

LEGO® CITY und NATIONAL GEOGRAPHIC KIDS

Consumer Press Release

For Release

National Geographic Kids und LEGO® City machen Kindern Lust den Urwald zu entdecken

STUTT GART (Juli 2017) - National Geographic Kids und LEGO® City starten ein gemeinsames Projekt, um Kinder für den Lebensraum Urwald zu begeistern. Sie sollen dabei Lust bekommen, den Dschungel zu erkunden, zu entdecken und spielerisch zu lernen, wie wichtig die Erhaltung dieser Gebiete ist.

Der National Geographic Explorer Andrés Ruzo ist bekannt für seine wissenschaftliche Arbeit und die Entdeckung des „Kochenden Fluss“ im Amazonas-Gebiet. Er ist federführend für das Projekt verantwortlich und begeistert davon, sein Wissen über diese Lebensräume mit jungen zukünftigen Entdeckern teilen zu können. Durch die LEGO® City Dschungel-Sets mit Fahrzeugen und LEGO-Minifiguren gelingt es Ruzo, den Kindern auf unterhaltsame Weise zu vermitteln, wie einzigartig diese Urwaldlandschaften sind, mit ihrer Artenvielfalt, den unglaublichen Pflanzen und Tieren und wie wichtig es ist, sie für die Zukunft zu erhalten.

Ruzo sagt dazu: *„Von allen meinen Expeditionen in die Regenwälder des Amazonas, ist diese hier die, die mein neunjähriges Ich auf jeden Fall hätte machen wollen! Die Mission ist es, den heiligen und geheimnisvollen ‚Kochenden Fluss‘ im Amazonas-Gebiet, tief im Herzen des Dschungels, zu erkunden. Das Ziel ist dabei, Kinder dazu zu inspirieren, sich um den Urwald und die Welt Gedanken zu machen. Zu den Werkzeugen gehört Hightech-Ausrüstung wie Drohnen, GPS, Wärmebildkameras – und natürlich die neuen LEGO® City Dschungel-Sets! Ich will, dass die Kinder den Dschungel lieben lernen, verstehen und schützen wollen, so sehr wie ich das möchte. Schon lange bevor ich in den Urwäldern auf Entdeckungsreise ging, träumte ich als kleiner Junge von meinen eigenen Dschungel-Abenteuern. Das ist der Grund, warum ich von den LEGO® City Dschungel Produkten so begeistert bin. Ich will, dass die nächste Generation von Urwald-Entdeckern im Spiel heranwächst.“*

LEGO City Designer Andrew Butler Coghill, der an der Entwicklung der neuen Dschungel-Modelle maßgeblich beteiligt war, erklärt: *„Für uns sind Kinder die Vorbilder. Wir sind davon überzeugt, dass es ein großartiger Weg ist, Kinder für den echten Urwald zu begeistern, wenn man sie auf ein LEGO Dschungel-Abenteuer mitnimmt. Es war enorm motivierend, die Reaktionen der Kinder zu sehen, als sie die Produkte testeten. Und ich bin sehr froh, dass National Geographic Kids diese Partnerschaft mit uns eingegangen ist, um Kindern mit Hilfe unserer Modelle etwas über das Leben im Dschungel beizubringen.“*

Als Teil des Projekts werden LEGO® City und National Geographic Kids auch ein Gewinnspiel auf den Weg bringen, bei dem eine Familien-Expedition mit National Geographic Expeditions in den Urwald von Costa Rica in Zentralamerika als Hauptpreis winkt! Die Gewinner-Familie wird die Berge und die von Vulkanen geprägten Regionen des Rio Blanco erkunden, wird an Seilrutschen durch den

tropischen Regenwald gleiten, umgeben von einer beeindruckenden Fauna. Ebenso gehört der Besuch einer Wildkatzen-Rettungsstation dazu, um einige der dort lebenden Ozelots und Jaguare zu sehen, sowie ein Essen in einem Baumhaus. Eben das volle Dschungelleben.

Am Gewinnspiel teilnehmen dürfen Kinder im Alter von 6 bis 16 Jahren, die in den USA, UK, den Benelux-Staaten, Deutschland, Österreich, Schweiz, Italien, Spanien, Frankreich, Schweden, Dänemark, Finnland, Norwegen, Polen, Ungarn, Tschechien, Rumänien und Russland leben. Um gewinnen zu können, sollen sich die Teilnehmer etwas ausdenken, was sie tief im Urwald entdecken könnten – und das sie dann malen oder mit LEGO-Steinen bauen. Mehr Details gibt es zum Nachlesen im Internet unter: www.LEGO.com/jungle .

In Deutschland erscheint die National Geographic Kids-Ausgabe mit Themenschwerpunkt „Urwald“ und LEGO Integration am 9. August, herausgegeben vom Panini Verlag. Die Spezial-Ausgabe beinhaltet faszinierende und begeisternde Beiträge rund um das Thema, inklusive einem Poster zum Herausnehmen, das die Kinder als Kulisse für ihr fantasiereiches Spiel nutzen können.

Zusätzlich beinhaltet diese Ausgabe als Extra das LEGO® City und National Geographic Kids „Entdeckerhandbuch“. Das kleine Nachschlagewerk gibt nützliche Tipps für alles, was man im Urwald wissen muss: Von „Was muss ich packen?“ bis „Wie wehre ich mich im Notfall gegen einen Kaiman?“. Das „Entdeckerhandbuch“ ist prall gefüllt mit Spaß, Wissen und Aktivitäten für Kinder.

Natürlich kann man den Urwald auch online mit LEGO® City und National Geographic Kids erkunden: Kinder können Teil der Dschungel-Expedition auf www.LEGO.com/jungle werden und finden dort spaßige Fakten, Spiele und Videos. Seit Mitte Juli ist auch eine National Geographic Kids-Seite online, die sich ganz dem Urwald widmet. Diese ist unter www.natgeokids.com/jungle zu erreichen und wendet sich an Kinder und Erwachsene weltweit. Die Seite enthält viel interessantes Dschungel-Wissen, Spaß und Spiele für Kids. Auf www.LEGO.com/jungle gibt es zudem Videos zu sehen, die Andrés Ruzo und seine LEGO-Kollegen auf ihren Fahrten durch das Amazonas-Gebiet zeigen: Erzieherisch wertvolle und beeindruckende Reisen, voller Abenteuer und Entdeckungen.

Mehr Informationen gibt es auf www.LEGO.com/jungle und auf www.natgeokids.com/jungle . Mehr zur deutschen Ausgabe von National Geographic Kids findet sich auf www.paninishop.de/natgeokids.

Über National Geographic Partners

National Geographic Partners LLC (NGP), ein Joint Venture der National Geographic Society und 21st Century Fox, veröffentlicht weltweit Premium-Content zu den Themen Wissenschaft, Abenteuer und Forschung. NGP vereint die Pay TV-Sender National Geographic, Nat Geo Wild und Nat Geo people mit den weiteren Kanälen von National Geographic wie das National Geographic Magazin, National Geographic Kids, National Geographic Studios, digitale Medien und Social Media-Plattformen, Bücher, Karten sowie zusätzlichen Aktivitäten wie Reisen, Events, Archiv und das Lizenz- und E-Commerce Geschäft. National Geographic hat sich seit knapp 130 Jahren der Mission verschrieben immer weiter voran zu gehen und erreicht monatlich 730 Millionen Menschen in 172 Ländern und in 43 Sprachen auf der ganzen Welt. 27 Prozent der Einnahmen von National Geographic Partners LLC wird genutzt, um die National Geographic Society bei der Förderung der Wissenschaft und Bildung zu unterstützen. In Deutschland wird National Geographic Partners LLC vertreten durch die Fox Networks Group Germany.

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. © 2017 The LEGO Group.

Über den Panini Verlag

Die Panini-Gruppe mit Sitz im italienischen Modena ist der weltweit größte Verleger von Sammelprodukten. Das Unternehmen beschäftigt mehr als 1000 Mitarbeiter in zwölf Tochtergesellschaften. Die Panini Verlags GmbH ist Deutschlands größter Verlag im Kinder- und Jugendsegment sowie Deutschlands größter Comic-Verlag. Am Firmensitz in Stuttgart sind rund 70 Mitarbeiter tätig. Panini in Deutschland veröffentlicht jährlich rund 130 Buch-, 880 Comic- und 70 Magazin-Titel sowie diverse Sammelkollektionen (Sticker, Trading Cards und mehr). Das Verlagsprogramm umfasst zudem DVDs und Kalender. Neben den Segmenten Kids, Boys und Girls setzt Panini mit Magazinen verstärkt auf Frauen als Zielgruppe.