



27.08.2024 - 17:26 Uhr

Endloses Spielen: Die LEGO Gruppe ermutigt Fans, ihre Steine weiterzugeben



München (ots) -

Die neue Kampagne der LEGO Gruppe "Made to be played" stellt die Vielseitigkeit des LEGO® Steins in den Vordergrund und zeigt, wie er über Generationen hinweg weitergegeben werden kann, dabei seine Qualität beibehält und die Kreativität immer wieder aufs Neue weckt. Die Kampagne stellt unter anderem einige der ikonischen LEGO Sets der vergangenen Jahre vor, darunter das erste LEGO Schloss von 1978, das Galaxy Explorer Set von 1979 und das Black Seas Barracuda Piratenschiff von 1989.

Seit ihrer Einführung im Jahr 1958 haben die LEGO Steine dank ihres einzigartigen Designs und ihres kompatiblen Stecksystems nichts von ihrer Beliebtheit verloren. Vor 66 Jahren entwickelt, ist es der LEGO Gruppe mit dem LEGO Stein gelungen, ein zeitloses Spielzeug zu schaffen, das Kindern und Erwachsenen unendliche Spielmöglichkeiten bietet. Dank seiner Qualität kann es von Generation zu Generation weitergegeben und immer wieder neu benutzt werden.

Die Eigenschaft, dass LEGO Steine ihre Festigkeit beim Stapeln nicht verlieren, bezeichnet die LEGO Gruppe als "Haftkraft". Die verwendeten Materialien müssen dabei stets strengsten Sicherheits-, Qualitäts- und Haltbarkeitsstandards entsprechen und werden mit einem Höchstmaß an Präzision und [Sicherheit für Kinder](#) hergestellt.

Ohne Kompromisse bei der Qualität und Sicherheit einzugehen, arbeitet die LEGO Gruppe daran, den Anteil an [nachhaltigen Rohstoffen](#) in ihren Steinen zu erhöhen, um ihr Ziel zu erreichen, bis 2032 LEGO Produkte aus erneuerbaren und recycelten Materialien herzustellen.

Annette Stube, Chief Sustainability Officer, sagt dazu: "LEGO Steine sind dafür gemacht, immer wieder damit zu spielen - und unser Anliegen ist es, dass unsere Fans diese weitergeben, wenn sie nicht mehr gebraucht werden. Der beständige Wert von LEGO Steinen ist untrennbar mit unserem Engagement für Nachhaltigkeit verbunden. Durch die Entwicklung von Steinen, die Generationen überdauern, wollen wir zu unendlicher Kreativität inspirieren und verhindern, dass sie unnötig entsorgt werden. Wir ermutigen unsere Fans nicht nur, die Steine im Spiel zu behalten, sondern suchen auch nach weiteren Möglichkeiten, diese durch unsere Rücknahmeinitiativen wiederzuverwenden."

Anfang dieses Jahres hat die LEGO Gruppe ihr LEGO Replay Rücknahmeprogramm in Großbritannien ausgeweitet und baut damit auf der erfolgreichen Einführung von LEGO Replay in den USA und Kanada auf. In Deutschland und den USA testet die LEGO Gruppe auch andere Möglichkeiten, um noch mehr Menschen zum Eintauch gebrauchter LEGO Steine zu bewegen. Mit diesen [Pilotprojekten](#) sammelt die LEGO Gruppe gleichzeitig Erfahrungen, auf welche Art und Weise LEGO Fans bereit sind, an solchen Rücknahmeprogrammen teilzunehmen.

Nachhaltige LEGO Steine

Im Rahmen ihres Innovationsprozesses, LEGO Produkte nachhaltiger zu gestalten, macht das Unternehmen kontinuierlich Fortschritte. Dazu gehören der verstärkte Einsatz nachhaltigerer Rohstoffe und die Einführung [papierbasierter Innenverpackungen](#), während gleichzeitig der CO₂-Fußabdruck in jedem Schritt des Produktionsprozesses reduziert wird.

Im Jahr 2023 waren 18 Prozent des eingekauften Harzes nach den [Grundsätzen der Massenbilanz](#) zertifiziert, was einem geschätzten Durchschnittswert von 12 Prozent erneuerbarer Quellen für LEGO Produkte entspricht. Die LEGO Gruppe plant diesen Prozentsatz im Jahr 2024 und darüber hinaus deutlich zu erhöhen.

Auf dem Weg zu nachhaltigeren LEGO Steinen und Elementen hat die LEGO Gruppe mehr als 600 verschiedene Materialien getestet. Erfolgreich waren zum Beispiel Bio-Polyethylen (Bio-PE), aus dem heute bereits mehr als 200 verschiedene botanische Elemente und Zubehör für Minifiguren hergestellt werden, oder ein neues Material namens arMABS, das aus recyceltem Kunstmarmor hergestellt wird. arMABS ist bereits in über 500 verschiedenen transparenten LEGO Elementen wie Lichtschwertern, Windschutzscheiben und Fenstern zu finden.

Die LEGO Gruppe hat noch weitere Innovationen geplant, darunter die Entwicklung eines Materials namens ePOM, das mit Hilfe modernster Technologie erneuerbare Energie und CO2 aus Bioabfall mischt. Geplant ist, dass ePOM ab 2025 für starre LEGO Elemente wie Radachsen verwendet werden soll.

Eine nachhaltige Zukunft gestalten

Die aktuelle Kampagne findet zu einer Zeit statt, in der die LEGO Gruppe hinsichtlich [Nachhaltigkeitsinitiativen](#) nichts unversucht lässt. Das Unternehmen hat seine Ausgaben für Umweltinitiativen im Jahr 2023 gegenüber 2022 um 60 Prozent erhöht und plant, seine jährlichen Ausgaben bis 2025 im Vergleich zu 2023 zu verdoppeln, unterstützt durch das Ziel des Unternehmens, die Treibhausgasemissionen bis 2032 im Vergleich zu 2019 um 37 Prozent zu senken und bis 2050 Netto-Null-Emissionen zu erreichen.

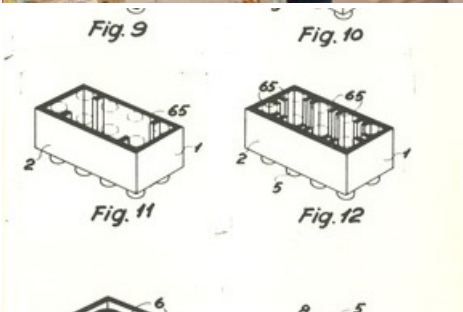
Pressekontakt:

consense communications GmbH (GPRA)
Kerstin Hunold
Friedenstraße 6a / 81671 München
t: +49 89 23 00 26 50
lego@consense-communications.de

Medieninhalte



LEGO Gruppe - "Made to be played" Kampagne / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/65052 / Die Verwendung dieses Bildes für redaktionelle Zwecke ist unter Beachtung aller mitgeteilten Nutzungsbedingungen zulässig und dann auch honorarfrei. Veröffentlichung ausschließlich mit Bildrechte-Hinweis.



Das LEGO® Stein Patent von 1958 / Weiterer Text über ots und www.presseportal.de/nr/65052 / Die Verwendung dieses Bildes für redaktionelle Zwecke ist unter Beachtung aller mitgeteilten Nutzungsbedingungen zulässig und dann auch honorarfrei. Veröffentlichung ausschließlich mit Bildrechte-Hinweis.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100015555/100922397> abgerufen werden.