

MATTEL



Start der "Sam und Deine HeldenInnen"-Kampagne

22.04.2021 12:09 CEST

Zeig uns Deine HeldenInnen! Unterstütze gemeinsam mit Feuerwehrmann Sam und Deinen AlltagsheldenInnen BILD hilft e.V. „Ein Herz für Kinder“

Frankfurt, 22. April 2020 - Unser Alltag ist voller Helden*innen! Mit jedem von Ihnen verbinden wir viele tolle Eigenschaften und ihre besonderen Geschichten bringen uns immer wieder zum Staunen. Oft sind es Menschen wie Du und Ich deren Hilfe im Alltag anderen eine große Freude bereitet und die mit ihrer Unterstützung eine richtige Heldentat vollbringen.

Feuerwehrmann Sam, aus der gleichnamigen Kinderserie, hat heute seine "Sam und Deine HeldenInnen"-Kampagne gestartet, um Spenden für BILD hilft e.V. "Ein Herz für Kinder" zu sammeln und im gleichen Zug alle Personen zu ehren, die jeden Tag wahre Heldenataten vollbringen.



Die Kampagne basiert auf einer von Mattel in Auftrag gegeben Studie, um herauszufinden, was den modernen Alltagshelden ausmacht und welche alltäglichen Handlungen heute als "heldenhaft" angesehen werden.

Die Auswertung ergab, dass 55 Prozent der deutschen Bevölkerung aufgrund der Ereignisse des vergangenen Jahres ihre Ansichten darüber, was HeldenInnen ausmacht, geändert haben. Ehrlichkeit, Selbstlosigkeit und Hilfsbereitschaft gehören nun zu den Top-Attributen - nur noch acht Prozent halten körperliche Stärke für eine moderne Heldeneigenschaft. Die Studie ergab außerdem, dass vor allem medizinische Berufe und die Feuerwehr die

heldenhaftesten Berufe der Neuzeit sind - diese Berufe haben sich in den letzten Monaten als besonders mutig erwiesen. Ein Viertel (23 Prozent) zollt auch Supermarktmitarbeitern Respekt - und 17 Prozent sagen, dass sich Lehrer heldenhaft eingesetzt haben.

Susanne Riegel, Managerin Consumer Products Germany, Mattel, sagt: *"Es gibt keinen Zweifel daran, dass es seit Beginn der Corona Pandemie eine Verschiebung dessen gibt, was als heldenhaft angesehen wird. Kinder wachsen in dieser Zeit auf und denken dabei nicht nur an die traditionellen Superhelden, zu denen sie aufschauen können, sondern auch an viele Menschen die zum Beispiel in den Krankenhäusern arbeiten, um ihren Mitmenschen zu helfen. Um unsere Wertschätzung zu zeigen, sind wir daher stolz darauf, die „Sam und Deine HeldenInnen“-Kampagne zu starten, um die Bemühungen der Alltagshelden zu würdigen, die jeden Tag hart arbeitet, ohne dass man ihnen auf die Schulter klopft."*

Darüber hinaus sind 63 Prozent der Meinung, dass wir die heldenhaften Dinge, die Menschen tun, mehr feiern müssen, wobei nur 32 Prozent in den letzten Monaten als heldenhaft bezeichnet wurden.

Sechs von zehn Deutschen stellen sicher, dass sie sich jedes Mal bedanken, wenn ihnen geholfen wird - wobei die Hälfte angibt, dass sie jetzt mehr denn je dazu neigen, Menschen zu helfen, die sie nicht kennen. Allerdings sind 68 Prozent der Meinung, dass den Menschen in der heutigen Gesellschaft nicht genug für das gedankt wird, was sie tun.

Es zeigte sich auch, dass Hilfsbereitschaft und Ehrlichkeit Eigenschaften sind, die Erwachsene ihren Kindern am besten von klein auf beibringen sollten. Und die Hälfte der Befragten ist der Meinung, dass es für Kinder wichtig ist, in Fernsehsendungen, die sie täglich konsumieren, eine Vielfalt an heldenhaften Vorbildern zu sehen.



Die Kampagne ruft Kinder dazu auf ein Bild von ihrem modernen Helden zu malen und in den sozialen Medien mit dem Hashtag #SAMUNDDEINEHELDEN zu posten oder direkt an die folgende Adresse

samunddeinehelden@mattel.com einzuschicken. Pro Bild werden 5 € an BILD hilft e.V. "Ein Herz für Kinder" gespendet. Hierbei ist es ganz egal, ob die Feuerwehrfrau, der Polizist, die Krankenschwester von nebenan, ein Freund, Geschwister, Opa, Oma, Eltern oder jemand ganz anderes, aus der direkten Umgebung, der persönliche Held*in ist. Insgesamt wird eine Gesamtsumme von 10.000 Euro gespendet.

Mattel ist ein global führender Konzern für Spielwaren und Familienunterhaltung, sowie Eigentümer eines der bekanntesten Markenportfolios der Welt. Unser Portfolio begeistert durch eine Vielzahl ikonischer Franchise-Marken, darunter Barbie®, Hot Wheels®, Fisher-Price®,

American Girl®, Thomas & Friends™, UNO®, Masters of the Universe®, Matchbox®, Monster High®, Polly Pocket®, und Barney®, sowie weitere beliebte Marken, die wir besitzen oder in Partnerschaft mit globalen Unterhaltungsunternehmen lizenziieren. Unser Angebot umfasst Spielwaren, Film- und Fernsehinhalte, Verbraucherprodukte, Digitale- und Live-Erlebnisse, welche in Zusammenarbeit mit den weltweit führenden Einzelhandels- und E-Commerce-Unternehmen vertrieben werden. Seit seiner Gründung im Jahr 1945 inspiriert Mattel Generationen dazu, den Zauber der Kindheit zu entdecken und bestärkt Kinder darin, ihr volles Potenzial zu entfalten. Besuchen Sie uns auf mattel.com.

Kontaktpersonen

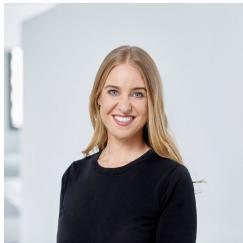


PR-Team

Pressekontakt

Journalistenanfragen

pr.de@mattel.com



Anne Polsak

Pressekontakt

Pressesprecherin / Leitung PR / Unternehmenskommunikation

Unternehmenskommunikation

pr.de@mattel.com