



L E G O DUPLO Umfrage

forsa-Studie* zeigt: Eltern sind überzeugt, dass Spielen entscheidend für ein erfolgreiches Schul- und Berufsleben ist

- Kinder spielen durchschnittlich 7 Std. pro Tag
- Sogenannte „21st Century Skills“ sind in Deutschland weitestgehend unbekannt

München, März 2016. Mehr als die Hälfte der Eltern (54 %) sind der Meinung, dass Kinder durch das freie Spiel alles Notwendige für ein erfolgreiches Schul- und Berufsleben lernen. Das ist das Ergebnis einer aktuellen und repräsentativen Umfrage des Meinungsforschungsinstituts forsa im Auftrag der LEGO GmbH. Befragt wurden Mütter und Väter, die ein oder mehrere Kinder im Alter zwischen einem und fünf Jahren haben. Kommunikations- und Teamfähigkeit sowie Problemlösungskompetenz – drei Schlüsselkompetenzen der sogenannten „21st Century Skills“ – sind laut Eltern für ihr Kind besonders wichtig, um den sich kontinuierlich wandelnden Anforderungen in der Zukunft gewachsen zu sein.

Bei der Frage, ob frühkindliche Förderung sinnvoll sei oder durch das freie Spiel alles Notwendige erlernt werde, gaben 54 Prozent an, dass sie glaubten, Kinder lernten durch das freie Spiel all das, was notwendig sei. Weitere 25 Prozent gaben an, dass sie eine Kombination aus beidem für sinnvoll hielten. Dies spiegelt sich auch darin wider, dass Ein- bis Fünfjährige im Durchschnitt sieben Stunden pro Tag mit Spielen verbringen.

Elternsicht: Fähigkeiten, die für die Zukunft von Kindern wichtig sind

Als Fähigkeiten, die laut Eltern in der Zukunft besonders wichtig für ihr Kind sind, nennen sie an erster und zweiter Stelle Teamfähigkeit (55 %) und Kommunikationsfähigkeit (46 %). Dicht gefolgt werden diese Kompetenzen von Durchsetzungsfähigkeit (38 %), Lösungskompetenz (31 %) und Eigeninitiative (29 %). Damit zeigt die Umfrage, dass Eltern Fähigkeiten, die als Kernkompetenzen des 21. Jahrhunderts gelten, wichtig sind. Das ist umso spannender, da bisher 94 Prozent der Befragten noch nie etwas von den „21st Century Skills“ gehört haben.

Fähigkeiten, die durch Bauspielzeug gefördert werden

Gefragt nach den Fähigkeiten, die durch das Spielen mit Bauspielzeug unterstützt werden, gaben Eltern an, dass vor allem die Kreativität der Kinder (77 %) gefördert werde. Technische Kompetenz (44 %), Ausdauer (40 %) und Lösungskompetenz (38 %) werden nach Meinung von jeweils zwei Fünfteln der Befragten durch das Spielen in besonderer Weise gefördert. Dass dadurch auch die Entwicklung von Teamfähigkeit (29 %), Kommunikationsfähigkeit (14 %) und Empathie (4 %) unterstützt wird, ist nur wenigen bewusst. Dabei setzt wandelbares Spielzeug wie LEGO DUPLO Produkte genau hier an und unterstützt die Ausbildung der „21st Century Skills“. Die vielfältigen Spielwelten mit den bunten Steinen ermöglichen es jedem Baumeister, überraschende und einzigartige Werke zu schaffen und in Rollen unterschiedlichster Charaktere zu schlüpfen. Der damit einhergehende Perspektivenwechsel stärkt ihre Empathie. In Interaktion mit Eltern, Geschwistern und Freunden lernen sie zudem, wie sie ihre Ziele erreichen können, und erleben, was Kompromisse und soziale Kompetenz bedeuten. Demnach ist kindliches Spielen ein entscheidender Faktor für die Ausbildung von Schlüsselfähigkeiten, die Kindern dabei helfen, sich auf die sich schnell wandelnden Anforderungen der Gesellschaft vorzubereiten.

21st Century Skills – Schlüsselkompetenzen der Zukunft

Die Technisierung und die Globalisierung unserer Welt werden weiter zunehmen. Folglich sind Fähigkeiten zur Reduzierung dieser Komplexität mehr denn je gefragt. Auch in Zukunft werden wir vor Herausforderungen stehen, von denen wir jetzt nicht wissen, dass sie existieren werden. In dieser sich ständig wandelnden Welt sind daher immer mehr Schlüsselkompetenzen gefragt. Sie helfen, sich immer wieder neuen Anforderungen anzupassen. Diese Kompetenzen werden als „21st Century Skills“ bezeichnet: die Fähigkeiten des 21. Jahrhunderts. Die wichtigsten sind: Kreativität, Problemlösungskompetenz, Kommunikations- und Teamfähigkeit sowie Empathie.

Weltweit befassen sich Wissenschaftler mit diesem Thema. Die amerikanische Organisation „P21“, der sich auch die LEGO Gruppe angeschlossen hat, hat es sich zum Ziel gesetzt, das Erlernen dieser Kompetenzen zu fördern. Jetzt haben Neurowissenschaftler nachgewiesen, wovon die LEGO GmbH schon lange überzeugt ist: Die Kindheit ist die wichtigste Zeit im Leben eines Menschen. In dieser Zeit entwickelt sich das Gehirn. Wie diese Entwicklung abläuft, hängt entscheidend davon ab, wie und was wir in den ersten, prägenden Jahren tun. Die Lieblingsbeschäftigung der Kleinen, das Spielen, nimmt dabei eine entscheidende Rolle ein. Spielerisch lernen sie nebenbei wichtige Fähigkeiten, die es ihnen erleichtern, sich auf immer neue Anforderungen einzustellen.

Hinweise für die Redaktion

Weitere Informationen erhalten Sie auf <http://www.LEGOnewsroom.de>.

Pressekontakt

LEGO GmbH	rabach kommunikation
Pressestelle	Produkt-PR D/A/CH
Martina Augenstein	Katja Klindt/Caroline Lambert
Tel.: +49 89 4534 6255	Tel.: +49 40 413 463 1-14
Presse@LEGO.com	LEGO@rabach-kommunikation.de

***Über die Studie**

Die Ergebnisse stammen aus einer repräsentativen Befragung der forsa Politik- und Sozialforschung GmbH im Auftrag der LEGO GmbH. Die Befragung fand im Januar 2016 statt. Für die vorliegende Studie wurde eine Stichprobe von 500 Müttern und Vätern im Alter von 18 bis 60 Jahren in Deutschland, die mindestens ein Kind zwischen einem und fünf Jahren haben, befragt.

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. © 2016 The LEGO Group.