



LEGO Pressemitteilung

Studie zeigt: Zeitmangel und digitale Kluft limitieren wöchentliche Spielzeit in Familien

In jeder dritten deutschen Familie wird weniger als 43 Minuten pro Tag gespielt

München, 29. Januar 2019. Glück im Spiel, Glück in der Familie – es könnte so einfach sein. Eine Studie der LEGO Gruppe zeigt jedoch, dass in vielen deutschen Familien die Zeit zum Spielen fehlt. Und das, obwohl sich Eltern in Deutschland einig sind, dass Spielen entscheidend für die kindliche Entwicklung und die Zufriedenheit der Kinder ist. Auch die elterliche Zufriedenheit – und damit das Glücksgefühl in der Familie – steigert sich durch das gemeinsame Spiel. Dennoch geben rund vier von zehn der über 1.000 befragten Eltern an, dass sie zu wenig Zeit in das gemeinsame Spiel mit ihren Kindern investieren (37 Prozent) und ihre Freizeit zum Spielen nicht ausreicht (42 Prozent). Fast jeder zweite Elternteil (48 Prozent) lässt sich laut eigener Aussage zudem durch Smartphone, E-Mails oder alltägliche Haushaltsaufgaben leicht vom Spiel mit den Kindern ablenken. Die Folge: In jeder dritten Familie in Deutschland wird weniger als fünf Stunden pro Woche gemeinsam gespielt, elf Prozent der Eltern spielen sogar weniger als zwei Stunden wöchentlich mit ihren Kindern. Diese Studienergebnisse präsentierte die LEGO GmbH heute auf der Internationalen Spielwarenmesse in Nürnberg. Im Rahmen des „LEGO® Play Well Report“ hatte die LEGO Gruppe 1.024 Eltern und 414 Kinder aus Deutschland befragt*.

Die digitale Spiel-Kluft zwischen Eltern und Kindern

Neben Zeitmangel und alltäglichen Ablenkungen offenbart der LEGO Play Well Report noch weitere Hürden, die ein unbeschwertes Spielerlebnis von Familien in Deutschland behindern. So wird das gemeinsame Spiel in Familien insbesondere durch die digitale Kluft zwischen Eltern und Kindern beeinträchtigt. Während 41 Prozent der befragten Eltern bezweifeln, dass digitales Spielen kreativ ist, und den positiven Einfluss dieser Spielart auf das Familienleben infrage stellen, steht sowohl digitaler als auch haptischer Spielspaß bei Kindern hoch im Kurs. Eltern dagegen trennen die verschiedenen Spielformen stark und bevorzugen für ihre Kinder hauptsächlich nicht digitale Spielarten.

„Kinder verstehen die digitale und physische Welt als Einheit und sind Vorreiter für eine neue Welt des Spielens, die wir ‚Fluid Play‘ nennen. Dabei verschmelzen Realität, die Fantasie der Kinder und digitale Erlebnisse zu einer Welt“, so Rebecca Snell, Senior Marketing Direktorin der LEGO GmbH. „Für Kinder ist Spielen einfach Spielen. Das können wir Erwachsenen von ihnen lernen.“

Gemeinsames Spiel steigert das Familienglück

Der LEGO Play Well Report zeigt einen deutlichen Zusammenhang zwischen der gemeinsamen Spielzeit und der grundsätzlichen Zufriedenheit innerhalb von Familien auf. Sinkt laut den befragten Eltern die gemeinsam mit Spielen verbrachte Zeit unter fünf Stunden pro Woche, wirkt sich dies auf das Glücksgefühl in der Familie aus: Lediglich 71 Prozent bezeichnen sich dann noch als glücklich. Ganz im Gegensatz zu Familien, die mehr Zeit ins gemeinsame Spiel investieren – hier liegt die erhobene Zufriedenheit bei 87 Prozent. „Weil mehr familiäre Spielzeit, ganz gleich welcher Art, das Glücksgefühl der ganzen Familie steigert, sollten wir dem Spielen im Alltag mehr Priorität einräumen – und dabei die digitale Kluft überwinden.“, so Rebecca Snell.

Der LEGO Play Well Report kann [hier](#) heruntergeladen werden.

*Für den LEGO® Play Well Report wurden insgesamt knapp 13.000 Eltern sowie Kinder im Alter von fünf bis zwölf Jahren in Europa, Nordamerika und Asien zum Thema Spielen befragt – darunter 1.024 Eltern und 414 Kinder aus Deutschland. Der Bericht untersucht die Sichtweisen von Eltern und Kindern zu den Vorteilen des gemeinsamen Spielens in der Familie, den Vorlieben von Kindern beim Spielen, zu Kompetenzen für die Zukunft, digitaler Sicherheit von Kindern und spielerischem Lernen. Alle Ergebnisse des Berichts stammen – sofern nicht anders angegeben – von insgesamt 9.249 Eltern mit Kindern im Alter von 1,5 bis zwölf Jahren und von 3.723 Kindern im Alter von fünf bis zwölf Jahren, die zwischen Februar und März 2018 in einer 20-minütigen quantitativen Online-Umfrage in neun Ländern (China, Dänemark, Frankreich, Deutschland, Mexiko, Russland, Saudi-Arabien, Großbritannien und den USA) befragt wurden.

Hinweise für die Redaktion

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

Pressekontakt

LEGO GmbH

Pressestelle
Janina Roso
Tel.: +49 89 4534 6315
Presse@LEGO.com

rabach kommunikation

PR Agentur D/A/CH
Kathrin Trowitz/Adriana Jahns
Tel.: +49 40 413 463 116
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, zu unseren finanziellen Ergebnissen und unserem sozialen Engagement finden Sie unter <http://www.LEGO.com/aboutus>.