



Persbericht: Onderzoek de LEGO® Groep: 7 op 10 Belgische kinderen voelen de druk om perfect te zijn.

Spelen stimuleert hun creatieve zelfvertrouwen

5 maart 2024, Antwerpen – Meisjes voelen, meer dan jongens, wereldwijd een immense druk om perfect te zijn (67%). Dat blijkt uit een grootschalig onderzoek dat de LEGO® Groep liet uitvoeren in 36 landen, waaronder België. Liefst 74% van de kinderen in ons land geeft aan zich zorgen te maken dat ze niet voldoen aan de verwachtingen van hun ouders. Volgens 72% van de Belgische ouders hebben kinderen dan ook last van faalangst. Veel heeft te maken met de woorden waarmee we hen aanspreken. Die drang naar perfectie blijkt een bijzonder moeilijk debat om te voeren, zeker tussen ouders en hun kinderen. De LEGO Groep wil hier verandering in brengen. “Door ouders en kinderen tools aan te reiken waarmee ze op speelse wijze aan de slag kunnen, hebben we een positieve impact op het zelfvertrouwen van kinderen. Wanneer kinderen hierdoor hun creatieve ideeën blijven delen en zich minder zorgen maken over het maken van fouten, dan zijn we geslaagd in onze missie”, zegt Annemarie de Munnik, Marketing Director van LEGO Benelux.

Acht op tien Belgische kinderen (81%) vinden het oké om niet perfect te zijn. Ze botsen echter duidelijk tegen een andere realiteit. 74% van de Belgische kinderen heeft het gevoel dat ze perfect moeten zijn in heel wat verschillende zaken. Ze maken zich zorgen over het feit dat ze niet voldoen aan de verwachtingen van hun ouders (74%) of van hun leerkracht/coach (73%). 7 op de 10 kinderen uit ons land durven daardoor zelfs vaak hun ideeën of creaties niet te delen.

Ouders voelen dit zelf ook aan. 8 op de 10 ouders wereldwijd geloven dat hun kinderen vandaag de dag te maken krijgen met hoge, maatschappelijke verwachtingen. Hierdoor krijgen ze minder de kans om gewoon kind te zijn. In België is dat niet anders. 71% van de ouders in ons land ziet dat hun kind zich zorgen maakt over het maken van fouten of het niet perfect uitvoeren van taken. Volgens 74% gebeurt dit vaker bij meisjes dan bij jongens.

Het is overduidelijk een moeilijk debat, zo blijkt ook uit het onderzoek. Belgische ouders spreken niet vaak over de druk om perfect te zijn met hun kinderen. De reden hiervoor is dat we ons daar oncomfortabel bij voelen (49%).

“Perfectionisme gaat heel vaak niet over eigen hoge verwachtingen stellen, je doel bereiken of succesvol zijn in je inspanningen. Het gaat erom dat je je zorgen maakt over het maken van fouten en over wat anderen denken. Het is belangrijk om niet te focussen op het eindresultaat maar wel op het proces en vaardigheden die je kunnen helpen om het gewenste resultaat te bereiken. Het is veel belangrijker om vertrouwen te hebben in je eigen kunnen en te weten dat je door oefening kunt groeien. Zo ontwikkel je een growth mindset”, zegt Ilse Vande Walle, coach, therapeut en auteur van het boek ‘Haal het beste uit je kind’.

Hoe beschrijven we de creatieve ideeën van onze kinderen?

We praten anders tegen meisjes dan tegen jongens, zo blijkt uit het onderzoek. De woorden die we gebruiken om creatieve output van kinderen te beoordelen, verschillen afhankelijk van het geslacht. Ook Belgische ouders gebruiken zo bij meisjes vaker woorden die op uiterlijk gericht zijn, zoals:

- Mooi (46% voor meisjes vs. 43% voor jongens)
- Knip (46% voor meisjes vs. 39% voor jongens)
- Schattig (37% voor meisjes vs. 31% voor jongens)

Bij jongens maken ze de keuze voor innovatieve woorden zoals:

- Geniaal (50% voor jongens vs. 48% voor meisjes)
- Cool (47% voor jongens vs. 39% voor meisjes)
- Moedig (36% voor jongens vs. 34% voor meisjes)

Belgische meisjes en jongens geven zelf de voorkeur aan neutrale termen die geen bepaalde verwachtingen scheppen zoals *uitstekend, briljant, creatief* en *cool*.

8 op de 10 ouders in België beseffen dat de taal die ze gebruiken om de creatieve ideeën en het werk van hun kind te beschrijven hun creatieve zelfvertrouwen (75%), hun carrière (72%) alsook hun leven (73%) zal beïnvloeden. Echter weet 66% dat er vaker een oordeel zal worden geveld over ideeën van meisjes dan jongens en dat ideeën van jongens veel serieuzer worden genomen dan die van meisjes (65%).

Dat taal een cruciale factor is, blijkt uit de video van de LEGO Groep waarbij ze kinderen vroegen om de perfecte speeltuin te bouwen.

Spelen, de sleutel tot creativiteit

9 op 10 Belgische ouders geloven dat samen spelen hun kind kan helpen bij de ontwikkeling van hun creatief zelfvertrouwen. Ook 9 op de 10 kinderen geven dit aan. Spelen helpt hen bij het experimenteren en geeft hen het gevoel niet perfect hoeven te zijn (89%). Tijdens het spelen ervaren ze meer zelfvertrouwen waardoor ze hun ideeën en creatieve werk durven te delen met anderen (88%).

LEGO® speelgoed wordt door kinderen in België zeer gewaardeerd als een manier om te experimenteren (90%). Met name 75% van de Belgische kinderen zegt dat met LEGO stenen spelen hen helpt om de angst voor fouten te overwinnen, 81% voelt meer vertrouwen in hun creatieve vaardigheden en 77% vindt dat het hen helpt te leren dat vooruitgang belangrijker is dan perfectie. Ouders delen deze overtuiging en voegen hieraan toe dat LEGO speelgoed hun kind helpt om fouten te waarderen als een natuurlijk onderdeel van het creatieve proces.

De LEGO Groep neemt uiteraard ook zelf de nodige initiatieven om het creatieve zelfvertrouwen van kinderen een boost te geven. Zo organiseren ze gratis creatieve workshops op 20 en 27 april in de LEGO winkels en online via [LEGO.com](https://www.LEGO.com). Ook de LEGO werknemers krijgen een taaltraining die zich richt op het belang van inclusief taalgebruik.

Doorheen het jaar zal LEGO Benelux samen met de experts een toolkit ontwikkelen met tips & tricks die ouders de tools geven om hun kind creatief uit te dagen.

Over het LEGO “Play Well” onderzoek 2024

Alle bevindingen in het verslag, tenzij anders vermeld, zijn verzameld bij in totaal 35.726 ouders en 25.339 kinderen in de leeftijdscategorie van 5 tot 12 jaar via een 20 minuten durende, kwantitatieve enquête die eind 2023, begin 2024 in 36 landen online is gehouden. In België namen 1000 ouders en 697 kinderen deel aan het onderzoek.

Over de LEGO® Groep

De LEGO Groep is een particulier familiebedrijf met het hoofdkantoor in Billund, Denemarken, Enfield (USA), Londen (het Verenigd Koninkrijk), Shanghai (China) en Singapore. Opgericht in 1932 door Ole Kirk Kristiansen en gebaseerd op de iconische LEGO steen, is het één van 's werelds toonaangevende fabrikanten van speelmaterialen. Het bedrijf legt zich toe op de ontwikkeling van kinderen en streeft ernaar om de bouwers van morgen te inspireren en door middel van creatief spel en leren. LEGO producten worden wereldwijd verkocht en kunnen virtueel worden verkend op www.LEGO.com. Voor meer nieuws van de LEGO Groep, informatie over de financiële prestaties en toewijding aan verantwoordelijkheid gaat u naar www.LEGO.com/aboutus.

LEGO, het LEGO logo, de minifiguur en de steen en nop configuratie zijn handelsmerken en/of copyrights van de LEGO Groep. © 2024 De LEGO Groep.

Voor meer informatie, beeldmateriaal of reviewaanvragen, gelieve contact op te nemen met (enkel voor pers): Wavemakers PR & Communications – Friedl De Saeger – friedl@wavemakers.eu – 0493 58 53 35