

Vom Holz- zum Weltmarktspielzeug

Geschichte und Gegenwart der Lego Gruppe

geschrieben von Jan Sturm

Vor mehr als 90 Jahren hat ein dänischer Tischler in seiner Werkstatt in Billund, Dänemark, eine Reihe von kleinen Holzspielzeugen hergestellt. Seine erste Kollektion bestand aus 36 Artikeln, darunter Autos, Enten und Jojos. Dass die Lego Gruppe zu einem der größten Spielzeughersteller der Welt werden würde, konnte Ole Kirk Kristiansen 1932 nicht ahnen. Kaum ein Spielzeug hat es geschafft, Generationen von Kindern und Erwachsenen gleichermaßen zu begeistern, wie die bunten Steine der Lego Gruppe. Dabei steht »Lego« für mehr als nur Spielzeug: Es fördert Kreativität, stärkt familiären Zusammenhalt und inspiriert Menschen weltweit, die eigenen Ideen Wirklichkeit werden zu lassen.

Von der Spielzeugente zum Lego Stein

Bereits 1934, zwei Jahre nach der Gründung, gab Christiansen seinem Unternehmen den Namen »Lego«, eine Kombination aus den dänischen Wörtern »leg godt«, was übersetzt »spiel gut« bedeutet. Dieser Name ist bis heute die Philosophie des Unternehmens. 26 Jahre nach der Gründung patentierte Sohn Godtfred den heute bekannten Lego Stein. In seiner Form unverändert, bildet der Lego Stein bis heute die Grundlage für das Produktportfolio. Mit seiner Entwicklung hat die Lego Gruppe nicht nur ein Spielzeug erfunden, sondern ein Konzept, das Kreativität und Fantasie fördert.

Spielen ist eine Superkraft -über Generationen hinweg

Für das Unternehmen steht seit jeher die Kraft des Spielens im Vordergrund: Für Kinder und ihre Entwicklung ist spielerisches Lernen elementar, um ihre Stärken zu entdecken, ihre Talente zu entfalten und sich in ihrer Identität bestärkt zu fühlen. Indem Kinder ihrer Kreativität freien Lauf lassen, werden sie zu Gestalterinnen und Gestaltern der Zukunft. Jedes Kind weltweit sollte das Recht und die Chance bekommen, beim Spielen wichtige Zukunftskompetenzen zu entwickeln und dabei Spaß zu haben. Dieser Mission und gesellschaftlichen Verantwortung folgend, agiert die Lego Gruppe. So erwirkte das Unternehmen mit weiteren globalen Partnern die Einführung des Internationalen Tags des Spielens als offiziellen Aktionstag der Vereinten Nationen UN, der seit 2024 jährlich am 11. Juni die Aufmerksamkeit auf das Recht auf Spiel lenkt.

Die Magie des Spielens gilt bei weitem nicht nur für Kinder. »Kidulting« liegt voll im Trend und bietet auch Erwachsenen Mikroabenteuer und Entspannung im Alltag. Überzeugt ist bereits die wachsende Gemeinschaft der AFOLs (Akronym für: Adult Fan of Lego). Sie sind es auch, die maßgeblich zum Kultstatus beitragen. Mit Plattformen wie Lego Ideas gibt die Lego Gruppe ihren Fans die Möglichkeit, eigene Designs einzureichen; einige werden in offiziellen Sets umgesetzt.

Am Puls der Zeit

Seit jeher entwickelt die Lego Gruppe ihre Produkte mit Fokus auf den Interessen, Bedürfnissen und Lebensrealitäten ihrer Zielgruppen. Bereits in den 1970er Jahren wurden die ersten Themenwelten wie Lego City eingeführt, die den Alltag in Miniaturform abbildete. 1978 wurde die Lego Minifigur geboren. Die gelben Figuren wurden zum Bindeglied zwischen Spielenden und Bauwelten und tragen bis heute dazu bei, Lego Spielwelten noch lebendiger zu machen.

Auch Diversität spiegelt sich in den Lego Produkten wider. So wurden beispielsweise im Januar 2025 Spielzeugprodukte mit Sonnenblumen-Symbol eingeführt, um Personen mit nicht sichtbaren Einschränkungen wie chronische Erkrankungen zu repräsentieren. Ein weiteres Beispiel sind Lego Braille Bricks, welche spielerisch und inklusiv Familienmitglieder – blind, sehbehindert oder sehend – verbinden und eine gemeinsame Lernerfahrung ermöglichen.

Kinder leben in einer zunehmend digitalen Welt. Die Lego Gruppe hat früh erkannt, dass Digitalisierung neue Wege ermöglicht, wie Kinder spielen und Geschichten erleben können.

Produkte wie Lego Super Mari kombinieren traditionelle Lego Steine mit interaktiven Figuren, die durch Sensoren und eine App ergänzt werden. Spielerinnen und Spieler können so sowohl bauen als auch digitale Abenteuer erleben. Gemeinsam mit Epic Games erschafft die Lego Gruppe auch digitale Spielerlebnisse wie Lego Fortnite, die eine Brücke zwischen realem und digitalem Spielspaß schlagen.

Durch eigene Innovationen und Kooperationen mit Marken wie Fortnite, Harry Potter, Marvel und Disney verbindet die Lego Gruppe Fan-Gemeinschaften auf der ganzen Welt. 2024 feierte Lego Star War 25-jähriges Jubiläum. So hat sich die Lego Gruppe über die Jahre ihren Platz in der Popkultur gefestigt: Ob in Filmen, Videospielen oder Ausstellungen – die Steine sind überall präsent.

Weit mehr als Spielzeug

Die Lego Gruppe ist heute mehr als nur ein Spielzeughersteller. Sie hat sich von einer kleinen Holzspielzeugmanufaktur zu einer globalen Marke entwickelt, die ihren eigenen Werten treu und zugleich am Puls der Zeit bleibt. Das Lego Spielsystem fördert auf spielerische Art und Weise die Entwicklung von wichtigen Lebenskompetenzen bei Kindern. Bis heute hat der Lego Stein eine ungebrochene Anziehungskraft – er ist sprach-, kultur-, alters- und interessenübergreifend, baut Brücken zwischen physischen und digitalen Spielwelten und bietet Menschen auf der ganzen Welt kreative Spiel- und Spaßlebnisse.

Dieser Text ist zuerst erschienen in [Politik & Kultur 2/2025](#).