



Pressemitteilung:

LEGO Gruppe feiert 90-jähriges Jubiläum

- 10. August ist Gründungsdatum der LEGO Gruppe – bis heute befindet sich das Unternehmen in Familienhand mit Thomas Kirk Kristiansen, Urenkel des Gründers, als Vorsitzenden der LEGO Gruppe
- Der neue LEGO® Play Well Report zeigt, dass Spielen Ausgeglichenheit und Glück bringt – für Kinder, Erwachsene und Familien
- Seit 90 Jahren ist es das erklärte Ziel des Unternehmens, Kinder zu inspirieren und zu fördern

München, 20. Juli 2022: Vor 90 Jahren hat ein dänischer Tischler in seiner Werkstatt in Billund, Dänemark, eine Reihe von kleinen Holzspielzeugen hergestellt. Seine erste Kollektion bestand aus bescheidenen 36 Artikeln, darunter Autos, Enten und Jojos. Dass die LEGO Gruppe zu einem der größten Spielzeugherstellern der Welt werden würde, konnte Ole Kirk Kristiansen 1932 nicht ahnen. Mit über 24.000 Mitarbeitern hat das dänische Familienunternehmen für das Geschäftsjahr 2021 zum zweiten Mal in Folge ein zweistelliges Umsatzwachstum verbucht und einen Umsatz von 7,4 Milliarden Euro erreicht. 2022 feiert die LEGO Gruppe 90-jähriges Jubiläum.

26 Jahre nachdem Ole sein erstes Holzspielzeug hergestellt hatte, patentierte sein Sohn Godtfred den heute bekannten LEGO® Stein. Aus ein paar einfachen Steinen in Grundfarben sind mittlerweile über 18.000 LEGO® Produkte entstanden, die jedes Jahr Millionen von Kindern und Erwachsenen zum Spielen anregen.¹

Stets stand und steht für das Unternehmen der besondere Mehrwert des Spielens für Kinder und Familien im Vordergrund: Neben Entwicklung und Training von wichtigen Fähigkeiten wie Kreativität und Kommunikation sind es insbesondere entspannende Spaßmomente sowie familiäre Zufriedenheit und Zusammenhalt, die das gemeinsame Spielen Familien beschert. Dass Spielen im Kreis der Familie Kinder glücklicher macht, sagen 95 Prozent der befragten Eltern im Rahmen des internationalen LEGO® Play Well Reports 2022², für den rund 33.000 Eltern sowie 24.000 Kinder in Europa, Nordamerika und Asien zum Thema Spielen befragt wurden. Gleichzeitig finden 84 Prozent der Kinder, dass ihre Eltern genau dafür zu wenig Zeit haben. Für viele von ihnen ist dafür auch ein Grund ersichtlich: der Job der Eltern.

Die AFOL Community aus erwachsenen LEGO® Fans zeigt: Spielen fasziniert über Generationen hinweg

Die Magie des Spielens gilt bei weitem nicht nur für Kinder, sondern auch für Erwachsene, bestätigt Spiel- und Neurowissenschaftler Prof. Dr. André Zimpel von der Universität Hamburg: „Spielen ist im weitesten Sinn eine Tätigkeit ohne ein bestimmtes Ziel. Auch ein Gedankenspiel

¹ Mehr spannende und unterhaltsame Fakten über die LEGO® Marke finden Sie im angehängten Fact Sheet

² Für den LEGO® Play Well Report wurden zwischen Januar und März 2022 knapp 33.000 Eltern sowie rund 24.000 Kinder im Alter von fünf bis zwölf Jahren in Europa, Nordamerika und Asien zum Thema Spielen befragt – darunter 1.006 Eltern und 784 Kinder aus Deutschland.

für wenige Augenblicke ist spielerisch. Wir nennen diesen Zustand Flow. Im Flow bewältigen wir tägliche Herausforderungen leichter, kommen auf neue Ideen und Lösungen und begegnen alltäglichem Stress deutlich entspannter."

Obwohl viele Erwachsene von diesem Potenzial wissen, kommen bei den allermeisten von ihnen spielerische Tätigkeiten im Alltag zu kurz, so eine repräsentative, in Deutschland durchgeführte Befragung unter 2.052 Personen.³ Jeder zweite Deutsche räumt in seiner Freizeit eher auf oder erledigt die Steuererklärung (48 Prozent), statt seinen Hobbies nachzugehen (33 Prozent). Von den Vorzügen des gemeinsamen Spielens bereits überzeugt ist dagegen die wachsende Gemeinschaft der AFOLs⁴ (Akronym für: Adult Fan Of LEGO®). „Wenn meine Kinder zu Weihnachten LEGO® Steine bekommen, dann sitzt auch der Opa noch mit auf dem Boden und baut mit. Das Faszinierende für mich ist, dass das LEGO Spielen so generationenübergreifend ist", sagt beispielsweise AFOL Daniel Schäfers des Vereins Schwabenstein 2x4 e.V. aus Stuttgart.

Die LEGO® Marke: Nicht nur bekannt, sondern auch sehr beliebt

Die LEGO® Marke ist im Rahmen des Global RepTrak® 100 Rankings, für das jährlich weltweit rund 100.000 Menschen befragt werden, in den vergangenen Jahren wiederholt als eine der angesehensten Marken⁵ ausgezeichnet worden. Darüber hinaus kürte das Global Best Brand Ranking der YouGov GmbH in Kooperation mit dem Handelsblatt die LEGO® Marke auf Basis einer repräsentativen Studie über Jahre hinweg als eine der beliebtesten Marken unter deutschen Verbrauchern.⁶

Die Bestrebungen der LEGO Gruppe: bis heute eine Familienangelegenheit

Eine andere Tatsache über das Unternehmen ist weniger bekannt: Der Spielwarenhersteller ist in vierter Generation weiterhin in der Hand der Gründerfamilie. Gründer-Enkel Kjeld Kirk Kristiansen hat zuletzt das Ruder an seinen Sohn Thomas Kirk Kristiansen übergeben.

„Als mein Urgroßvater das Unternehmen vor 90 Jahren gründete, erkannte er, dass Spielen das Leben von Kindern verändern kann - es bringt Familien zusammen und hilft Kindern, Fähigkeiten zu entwickeln, mit denen sie ihr volles Potenzial ausschöpfen können. Bereits in seiner kleinen Werkstatt setzte er sich von Anfang an zum Ziel, so vielen Kindern wie möglich die positiven Effekte des Spielens zu ermöglichen", so Thomas Kirk Kristiansen. „Ob 1932, 2022 oder zu unserem 100-jährigen Jubiläum im Jahr 2032, wir sind bestrebt, dieses Vermächtnis fortzuführen – für alle Familien, egal wo auf der Welt."

Eine bessere Zukunft gestalten: 25 Prozent der Gewinnausschüttungen der LEGO Gruppe fließen in die LEGO Foundation

Die letzten neun Jahrzehnte haben gezeigt, wie wichtig die Möglichkeit zum Spielen für alle Kinder ist. Deshalb fließen jedes Jahr 25 Prozent der Gewinnausschüttungen der LEGO Gruppe in die 1986 gegründete LEGO Foundation. Sie fördert weltweit Kinder, insbesondere auch die, die benachteiligt und von Krisen betroffen sind. Im vergangenen Jahr stellte die LEGO Foundation auf diesem Weg umgerechnet über 430 Millionen Euro für Kinder auf der ganzen Welt bereit. Zusammen mit Partnern wie zum Beispiel UNICEF oder dem Roten Kreuz hilft die LEGO Foundation zielgerichtet und vor Ort. Mit einer Sofortspende von umgerechnet rund 15 Millionen

³ Für die Online-Befragung der YouGov Deutschland GmbH wurden im Auftrag der LEGO GmbH 2.052 Personen ab 18 Jahre im April 2022 befragt

⁴ Mehr spannende und unterhaltsame Fakten über die AFOL Community finden Sie im angehängten Fact Sheet

⁵ Global RepTrak® 100 ist ein Ranking, das die Unternehmensreputation weltweit führender Unternehmen untersucht. Die jährlich vom Reputation Institute durchgeführte Studie mit weltweit über 100.000 Teilnehmern untersucht, wie Stakeholder Unternehmen wahrnehmen und wie sich diese Wahrnehmung auf das Kaufverhalten auswirkt.

⁶ Das Global Best Brand Ranking der YouGov GmbH in Kooperation mit dem Handelsblatt zeichnet jährlich auf Basis einer repräsentativen Studie die besten Marken der Welt aus Verbrauchersicht aus.

Euro unterstützten die LEGO Foundation, der Ole Kirk's Fond und die LEGO Gruppe im März 2022 die Menschen in der Ukraine - allen voran Kinder und ihre Familien. In Deutschland spendete die LEGO Foundation im vergangenen Jahr zusammen mit der LEGO Gruppe umgerechnet rund 960.000 Euro an das Rote Kreuz in Aachen, um unter anderem den Wiederaufbau von zehn Kindergärten zu unterstützen, die durch das Hochwasser zerstört wurden.

Jubiläumsaktivitäten rund um den Gründungstag am 10. August

Ein Highlight der diesjährigen Jubiläumsaktivitäten ist die aktuelle **LEGO® Play Challenge**.⁷ Gestartet zum internationalen Weltspieltag am 28. Mai 2022, lädt die LEGO GmbH auf der Website www.LEGO-moment.de/playchallenge über neun Wochen hinweg dazu ein, sich von Kindern inspirieren zu lassen und im Alltag auf mehr kreative Auszeiten und individuelle Spiel- und Spaßmomente zu setzen. Denn nur knapp jeder fünfte erwachsene Deutsche erlebt im Laufe des Tages mehr als zehn gesunde Lacher, Kinder kichern dagegen bis zu 400-mal täglich.

Ein besonderer Spielplatz wird am 10. August 2022 in West Harlem, New York City eröffnet. Inspiriert von der spielerischen, optimistischen Vorstellungskraft von Kindern aus New York wird er jetzt anlässlich des Gründungstages von Hebru Brantley, einem Künstler, Bildhauer und kreativen Allrounder, sowie der LEGO Gruppe zum Leben erweckt.

Unterstützend begleiten Prominente die Aktivitäten rund um das Jubiläum, wie beispielsweise Soul-Ikone Alicia Keys, der israelische Star-Koch Yotam Ottolenghi, die südkoreanische Musikerin Peggy Gou sowie aus Deutschland Profi-Fußballer Mats Hummels und Popsänger Sasha, sowie die Berliner Künstlerin Ruohan Wang.

Im deutschsprachigen Raum wird heute die neue Episode des **LEGO® Talk** veröffentlicht. In der prominent besetzten Talk-Runde diskutieren Spielexperte Prof. Dr. André Zimpel, der Popsänger und Entertainer Sasha, die Künstlerin Ruohan Wang und der Journalist Johannes Zenglein darüber, was Erwachsene von Kindern über die positive Wirkung des Spielens lernen können. Die Talkreihe wird auf der LEGO® Website <https://www.lego.com/de-de/gemeinsam-stark> sowie den Social-Media-Kanälen YouTube, Instagram und Facebook des Unternehmens veröffentlicht.

Über die LEGO Gruppe:

Die Mission der LEGO Gruppe ist es, Kinder zu inspirieren und in ihrer Entwicklung zu fördern. Das „LEGO® System in Play“ gibt Kindern und Erwachsenen Fans die Möglichkeit, eine Welt aus LEGO® Steinen zu bauen, die der eigenen Fantasie und Kreativität entspringt und keine Grenzen kennt. Die LEGO Gruppe wurde 1932 in Billund, Dänemark von Ole Kirk Kristiansen gegründet. Der Name leitet sich von den beiden dänischen Wörtern LÉg GOdt ab, was so viel wie „Spiel gut“ bedeutet. Auch heute noch ist die LEGO Gruppe ein Familienunternehmen mit Hauptsitz in Billund. Ihre Produkte werden jedoch mittlerweile in mehr als 130 Ländern weltweit verkauft. Für weitere Informationen: www.LEGO.com

Hinweis für Redaktionen:

Deutschsprachiges Pressematerial kann hier heruntergeladen werden: www.legonewsroom.de
Englischsprachiges Pressematerial hier: www.lego.com/de-de/aboutus/newsroom/

Pressekontakt:

consense communications GmbH (GPRA)
Mara Pfaffl / Phaedra Jeta
Wredestraße 7 / 80335 München
t: +49 89 23 00 26 43
f: +49 89 23 00 26 79
lego@consense-communications.de

⁷ Die Aktion ruft Familien und Erwachsene dazu auf, Spielen wieder mehr in den Alltag zu integrieren. Teilnahme auf www.LEGO-moment.de/playchallenge und allen LEGO Social-Media-Kanälen