



L E G O Pressemitteilung

Anspruchsvolles Bauvergnügen für Erwachsene

München, Juni 2015. Männer lieben Herausforderungen: Die sprichwörtlichen Ärmel hochzukrempeln, sich in knifflige Details zu vertiefen, technischen Raffinessen auf den Grund zu gehen und selbst etwas zu schaffen - das macht den Reiz der Produkte in der LEGO Men Kampagne aus. Stein für Stein werden erwachsene Fans zu Ingenieuren, Architekten, Regisseuren oder Abenteurern. Die Kampagne, die 2010 ins Leben gerufen wurde, bündelt LEGO Sets aus unterschiedlichsten Themenwelten.

Der LEGO Technic Mercedes-Benz Arocs, der im August erscheint, ist mit 2.753 Elementen das größte LEGO Technic Modell, das jemals produziert wurde. Ausgestattet mit einem Power Functions L-Motor und einem modernen und aktualisierten pneumatischen System bietet das Modell zahlreiche realitätsgetreue Funktionen. Dank ausfahrbarer Stützfüße, einem automatisierten Kranarm, einer Greifklaue sowie einer funktionsfähigen Kippmulde kommt echtes Baustellenflair auf. Als 2-in-1-Modell lässt sich der LEGO Technic Mercedes-Benz Arocs außerdem in einen robusten Mercedes-Benz Autokran-Sattelzug umbauen.

Auch das neue LEGO Architecture Louvre Set, das ab September erhältlich ist, gehört zur LEGO Men Kampagne. Mit seinem Vorbild teilt das detailgetreue Pendant seine faszinierende Architektur: Sowohl der Pavillon de l'Horloge als auch die berühmte Glaspypamide können mit dem Set aus LEGO Steinen nachgebildet werden und bringen ein Stück Paris ins eigene Wohnzimmer. Ferne Galaxien rücken mit dem LEGO Star Wars™ TIE Fighter™ in greifbare Nähe. Die LEGO Version des legendären imperialen Starfighters mit 1.685 Elementen verspricht anspruchsvolle Bauerlebnisse und verfügt neben aufwändigen Details über eine aufklappbare Dachluke sowie einen TIE Fighter™ Piloten als exklusive Minifigur. Doch nicht nur Filmliebhaber kommen bei der LEGO Men Kampagne auf Ihre Kosten: Echte Serienfans geraten bei dem LEGO The Simpsons™ Kwik-E-Mart, Springfields „freundlichem Minimarkt mit den unfreundlichen Preisen“, ins Schwärmen. Erwachsene Baumeister können sich bei diesem Set unter anderem auf sechs Minifiguren freuen – darunter auch Snake, der exklusiv nur in diesem Bauset erhältlich ist.

Mit den Produkten der LEGO Men Kampagne können Erwachsene ihrer Spiel- und Bauleidenschaft nachgehen und sich die spannendsten Bauerlebnisse ins Wohnzimmer holen. Auch 2015 wird die Kampagne fortgesetzt – mit neuen Inspirationen für diejenigen, die wieder einmal ganz Kind sein möchten. Unter LEGOMen.de ist alles zu finden, was große Jungs begeistert.

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

Pressekontakt

LEGO GmbH
Pressestelle
Katharina Redmonds
Tel.: +49 89 4534 6316
Presse@LEGO.com

Klenk & Hoursch AG
PR Leadagentur D/A/CH
Ina Bauer
Tel.: +49 89 4702 77116
LEGO@klenkhoursch.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 und die Minifigur sind Marken der LEGO Gruppe. © 2015 The LEGO Group.