



LEGO Pressemitteilung

Die Social-Media-Karriere läuft dem Astronauten-Beruf den Rang ab

Eine internationale Umfrage der LEGO Gruppe zeigt, dass viele Kinder heutzutage lieber YouTuber als Weltraumpilot werden wollen

München, 16. Juli 2019. Der erste Schritt eines Menschen auf dem Mond am 21. Juli 1969 sorgte für eine wahrhaftige Weltraum-Faszination bei Jung und Alt. Und dennoch begeistert der Traumberuf des Astronauten Kinder im Jahr 2019 immer weniger, wie eine internationale Umfrage¹ der LEGO Gruppe zeigt. Obwohl das Interesse für das Weltall unter den befragten 3.000 Kindern aus drei Ländern allgemein groß ist (86 Prozent), möchte vor allem der Nachwuchs aus den USA und Großbritannien lieber YouTuber (29 Prozent) als Astronaut (11 Prozent) werden. Ganz anders in China: Hier träumen 55 Prozent der befragten Kinder davon, als Astronaut ins All zu fliegen.

Danke, Weltraumforschung: das All im Alltag

Die Umfrage der LEGO Gruppe zeigt auch, dass nur ein Viertel aller befragten Kinder weiß, welche Ergebnisse der Raumfahrtforschung in Erfindungen des Alltags fließen. Ob Wettervorhersagen per Satellit, Sportschuhe oder die Entwicklung von 3D-Druckern – einem Viertel der befragten Kinder (25 Prozent) ist heutzutage kaum bewusst, wie sehr sie von Weltraumtechnologien im Alltag profitieren. Immer weniger richtet sich der Blick der Acht- bis Zwölfjährigen nach oben zu den Sternen, sondern vermehrt nach unten auf das Display ihres Smartphones. Ungeachtet dessen, dass auch die Entwicklung des Smartphones erst durch die Raumfahrtforschung möglich gemacht wurde.

Leben auf einem anderen Planeten

Generell übt der Weltraum nach wie vor eine große Faszination auf Kinder aus. 86 Prozent der Befragten interessieren sich nach den Umfrage-Ergebnissen der LEGO Gruppe für Raumfahrt. Drei Viertel der Kinder glauben daran, dass Menschen irgendwann im All oder auf dem Mars leben werden, und träumen davon, selbst ins Weltall zu fliegen. Und das Interesse an der Raumfahrt wächst weiter: Fast alle Kinder (90 Prozent) möchten mehr über den Weltraum und die Raumfahrtforschung lernen; 71 Prozent informieren sich bereits selbstständig dazu, beispielsweise im Internet.

¹An der internationalen Harris Poll Online-Umfrage im Auftrag der LEGO Gruppe nahmen im April 2019 3.000 Kinder im Alter von acht bis zwölf Jahren teil. Ziel der Untersuchung war es, herauszufinden, welchen Stellenwert Kinder der Raumfahrt zukommen lassen und wie sie sich die zukünftige Entwicklung vorstellen. Die Teilnehmer der Umfrage setzen sich aus jeweils 1.000 Kindern aus China, den USA und Großbritannien zusammen.

Karriere als Weltraum-Botaniker

Der ehemalige NASA-Astronaut Michael Massimino aus den USA berichtete, dass bereits viele Raumfahrt-Größen über das Spielen mit LEGO Steinen ihre Leidenschaft für das Weltall entdeckt haben. Dass allerdings nicht nur der Beruf des Astronauten für die Raumfahrt relevant ist, wissen nicht alle Kinder. Während etwas mehr als die Hälfte der Befragten (54 Prozent) Ingenieure und Programmierer der Raumfahrtforschung zuordnen können, schätzen gerade mal 7 Prozent der Kinder richtig ein, dass diese beispielsweise auch Gärtner oder Landwirte inkludiert. Ob also grüner oder digitaler Daumen – eine Karriere in der Weltraumforschung ist genauso vielfältig wie die Welt der YouTube-Stars.

Übrigens ...

- 2003 befanden sich Fotos von zwei LEGO Weltraum-Minifiguren (Sandy Moondust und Biff Starling) an Bord der NASA-Mars-Rover „Spirit“ und „Opportunity“.
- 2011 waren drei speziell entwickelte LEGO Minifiguren aus Aluminium Passagiere der „Juno“, einer NASA-Raumsonde, die den Jupiter aus einer polaren Umlaufbahn erforscht.

Hinweise für die Redaktion

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

Pressekontakt

LEGO GmbH

Pressestelle

Joëlle Homberger

Tel.: + 49 89 4534 6176

Presse@LEGO.com

rabach kommunikation

Produkt-PR D/A/CH

Lisa Ulsamer

Tel.: +49 40 413 463 1-11

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>.

LEGO, das LEGO Logo und die Minifigur sind Marken der LEGO Gruppe. © 2019 The LEGO Group.