sjæle, der er vilde med både USA og legetøj (fra venstre: Børge Rasmussen og de to sønner, Henrik og Bjarne Gjørup).



Under sit USA-ophold besøger Henrik også en skole, hvor han holder et foredrag om den danske velfærdsmodel. Ved den lejlighed overrækker han skolen det amerikanske flag som en gave fra Trenton Trust Company, banken, hvor han var i praktik.



Børge og Edith Rasmussen



Bjarne Gjørup



Elsebeth Gjørup Pedersen



Henrik Gjørup



Birgit Gjørup,
gift med Bjarne



Steen Gjørup
Pedersen,
gift med
Elsebeth



Bitter Gjørup,
gift med Henrik



Peter Gjørup



Lars Gjørup



Christian Gjørup



Caroline Gjørup



Thomas Gjørup



Anneli Gjørup



Susanne Gjørup,
gift med Peter

Børn:
Sarah
Marcus
Frederik



Eldy Gjørup,
gift med Lars

Børn:
Christine
Carina



Lauren Gjørup,
gift med Christian

Børn:
Dillon
William



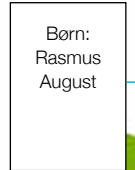
Ravi Asirvatham,
gift med Caroline

Barn:
Conrad



Annizette Gjørup,
gift med Thomas

Børn:
Martin
Casper



Børn:
Rasmus
August

Mød familien

Gjørup

*– en hårdtarbejdende familie,
som har besluttet sig for at have det sjovt*

Da familien Gjørup samles på Peter Gjørups kontor til et interview i forbindelse med Fætter BR's 50-års jubilæum, snakker og griner de som alle andre familier. Tonen er let, og lokalet er fyldt med gensidig respekt.

Hvad tænker I om fejringen af 50-års jubilæet?

Henrik: Da Bjarne og jeg begyndte at planlægge jubilæet, ville vi gerne holde en KÆMPE fest, hvor vi inviterede alle vores medarbejdere til at fejre begivenheden sammen med os. Men at skulle samle over 3.000 mennesker i et stort lokale syntes meget upersonligt og passede ikke rigtig med vores uformelle familieånd. Til sidst besluttede vi os for at fejre 25- og 50-års jubilæerne i de respektive lande. På den måde kan vi være der fuldt ud for de enkelte medarbejdergrupper og skabe en varm og imødekomende stemning. Vi holder derfor fest i Danmark i år, i Sverige om tre år osv.

Peter: Vi glæder os rigtig meget til at fejre den store dag sammen med vores medarbejdere og håber, at alle vil få en minderig oplevelse.

Arbejd hårdt – hav det sjovt – og udvikl dig

Familiemedlemmerne arbejder på alle niveauer forskellige steder i virksomheden, fra fjerde generation i butikkerne over kategoricheferne til bestyrelsesmedlemmerne og de to administrerende direktører i henholdsvis Danmark og Hongkong. Da familien bliver bedt om at beskrive TOP-TOY med få ord, giver de et billede af en familiedrevet virksomhed, hvor man arbejder hårdt og har det sjovt.

Lars: For at kunne bevare en høj kvalitet, samtidig med at vi vokser så hurtigt, som vi gør, er det yderst vigtigt, at vores medarbejdere tager ansvar og altid er klar til at udvikle sig. Sammen kan vi gøre en forskel, hvis hver enkelt medarbejder gør det bare lidt bedre hver dag.

Peter: Vi gør vores bedste for at ansætte glade medarbejdere, som går op i deres arbejde og gerne vil involvere sig, og vi er overbeviste om, at vi har sammensat et fantastisk team på alle niveauer. Uanset hvor hårdt vi alle arbejder i TOP-TOY, skal vi også huske at have det sjovt, smile og tage os af hinanden. Det gælder alle vores interessenter: vores kolleger, leverandører, kunder og især børnene, som elsker vores legetøj.



Peter og Lars Gjørup har været involveret i firmaet fra en meget ung alder, f.eks. opbyggede de Tune-systemet, da de var hhv. 21 og 18 år. (Billedet er taget af Torben Nielsen for Computerworld i marts 1989.)

Arbejde – arbejdsliv

Når man sidder på kontoret og lytter til familien Gjørups historier, ambitioner og drømme, fornemmer man et stærkt familieband. Man får også fornemmelsen af, at virksomheden er familiens omdrejningspunkt.

Hvor meget tid og energi mener I, at I investerer i virksomheden?

Bjarne: For nogle år siden ville jeg have sagt 120 procent. I dag er jeg glad for at kunne sige 50 procent. Jeg sover meget bedre om natten, nu hvor Lars og Peter driver firmaet. Jeg har stor tiltro til dem. Det er ren og skær luksus for mig at komme her og stadig være en del af virksomheden.

Henrik: På et tidspunkt var et eksternt firma interesseret i at købe TOP-TOY. Vi overvejede selvfølgelig at sælge, men kun ganske kort, for vores daglige engagement i virksomheden ville ganske enkelt blive et alt for stort savn.



TOP-TOYs bestyrelse samlet.
Fra venstre: Thomas Gjørup, Anneli Gjørup, Lars Gjørup,
Peter Gjørup, Bjarne Gjørup og Henrik Gjørup.

For os er TOP-TOY ikke blot en virksomhed – det er vores liv, og vi elsker det.

Anneli: Jeg tænker altid på TOP-TOY. Vi drøfter selvfølgelig virksomheden, når vi er på arbejde og på bestyrelsesmøderne, men vi taler lige så meget om den, når vi er samlet til familiemiddage. Sådan har det altid været.

Peter: Det er ikke nogen hemmelighed, at vi arbejder meget. Min filosofi er, at så længe mit arbejde er sjovt, er det ligegyldigt, hvor meget jeg arbejder. Jeg har tre børn, og jeg tilbringer tid sammen med dem hver aften. Når de er lagt i seng, tager jeg ofte computeren frem og fortsætter arbejdet – tit sammen med min kone, som også arbejder i firmaet. Jeg har aldrig helt forstået udtrykket work-life balance, eller arbejdslivbalance. Det lyder som om, arbejde ikke er livet. For mig er arbejde og familie livet.

Lars: Peter kan nøjes med at sove få timer hver nat, hvilket er imponerende. Jeg rejser meget og har ofte

jetlag. For at holde mig på toppen, har jeg brug for otte timers søvn hver nat og har lært at sove, når jeg rejser. I 2012 tilbragte jeg 18 nætter i luften. For et par år siden besluttede jeg, at jeg ville være sammen med min familie hele dagen hver søndag. Jeg er ret glad for at kunne sige, at jeg har holdt det løfte.

Thomas: Vi er vokset op med forældre og bedsteforældre, der arbejdede meget. Derfor tror jeg også, at det er naturligt for os at arbejde meget.

Den hårdtarbejdende iværksætter

Og så begynder vi at tale om Edith og Børge Rasmussen, som åbnede den første Fætter BR-butik sammen med sønnerne Henrik og Bjarne. Det første, man kommer til at tænke på, når man hører familien tale om Edith og Børge, er deres ægte iværksætterånd. De var involveret i mange fælles eventyr, før de begyndte at sælge legetøj, fra ost til vævning over dæk til papirvarer.

Henrik: Vores far var stærk i sin tro. Han arbejdede hårdt, havde en vision og navigerede i oprørte vande med stor ro.

Bjarne: Han var en fantastisk sælger. Han sagde altid til os, at vi skulle købe stort ind, så vi var tvunget til at sælge meget. Han havde ingen betænkeligheder – "Bare sælg," sagde han, som om det var den nemmeste ting i verden. Vi blev, fra vi var ganske små, opdraget med en sund sans for forretning.

Anneli: Farfar var altid hurtig. Han gik hurtigt, talte hurtigt og arbejdede hurtigt – men altid med et smil på læberne.

Peter: Støvsugning af gulvtæppet i butikken var det eneste, han ønskede at få gjort langsomt. "Man skal gøre det langsomt for at få det rent," sagde han igen og igen.

Thomas: Som ung arbejdede jeg sammen med ham i vores kundeservicecenter. Han var meget grundig og fortalte mig, at jeg skulle gøre det rigtigt første gang. Jeg holdt meget af at have ham som læremester.

Lars: Farfar plejede at sige til mig: "Husk, at vi gerne vil have glade kunder. Vi vil gerne have, at de kommer tilbage – men ikke for at returnere legetøjet!"

Vores hjertevarme oase

Da snakken falder på Edith, deres mor og farmor, smiler familiemedlemmerne.

Hvordan var Edith, og hvad betød hun for jer?

Thomas: Min farmor betød alt for mig. Mine forældre arbejdede altid i virksomheden, men hun brugte masser af tid på mig, forkælede mig med god mad og spillede kort med mig. Jeg holdt umådeligt meget af hende.

Peter: Farmor var altid et varmt og meget positivt menneske.



Henrik: Vores mor holdt nogle fantastiske fester, og vores hjem var altid åbent for venner og familie. Hun var en meget empatisk og hjertelig person, som skabte en sikker og varm oase for vores søster Elsebeth, Bjarne og jeg selv, og især for vores børn.

Fra hjertet

I dag, 50 år senere, har familien forvandlet en butik i Roskilde til 300 butikker, inklusive webshops, flere end 3.000 medarbejdere, kontorer i Skandinavien, Finland, Island, Tyskland og Hongkong og en årlig omsætning på lidt over 4 milliarder danske kroner (2011/2012) ved både detail- og engrossalg.

Hvad er det, der gør dig stolt af firmaet i dag?

Henrik: Jeg er rigtig stolt over at være en af grundlæggerne og se virksomheden vokse.

Bjarne: Jeg tror egentlig ikke på det der med at være stolt – det betyder mere for mig at vågne glad om morgenen og gå glad i seng. TOP-TOY har altid gjort mig glad.

Thomas: Jeg er stolt over at kunne gøre børn glade hver dag.

Anneli: Den uformelle tone i virksomheden og vores familieværdier er vigtige for mig. Det betyder meget for mig, at jeg er glad hver dag, når jeg tager på arbejde.

Lars: Jeg er meget stolt af de mennesker, som arbejder i virksomheden. Jeg kniber mig sommetider i armen, når jeg ser, hvor mange mennesker, der er involveret i vores familievirksomhed. Vores omdømme på verdensplan gør mig også stolt. Vi er måske ikke en af de største spillere på markedet, men alle kender os og værdsætter den kvalitet og integritet, vi står for. Det er meget vigtigt for mig.

To ører og en mund

Med TOP-TOYs tilstedeværelse i syv forskellige lande og kunder og leverandører fra hele verden dukker der hele tiden nye udfordringer op, som familien skal håndtere.

Lars: Jeg elsker aspektet med de internationale udfordringer. Og jeg elsker mit arbejde i Hongkong. Jeg glæder mig til at tage virksomheden et skridt videre med Peter ved min side. Vores tilstedeværelse i Hongkong gør, at vi tænker globalt. Hvis vi kun så tingene gennem Tune-briller og dermed kun fra en nordisk synsvinkel, ville det ikke være muligt at fastholde vores position på markedet. Verden i dag er alt for dynamisk til et nordisk perspektiv alene. Vi skal have et globalt tankesæt. Der er rigtig meget fart på i Hongkong, og pulsen på legetøjsmarkedet er intens. Du skal stå tidligt op for at kunne følge med, f.eks.

kineserne. Mange af os i familien har ikke arbejdet uden for TOP-TOY, og vi sætter derfor stor pris på de nye idéer og input, vi får, når vi ansætter de rigtige mennesker, og fra vores globale samarbejdspartnere. Vi har ansat nye, dygtige folk i Hongkong med evner, som tvinger os til at udvikle og forbedre os. Vi er nødt til at forstå den verden, vi lever i, hvis vi skal kunne konkurrere der.

Henrik: Vi har fået fat i nye legetøjsdesignere fra Frankrig og Spanien, som har en fantastisk sans for at udvikle legetøj og samtidig en stor fascination over skandinavisk design. Netop nu er de i gang med at designe nyt legetøj til vores butikker – legetøj, som skal kombinere de seneste tendenser inden for legetøjsforskning med teknologi og skandinavisk design. Vi har store forventninger til den nye investering.

Peter: Vi er en international virksomhed, som har overtaget andre firmaer som f.eks. NORSTAR. Vi skal derfor værne om vores virksomhedsånd. Mange af de ting, vi tager for givet i Tune, er ikke indlysende i andre dele af virksomheden. Lars og jeg er ansvarlige for at etablere de rigtige teams og uddanne nye medarbejdere, så de forstår TOP-TOY-ånden. Det er vigtigt, at vi fastholder vores fokus på børnene, som elsker vores produkter, og lægger stor vægt på deres sikkerhed og glæde. Man kan ikke ændre en virksomheds kultur fra den ene dag til den anden. Men vi er overbeviste om, at vi kan udbrede TOP-TOYs ånd og værdier til hele virksomheden. Dette jubilæumsmagasin er blot et lille, men godt eksempel herpå.

Lars: Vi skal altid lytte til, hvad der sker omkring os, og især til børnene og de familier, som vi betjener. Jeg er overbevist om, at der er en årsag til, at vi er udstyret med to ører og kun en mund: Vi skal lytte mere, end vi taler. I ledelsesteamet søger vi efter folk, som brænder for at lære nyt, udvikle og forbedre sig.

Henrik: Vi gør også meget ud af at udbrede ånden til vores medarbejdere i butikkerne. De er Fætter BR's og TOYS"R"US' ansigt udadtil, og de smiler og yder en service, som kunderne vil huske. Vi glæder os altid til vores årlige julesalgsmøde, hvor vi får lejlighed til at mødes med alle butikscheferne. Vi er meget afhængige af, at butikscheferne udbreder vores værdier. Nogle tager det meget alvorligt og mødes med andre butikker i nærheden og laver små aktiviteter for medarbejderne. Sammen med deres teams er butikscheferne de vigtigste ambassadører, og vi er afhængige af deres engagement.

Fremtiden

Under hele interviewet har både den unge og ældre generation af Gjørup-familien vist en imponerende respekt

for hinanden, stolthed over familiearven og begejstring for fremtiden.

Hvordan ser fremtiden ud for TOP-TOY?

Peter: Vi er en legetøjsvirksomhed, så børnene er vores fremtid. Vi skal holde trit med dem og den verden, de vokser op i. Vi skal forstå de forandringer, der finder sted i forbrugernes adfærd og deres indkøbsmønstre. Forandringerne vil føre til nye onlineprojekter og en ny måde at forbinde vores kommunikationskanaler på. Vi skal også holde trit med den måde, børn leger på i dag, og vi glæder os derfor rigtig meget til at se vores nye børnetablet på markedet i år.

Lars: Når vi begynder rejsen ind i de næste 50 år, skal vi huske på, at uanset hvor meget, vi vokser, må vi aldrig glemme det store billede, og hvem vi er her for at betjene. Børnene er meget vigtige for os – og vi vil altid bestræbe os på at gøre dem glade, uanset hvad vi gør. Der ligger mange udfordringer foran os, og heldigvis elsker både Peter og jeg udfordringer. Vi er fast besluttede på at tage virksomheden et skridt videre, sammen og sammen med alle vores medarbejdere – både dem, der allerede er om bord, og dem, der kommer til fremover. ■

TOP-TOYs fremtid ligger i hænderne på de to Joint Group Managing Directors, Lars og Peter Gjørup. De to brødre er fast besluttede på – både med hjerne og hjerte – at tage virksomheden et skridt videre og være på forkant med, hvad markedet og børnene gerne vil have.





Én stor



TOP-TOYs historie begynder i 1950 med denne bladkiosk, som blev kaldt "Kiosk Centralen". Den lå i Skomagergade 27 i hjertet af provinsbyen Roskilde. Børge og Edith Rasmussen og deres tre børn, Bjarne, Henrik og Elsebeth, var alle aktive i og omkring butikken, som kun solgte legetøj ved juletid. I starten af 1960'erne begyndte familien at ændre butikken fra bladkiosk til egentlig legetøjsbutik.

I 2009 overtog TOP-TOY K.E. Mathiasen (nu NORSTAR), og dermed blev en engrosafdeling føjet til virksomheden. "Hver gang vi opkøber en anden virksomhed, gør vi det med respekt for vores nye medarbejdere. K.E. Mathiasen var, ligesom vores, et familieejet firma med stærke værdier. Det er meget spændende at fusionere to stærke kulturer og finde frem til et fælles fundament. Lars og jeg har ansvaret for at vise vejen, skabe de rigtige teams og udbrede den fælles TOP-TOY-ånd," siger Joint Group Managing Director Peter Gjørup.

Fra venstre: Erik Nielsen, Poul Mathiasen, Karlo Emil (K.E.) Mathiasen, Kaj Mathiasen og Per Mathiasen.



Fra venstre: Henrik, Birgit, Bjarne, Børge, Edith, Elsebeth og Bitter ved deres daglige familiefrokostmøde i Børge og Ediths privatbolig ved hovedkontoret i Tune (billedet er taget i 1980).

I næsten 50 år har TOP-TOY været en ægte familiebevist virksomhed. Fra den allerførste dag har familier uden for virksomheden udgjort virksomhedens kernekunder, og de særlige familiebånd har ført virksomheden derhen, hvor den er i dag.



Bjarnes og Henriks elskede søster, Elsebeth (1948-2011), tog også aktivt del i virksomheden. Efter at have bestået Den Erhvervsproglige Korrespondenteksamen og taget en handelsuddannelse på Niels Brock i København arbejdede hun som direktionssekretær for Bruun Rasmussen, den daværende administrerende direktør for det velkendte aktionshus. Efter en del år i udlandet vendte Elsebeth i 1987 tilbage til Danmark, hvor hun de efterfølgende 24 år arbejdede for TOP-TOY som redaktør af virksomhedens populære personaleblad "TOP News" og som kommunikationsassistent. Desværre døde Elsebeth alt for tidligt i 2011 efter en tapper kamp mod kræften. Hun er savnet af mange.



familie



Det var Edith Rasmussen (1912-2000), medstifter af Fætter BR, der sørgede for at samle familien igennem alle årene. Hun var en arbejdsom og humørfyldt kvinde, der gennem hele livet var en fantastisk støtte for sin mand og resten af familien.

Børge Rasmussen (1914-1990), der grundlagde Fætter BR, har arbejdet for virksomheden næsten hele sit liv. Ifølge Bjarne Gjørup var hans far en hårdtarbejdende og visionær mand. Bjarne tilføjer: "Han var også godt forberedt til, at næste generation skulle overtage virksomheden, så hans død ikke ville påvirke den daglige drift og virksomhedens vækst."



Mange af medarbejderne føler, at de er en del af TOP-TOY-familien. For familien Gjørup er medarbejderne en af virksomhedens vigtigste aktiver. Lars Gjørup siger: "Vores medarbejdere er engagerede. Vi er en upolitisk organisation med en stærk integritet, og vi kan tilbyde vores "famiemedlemmer" et godt arbejdsmiljø."





*Dette billede stammer
fra Fætter BR's
sommerkatalog i 1980.*



Legetøj og sjov

Selvom legetøj har udviklet sig fra at være ren luksus for de få udvalgte til at være for alle i store dele af verden, har det altid givet børn glæde og læring. Den mest bemærkelsesværdige ændring er, hvor og hvordan legetøjet bliver fremstillet, og hvad det bliver fremstillet af. Lad os tage på en lille legetøjsrejse.



Kunsten at forstå LEGETØJETS magi

Hvad gør et stykke legetøj til en succes?

Butikkernes hylder bugner af vidunderlige brands fra legetøjsproducenter fra hele verden. Men hvordan kan det være, at et stykke legetøj hitter og tryllebinder millioner af børn på tværs af kulturer? Tag med os på en tur bag scenen hos Mattel – virksomheden, som producerer kæmpe legetøjsikoner som BARBIE, men også FISHER-PRICE, som er et hit hos de mindste.



Hvad skal der til for at skabe en verdensomspændende legetøjssucces?

"Det kræver både kunst og teknik at skabe en global legetøjssucces. Det er nødvendigt at forstå, hvad forældre og børn kigger efter, at opfange tidens tendenser og samtidig kunne forudse,

hvad der bliver populært i fremtiden," siger Jean Gabriel Zalzman, Mattels Senior Vice President og General Manager med ansvar for Europa.

Hvordan tilpasser Mattel legetøjet til de lokale markeder?

"Vi bestræber os altid på at tilpasse legetøjet bedst muligt til de lokale markeder. Det betyder bl.a., at Feature-dukkerne i BARBIE-porteføljen bliver lokaliseret, så de taler det samme sprog som børnene. Vi differentierer også

blandt legetøj til de mindste. Et eksempel er Learning Puppy, som taler med børnene på deres eget sprog," siger Jean Gabriel Zalzman.

Hvorfor er Barbie så populær?

"BARBIE har en helt speciel plads i manges hjerter overalt i verden. Hun er meget populær, fordi børn får mulighed for at udleve så mange forskellige roller og drømme. Gennem BARBIE kan de være prinsesse den ene dag og præsident eller astronaut den næste. Hun gør det muligt at skabe en drømmeverden, så de kan forestille sig, hvordan deres fremtid kunne se ud.

De kan ride på heste, køre i cabriolet, få deres egen, private zoo eller holde en



BARBIE-QUIZ BARBIE-QUIZ BARBIE-QUIZ BARBIE-QUIZ BARBIE-QUIZ BARBIE-QUIZ

Vidste du, at der bliver solgt en BARBIE-dukke hvert tredje sekund et eller andet sted i verden? Flere end 100 designere, syersker, modelbyggere og stylinger arbejder døgnet rundt med at udvikle hendes tøj og udseende. Og kunderne elsker hende. BARBIE er den mest populære dukke på Facebook med over 7,8 millioner "Likes".

Hvor meget ved du om BARBIE? Test din viden i denne BARBIE-quiz.

- **Hvad** er BARBIEs rigtige navn?
- **Hvad** er det højeste beløb, en BARBIE-dukke er blevet solgt for på en velgørenhedsauktion?
- **Hvor** mange forskellige kæledyr har BARBIE?
- **Hvad** hedder BARBIEs tre søstre?
- **Hvad** var BARBIEs allerførste tøj? Hvad farve var det?

Find svarene på side 23.

fantastisk poolfest. Til dato har BARBIE haft mere end 130 forskellige jobs, og hun inspirerer børn, så de tror på, at de kan blive lige det, de drømmer om."

Hvordan blæksprutten blev til en zebra

Mattel købte FISHER-PRICE i 1993. For bedre at kunne forstå børn og deres leg, har FISHER-PRICE, som de eneste indtil nu, etableret et unikt forskningscenter, som de kalder PlayLab. De inviterer forældre og børn til at komme og afprøve legetøjet – fra idéen bliver skabt, over prototyper og til præproduktion, inden legetøjet kommer på hylderne i butikker over hele verden. Hvert år inviteres flere end 2.000 børn og 1.000 forældre til at komme og lege. Resultaterne kan være overraskende.

Jean Gabriel Zalzman fra Mattel fortsætter: "For et par år siden testede vi et stykke legetøj, som børn kunne sidde på, en hoppende blæksprutte med lange arme. Vi havde store forventninger til blæksprutten, men hverken forældre eller børn brød sig om armene. Til gengæld var hoppeeffekten så populær, at børnene hoppede og hoppede i et væk. Vi lyttede til både børn og forældre og endte med at beholde den hoppende del, men skiftede blæksprutten ud med en zebra. Børnene elsker den hoppende zebra."

Glæden ved læring

FISHER-PRICEs designere er meget produktive. De skaber ca. 2.000 forskellige stykker legetøj om året og gennemgår over 4.500 produktidéer fra eksterne opfindere. Ca. 150 af de 6.500 idéer bliver udvalgt og undersøgt mere indgående, og nogle af dem kommer måske endda med i produktprogrammet.

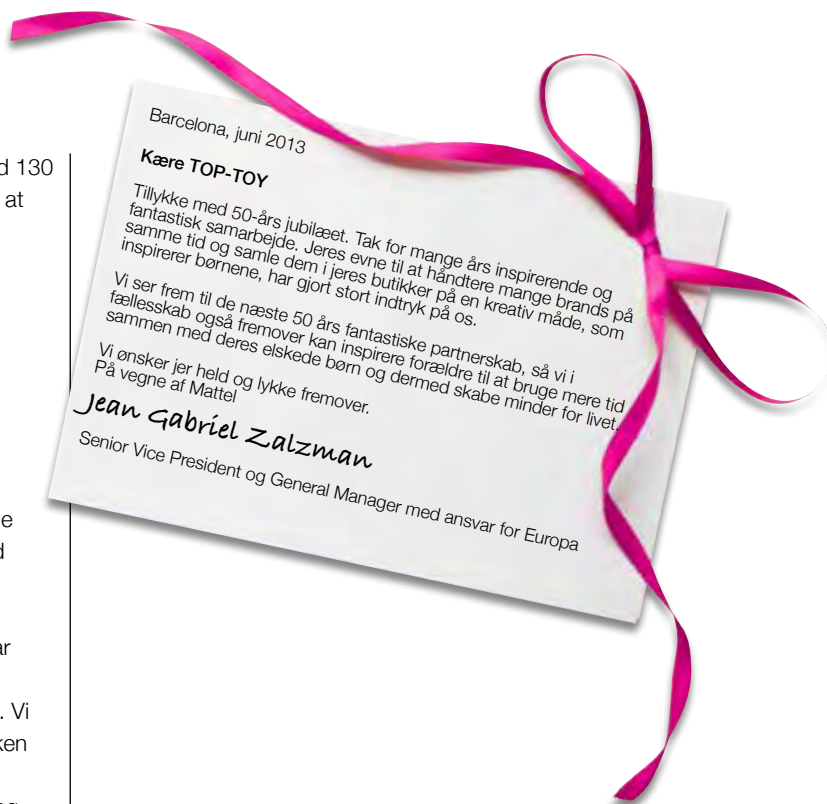
"Det vigtigste, når vi udvikler legetøj, er at forstå børns behov, det udviklingstrin, de er på, og at implementere forskellige elementer af læring.

Vi bestræber os altid på, at legetøjet har funktioner, f.eks. rytmer, bevægelser, lys, knapper, kontakter, musik og farverige stoffer, der motiverer børn til at udvikle deres evner," siger Jean Gabriel Zalzman.

Hvordan er det muligt at udvikle et stykke legetøj, så det bliver et hit på tværs af mange forskellige kulturer?

Sammenlignet med andre målgrupper er der en stor lighed mellem børn, uanset hvor de kommer fra i verden. De begynder at kravle, gå og tale på samme tid i deres udvikling, og når vi taler nysgerrighed, er vi alle født med en naturlig interesse for at forstå verden. Vi bliver hver især opdraget til at se verden gennem forskellige kulturelle briller, men generelt er børns interesse for legetøj den samme. Derfor gør vores dybdegående forskningsarbejde det muligt for os at udvikle globalt legetøj, som hitter igen og igen. Det handler helt enkelt om at lytte til kunderne."

Fortsætter næste side



Barcelona, juni 2013

Kære TOP-TOY

Tillykke med 50-års jubilæet. Tak for mange års inspirerende og fantastisk samarbejde. Jeres evne til at håndtere mange brands på samme tid og samle dem i jeres butikker på en kreativ måde, som inspirerer børnene, har gjort stort indtryk på os.

Vi ser frem til de næste 50 års fantastiske partnerskab, så vi i fællesskab også fremover kan inspirere forældre til at bruge mere tid sammen med deres elskede børn og dermed skabe minder for livet.

Vi ønsker jer held og lykke fremover.
På vegne af Mattel

Jean Gabriel Zalzman

Senior Vice President og General Manager med ansvar for Europa



Blæksprutten, der blev til en zebra.

Kunsten at forstå legetøjets magi (fortsat fra side 21)

Kunsten at forstå et barns univers

For at få lidt mere indsigt i barnets univers og kunne forstå legetøjets funktion har vi talt med den førende legetøjsekspert i Danmark, Jørn Martin Steenhold, som også har tilført TOP-TOY værdifuld viden gennem mange år.



Jørn Martin Steenhold er cand. phil. og associeret partner på Institut for Fremtidforskning (www.cifs.dk). Han har skrevet en lang række bøger om børn og legetøj, og han er en kendt legetøjsekspert i Danmark.

Hvordan vil du beskrive barnets univers?

"Helt overordnet leger børn i to universer: En virkelig verden og en fantasiverden," forklarer Jørn Martin Steenhold.

Hvad kendetegner den virkelige verden?

"Når børn er omkring to år, begynder de at fortælle historier, mens de leger. De bliver historiefortællere. Hvis du lytter, kan du høre de mest fantastiske, små historier om deres liv. De

første historier handler om deres familie og hjem. De spiller virkelige roller i virkelige omgivelser for at afprøve alt det, der omgiver dem.

Børn bruger redskaber – legetøj – nøje udvalgt til formålet, når de udspiller deres historier. De bruger en masse forskelligt legetøj i et forsøg på at kopiere og lære fra deres omgivelser, f.eks. en babydukke, som de kan passe og pleje, en ovn til at lave mad i eller en klud, så de kan vaske bil. Når de begynder at opleve verden uden for hjemmets fire vægge, f.eks. legepladsen og supermarkedet, begynder de også at drømme om fremtiden. Bliver de læge, brandmand, frisør eller måske dyrlæge?

Hvad sker der i fantasiverdenen?

Ud over den virkelige verden har børn også en fantasiverden fyldt med fantastiske historier om helte, smukke prinsesser, hjælpsomme, magiske dyr, farlige trolde og alle mulige andre væsner. Børns fantasiverden tillader dem at drømme om det mest utrolige – om romantiske bryllupper med en prins, om at blive det første barn på månen eller den næste Superman. I den virkelige verden kommer kønnene ikke rigtigt til udtryk, mens drenge og piger derimod leger på meget forskellige

måder i deres fantasiverden. Ofte kæmper drenge mod monstre og rumvæsner i gruppvækkende dødskampe, mens pigerne mere hengiver sig til en glamourøs verden fyldt med fantastiske jobs, berømmelse eller ekstrem rigdom.

Meningen med børns univers

Hvad sker der, hvis børn ikke leger i de to verdener?

Det er meget vigtigt at understrege, at børn skal have adgang til både den virkelige verden og fantasiverdenen. De har behov for at lege i begge verdener samtidigt, så de kan lære at adskille virkelighed fra fiktion og rigtigt fra forkert. Hvis f.eks. en dreng leger, at han er en ridder på sin hest, og han så slår sin lillebror i hovedet med et træsværd, får han øjeblikkeligt en reaktion. Han lærer, at et sværd kan gøre ondt, og at han skal ændre adfærd, så både broren og han selv synes, det er sjovt.



Legetøjets betydning

Hvordan er legetøj med til at udvikle vores børn?

Legetøj er en meget vigtig del af børns liv. Når børn blander legetøj fra forskellige brands, får vi et indblik i deres fantastiske fantasi og kreativitet. Alt er muligt, når børn leger, og de blander historier fra den virkelige verden med historier fra deres fantasiverden. Voksne kan lære rigtig meget af den måde, børn er i stand til at blande de to verdener, og hvordan legetøjet inspirerer dem til at bruge deres fantasi. De bruger deres instinkter, nysgerrighed og fantasi, når de fortæller historier.

Vi ved, hvor meget børn lærer af at lege med legetøj, og hvor motiverede de bliver i skolen, når de får lov til at lege. Det ville derfor glæde mig utroligt meget at se mere legetøj i skolerne. Jeg mener, at leg og læring går hånd i hånd, hvis det håndteres fornuftigt af de ansvarlige voksne.

Hvordan kan legetøjsproducenterne støtte op om børns udvikling?

"Legetøjsproducenterne skal holde skarpt øje med børnene og levere de redskaber, dvs. det legetøj, som de har brug for. Når børn bliver ældre, har de selvfølgelig brug for andet legetøj. Moderne legetøjsproducenter skal kunne forstå og samtidig være omhyggelige og meget opmærksomme på ændringerne i et barns liv, så de kan levere de redskaber – det legetøj – et barn behøver for at kunne fortælle sine skiftende historier. Det kan være alt fra at få en lillesøster til et besøg på hospitalet, den første dag i børnehaven, en naturkatastrofe, et bryllup eller nogle af de andre oplevelser i et barns liv.

Drømmene giver et fingerpeg

Hvordan kan personalet i legetøjsbutikkerne være med til at udvikle børnene?

TOP-TOY har spillet en meget vigtig rolle for nordiske børns adgang til redskaber, dvs. legetøj, som de har brug for til deres historier. TOP-TOY har leveret rigtig

mange forskellige brands og designet herligt legetøj, som har opmuntret børn til at fortælle deres dejlige historier. Butikscheferne og butiksassistentene spiller en meget vigtig rolle, når børn skal inspireres til at lege nye lege eller videreudvikle de lege, de allerede er i gang med. Den kloge butikschef lytter til barnet og spørger om dets drømme.

Hvis du spørger en pige om hendes drømme, eller hvad hun gerne vil være, når hun bliver stor, vil hun måske svare: "Ligesom min mor" eller "Ligesom BARBIE", "Ligesom LEGO Friends" eller "Ligesom Kronprinsesse Mary". Hvis du stiller en dreng det samme spørgsmål, svarer han måske: "Ligesom min far", "Ligesom SPIDER-MAN" eller "Ligesom heltene i STAR WARS". De historier, som børn fortæller om deres drømme, kan være med til, at butikschefen finder nøjagtigt de redskaber, de har brug for, så de kan lege det, de forestiller sig. Ved at understøtte et barns drømme giver du barnet mulighed for at forstå lidt mere af den fantastiske, men stadig mere komplicerede verden, vi lever i. Og jeg må indrømme, at TOP-TOYs butikschefer gør det fantastisk." ■

København, juni 2013

TOP-TOY-ånden bygger på indsigt i børns verden. TOP-TOY er med til at styrke børns fantasi og deres eksperimenterende og fantastiske lege, og I tror på børnenes fremtidsdrømme. Jeg ønsker TOP-TOY en lys og spændende fremtid.

Som legetøjsekspert er det utroligt at opleve en legetøjsvirksomhed med så meget udviklingspotentiale, som TOP-TOY har vist gennem de seneste 50 år, og jeg håber, det vil fortsætte de næste 50.

Tillykke!

Jørn Martin Steenhold

Førende legetøjsekspert i Danmark, cand.phil. og associeret partner på Institutet for Fremtidsforskning

SVAR PÅ BARBIE-QUIZZEN PÅ SIDE 20

- BARBIEs rigtige navn er Barbara Millicent Roberts. Hun blev født i 1959 i (den fiktive by) Willows, Wisconsin, USA.
- Prisen var 302.500 amerikanske dollars (ca. 1,8 millioner danske kroner) for en BARBIE-dukke solgt på en auktion afholdt af den amerikanske Breast Cancer Research Foundation.
- BARBIE har over 15 kæledyr, bl.a. en zebra og en giraf.
- BARBIEs søstre hedder Skipper, Stacie og Chelsea.
- BARBIEs første tøj var en sort- og hvidstribet badedragt. Læs mere på side 28 her i magasinet.

Du kan finde flere sjove facts om BARBIE på www.barbiemedia.com.



Sikkert kvalitetslegetøj

Året er 1991. Henrik og Bjarne Gjørup har rejst rundt i Asien igennem flere år, og de ved, at tiden er inde til, at TOP-TOY åbner kontor i Hongkong. Det vil bringe dem tættere på hjertet af den internationale legetøjsindustri og gøre det muligt for dem bedre at kunne overvåge kvaliteten og sikkerheden af produkterne fra leverandører (og fabrikker).

Tættere på leverandørerne

Et år senere åbner TOP-TOY det nye kontor, og Henrik, Bjarne og Bjarnes søn Lars Gjørup tager til Hongkong til endnu et "nyt" eventyr. Protegéen, den blot 25-årige Lars Gjørup, spiller en stor rolle i opstarten af kontoret, hvor han skal ansætte de rigtige folk, etablere et it-system og oplære de nye medarbejdere.

Lars er begejstret for byens sus og for at være en del af en international virksomhed. Han ser adskillelige muligheder for virksomheden og beslutter sig for at blive i Hongkong som chef for indkøbskontoret.

I de år øges opmærksomheden omkring sikkert legetøj. Legetøjsindustrien i Europa opdaterer deres standarder for sikkerhed. TOP-TOYs indkøbskontor er klar og har på det tidspunkt allerede udvidet dets aktiviteter med henblik på øget produktkvalitet og sikkerhed.

Sikkert legetøj har førsteprioritet

I TOP-TOY støtter vi fuldt ud EU's indsats for sikkert legetøj, hvilket også er grunden til, at alle vores produkter er underlagt omfattende tests, som udføres af certificerede leverandører og uafhængige testlaboratorier. TOP-TOYs legetøj gennemgår fysiske tests for at sikre, at det holder og er robust. Derudover bliver de kemiske ingredienser testet for at få vished om, at de er ufarlige for børn.



En ung Lars Gjørup (til venstre) og Clarence Wong, nu Quality Assurance Manager, i gang med at kigge på reklamationer efter julehandelen.

I Hongkong ligger TOP-TOY lige ved siden af de største legetøjsfirmaer i verden, som f.eks. Disney, Mattel og Hasbro. 80-85% af alt legetøj i hele verden bliver produceret i Kina. Legetøjsindustrien har en værdi på omkring 45 milliarder amerikanske dollars (ca. 270 milliarder danske kroner), over 2.400 certificerede fabrikker med flere end 1,7 millioner medarbejdere i højsæsonen. Det gør Hongkong til legetøjsindustriens centrum og stedet for de største legetøjsfirmaer. TOP-TOYs kontor ligger på 11. etage i denne bygning.



Fokus på gennemsigtighed i Kina

Lars Gjørup er lige fra starten bevidst om de udfordringer, han står over for i samarbejdet med kinesiske leverandører og fabrikker. I Norden er der blevet sat lighedstegn mellem begrebet "Made in China" og dårlig kvalitet, billige materialer, upålidelige produkter for ikke at nævne tvangs- og børnearbejde – listen fortsætter i det uendelige, og det kan selvfølgelig skade branchen og dermed omsætningen.

TOP-TOY udgiver derfor sin første "Code of Conduct" på engelsk og kinesisk i **1999**, hvor der sættes fokus på sociale standarder for de fabrikker, som producerer vores produkter. Den bliver rullet ud til alle leverandører sammen med en omfattende "Supplier's Manual", som indeholder en oversigt over de kvalitets- og sikkerhedskrav, vi har til produkterne. På det tidspunkt findes der ingen standarder for fabrikernes arbejdsforhold, og CE-standarderne for legetøj er kun i sin vorden. TOP-TOYs krav overgår derfor ofte de lovmæssige krav.

En ansvarlig virksomhed

Efterhånden som flere virksomheder hopper på bæredygtighedsvognen, beslutter vi i TOP-TOY at gøre "ansvarlighed" til et globalt anliggende. I Hongkong kalder vi det "Factory Compliance". Det første trin er at foretage inspektioner af fabrikkerne for at sikre, at TOP-TOY kun arbejder sammen med fabrikker, som betaler deres medarbejdere en rimelig løn, tilbyder sikre og hygiejniske arbejdsforhold, og at der ikke finder korrupsion og tvangsarbejde sted. Det betyder, at TOP-TOY afviser mulige legetøjsproducenter, hvis de ikke lever op til vores stramme regler.

I **2009** tilslutter TOP-TOY sig organisationen United Nations Global Compact for specifikt at arbejde inden for områder, som har med medarbejderansvar i Kina og

andre lande, hvor vi får fremstillet vores produkter, at gøre. Resultaterne fra inspektionerne samles sammen og registreres for i første omgang at påvise gennemsigtighed over for virksomheden selv, men også over for interessenter og partnere, og i sidste instans TOP-TOYs kunder.

Vi er nået langt med sikkerhed og kvalitet i TOP-TOY i løbet af de seneste 20 år. Vores indsats i alle årene har resulteret i, at kunderne nu er helt klar over, hvad TOP-TOY gør, og de har tillid til, at vi leverer sikkert legetøj og andre produkter til børn.

Ved at realisere visionen fra **1991** har TOP-TOY ikke kun fået rusket op i legetøjsindustrien, vi har også sat en standard for, hvad man kan forvente i de kommende år. ■



Henrik Gjørup (til venstre) og Bjarne Gjørup (til højre) sammen med den unge protegé, Bjarnes søn Lars Gjørup, på det nye kontor i Hongkong. Lars om dengang: "På det tidspunkt var der ikke noget, som hed internet – selv telefaxen var en ny opfindelse. Jeg kan huske, da vi etablerede den første onlineforbindelse til hovedkontoret i Danmark, så vi kunne kommunikere direkte med hinanden via en skærm. Det var et aldeles spændende øjeblik."

Fætter BR



Historien om vores vidunderlige Fætter BR

I 1981, da de første tv-reklamer blev vist i Danmark, kontaktede Bjarne og Henrik et reklamebureau for at få dem til at udvikle en maskot, som skulle repræsentere Fætter BR-butikkerne på tv-skærmen.

Briefing til reklamebureauet:

Vi ser vores maskot som en rundkindet, glad, syvårig dreng, som elsker at lege og gøre børn glade. Vi ser ham som en blanding af Mickey Mouse og Kay Bojesens kendte, danske garder.



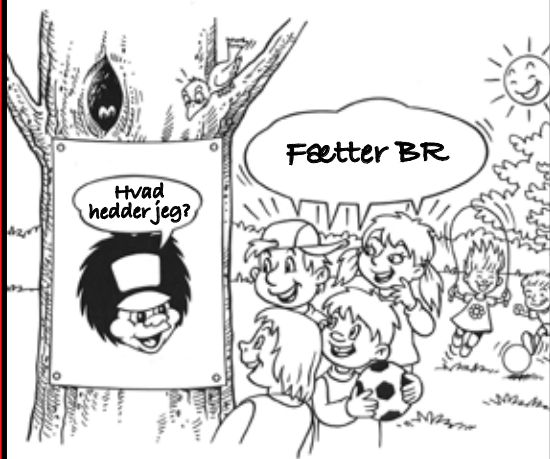
Sjörup-familien elskede den lille maskot, fra det øjeblik de så ham første gang. Henrik og Bjarne tog ham hurtigt ved hånden for at vise ham verden.



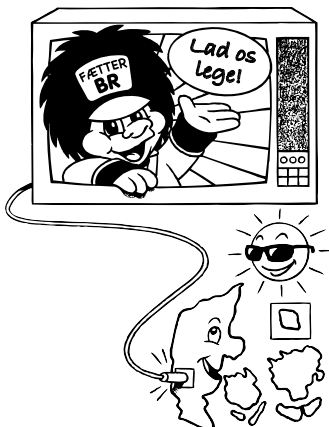
Bjarne og Henrik var overvældet over den begejstring, som danske familier modtog maskotten med, og de besluttede derfor at lade børnene give deres nye ven et navn.



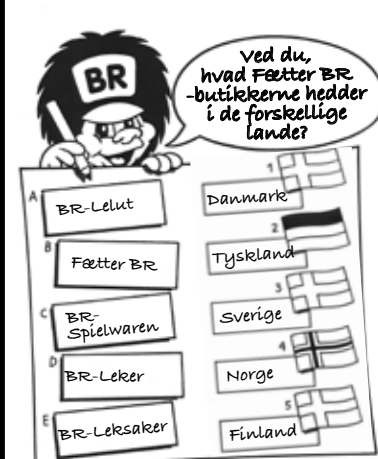
Flere end 32.000 danske børn deltog i konkurrencen. Det navn, de syntes bedst om, blev også det navn, der blev valgt.



Og en varm sommerdag i 1981 havde Fætter BR sin tv-debut, hvor han præsenterede de danske børn for en rød racerbil.



Da Fætter BR-butikkerne skulle lanceres i udlandet, skulle de også navngives.



Vores lille gavtyv elsker at have det sjovt ...



... og han er legetøjets konge.



Han kan lege med alt ...



... og er supergod til at finde på nye lege.



I er alle sammen velkommen til at lege med. Jo flere, jo bedre! I 2000 fik vores lille gavtyv nogle helt særlige venner.



Et år blev julemanden syg og havde brug for hjælp. Fætter BR var stolt over at kunne hjælpe. Julemandsreklamen har været vist på tv i over 20 år, og den er elsket af millioner af børn.



Bjarne og Henrik værner om maskotten, som var den et familiemedlem. Da de overdrog ansvaret for den lille gavtyv til Lars og Peter Gjørup i 2009, havde de en sidste opfordring til den lille maskot. En opfordring, som de gerne vil dele med alle, der læser dette magasin.

Fortset med at lege. Bliv aldrig voksen.



Lars og Peter tager sig godt af vores lille gavtyv. Han er blevet digitaliseret, og de har skabt en 3D-version af ham, så han kunne blive klar til det 21. århundrede. Der er planlagt mange, spændende eventyr for ham i fremtiden. Og I er alle inviteret til at tage med.

Spænd sikkerhedssele, venner! Lad os tage af sted på en sjov rejse.



Legetøjs- hit

i Danmark

Masser af legetøj har tiltrukket børns opmærksomhed gennem årene. Her er en oversigt over noget af det mest populære legetøj på det danske marked fra 1960'erne til i dag.

60'erne



BARBIE er en sand klassiker. Den populære modedukke blev første gang produceret og lanceret af det amerikanske legetøjsfirma Mattel i marts 1959. BARBIE har været en stor del af legetøjsmarkedet for modedukker i over 50 år.



ACTION MAN-figuren og tilbehøret var oprindeligt baseret på Hasbros (USA) G.I. JOE-figur fra 1964. De første ACTION MAN-figurer var ACTION SOLDIER, ACTION SAILOR og ACTION PILOT.

70'erne



LEGO Group introducerede deres første LEGO®-MINIFIGUR med bevægelige arme og ben i 1978. De små figurer er blevet en vigtig del af LEGO legeoplevelsen, og alene i 2012 producerede LEGO 400 millioner minifigurer.



RUBIKS TERNING blev opfundet af den ungarske skulptør og professor i arkitektur, Ernő Rubik. Verdensrekorden for at løse det mekaniske puslespil er blot 5,55 sekunder.



De populære ponyer, MY LITTLE PONY, er blevet produceret siden 1983. De har farverige kroppe og manker og et unikt symbol på den ene eller begge sider af flankerne. De har også haft hovedrollen i mange film og spil.

80'erne



TEENAGE MUTANT NINJA TURTLES var oprindeligt en tegneserie, men i løbet af 1980'erne var de grønne heltes popularitet enorm, da der også kom film og legetøj på markedet.



Det første POLLY POCKET-legetøj så dagens lys i 1989. Navnet på den lille dukke stammer fra de små æsker, som dukkerne blev solgt i, og som passede perfekt i lommen. I dag måler de små dukker ca. 5-7,5 cm.



De originale TELETUBBIES er en engelsk tv-serie fra 1990'erne for små børn. Den blev en stor succes næsten med det samme, hvor figurene Dipsy, Laa-Laa, Po og Tiny Winky havde erobret mange børns og – for dens sags skyld – voksnes hjerter!

90'erne

Den ultimative, talende BUZZ LIGHTYEAR-actionfigur (Thinkway) stammer fra DISNEY Pixars populære film Toy Story fra 1995 og er gennemdesignet legetøj. Det er ikke overraskende, at legetøjet med sine kendte citater som "Mod det uendelige univers!", vinger, som kan slås ud, og den kuppelformede rumhjem, der kan åbnes og lukkes, fandt vej til mange børns hjerter, og ikke kun i Danmark.



BRATZ blev skabt i 2001 af MGA Entertainment som en amerikansk serie af modedukker og merchandise. De første dukker hed Cloe, Jade, Sasha og Yasmin.

00-10'erne

Magien tog sin start i 2009, da firmaet Cepia lancerede et nyt stykke legetøj. Navnet er ZHU ZHU PETS. Det tog ikke lang tid for de sjove og lodne hamstere at erobre børnenes hjerter og fantasi over hele verden.



1963-2013

Butikkerne – på kryds og tværs

Det skal altid være sjovt at besøge en af TOP-TOYS butikker. For at gøre børnenes besøg endnu mere spændende byder butikkerne altid på særlige aktiviteter, events og sjove attraktioner.



Fætter BR i det første danske indkøbscenter i Rødovre (1960'erne).



Fætter BR på Fisketorvet i København (2013).

Facader

1960'erne



1980'erne/
1990'erne

1990'erne



2013

Kunder får rabat, og børnene får altid en særlig oplevelse, når TOP-TOY åbner en ny butik. Der er grunde nok til at stille sig i kø på den store dag ...



I april 1966 åbnede Fætter BR sin på daværende tidspunkt største butik i det nye indkøbscenter Rødovre Centrum. Åbningen var en stor succes.



23. september 1999 tiltrak åbningen af TOYS'R'US-butikken i Oslo i Norge hundredvis af besøgende.

Butikstøj gennem årene



Indretning

1960'erne



1970'erne



I dag



I fremtiden?





Pigen på billedet er Jytte Jørgensen – en administrativ medarbejder, der har været med næsten lige fra begyndelsen. Jytte er stadig en aktiv del af medarbejderstaben på hovedkontoret i Tune, og hun kan stadigvæk godt lide legetøj.



Menneskene

*Alle TOP-TOYS
medarbejdere bestræber sig
på at gøre kunderne glade
og få børnene til at smile
ved at gøre en ekstra
indsats hver eneste dag.
Selvom medarbejdernes,
børnenes og kundernes
behov og ønsker har ændret
sig gennem årene, har
de altid udgjort hjertet i
virksomheden.
Mød menneskene bag
TOP-TOYS succes.*

SÅDAN FÅR MAN ET BARN TIL AT SMILE



*Butikschefen
Madelen fra Fætter
BR i Malmø gjorde
en ekstra indsats
for at finde en ny
kanin og matchende
tøj til lille Alice.*

Alice i Fætter BR's eventyrland – Madelen elsker at få børn til at smile

Da 3-årige Alice og hendes bedstemor kom ind i Fætter BR i Triangeln i Malmø, kunne personalet se, at Alice var meget ked af det, for tårerne trillede ned ad hendes kinder. De fik at vide, at Alice havde været i en anden butik, hvor hun havde troet, at hun kunne finde en kanin og en lille kjole til den. Alice havde set frem til besøget i ugevis, men da hun og bedstemoren ankom til butikken, stod der, at den var lukket. Det var en kæmpe skuffelse for Alice, men bedstemoren vidste lige, hvor hun kunne få hjælp til at opmuntre sin lille engel. De tog direkte i Fætter BR, som de ofte besøger, når de er sammen.

Bedstemoren forklarede butikschefen Madelen, at Alice drømte om at få en kanin med fint tøj. Madelen tog dem med over til Fætter BR's afdeling med plysdyr, og der kom

et lille smil frem på Alices læber. Hun fandt hurtigt en grå kanin med vamsede ører og gav den et kram.

"Men den har jo ikke nogen kjole på", sagde Alice sørgmodigt til sin bedstemor.

Madelen tænkte, at hun kunne hjælpe her og forvandle tårerne til et smil. Hun fandt hurtigt noget dukketøj og hjalp sin lille veninde med at vælge en flot, skinnende sølvkjole til kaninen. "Nå, Alice – skal vi så se at få klædt kaninen fint på", sagde Madelen venligt. "Lad os gøre det med det samme!"

Alices øjne lyste af glæde. "Ja", hviskede hun til Madelen, der hurtigt pakkede dukketøjet ud.



Alice gav sin nye kanin kjolen på sammen med Madelen og bedstemoren. Hendes kæmpe smil var lige, hvad Madelen havde håbet på – faktisk er det netop grunden til, at hun har arbejdet i Fætter BR i snart 12 år.

Madelens ekstra indsats og omsorg reddede dagen for "Alice i Fætter BR's eventyrland," og det var svært at afgøre, hvem der smilede mest, da Alice og hendes bedstemor forlod butikken.

Takket være Madelen endte det med, at Alice og hendes bedstemor fik en vidunderlig dag, da de skulle købe en ny kanin.

Vi er rigtig glade for at kunne fremhæve Madelen som et fantastisk eksempel på, hvordan man gør et barn glad, og på, hvordan man skal stræbe efter at gøre en forskel for børnene hver eneste dag.

SMÅ TING FORVANDLER TÅRER TIL SMIL

"Da jeg søgte dette job, anede jeg ikke, at det ville blive så sjovt. At være en del af Fætter BR's team har lært mig, at selv en lille indsats kan gøre et barns dag lidt lettere.

Forleden kom der en grådkvalt 2-årig dreng ind i butikken. Jeg satte mig på hug ved siden af ham og gav ham et Fætter BR-flag. Han begyndte straks at smile. Han legede lidt med flaget og gik så lykkelig igen. Hans mor gav mig et taknemmeligt smil, da de forlod butikken.

Det er oplevelser som denne, der gør min dag indholdsrig. De er med til, at jeg forsøger at gøre en forskel for de børn, der besøger os".

Katrine, elev i Fætter BR i Frederikshavn



AKTIVITETER, DER BRINGER SMILET FREM



Jeg er vild med alle de aktiviteter, vi har for børn i butikken. For nylig afholdt vi en

MY LITTLE PONY-aktivitet med ansigtsmaling og tegninger, og jeg elskede hvert sekund. Jeg har altid drømt om at blive pædagog, men jeg har aldrig rigtigt brudt mig om at gå i skole. Når jeg planlægger og gennemfører aktiviteter og leger med børnene i butikken, føler jeg, at drømmen er gået delvist i opfyldelse.

Børnene elsker at blive genkendt af os, og de er meget stolte, når vi kender deres navne eller spørger dem om noget, der sker i børnehaven, eller om den fødselsdag, de er ved at købe gaver til. Jeg elsker, når vi kan få dem til at føle sig som noget særligt. Alle børn bør føle sig som noget særligt.

Hvis der er noget, jeg har lært af mit arbejde i Fætter BR, er det at være mere åben. Voksne har en tendens til at komplicere tingene. Når du er omgivet af børn hele dagen, lærer du at være mere impulsiv og droppe facaden. Mit arbejde har lært mig at være åben og smile til fremmede – også når jeg ikke har mit Fætter BR-arbejdstøj på.

Josephine, salgsassistent i Fætter BR på Strøget





Butikschef Tina Andersen (til venstre) sammen med kollegaen Henriette i deres butik i Skanderborg. De kan lide at gøre en forskel for børnene.

Jeg er glad for at *hjælpe* børn, der har det svært

“Når jeg lægger mig til at sove, ser jeg glade børn for mig

Jeg bliver glad, når de er glade, og jeg er villig til at gøre en ekstra indsats for at glæde et barn. Vores nye, fantastiske butik i Bloms i Skanderborg er desværre ikke stor nok til, at vi kan føre alle brands og varer. Hvis en mor kommer ind i butikken om onsdagen for at købe en gave til sin datters fødselsdag om fredagen, vil jeg gøre alt for at fremskaffe varen, så hun kan have den på den store dag. Hvis vi ikke har varen hjemme, ringer jeg gerne til en af mine kolleger i Aarhus eller Horsens og beder dem om at tage legetøjet med hjem. Så kan jeg hente det hos dem efter arbejde, og moren kan hente det i butikken dagen efter. Det er det hele værd, at det gør et barn glad, blot jeg kører de ekstra kilometer på vej hjem.

Det bedste ved mit job er dog, når jeg kan gøre en forskel for et barn, der har det svært. Sidste efterår åbnede vi butikken

tidligt for en pige, der havde fået konstateret kræft. Hun kunne aldrig besøge vores butik inden for normal åbningstid, da der var risiko for, at hun kunne få overført en infektion fra et af de andre børn. Hun gik rundt i butikken med øjne så store som tekopper, valgte en lille ting og kom så over til mig med sin lille, røde dametaske for at betale – og så smilede hun til mig. Jeg er meget bekymret for hende, da jeg ikke har set hende et stykke tid, og jeg tænker meget på hende og hendes familie. Jeg holder meget af børn som hende, og de lærer mig meget om livet". ■

Tina Andersen, butikschef i Fætter BR i Bloms i Skanderborg

Interview med TOP-TOYs salgsdirektør for Danmark, Brian Dannaber

Vores kunder har *altid* ret

Da Brian Dannaber som 23-årig i 1982 fik job som førstemand i Fætter BR i Søndergade i Aarhus, havde han ingen planer om at blive hængende ret længe. Fætter BR var blot et springbræt på vejen til egen butik eller den dag, han blev chef et sted. Hvis nogen havde fortalt ham, at han ville blive hængende indtil videre mere end 30 år, ville han have ... grint af dem.

Det ultimative drømmescenario

Vores salgsdirektør for Fætter BR og TOYS"R"US i Danmark, Brian Dannaber, elsker at tænke stort. Er det



mon derfor, han er en stor fan af the Big Apple?

Brian: "Jeg er vild med New York, og jeg har besøgt byen hvert år de seneste 12 år. Den får mig til at føle, at jeg ejer hele verden. New York har det hele. Jeg kan særligt godt lide Apples undergrundsbutik på 5th Avenue, hvor du kan shoppe døgnet rundt, og sælgeren kan hjælpe dig igennem hele købsprocessen blot ved at bruge en iPhone. Jeg forventer, at vi en dag vil kunne servicere vores kunder på samme måde, som Apple gør."

Drevet af engagement

Der er også en anden grund til, at Brian elsker storbyens summen. Han er nemlig selv fuld af energi, og når han ikke kører land og rige rundt for at besøge butikkerne, undersøger han nye butiks- og servicekoncepter. Du kan også støde på ham, når han løber eller træner boksning i fitnesscentret tre gange om ugen.

Ifølge hans chef, Søren Blangsted, er Brian blevet hængende så længe, fordi han hele tiden udvikler sig i takt med virksomheden og aldrig har været bange for at påtage sig nye og spændende udfordringer.

Søren: "Det er imponerende at se Brians drive efter at have været ansat i TOP-TOY i alle disse år."



*Brian Dannaher forventer, at TOP-TOY vil følge i Apples fodspor og servicere kunderne døgnet rundt på den bedst mulige og hurtigste måde.
Billede: Apple, 5th Avenue, New York*

Drevet af salg

"Jeg har altid villet arbejde med salg, og jeg elsker kundekontakt. Jeg har lært en masse af min første chef i TOP-TOY, Egon Jørgensen. Han lærte mig alt, hvad der var værd at vide, f.eks. at købmændskab betyder, at man virkelig tror på et produkt og handler derefter, og at man altid tænker to skridt forud.

Brian Dannaher har helt afgjort sat sit præg på TOP-TOYs service- og butikskoncepter. I løbet af sin karriere i TOP-TOY har han haft ansvaret for at etablere mere end 80 butikker og endnu flere istandsættelser og ombygninger. "Da jeg startede, var der 34 butikker, og det tal har jeg ikke kunnet holde nede," indrømmer han.

Vi skal hele tiden genopfinde os selv

Konkurrencen i legetøjsbranchen er hård. "Kunderne har mange muligheder i dag. Vi vil have, at de vælger os. Vi vil have, at de er glade og tilfredse. At give dem en fremragende service er én måde at opnå det på. Det er også vigtigt, at vi stadig er synlige lokalt og afholder masser af aktiviteter og events for vores kunder. Og så skal vi hele tiden finde nye metoder og være visionære, så vi er foran konkurrenterne. Men konklusionen er, at vi skal give kunderne, hvad de gerne vil have, for kunderne har altid ret."

Stoppe på toppen

Over 30 år i TOP-TOYs tjeneste har ikke frataget ham sine drømme, ambitioner og håb. Tværtimod. "Det føles stadigvæk ikke som arbejde, når jeg tager af sted, og jeg vil fortsat gerne kunne mærke, at jeg har fortjent jobbet – hver eneste dag. En af mine opgaver er at få medarbejderne i butikkerne til at forstå, hvor vigtige de er for vores virksomhed. Det er vigtigt hele tiden at være aktiv og på mærkerne. Jeg stopper ikke, før jeg når toppen, og jeg er stadig på vej derop ..." ■

Interview med Hans Poulsen, butikschef i TOYS"R"US i Rødovre

At arbejde for
TOP-TOY betyder,
at man skal være *klar*
til forandring

Hans Poulsen tabte sig 10 kg, da han blev butikschef i Fætter BR i Herlev. Han var dengang 18 år og netop udnævnt til butikschef for første gang. 30 år senere kan han stadigvæk godt lide det hårde arbejde. Ganske imponerende for én, der kalder sig selv doven. "Da jeg som 16-årig var træt af at fylde varer på hylderne i et supermarked og begyndte at lede efter et andet job, drømte jeg om at arbejde i en bank," fortæller han. Som teenager var min drøm nemlig at sidde ned hele dagen lang, og tanken om faktisk at blive betalt for det var fantastisk."

En overraskende karriere

Det gik dog ikke helt som planlagt. Han fik afslag fra banken, og ved et tilfælde endte, eller rettere, startede han i legetøjsbranchen i TOP-TOY i stedet. I dag styrer han den 3.500 m² store TOYS"R"US-butik i Rødovre, hvor dusinvis af paller fyldt med legetøj og andre produkter til børn ankommer hver dag, bliver pakket ud og sat på hylderne, så kunderne kan få dem med hjem. Sammen med et team på 26 kolleger arbejder Hans mange timer hver eneste dag hele ugen, også om søndagen, og der er masser af fysisk krævende opgaver.

Det er aldrig kedeligt

På et tidspunkt må Hans have overvundet sin dovenskab, for han er stadig aktiv og ser ud til at have det sjovt, når han er på arbejde. "Der sker altid så meget i vores branche. Det holder os i gang. Det var anderledes i "gamle

dage", hvor vi i visse perioder havde flere pusterum. Nu har vi altid travlt – der er altid et eller andet, der skal gøres eller klares, eller vi har en event i butikken.

Kunderne stiller også flere krav, særligt de seneste par år har vi set en stigende tendens. I dag har kunderne travlt, og de vil have deres varer hurtigt og nemt. Vi skal derfor være mere synlige i butikken, så vi kan yde bedre service og leve op til deres forventninger. Jeg tror, at alting i dag generelt går meget hurtigere.

Hans elsker TOP-TOY

Hans Poulsen ved, at når man arbejder for TOP-TOY, skal man være klar til forandringer. I løbet af sin karriere i virksomheden har han haft mange forskellige roller forskellige steder. "Jeg startede som ungarbejder og blev butikschef som 18-årig. Det var stort! I 2009 blev jeg butikschef og "giraf" for TOYS"R"US i Rødovre. Jeg kan



På billedet ses Hans sammen med Helle Bødker, en af Hans' gode kolleger, som han har arbejdet sammen med i mange, mange år både i Fætter BR og TOYS"R"US.



En norsk TOYS"R"US fejrede fastelavn med at tilbyde kunderne en rabat på 25% på superhelteprodukter. Samtidig havde de pyntet butikken med balloner.



I maj 2013 arrangerede TOYS"R"US en STAR WARS-event, hvor Darth Vader besøgte butikkerne. Børnene kunne møde Darth Vader, få taget et billede sammen med ham, prøve vores legetøj og købe det med en rabat på 25%.

næsten ikke huske alt det, der er sket – der har været rigtig meget. Der sker noget hele tiden, f.eks. med kundekontakt og mine kolleger. Jeg elsker det. Det er lige mig. Jeg kan slet ikke forestille mig at arbejde andre steder.

TOP-TOY er "min" virksomhed. TOYS"R"US er "min" butik. Jeg ved slet ikke, hvad jeg ellers skulle lave. Jeg har fået plads til at påtage mig mere ansvar. Til gengæld føler jeg, at det her er mit sted. Jeg betragter butikken som om, det

var min egen, og min familie og min salgschef tilskynder og støtter mig. Men der er også plads til sjov. Som dengang i 2007, hvor vi etablerede den første Fætter BR-butik i Tyskland. Bagefter, om aftenen, samledes vi og fik "et par" drinks. Alle var meget glade og morede sig. Og næste morgen dukkede vi alle sammen op igen for at gøre arbejdet færdigt, som vi altid gør." ■

Interview med TOP-TOYs Business IT Manager, Lise Lotte Petersen

EN GOD *balance* MELLEM ARBEJDE OG PRIVATLIV

I de 20 år, 48-årige Business IT Manager Lise Lotte Petersen har arbejdet i TOP-TOY, har hun altid formået at opretholde en god balance mellem arbejde og privatliv. "Da jeg startede, bestod it-afdelingen af Peter Gjørup og mig. Vi komplementerede hinanden rigtig godt. Mens jeg arbejdede fra 8-16, hvilket gav en perfekt balance i forhold til mit privatliv, hvor familie og sportsaktiviteter fyldte en hel del, mødte Peter, som dengang var single og noget af en arbejdsnarkoman, lidt senere, og – heldigt for mig – påtog sig alle de opgaver, jeg ikke kunne nå."

Mor og karrierekvinde

Lise Lotte er god til at adskille arbejde og privatliv. Det har eksempelvis aldrig været et problem for hende at kombinere sit job i TOP-TOY med det at være mor. "Da jeg fik mit første barn, viste det sig dog at være svært at kombinere de to ting. På det tidspunkt arbejdede jeg i Dansk Supermarked og var ansvarlig for håndteringen af tekstiler, men arbejdstiden var alt for ufleksibel. Så jeg besluttede at tage en uddannelse inden for edb-programmering, samtidig med at jeg fik mit andet barn og gjorde mig klar til et fremtidigt fuldtidsjob. Det viste sig at være en rigtig god idé, især da jeg blev tilbudt et job i TOP-TOY tre år senere."

Sunde arbejdsforhold

Lise Lottes job i TOP-TOY viste sig at være hårdt, men arbejdstiden var fleksibel og arbejdsmiljøet meget positivt. "Når jeg er på arbejde, så arbejder jeg – og jeg elsker at arbejde meget – men når jeg har fri, så tænker jeg ikke på TOP-TOY mere end højst nødvendigt. Og med de belastningsperioder, vi har inden for it, så er det dejligt også at kunne slappe af en gang i mellem. I TOP-TOY får jeg mulighed for det." Lise Lotte synes, at atmosfæren i TOP-TOYs hovedkontor i Tune er sjov og afslappet. "Ja, vi arbejder hårdt, og vi har travlt, men der er altid tid til et smil eller en snak, når vi mødes på kontoret, på gangene eller i kantinen. Der er bare en afslappet og venlig atmosfære her. Jeg nyder kontakten med de kolleger, der også har været her i mange år, og når jeg møder dem, sludrer vi lidt og indhenter det forsømte. Selv om virksomheden er blevet større, tror jeg ikke, at det får nogen indflydelse på det. Der vil altid være en slags fortrolighed i TOP-TOY. Det kan jeg godt lide." ■



Allerede som lille var Lise Lotte vild med at spille badminton. I dag bruger hun stadig en stor del af sin fritid på badmintonbanen.



Siden 1992 er it-afdelingen vokset fra en enkelt freelancekonsulent (TOP-TOYS nuværende Joint Group Managing Director Peter Gjørup) til ca. 35 interne medarbejdere (2013), der er specialiseret i forretningsløsninger, programudvikling og integration, drift og service.

Børnene *i centrum*

TOP-TOYs ledere synes, det er rigtig sjovt at have børn som deres målgruppe, men samtidig er det et meget stort ansvar. Det handler derfor om hele tiden at være bevidste og til stadighed yde en indsats for at fastholde fokus på børnene og deres sikkerhed.



Ikke bange for at udfordre forretningsforbindelser

“Jeg er stolt over, at også de store spillere ved, at vi aldrig går på kompromis med kvaliteten. I en virksomhed som Disney er vi kendt for at forlange høj kvalitet, og vi er ikke bange for at udfordre dem for at blive bedre, selvom Walmart og andre store detailkæder allerede har godkendt et produkt. Hvis jeg er det mindste i tvivl, forestiller jeg mig mit eget barn lege med et stykke legetøj, og så ved jeg, hvad jeg skal gøre. Hvis jeg ikke bryder mig om det billede, jeg ser, lader jeg ikke stå til,” siger Lars Gjørup, *Joint Group Managing Director*.



Vi siger nej til ni ud af ti stykker legetøj

“Når målgruppen er mindreårige, balancerer du på en knivsæg. På den ene side er du opsat på at sprede glæde blandt børn, og på den anden tilstræber du at beskytte dem. Det er et dilemma, som pålægger os et stort ansvar. Eventuelt kommende leverandører præsenterer os for meget forskelligt legetøj hver eneste dag. Vi vil kun have det allerbedste legetøj, så derfor takker vi nej til ni ud af ti produkter, som ikke lever op til vores krav om legeværdi og sjov eller kvalitet og sikkerhed,” siger Carsten Nielsen, *Group Director, Licence and Retail Merchandise*.



Vi arbejder for en miljøvenlig fremtid

“Positiv leg, glade børn og sikkerhed er grundlæggende kriterier, når vi driver forretning. Vi bruger også mange ressourcer og er meget opmærksomme på at sikre, at vores produkter bliver produceret under forhold og på fabrikker, som opfylder vores etiske krav. Når disse fundamentale forhold er på plads, kan børn lege sammen og udvikle sig gennem positiv leg,” siger Liselotte Gjerdrum Carlsen, *Group Sustainability Manager*.



Inspektion og overvågning

“Vores Quality Control-team i Hongkong udfører inspektion af vores produkter, inden de sendes af sted, for at sikre den højest mulige kvalitet. Vi ansætter kun de bedste inspektører/ingeniører til dette arbejde, og hvis de finder et produkt, som ikke lever op til vores krav, stopper vi leverancen,” forklarer Clarence Wong, *Quality Assurance Manager for TOP-TOY i Hongkong*.



Ansvarlig markedsføring

“Vi bestræber os hver dag på at tilbyde børn de produkter, som gør dem glade. At kommunikere til børn er derfor en naturlig del af vores daglige arbejde, og vi er meget opmærksomme på det store ansvar, der følger med vores markedsføring. Vi gør derfor vores bedste for at kommunikere på en reel, ærlig og klar måde, når vi henvender os til børn i alle aldre. Det er vores etiske ansvar og en afgørende del af vores markedsføringsstrategi,” siger Thomas Meng, *Retail Marketing Director*.

Tillykke med fødselsdagen, Fætter BR

Hilsen
glade
kunder

Nu, hvor Fætter BR fylder 50, kan vi vist roligt sige, at to hele generationer i Danmark og en kommende er vokset op med legetøj fra vores butikker. Lad os spørge nogle af dem om deres mening.

**Mor sammen med Rasmus (9) og Nikoline (3).
Yndlingslegetøj: SKYLANDERS og HELLO KITTY.
Fætter BR, marts 2013**

"Vi bor i en lille by, men hver gang vi kommer til en by med en Fætter BR-butik, elsker børnene at kigge ind. Det er fantastisk med alle aktiviteterne her og de små borde, hvor de kan tegne og lege".



**Alexandra bor i Malmø,
men kommer oprindeligt
fra Uganda.
Fætter BR, marts 2013**

"Min 3-årige datter elsker alt ved Fætter BR. Og jeg elsker at se hendes store smil, når jeg kommer hjem, og hun opdager Fætter BR-logoet på min plastikpose. Fætter BR gør det meget nemt for mig at købe legetøj takket være det store udvalg".



**Thure bor i Bergen,
men kommer oprindeligt fra Danmark.
Yndlingslegetøj: LEGO.
Fætter BR, marts 2013**

"I Norge, hvor vi bor, handler vi altid i Fætter BR. Jeg er også vild med Fætter BR's webshop. Vi køber som regel alle vores gaver til de yngste familiemedlemmer og venner i Danmark via Fætter BR's webshop – det er nemt og hurtigt".



**Mary Jane fra Beijing besøgte
Fætter BR, marts 2013**

"Jeg er vild med denne her butik – prøv lige at se den store karrusel, som man kan prøve! Det hele minder mig om et eventyr. Jeg har tænkt mig at købe en af de her plyssæler. Jeg håber, at der snart kommer en Fætter BR i Beijing".



**Far og Joshua (8)
Yndlingslegetøj: iPad og LEGO.
Fætter BR, marts 2013**

"Jeg elsker at besøge Fætter BR sammen med min far og vælge legetøj. Udvalget af LEGO er fantastisk. Jeg har bygget alt i NINJAGO, så nu leder jeg efter noget nyt LEGO. Chima ser sejt ud".



**Bedstemor Bente sammen
med Malou (4)
Fætter BR, marts 2013**

"Jeg elsker at forkæle mine børnebørn, og jeg kommer her ofte. Jeg er vild med alle fordelene ved Club BR. I dag skal vi købe en gave til vores lille fætter, som kommer på besøg. Han er også medlem. Jeg elsker at se, hvor glade mine børnebørn bliver, når de kan se, at indpakningspapiret er fra Fætter BR".



**Hans – far til Mikkel (7)
og Emilie (4).
Yndlingslegetøj:
Dukker og XBOX.
Fætter BR, marts 2013**

"Vi elsker Fætter BR og kommer her 2-3 gange om måneden. Børnene elsker at komme her og lege. Som far er det skønt at se dem have det sjovt, mens de prøver nyt legetøj – som vi ofte ender med at købe".



Vigtige begivenheder

1991-2013 (del II)



1992

TOP-TOY åbner kontor i Hongkong

For at komme tættere på leverandørerne og kunne holde øje med kvalitet og sikkerhed åbner TOP-TOY et indkøbskontor i Hongkong under ledelse af Lars Gjørup.



1994

Det første loyalitetsprogram sættes i Danmark og Sverige

Formålet med loyalitetsprogrammet er at få kunderne til at handle i deres lokale Fætter BR-butikker. Programmet henvender sig til børn under 15 år. Børnene får deres egen sparebog, som de kan fylde med de sparemærker, de får, når de køber legetøj. Når de afleverer en fyldt sparebog, får de rabat. Medlemmerne modtager også nyhedsbreve og kataloger og endda en hilsen, når de har fødselsdag.



1996

TOYS"R"US bliver en del af TOP-TOY i de nordiske lande

TOP-TOY underskriver en masterfranchise-aftale, som omfatter alle TOYS"R"US-butikker i Norden. De eksisterende ni SUPERLEG-butikker ændres til TOYS"R"US-butikker, og TOP-TOY overtager de fire oprindelige TOYS"R"US-butikker i Sverige (Stockholm, Göteborg og Malmø) og Danmark (København).

Nyt 28.000 m² stort distributionscenter opføres i Greve uden for København

1997

Den første TOYS"R"US-butik i Norge

I starten af 2013 er TOYS"R"US-butikken i Oslo stadig den største under TOP-TOYs vinger.

1999

Fætter BR's første webshops

Fætter BR lancerer webshops i Danmark, Sverige og Norge. Der er massiv medieomtale af "dot-com" og "World Wide Web", men kunderne er ikke klar til at handle online. Efter 3-4 år lukkes hjemmesiderne ned (for med stor succes at blive relanceret seks år senere).



2001

TOP-TOY introducerer egne brands: KIDS-WOOD, FLEXI-TRAX, COLOR KIDS, BELLINO og PLAY2LEARN



2003

TOP-TOY åbner den første Fætter BR-butik (BR-Leker) i Haugesund, Norge



2005

Distributionscentret udvides

Distributionscentret i Greve udvides til 60.000 m². Det 500 m lange lager udstyres med automatiske systemer, som håndterer op til 8.000 pakker i timen.

TOYS"R"US er kommet for at blive

TOP-TOY underskriver en ny masterfranchise-kontrakt med TOYS"R"US, denne gang for to gange 10 år.



Den første TOYS"R"US-butik åbner i Finland

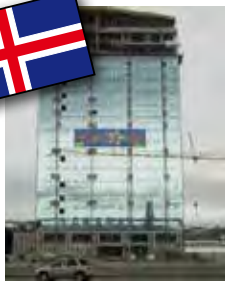


2007

TOP-TOY åbner Fætter BR-butikker i Tyskland

I maj overtager TOP-TOY den veletablerede kæde Salzmann Spielwaren i Nordtyskland, inkl. medarbejderne. Børge Rasmussens barnebarn Christian Gjørup (se familietræet på side 10) bliver udnævnt til salgsdirektør. Alle eksisterende butikker omdannes til Fætter BR-butikker og er klar til at slå dørene op i september.





Den største butik nogensinde i Island

TOP-TOY åbner den første TOYS'R'US-butik i Reykjavik. I 2013 består kæden af tre islandske butikker: Reykjavik, Akureyri og Korputorg (Reykjavik).

2009

TOP-TOY overtager grossistvirksomheden K.E. Mathiasen (nu NORSTAR), som sælger legetøj og andre produkter til børn

TOP-TOY bliver dermed den største legetøjsleverandør og -grossist i Norden.



Tredje generation tager over

Lars og Peter Gjørup bliver udpeget til Joint Group Managing Directors for TOP-TOY. Henrik og Bjarne Gjørup deler formandsposten for TOP-TOYs bestyrelse mellem sig.



TOP-TOY slutter sig til FNs Global Compact

Som led i TOP-TOYs engagement i bæredygtighed bliver virksomheden medlem af FNs Global Compact-program med det formål at støtte op om arbejdet for mennesker- og arbejdstagerrettigheder, miljøet og bekæmpelsen af korruption.



CLUB BR lanceres

Efter succesen med det oprindelige loyalitetsprogram i 1994 (i Danmark og Sverige) udbredes Club BR også til Norge, Finland, Tyskland og Færøerne. Det bliver hurtigt en succes, og snart er der over 1 millioner medlemmer.



2010

Partnerskab med Mattel

TOP-TOY indgår et strategisk partnerskab med verdens største legetøjsproducent, Mattel, og overtager en stor del af Mattels forretning i Norden. Det falder fint i tråd med TOP-TOYs strategi om, at NORSTAR skal være det førende brandhus for børn. Samtidig giver det virksomheden mulighed for at investere mere og mere langsigtet i nogle af Mattels nøglebrands og licenser i de nordiske lande.



Fætter BR relancerer webshops i Danmark, Sverige, Norge og Finland

Blot to måneder efter den officielle lancering kunne TOP-TOY notere sig følgende nøgletal:

- 30.000 kunder meldte sig ind i Club BR over nettet
- 42.000 gange blev der set små videofilm på vores hjemmesider
- 12 millioner sider i onlinekatalogerne blev vendt
- 2 millioner besøgte Fætter BR's hjemmeside
- 550.000 besøgte TOYS'R'US' hjemmeside

2012

Grossistvirksomheden får ny identitet

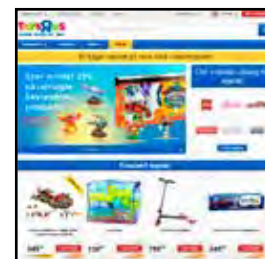
K.E. Mathiasen, Norstar, Leksam og K.E. Leisure skifter navn til NORSTAR og udgør fremover TOP-TOYs grossistvirksomhed. NORSTAR bliver valgt som fælles identitet for alle grossistvirksomhederne og deres aktiviteter. Navneskiftet finder sted i 2012, men NORSTAR har allerede været handelsmærket for grossistvirksomhederne i Norge og Finland siden 1974, hvor de har haft stor succes.



TOYS'R'US lancerer webshops i Danmark, Sverige, Norge og Finland

TOP-TOY får prisen for "bedste Emerging-rapport"

Prisen uddeles af brancheorganisationen for Danske Revisorer og går til virksomheder, som er i startfasen af deres CSR-arbejde, men allerede er nået et godt stykke. Anerkendelsen betyder, at TOP-TOY officielt er på linje med andre store, danske spillere i det strategiske arbejde med bæredygtighed.



2013

TOP-TOY fejrer 50-års jubilæum – højdepunkter

- Lidt over 4 milliarder danske kroner i omsætning
- 251 Fætter BR-butikker
- 51 TOYS'R'US-butikker
- NORSTAR er førende legetøjsgrossist i Norden
- Ca. 3.000 fuldtidsansatte i NORSTAR, Fætter BR- og TOYS'R'US-butikkerne i de nordiske lande og Nordtyskland samt i Hongkong, og flere er på vej i løbet af året.





*På vegne af familien Gjørup vil vi gerne
takke alle dem, der har gjort TOP-TOY til
den virksomhed, den er i dag.*

Lars Gjørup og Peter Gjørup
Joint Group Managing Directors

