

Vösendorf, 23.09.2024

Weltweit größte, fortlaufende Studie zum Thema Spielen:

## **IKEA veröffentlicht Play Report zum vierten Mal in Folge**

**Lust auf eine kleine Auszeit vom Alltag? Der neue IKEA Play Report 2024 zeigt ganz klar: Spielen ist für Kinder mehr als nur Zeitvertreib, es ist der Schlüssel zu ihrem Glück. Der diesjährige Play Report – eine Studie rund um das Thema Spielen – untersucht die Rolle des Spielens in Bezug auf das Wohlbefinden von Kindern zuhause.**

Der IKEA Play Report\* 2024 bestätigt die enorme Bedeutung des Spiels für Kinder. Die von Future Minds im Auftrag von IKEA durchgeführte Studie zeigt: 95 Prozent der Eltern sind sich einig, dass das Glück ihrer Kinder eng damit verbunden ist, wie viel und oft sie spielen. Auch die Kinder selbst sind überzeugt – 90 Prozent von ihnen fühlen sich beim Spielen immer oder manchmal glücklicher. Gleichzeitig zeigt die Studie, dass die Auswirkungen von Pandemie, globalen Unruhen, Klimawandel und wachsender Ungleichheit vielen Kindern Sorgen macht. Und das spüren auch die Eltern. Sowohl Eltern als auch Kinder sehen im Spielen eine wunderbare Möglichkeit, dem Stress zu entkommen und das Wohlbefinden zu steigern.

*„Wir bei IKEA glauben, dass Kinder die wichtigsten Menschen auf der Welt sind und jedes Kind das Recht auf Spielen hat. Wir verpflichten uns, die [Rechte der Kinder](#) in allem was wir tun, einzubeziehen. Das Ziel des IKEA Play Reports 2024 ist es, die Emotionen, Bedürfnisse, Verhaltensweisen und Aktivitäten von Kindern zuhause zu verstehen und zu zeigen, wie sich dies auf ihr Spiel, Glück und Wohlbefinden auswirkt“,* sagt **Maria Törn**, Range Area Manager Children's IKEA.

Der Bericht verdeutlicht, dass Familien dem Spielen zunehmend mehr Bedeutung beimessen. Für den IKEA Play Report 2024 wurden Eltern gefragt, ob sie heute mehr Zeit mit ihren Kindern verbringen als noch vor ein paar Jahren – 51 Prozent der Befragten bejahten dies.

### **Spielraum schaffen: Sozioökonomische Faktoren beeinflussen das Spielverhalten**

Ein weiteres spannendes Ergebnis der Studie zeigt, dass sozioökonomische Faktoren wie Zeit, Raum und Geld oft die Möglichkeit zum Spielen beeinflussen. Nur 51 Prozent der Kinder sind mit der Zeit, die ihnen zum Spielen zur Verfügung steht, zufrieden. Auch mehr als die Hälfte der Eltern (54 Prozent) wünschen sich mehr gemeinsame Spielzeit. Da das Zuhause der Ort ist, an dem Familien die meiste Zeit miteinander verbringen und Beziehungen aufbauen, kommt diesem eine wichtige Rolle zu. *„Bei IKEA streben wir danach, die Anlaufstelle für ein verspielteres Zuhause zu sein. Das Zuhause ist ein Ort, an dem viel passiert, und das bedeutet, dass es in der Lage sein muss, die Bedürfnisse aller Mitglieder zu erfüllen. Spielen ist für alle da und das Zuhause ein wichtiger Spielplatz“,* sagt **Emma Dafnäs**, Range Strategy and Identify Manager.

Der Play Report zeigt, dass Eltern und Kinder das Spiel oft zwischen den heimeligen Wänden ihres Zuhauses suchen. Das Zuhause steht im Mittelpunkt eines spielerischen Lebens, und Eltern würden gerne mehr spielerische Lebensräume gestalten. *„Wir haben die große Chance, Produkte*

---

#### **Pressekontakt**

IKEA Austria GmbH | E-Mail: [presse.postfach.at@ingka.ikea.com](mailto:presse.postfach.at@ingka.ikea.com) | Facebook: <http://www.facebook.com/ikeaaustria> | Instagram: <http://instagram.com/ikeaaustria> | Twitter: [http://twitter.com/IKEA\\_Austria](http://twitter.com/IKEA_Austria) | Website: <https://ikea.com/at/de> | Südring, 2334 Vösendorf | Firmenbuch Nr. 235629 p Landesgericht Wiener Neustadt | UID Nr. ATU57230302 | Agentur-Kontakt: currycom communication partners GmbH | E-Mail: [ikea@currycom.com](mailto:ikea@currycom.com) | Tel.: +43 1 599 50



Vösendorf, 23.09.2024

*zu entwickeln, die Kindern und Eltern helfen, einfache, ermutigende und einladende Räume zu schaffen, in denen sie sich selbst ausdrücken können. Seit Jahren binden wir Kinder aktiv in unseren Produktentwicklungsprozess ein. Zum Beispiel durch unser internationales digitales Gremium – das Kids Advisory Panel – bei dem wir Anregungen von 40 Berater:innen im Alter von sechs bis 14 Jahren aus verschiedenen Teilen der Welt erhalten. Verspieltheit ist der Kern dessen, wofür IKEA steht, und wir sind bestrebt, noch mehr Produkte und Lösungen für ein verspielteres Zuhause zu entwickeln“, so Emma Dafnäs.*

\*Der IKEA Play Report 2024 enthält die Ergebnisse einer umfassenden internationalen Forschungsstudie über Spiel und Spielfreude zu Hause, die von der Insights & Innovation Beratungsfirma Future Minds durchgeführt wurde. Der Bericht stützt sich auf umfangreiche ethnografische und quantitative Untersuchungen zu Spiel und Spielfreude zu Hause. Dazu gehören 36 Hausbesuche mit ausführlichen Interviews in den USA, China und Deutschland, der Beitrag von acht globalen Expert:innen und Vorreiter:innen (Emma Worolla, Playfulness Consultant & Gen Alpha Innovatorin, Aidan Kohn-Murphy, Gründer von "Gen Z for change", "Gen Z's expectations Ting Zhang", Experte für Kinder, Familien und Spiel, Eric Baumgarten, Director MIT Media Lab, Melissa Cash, Mitbegründerin und CEO von Pok Pok, Allison Bryant, Head of Insights bei Sesame Workshop, Yuri Zuzuki, Partner bei Pentagram – How to design for playfulness, Helen F. Dodd, Professorin für Kinderpsychologie) sowie eine quantitative Umfrage von 7000 Kindern und Eltern in sieben Ländern (USA, Deutschland, Frankreich, Kanada, Japan, Polen und Indien).

Weitere Informationen unter: <https://www.ikea.com/at/de/newsroom>

### Über IKEA Österreich

Seit 45 Jahren ist das schwedische Möbelunternehmen IKEA mittlerweile auch in Österreich vertreten: In 8 Einrichtungshäusern, 7 Planungsstudios, 2 Logistikzentren, 11 Abholstationen und diversen Services, wie z. B. Click & Collect, sorgen rund 3.600 IKEA Mitarbeiter:innen für Inspiration am laufenden Band.

IKEA hat die Vision, einen besseren Alltag für die vielen Menschen zu schaffen, indem wir formschöne, funktionsgerechte, erschwingliche und qualitativ hochwertige Einrichtungsgegenstände anbieten, die mit Rücksicht auf Mensch und Umwelt produziert wurden. Mit jedem unserer Produkte versuchen wir das Zuhause zu einem noch besseren Platz zu machen.

Dazu gehören auch gesunde und nachhaltige Lebensmittel, die IKEA seinen Kund:innen und Mitarbeiter:innen in den IKEA Restaurants, IKEA Bistros und dem Schwedenshop anbietet. Von nachhaltig beschafften Zutaten bis hin zu fleischlosen Optionen und lokal angebauten Produkten, die gut schmecken und auch besser für den Planeten sind.

Mehr zu IKEA gibt's [hier](#).

---

### Pressekontakt

IKEA Austria GmbH | E-Mail: [presse.postfach.at@ingka.ikea.com](mailto:presse.postfach.at@ingka.ikea.com) | Facebook: <http://www.facebook.com/ikeaaustria> | Instagram: <http://instagram.com/ikeaaustria> | Twitter: [http://twitter.com/IKEA\\_Austria](http://twitter.com/IKEA_Austria) | Website: <https://ikea.com/at/de> | Südring, 2334 Vösendorf | Firmenbuch Nr. 235629 p Landesgericht Wiener Neustadt | UID Nr. ATU57230302 | Agentur-Kontakt: currycom communication partners GmbH | E-Mail: [ikea@currycom.com](mailto:ikea@currycom.com) | Tel.: +43 1 599 50