



Presseinformation

Ein Hoch auf das Leben

Seit 60 Jahren spielen Familien und Brettspiel-Fans in Das Spiel des Lebens um die wichtigsten Lebensereignisse

- Der Brettspiel-Klassiker Das Spiel des Lebens wird 60 Jahre alt
- Entdecken Sie Dinge, die Sie noch nicht wussten, im „Geburtstags-Faktencheck“
- Wie im echten Leben durchlaufen Spieler die wichtigsten Stationen im Leben eines Menschen

Wien, 10.12.2020 – Einer der berühmtesten Brettspiel-Klassiker von Hasbro Gaming feiert dieses Jahr seinen 60. Geburtstag: Das Spiel des Lebens. Kaum ein anderes Spiel zieht so viele Parallelen zum echten Leben – mit allen Höhen und Tiefen – und genau deshalb ist es so beliebt. Wussten Sie übrigens, dass Das Spiel des Lebens ursprünglich einen lehrreichen Zweck hatte? Das Ziel war es nämlich nach einem erfüllten Leben voll richtiger moralischer Entscheidungen in einen friedlichen Ruhestand zu gehen. Erfahren Sie mehr solcher spannenden Fakten in unserem „Geburtstags-Faktencheck“.

Fast jeder kennt Das Spiel des Lebens und hat in der ein oder anderen Spielstunde die größten Ereignisse im Leben eines erwachsenen Menschen durchlebt. Kein anderes Spiel zieht so genau die Parallelen zu unserem Leben. Wussten Sie übrigens, dass die lukrativste Karriere im Spiel die des Arztes ist? Oder, dass Das Spiel des Lebens erstmals 1960 zur Feier des 100-jährigen Bestehens der Milton Bradley Company veröffentlicht wurde und sich somit sein Geburtsjahr mit der Zaubertafel, der Luftpolsterfolie und der Aluminiumdose teilt? Dann wird Sie unser [Geburtstags-Faktencheck](#) überraschen.

Jeder darf mal am Rad drehen:

Im klassischen Das Spiel des Lebens ziehen bis zu sechs Spieler um insgesamt 134 Felder, wählen aus 16 Karrieren, 14 Wohnmöglichkeiten und erleben auf dem Weg ins Ziel – den Ruhestand – allerhand verschiedene Lebensereignisse. Während des Spiels drehen die Spieler abwechselnd an der im Spielbrett eingebauten Drehscheibe, die für sie mit entscheidet: Wie im echten Leben können Spieler von der Schule bis zur Rente eine

Autoversicherung oder eine Eigenheimversicherung abschließen, einen Kredit aufnehmen und Aktien kaufen. Erlebnisse wie Baby-Glück oder Midlife-Crisis können sie aber wie in der Realität nicht umgehen. Am Ende gewinnt der Spieler, der das reichste Leben geführt hat.

Seit 2014 gibt es zwei weitere Varianten, die mittlerweile selbst schon Klassiker sind: Die Junior und die Banking Edition. Bei der Ersten erleben die Kinder einen aufregenden Familienurlaub. In der Banking Variante von Das Spiel des Lebens zahlen Spieler nur noch mit Karte über das enthaltene Kartenlesegerät, das somit das Papiergeld im Spiel ersetzt. So regeln Spieler ihre Geldgeschäfte im Stil des modernen E-Bankings ganz schnell und unkompliziert.

Dieses und weiteres Bildmaterial finden Sie zum Download unter <http://www.hasbro-newsroom.de>:

		
<p>Das Spiel des Lebens ist ein absoluter Klassiker, der wie kein anderes Spiel Parallelen zum wahren Leben zieht.</p>	<p>Bei der Junior-Edition von Das Spiel des Lebens erleben die Kinder einen aufregenden Familienurlaub.</p>	<p>Kein Bargeld – kein Problem. In der Banking Variante wird ohne Papiergeld gezahlt.</p>
		
<p>Am Rad des Lebens drehen und das Schicksal entscheiden lassen: Kindersegen, Geldregen oder gar eine Midlife-Crisis?</p>	<p>Die ganze Familie spielt mit bei Das Spiel des Lebens Junior.</p>	<p>Mit dem Kartenlesegerät von Das Spiel des Lebens Banking tätigen die Spieler ihre Geldgeschäfte ausschließlich digital.</p>

Über Hasbro

Hasbro ([NASDAQ: HAS](#)) ist ein weltweit agierendes Unternehmen, dessen Ziel es ist, die besten Spiel- und Entertainment-Erlebnisse zu schaffen.

Von Spielzeug, Spielen und Lizenzprodukten in relevanten Konsumgüterkategorien bis hin zu Fernsehen, Film, digitalen Spielen, Live-Action, Musik und Virtual-Reality-Erlebnissen, erweckt Hasbro Marken, Geschichten und Innovationen auf allen Plattformen zum Leben. Zu den bekannten eigenen Marken zählen unter anderen MONOPOLY, MY LITTLE PONY, NERF, TRANSFORMERS, PLAY-DOH, POWER RANGERS und PEPPA WUTZ sowie weitere führende Partner-Marken. Mit seinem globalen Entertainmentstudio eOne baut Hasbro seine Marken weltweit durch starke Geschichten und Inhalte für alle Bildschirme auf.

Das Unternehmen ist bestrebt, sozial verantwortlich zu handeln und durch gemeinnütziges Engagement das Leben von Millionen von Kindern und Familien positiv zu beeinflussen. Das amerikanische Ethisphere Institute hat Hasbro in den vergangenen neun Jahren in Folge als eine der „World’s Most Ethical Companies®“ ausgezeichnet.

Erfahren Sie mehr unter hasbro.at

Hasbro Pressekontakt Österreich

PR-Büro Halik

Tel. +43 (0) 2266/674 77 - 14

s.schindler@halik.at