



She Built That! De LEGO Groep en hun Global Girls Crew moedigen meisjes aan om te bouwen met een remix van RUN DMC's hitklassieker 'It's like that'

- De LEGO Groep lanceert de campagne en videoclip 'She Built That'. Een remix van RUN DMC's eighties klassieker 'It's like that' spoort meisjes wereldwijd aan om hun creativiteit te uiten en te tonen dat bouwen voor iedereen is.
- Uit recent wereldwijd onderzoek blijkt dat ouders en kinderen 'bouwen' vijf keer meer linken aan mannelijkheid dan aan vrouwelijkheid. De LEGO Groep wil stereotypen die het potentieel van meisjes beperken doorbreken en jonge vrouwelijke bouwers stimuleren om hun plek op te eisen.
- De Global Girls Crew, die volledig bestaat uit meisjes en jonge vrouwen, blaast het iconische RUN DMC nummer nieuw leven in. De leden van deze creatieve crew zijn onder andere de Amerikaanse tiener-DJ Livia, de 15-jarige Britse drumvirtuoze Nandi Bushell, de Nederlands-Surinaamse zangeres Pink Oculus, de Chinese alt-popster Caciën en het Britse dansduo Brookie en Jessie.
- Ook RUN DMC legendes Joseph 'Rev Run' Simmons en Darryl 'DMC' McDaniels maken hun opwachting, in de vorm van LEGO® Minifiguren. Ze lenen bovendien hun herkenbare stemmen aan de nieuwe 'She Built That' video.

Billund, Denemarken – 4 juni 2025 – De LEGO Groep lanceert vandaag de campagne *She Built That*: een krachtige viering van vrouwelijke creativiteit en verbeeldingskracht. Een collectief van jonge, vrouwelijke artiesten van over de hele wereld gaf RUN DMC's legendarische hit *It's like that* een frisse, eigentijdse remix. In een wereld waarin 'bouwen' nog te vaak als iets mannelijks wordt gezien, vertelt deze herinterpretatie van de hiphopklassieker uit 1983 een ander verhaal. Met nieuwe teksten en krachtige visuals laat *She Built That* zien dat meisjes óók bouwers, makers en vernieuwers zijn. Om die boodschap luid en duidelijk te maken, brengt de video jong vrouwelijk talent uit de Generaties Z en Alpha samen. [Bekijk hier de videoclip](#). RUN DMC zangers Rev Run' Simmons en Darryl 'DMC' McDaniels reageren enthousiast: "*RUN DMC stond altijd al voor het doorbreken van barrières. Zoals wij de grenzen van hiphop verlegden, hopen we dat meisjes wereldwijd vandaag hun bouwkracht ontdekken.*"

De campagne *She Built That* komt op een cruciaal moment. Want nog steeds blijft het beeld van 'de bouwer' sterk beïnvloed door genderstereotypen. Uit nieuw wereldwijd onderzoek in opdracht van de LEGO Groep blijkt dat kinderen bij het woord "bouwer" vooral denken aan 'een man op een bouwplaats' (39%) of 'een jongen die met bouwstenen speelt' (36%)*. Het onderzoek, dat werd uitgevoerd onder 32.605 ouders en kinderen uit 21 landen, toont aan dat 80% van de volwassenen gelooft dat de maatschappij jongens nog steeds als 'van nature betere bouwers' ziet dan meisjes. De cijfers tonen ook een duidelijk verschil in zelfvertrouwen. 70% van de meisjes vindt het lastig om zichzelf te zien als iemand die goed is in bouwen. Meisjes én moeders schatten hun eigen bouwvaardigheden ook vaak lager in dan jongens en vaders.

Iedereén moet zich een bouwer kunnen voelen

Toch is er ook hoopvol nieuws: 81% van de ouders vindt dat het tijd is om het woord 'bouwen' inclusiever te maken. Meer dan 92% van de kinderen is het daarmee eens en vindt dat iedereen zich een bouwer moet kunnen voelen. 86% gelooft dat creatieve aanmoediging van jongsaf hen de kracht kan geven om de wereld te veranderen. Met *She Built That* wil de LEGO Groep deze verandering versnellen – en zo bouwen aan een toekomst waarin alle kinderen zichzelf kunnen zien als makers van betekenis.

Lena Dixen, Senior Vice President Product Group, Core Businesses van de LEGO Groep, licht toe:

*"Bouwen draait niet enkel om helmen en hamers. Het gaat ook om dromen realiseren, ideeën tot leven brengen en de toekomst vormgeven. Elke vrouw en elk meisje is een bouwer. Bouwen zit in ons allemaal, of het nu gaat om teams samenstellen, uitdagingen aangaan of grenzen verleggen. Met *She Built That* willen we de volgende generatie meisjes inspireren om hun creativiteit voluit te benutten en te laten zien dat bouwen voor iedereen is, ongeacht gender. Want elk kind verdient het om als bouwer erkend te worden."*

De Global Girls Crew van de LEGO Groep staat onder leiding van de 17-jarige DJ Livia uit Chicago (VS) en sterddrummer Nandi Bushell uit Ipswich (VK). Ook Alt-pop pionier Caciën uit Shenzhen (China), zangeres en



producer Pink Oculus uit Amsterdam (Nederland) – bekend uit de hiphopscene – dragen bij aan de song. Het energieke dansduo Brooke Blewitt en Jess Qualter uit Blackpool (VK) zorgt voor energieke choreografieën. Dit krachtig collectief van jonge en creatieve talenten herschrijft samen de regels van wat 'bouwen' kan betekenen. In de videoclip van *She Built That* tonen ze wat er gebeurt wanneer creativiteit en girl power samenkomen.

Meisjes als makers, vernieuwers en pioniers

She Built That laat zien dat bouwen overal gebeurt: op het podium, achter een draaitafel, met een microfoon in de hand, in een lab... of met LEGO stenen. Voor Nic Taylor, Senior Vice President bij de LEGO Groep en hoofd van Our LEGO Agency, voelt het logisch om het iconische nummer van RUN DMC opnieuw te gebruiken:

"It's like that stond altijd al voor het uitdagen van normen. Dat is precies wat She Built That ook doet. Deze herinterpretatie is meer dan een video. Het is een beweging, een oproep aan meisjes wereldwijd om zichzelf te zien als makers, vernieuwers en pioniers die de wereld op hun eigen manier vormgeven."

Creativity Workshops en een nieuwe game

Om de creativiteit van meisjes te stimuleren én te vieren, lanceert de LEGO Groep een gloednieuwe reeks Creativity Workshops. Deze leuke en inspirerende sessies werden speciaal ontwikkeld voor jonge makers van 6 tot 12 jaar. Je kan ze het hele jaar daar volgen in een verschillende LEGO Stores. Meld je aan voor de workshops in de winkel via <http://www.lego.com/CreativityWorkshops>. Met de Creativity Workshop at Home kun je ook vanuit je eigen woon- of slaapkamer meedoen. De workshop Vriendschap is nu al online beschikbaar, dus neem zeker een kijkje op de website.

EINDE PERSBERICHT

Meer informatie of foto's nodig? Heb je andere vragen?

Contacteer Friedl De Saeger van Wavemakers PR
+32 (0)493 58 53 35 of friedl@wavemakers.eu
(Contactgegevens enkel voor pers, niet voor publicatie)

Over de LEGO Groep

De LEGO Groep is een particulier familiebedrijf met hoofdkantoren 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 een van 's werelds meest toonaangevende fabrikanten van speelmaterialen. Het bedrijf legt zich toe op de ontwikkeling van kinderen. Het streeft ernaar om de bouwers van morgen te inspireren via creatief spel. LEGO® producten worden wereldwijd verkocht en kan je virtueel ontdekken op www.LEGO.com. Voor meer nieuws van de LEGO Groep of info over de financiële prestaties, duurzaamheid en maatschappelijke verantwoordelijkheid: 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. ©2025 De LEGO Groep.

Extra info

1. **Onderzoeksstudie** uitgevoerd door Edelman DXI in opdracht van de LEGO Groep, in 21 landen tussen november en december 2024. De steekproef bestond uit 32.605 respondenten, waaronder 21.257 ouders met kinderen van 1-15 jaar en 11.348 kinderen van 5-15 jaar.
2. **Iedereen bouwt** – maar niet iedereen voelt zich er zeker over. Uit het onderzoek blijkt dat bijna alle ouders aangeven dat ze dagelijks bouwen (97% van de vaders en 96% van de moeders), maar slechts 57% van de moeders vindt zichzelf er goed in, tegenover 68% van de vaders. Diezelfde vertrouwenskloof bestaat ook bij kinderen: 79% van de meisjes vindt zichzelf goed in bouwen, tegenover 86% van de jongens.