



Presseinfo

## **Analoger vs. digitaler Zeitvertreib: So hat sich die Freizeit Jugendlicher in 2020 verändert**

*München, 21. Januar 2021.* **Das Jahr 2020 hat die Freizeitgestaltung der Jugendlichen bis heute auf den Kopf gestellt. Wer glaubt, die Teens säßen durch die Einschränkungen nur vor dem Bildschirm, wird überrascht sein. Ist die passende Alternative zur Hand, greifen Jugendliche auch schon mal zu Puzzle, Stift oder in die LEGO® Kiste. Laut einer Umfrage der LEGO Gruppe<sup>1</sup> verbringen 74 Prozent der in Deutschland und weiteren sechs Ländern<sup>2</sup> befragten Jugendlichen mehr Zeit mit dem Bauen von LEGO Modellen als zu Beginn des Jahres 2020. 69 Prozent geben an, mehr Streaming-Services zu nutzen, 66 Prozent eine vermehrte Beschäftigung mit Videospiele. Auf Platz vier finden sich erhöhte Aktivitäten in den sozialen Medien (51 Prozent).**

### **Bauwerke sind Spitzenreiter**

Unerwartet, aber: An der Spitze der Tabelle, womit sich die befragten Jugendlichen seit Beginn der ersten Ausgangsbeschränkungen mehr beschäftigen, steht der Aufbau ihrer LEGO® Sets. Zwar verbringen Jugendliche in Deutschland mit 66 Prozent etwas weniger Zeit mit dem Aufbau ihrer Bauwerke als im weltweiten Vergleich (74 Prozent), aber auch hierzulande liegt diese Beschäftigung ganz vorn. Spitzenreiter im LEGO Bauen ist China: Hier widmen Jugendliche dem Aufbau ihrer LEGO Sets seit Beginn der Einschränkungen mit 86 Prozent deutlich mehr Zeit als im weltweiten Vergleich. Anders als in diesem Trend ist es lediglich in Frankreich – hier kommt das Streamen von TV-Serien und Filmen mit einem Prozentpunkt knapp vor den eigenen LEGO Steinen (58 Prozent) auf den ersten Platz (59 Prozent).

---

<sup>1</sup> Bevölkerungsrepräsentative Befragung der Smarty Pants, LLC. im Auftrag der LEGO Gruppe im Zeitraum von August bis September 2020 unter 1.050 Teenagern im Alter von 13 bis 17 Jahren in sieben Ländern weltweit, die seit Beginn der ersten Ausgangsbeschränkungen ein LEGO Set gekauft oder geschenkt bekommen haben. Alle Ergebnisse des Berichts stammen – sofern nicht anders angegeben – von 1.050 Teenagern im Alter von 13 bis 17 aus den Ländern USA, UK, Deutschland, Frankreich, Polen, Russland und China, die in einer 20-minütigen quantitativen Online-Umfrage befragt wurden.

<sup>2</sup> USA, UK, Frankreich, Polen, Russland und China

**Aktivitäten, denen Jugendliche (im Alter von 13 bis 17 Jahren) seit Jahresbeginn 2020 nach eigener Angabe mehr Zeit widmen (in Prozent)<sup>1</sup>**

	GESAMT	DEUTSCHLAND	USA	UK	FRANKREICH	POLEN	RUSSLAND	CHINA
AUFBAU EIGENER LEGO SETS	74	66	81	77	58	73	77	86
NUTZUNG VON STREAMING-PLATTFORMEN	69	64	79	75	59	69	62	73
VIDEOSPIELE SPIELEN	66	58	80	68	55	71	73	56
INHALTE IN DEN SOZIALEN MEDIEN TEILEN	51	47	58	42	37	53	54	63
BRETT- ODER KARTENSPIELE SPIELEN	50	35	65	47	47	55	54	47
BÜCHER/MAGAZINE LESEN	48	39	53	41	35	52	54	63
PUZZELN	40	47	31	34	17	43	47	63
BAUEN/TÜFTELN	37	47	43	39	40	41	25	21
SKIZZIEREN, ZEICHNEN, MALEN	35	51	27	30	21	35	39	41
KOCHEN ODER BACKEN	34	43	29	42	25	25	38	36
ANDERE SPIELZEUGE	32	54	27	22	21	31	27	41
TRAINIEREN (SPORT)	32	43	24	32	30	31	31	30
SPAZIERGÄNGE/FAHRRAD FAHREN	32	39	39	57	27	26	19	13
EIN INSTRUMENT SPIELEN	22	35	14	16	14	23	23	31
MANNSCHAFTSSPORT	18	29	14	16	25	19	11	14
STRICKEN/HÄKELN	11	20	7	9	1	5	10	13
FREIZEITPARK/ATTRAKTIONEN	8	15	7	5	6	7	4	9
INS KINO GEHEN	6	15	2	5	7	3	3	8

**Platzierung überraschend: Social Media nicht in den Top 3**

Insgesamt beschäftigen sich Jugendliche wieder häufiger mit Video-, Brett- oder Kartenspielen, als nur Fotos oder Videos auf ihren sozialen Kanälen zu teilen. Tatsächlich landen Instagram und Co. weltweit überraschend nur auf Platz vier und bei folgenden Ländern sogar noch weiter unten: In Deutschland belegt das Posten Platz sechs (47 Prozent) und liegt damit gleichauf mit analogen Freizeitbeschäftigungen wie Puzzeln (47 Prozent). Ebenfalls auf Platz sechs landet das Posten in Frankreich (37 Prozent) und im Vereinigten Königreich (42 Prozent).

**Entertainment ohne Bildschirm**

Mit nur einem Prozentpunkt weniger als die Social-Media-Aktivitäten (51 Prozent) steht das analoge Spiel weltweit an fünfter Stelle der vermehrten Freizeitgestaltung (50 Prozent). In Deutschland landen Karten- und Brettspiele mit 35 Prozent jedoch lediglich an neunter Stelle. Stattdessen verbringen die deutschen Teens ihre Zeit verstärkt mit Zeichnen (Platz 5, 51 Prozent). Nur ein analoger Zeitvertreib hat es weltweit an die Spitze der Tabelle geschafft: der Aufbau eigener LEGO Sets. Vielleicht lassen sich auch Erwachsene von den Teenagern inspirieren, holen ihre LEGO Sets hervor und gönnen sich damit bewusste Auszeiten – für sich selbst oder mit ihren Kindern.

**Pressekontakt:**

rabach kommunikation GmbH & Co. KG  
Julia Ort  
Tel.: +49 40 413 463 1-12  
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](http://www.LEGO.com) entdeckt werden. Weitere Informationen zur LEGO® Gruppe, zu unseren finanziellen Ergebnissen und unserem sozialen Engagement finden Sie unter <http://www.LEGO.com/aboutus>.

LEGO, das LEGO Logo und die Minifigur sind Marken der LEGO Gruppe. © 2021 The LEGO Group.