



Popikonen des 21. Jahrhunderts

Seit seiner Geburtsstunde in den 1990er-Jahren hat K-Pop die weltweite Musikszene zunehmend mit seinen mitreißend fröhlichen Melodien, knallbunten Outfits und fetzigen Dance Moves erobert. Jede neue Generation leidenschaftlicher junger Künstlerinnen, Künstler und Bands aus Korea hat sprachliche und kulturelle Barrieren überwunden und eine eigene Nische in der Musikgeschichte gefunden.

Im Jahr 2013 vereinten sich schließlich sieben südkoreanische Stars zu einer außergewöhnlichen Gruppe, die der K-Pop-Landschaft in der Welt der Popmusik zu einem völlig neuen Gesicht verhelfen sollte. Mit ihren Hits in unterschiedlichsten Musikgenres und ständig neuen Weltrekorden sind die Mitglieder von BTS die unbestrittenen Popikonen dieser Generation. RM, Jin, SUGA, j-hope, Jimin, V und Jung Kook heißen die Mitglieder der Boygroup, die sich mit ihrer beispiellosen weltweiten Popularität zu echten Poppiganten des 21. Jahrhunderts entwickelt haben. Das verdanken sie nicht nur ihrem einzigartigen Musikstil und ihrer Selbstironie, sondern auch ihrem verantwortungsbewussten Auftreten als Influencer und Aktivist, die sich für Gleichberechtigung und Inklusivität einsetzen, sowie als Botschafter für Selbstliebe und Lebensfreude – und zwar auf und neben der Bühne.



BTS – Beyond the Scene

BTS hat schon zig Millionen Tonträger verkauft, riesige Stadien gefüllt und unzählige Nominierungen für prestigeträchtige Auszeichnungen eingeheimst. Und auch in den sozialen Medien hat die Boygroup dutzende Millionen Follower. Deshalb hat BTS gewaltigen Einfluss auf die Fans in aller Welt und vor allem auf die jüngeren Generationen. BTS ist das Akronym für *Bangtan Sonyeondan*, das dann später auf das Akronym für „Beyond The Scene“ umgemünzt wurde, weil sich die Bandmitglieder auch außerhalb der Musikszene Gehör verschaffen wollten. Im Jahr 2017 ging die Boygroup eine Partnerschaft mit UNICEF ein, um sich für ein Ende von Gewalt und Vernachlässigung einzusetzen. Gleichzeitig möchte BTS mit den Kampagnen LOVE MYSELF und #ENDviolence der jüngeren Generation zu mehr Selbstachtung verhelfen. 2018 wurde die Band eingeladen, ihre Rede mit dem Titel „Speak Yourself“ vor der UN-Vollversammlung zu halten. Mit ihrer Botschaft wollten sie junge Menschen dazu motivieren, den eigenen Fähigkeiten zu vertrauen, Selbstachtung zu empfinden und sich Gehör zu verschaffen.



Ein Hit, der alle Rekorde bricht

Im Jahr 2020 wurde von dem branchenführenden Musiklabel BIGHIT MUSIC (unter HYBE LABELS) ein neuer Hit herausgebracht, als sich die meisten von uns nur allzu gern von ein bisschen (nein, eigentlich jeder Menge) Funk und Soul aufheitern ließen. Um jede Gelegenheit beraubt, auf Tour oder auf Tuchfühlung mit ihren geliebten und treuen Fans zu gehen, vertraute die Band auf ihre Superkraft, um die Pandemie zu überstehen: Sie sangen und tanzten einfach weiter und definierten ihre Kunstform nach eigenen Regeln neu. „Dynamite“ bot ihnen eine willkommene Herausforderung, weiter an sich zu arbeiten. Der Song erinnert uns daran, auch in dunklen Zeiten Raum für Licht und Lebensfreude zu lassen, und unterstreicht einmal mehr die Mission von BTS, Menschen zusammenzubringen und Frohsinn zu verbreiten. Der Song entfacht unsere eigene Spielfreude und lässt uns spüren, dass das Leben echtes Dynamit ist!

Bauen. Spielen. Tanzen!

„Dynamite“ landete sofort auf Platz 1 der Billboard Hot 100 sowie der Global Top 50 in Spotify. Darüber hinaus war es auch ein Nummer-1-Hit in den Charts von mehr als 100 Ländern und Regionen auf iTunes. Als das Musikvideo herauskam, verzeichnete es auf YouTube 100 Millionen Views in weniger als einem Tag. Dieses Set ist eine Hommage an das außergewöhnlichste Musikphänomen unserer Zeit. Das Set ist für alle gedacht, die die Liebe der Band zu fetziger Gute-Laune-Disco-Mucke teilen. Freu dich darauf, die sonnigen warmen Farben und die energiegeladene Stimmung der lebendigen Szenen in dir aufzusaugen, lauthals mitzusingen und dich von dem Set zum Bauen, Spielen und Tanzen mitreißen zu lassen.

BEAT



Lerne die beiden Fandesigner kennen

Die Fandesigner Josh Bretz und Jacob Twerski haben sich online in einer LEGO® Fan Community kennengelernt. Ihre Begeisterung für BTS und selbstgebaute LEGO Modelle hat die beiden dann an einem gemeinsamen Projekt arbeiten lassen.

Josh Bretz (LEGO® Ideas Name: JBBrickFanatic) studiert an einer Uni in Indiana (USA). Er ist schon sein ganzes Leben lang LEGO Fan, spielt und hört gern Musik, liebt Outdoor-Aktivitäten und mag das Leben auf einer Farm.

„„Dynamite“ war nicht nur der erste Song von BTS, den ich jemals gehört hatte, sondern auch meine erste Begegnung mit K-Pop überhaupt. Diese Discorhythmen und die mitreißenden Melodien hatten es mir sofort angetan. Ich mag die positive Ausstrahlung der Band und die gute Laune, die sie mit ihrer Musik verbreitet! Ich habe mich mit Jacob zusammengetan, der einfach alles über BTS weiß. Er hat mir dabei geholfen, die wesentlichen Elemente des Musikvideos zu „Dynamite“ mit LEGO Steinen darzustellen. Als wir dann das Projekt in den sozialen Medien teilten, sorgte die Fan Community von BTS dafür, dass unser Modellvideo über Nacht viral ging. Schon innerhalb weniger Tage hatten wir 10.000 Stimmen gesammelt. Das Engagement der BTS-Fans ist wirklich sehr inspirierend. Ihre Liebe und ihre Leidenschaft sind echt ansteckend. Hoffentlich gefällt den BTS Fans das Set!“



Jacob Twerski (LEGO® Ideas Name: BangtanBricks) lebt in New York und studiert Psychologie. Er liebt K-Pop und eigentlich jede Musik, er baut gern LEGO Sets und er schreibt Science-Fiction-Geschichten.

„BTS bedeutet mir alles. Morgens höre ich mir als Erstes ihre Musik an. Ich habe am College bereits zwei Arbeiten über BTS geschrieben. Mich inspirieren nicht nur die atemberaubenden Videos, die raffinierten Choreografien, die fantastischen gesanglichen Leistungen und die Songtexte, sondern auch die Bandmitglieder selbst. Es hat riesigen Spaß gemacht, mit Josh an diesem Set zu arbeiten. Ich habe ihm meine Ideen und Screenshots wichtiger Details geschickt, die er dann im Set zum Leben erweckt hat. Musik ist eine echte Macht, denn sie überwindet Sprachbarrieren. „Dynamite“ ist das perfekte Beispiel für die Fähigkeit von BTS, in der ganzen Welt Lebensfreude zu versprühen. Es freut mich riesig, dass sich jedes Jahr immer mehr Menschen der BTS-Fangemeinde anschließen.“



Ping Pong



Jacob Twerski



Josh Bretz





FUNK

Lerne die LEGO® Designer kennen

„Ein Musikvideo nachzubilden, ist völliges Neuland für LEGO® Ideas. Mir gefällt, dass wir mit der Unterstützung von LEGO Fans die unterschiedlichsten neuen Dinge ausprobieren können. Ich bin ebenfalls ein großer BTS-Fan. Deshalb hatte ich große Freude daran, jede Menge Details und Zubehör in das Modell hineinzupacken, damit es ein echter Hingucker zum Ausstellen wird, mit dem jüngere Fans aber auch gern spielen werden. Die Choreografie und das Tanzen sind bei BTS unheimlich wichtig. Umso besser war es, dass wir eine Bühne in das Set integrieren konnten, auf der man die Bandmitglieder mithilfe der Spezialfunktion tatsächlich tanzen lassen kann. Zu Recherchezwecken haben wir uns das Video bestimmt zig Hundert Mal angeschaut. Aber es gefällt uns immer noch, weil der Song der absolute Hammer ist!“

– James May, LEGO Ideas Modelldesigner

„Da ich selbst BTS-Fan bin, war ich hellauf begeistert davon, dieses tolle Konzept in ein baubares LEGO Ideas Set verwandeln zu dürfen. Mir gefiel, dass das Modell von Josh und Jacob den Drehort des Musikvideos mit legendären Szenen wie dem Donut-Shop und dem Plattenladen bereits so gut darstellte. Unser Fokus richtete sich dann darauf, sowohl das Modell als auch die LEGO Minifiguren mit unzähligen Details und Anspielungen auf das Video, einer dynamischen Bühnenfunktion und natürlich mit Diegos Aufklebern und seinen bedruckten Minifiguren zum Leben zu erwecken.“

– Gemma Anderson, LEGO Ideas Modelldesignerin

„Ich habe mir das Musikvideo zu „Dynamite“ immer und immer wieder angesehen. Und ich habe sogar tanzen gelernt, um möglichst viele Details ihrer Outfits und Gesichtsausdrücke darzustellen, die die einzigartigen Persönlichkeiten der Bandmitglieder ausmachen. Ich liebe die Musik von BTS. Ich spreche zwar kein Koreanisch, aber ich mag die Liebe und Energie, die sie ausstrahlen. Und mir gefällt das Gefühl, das ihre Musik in mir auslöst, auch ohne die Worte zu verstehen. In meinen Augen ist Musik eine universelle Sprache. Das beweist BTS immer wieder, indem die Boygroup Fans in aller Welt begeistert. Die LEGO Gruppe stellt nur selten echte Menschen als Minifiguren dar, und schon gar nicht Berühmtheiten mit einer so riesigen und lautstarken Fangemeinde! Ich bin echt stolz, dass ich an dieser Hommage an BTS mitwirken durfte.“

– Diego Sancho, LEGO Ideas Grafikdesigner

**DING
DONG**

cha
ching





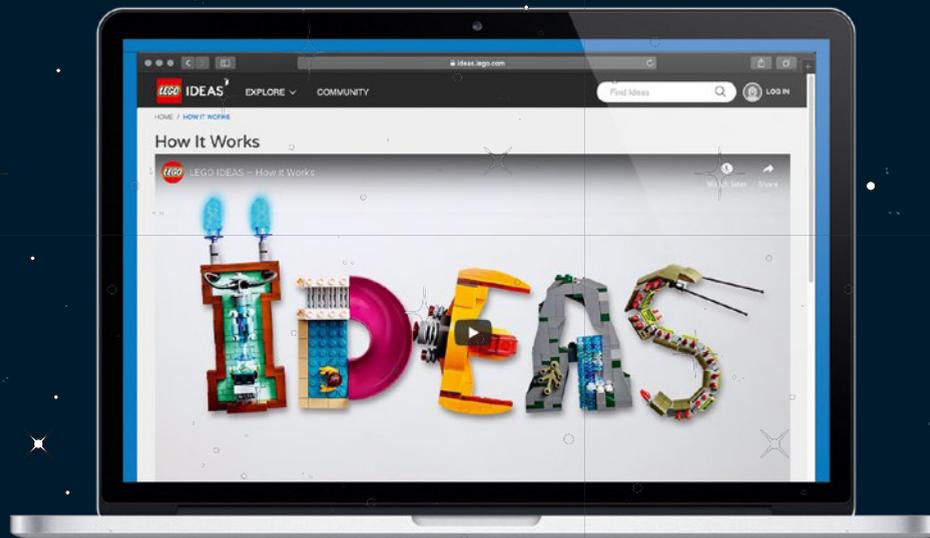
IDEAS

SHARE YOUR IDEA
TEILE DEINE IDEE
PARTAGEZ VOTRE IDÉE
CONDIVIDI LA TUA IDEA
COMPARTI TU IDEA
PARTILHA A TUA IDEIA
分享创意
PODZIEL SIĘ POMYSŁEM

SDÍLEJTE SVÉ NÁPADY
ZDIEĽAJTE SVOJE NÁPADY
OSZD MEG AZ ÖTLETED!
İMPARTIŞEŞTE IDEEA TA
СПОДЕЛЕТЕ ИДЕИТЕ СИ
PARĀDI SAVU IDEJU
JAGA OMA IDEED
PASIDALINK SAVO IDĒJA

GATHER SUPPORT
HOL DIR UNTERSTÜTZUNG
RECUEILLES DES VOTES
CHIEDI DI ESSERE SUPPORTATO
CONSIGUE APOYOS
OBTÉM APOIO
争取支持
ZDOBĄDŹ GŁOSY

ZÍŠKEJTE PODPORU
ZÍŠKAJTE PODPORU
SZEREZZ TÁMOGATÁST!
CERE SPRIJIN
ПОЛУЧЕТЕ ПОДКРЕПА
IEGŪSTI ATBALSTU
KOGU TOETUST
RINK PALAIKYMA



LEGO® REVIEW
LEGO® PRÜFUNG
EXAMEN PAR LEGO®
REVIEW LEGO®
REVISIÓN DE LEGO®
AVALIAÇÃO LEGO®
乐高®审核
OCENA LEGO®

OUZENÍ DESIGNÉRY LEGO®
POSÚDENÉ DIZAJNÉRMÍ LEGO®
LEGO® VÉLEMÉNYEZÉS
VERIFICARE LEGO®
ПРЕГЛЕД НА LEGO®
LEGO® RECENZIA
LEGO® ARVUSTUS
LEGO® APŽYALGA

NEW LEGO® PRODUCT®
NEUES LEGO® PRODUKT
NOUVEAU PRODUIT LEGO®
NUOVO PRODOTTO LEGO®
NUEVO PRODUCTO LEGO®
NOVO PRODUTO LEGO®
全新乐高®产品
NOWY PRODUKT LEGO®

NOVÁ STAVEBNICE LEGO®
NOVÁ STAVEBNICA LEGO®
ÚJ LEGO® TERMÉK
PRODUS LEGO® NOU
НОВ ПРОДУКТ LEGO®
JAUNS LEGO® PRODUKTS
UUS LEGO® TOODE
NAUJAS LEGO® PRODUKTAS



ideas.LEGO.com

