



LEGO DUPLO überdenkt die eigenen Social-Media-Gewohnheiten als Anreiz, Spielzeit ernst zu nehmen



LEGO DUPLO startet die 21-tägige Kampagne „Do not Disturb Playtime“: ein Aufruf an alle Eltern, ihren Umgang mit sozialen Medien beim Spielen mit ihren Kindern zu hinterfragen.

München, Februar 2018. Spielen ist unglaublich wichtig für die Entwicklung eines Kindes – besonders dann, wenn sie dabei eine Bindung zu ihren Eltern aufbauen. Ziel der 21-tägigen LEGO DUPLO Kampagne „Do not Disturb Playtime“ ist es, ein Bewusstsein für ungestörtes, gemeinsames Spiel zu schaffen. Es dauert im Durchschnitt 21 Tage, mit einer Gewohnheit zu brechen. Daher wird das LEGO DUPLO Team 21 Tage lang, während der „Spielzeit für Kleinkinder“ (von 5:00 bis 20:00 Uhr), keine Beiträge in den sozialen Medien veröffentlichen. Außerhalb dieser Zeiten wird das LEGO DUPLO Team weiterhin interessante und anregende Spieltipps und Beiträge von echten Familien und Experten für Kinderpsychologie posten.

Die Kampagne soll Eltern animieren, ihr Telefon während der Spielzeit beiseite zu legen und stattdessen wertvolle Zeit mit ihren Kleinsten zu verbringen. Da die sozialen Medien heute integraler Bestandteil und kreativer Impulsgeber des modernen Familienlebens sind, überrascht es nicht, dass sowohl Eltern als auch Forscher das digitale Verhalten als beunruhigendes Hindernis für wertvolle gemeinsame Spielzeit von Eltern und Kleinkindern anprangern.

„Wir hängen alle an unseren Mobiltelefonen. Wenn wir mit Kindern interagieren, sollten wir sie aber beiseitelegen. Kinder lernen so viel von uns, und wir wollen dem nicht im Weg stehen. Nehmen wir zum Beispiel das Erlernen von Sprache. Es geschieht nicht in einem Vakuum. Wenn

Eltern mit ihren Kindern über Dinge sprechen, die sie interessieren, hilft ihnen das, neue Wörter und neue Ausdrucksmöglichkeiten zu erlernen. Unsere Studien zeigen, dass die Nutzung eines Mobiltelefons mitten in einem Gespräch zwischen Elternteil und Kind den Prozess der Worterlernung des Kindes beeinträchtigt. Gönnen Sie sich und Ihrem Kind eine Pause! Legen Sie es beim Spielen weg!“, rät Roberta Golinkoff, Professorin für Erziehungswissenschaften an der University of Delaware.

Unsere Forschungen haben gezeigt: Eltern sehen sich in der wichtigen Rolle, Kinder glücklich zu machen sowie vielseitig und gut für die Zukunft vorzubereiten. Gleichzeitig befürchten aber viele, nicht genug Zeit mit ihrem Kind zu verbringen. Das LEGO DUPLO Team möchte Eltern dazu inspirieren, die kleinen Momente in unvergessliche Erfahrungen zu verwandeln. Ein sinnvolles, gemeinsames Spielerlebnis kann mit einfachen Mitteln geschaffen werden.

Pressekontakt

LEGO GmbH

Pressestelle

Adriana Ellermann

Tel.: + 49 89 4534 6255

Presse@LEGO.com

rabach kommunikation

Produkt-PR D/A/CH

Lisa Ulsamer/Katja Klindt

Tel.: +49 40 413 463 1-11

LEGO@rabach-kommunikation.de

Über die LEGO Gruppe:

Die LEGO Gruppe ist ein Familienunternehmen in Privatbesitz mit Firmensitz in Billund, Dänemark, und Hauptniederlassungen in Enfield, USA, London, UK, Shanghai, China, und Singapur. Das Unternehmen wurde im Jahr 1932 von Ole Kirk Kristiansen gegründet und ist heute, nicht zuletzt durch den weltberühmten LEGO Stein, einer der weltweit führenden Spielwarenhersteller. Getreu dem Leitsatz „Only the best is good enough“ setzt sich das Unternehmen für die Entwicklung von Kindern ein und fördert und inspiriert die „Baumeister von morgen“ durch kreatives Spielen und gleichzeitiges Lernen. LEGO Produkte werden auf der ganzen Welt verkauft und können online unter www.LEGO.com entdeckt werden. Weitere Informationen zur LEGO Gruppe, unseren finanziellen Ergebnissen und unserem sozialen Engagement finden Sie unter <http://www.LEGO.com/aboutus>.

LEGO, das LEGO Logo, die Minifigur und DUPLO sind Marken der LEGO Gruppe. © 2018 The LEGO Group.