

Persbericht

15 april 2015

Ref.: 4378

Het 'Light up the dark'-experiment van Philips geeft Zweedse kinderen elke dag bijna 30 minuten extra speeltijd buiten

Doel van het experiment is de levenskwaliteit te verbeteren van de burgers in Uppsala, Zweden

Uppsala, Zweden – Koninklijke Philips (NYSE: PHG, AEX: PHIA), de wereldwijde marktleider in verlichting, maakt vandaag de resultaten bekend van haar experiment '[Philips Light up the dark](#)'. Het experiment, dat vorige maand startte, heeft als doel het buiten spelen gemakkelijker te maken voor kinderen die in een kleine gemeenschap in Uppsala leven, waar de winterduisternis al vroeg in de namiddag invalt. Op het speelterrein Tegnérparken werd [Philips CityTouch](#) connected LED-verlichting geïnstalleerd en de resultaten van het experiment toonden aan dat de kinderen elke dag 37% langer (ongeveer 27 minuten) buiten speelden door dit initiatief. Daardoor werd de tijd die zij binnen spelen met elektronische apparaten met 15% verkort (van 72 minuten per dag naar 61 minuten).

Verlichting, ongeacht of die natuurlijk of kunstmatig is, beïnvloedt al het leven op aarde. Bij mensen speelt zij een wezenlijke rol voor het [reguleren van ons circadiaanse ritme](#), de natuurlijke bioritmen van onze lichaamsklok, en voor de productie van hormonen in het lichaam. Bewezen is dat het ondervinden van voldoende licht gedurende de dag, in het bijzonder in de winterperiode, een heilzaam effect heeft op de stemming en de algemene levenskwaliteit. Maar het gebrek aan licht gedurende de wintermaanden in Zweden betekent dat veel kinderen overdag niet lang buiten spelen. In feite lijden mensen die in het hoge noorden wonen aan een hoger ziektecijfer ten gevolge van de 'winter blues'. Problemen die te maken hebben met stemming en een gebrek aan energie beginnen doorgaans in de herfst en kunnen tot ver in het voorjaar voortduren. Na de installatie van Philips CityTouch connected LED-verlichting in het Tegnérparken werd waargenomen dat kinderen in dat gebied nu buiten kunnen spelen, ongeacht hoe vroeg de duisternis invalt.

Reagerend op de resultaten zegt kinder-psychotherapeute dr. Louise Hallin: "Ook al zijn deze gegevens afkomstig van een kleine groep kinderen, de resultaten zijn indrukwekkend. Kinderen brengen minder tijd door met hun computers en voor hun televisies, en dat is op zichzelf al goed nieuws. Alles wat ervoor kan zorgen dat zij loskomen uit de cyclus van thuiskomen en apparaten inschakelen, is prijzenswaardig. Bijna een half uur langer buiten spelen dan normaal en die beeldschermen bijna een uur per week minder gebruiken, zijn heel significante cijfers."



Het 'Light up the dark'-experiment waarvoor Philips het initiatief nam, werd uitgevoerd samen met adviesbureau Bjerking en de gemeente Uppsala, om te onderzoeken of meer kans om buiten te spelen invloed zou hebben op jonge kinderen. De verlichting is nu een permanent onderdeel van de speelplaats.

"Uppsala is onderdeel van een algemene stadsrenovatie, het soort dingen dat overheden en ondernemingen kunnen doen. Soms hebben we allemaal een duwtje in de rug nodig dat ons aanmoedigt onze manier van leven te veranderen en ons doet realiseren dat we dingen te lang hebben laten versloffen", vervolgt dr. Hallin. "Bovendien kwam er iets bovendien waar ik helemaal niet op had gerekend: bijna 40 procent van de ouders zei dat zij nu ook buiten speelden met hun kinderen. Dat is fantastisch. Speeltijd met volwassenen. Daar zien we nooit genoeg van en voor kinderen is het toch zo belangrijk op zo'n manier een diepere band met hun ouders te vormen."

Eva Barrett, Global Head of Brand Communications bij Philips, merkt op: "Bij Philips geloven we dat we het leven altijd beter kunnen maken. Via een reeks levensechte laboratoriumexperimenten willen we innovatieve oplossingen en ideeën voor specifieke uitdagingen aandragen om de levens van mensen wereldwijd te verbeteren. Ons verlichtingsexperiment in Zweden is het eerste van vele experimenten die ons dichterbij het realiseren van onze visie brengen om in 2025 de levens van drie miljard mensen per jaar te verbeteren."

Het Tegnérparken is verlicht met behulp van de nieuwste innovaties op het gebied van energie-efficiënte LED-verlichting. Die levert licht van goede kwaliteit waarmee het park helderder, levendiger en leefbaarder is gemaakt. De kinderen van de plaatselijke kleuterschool werden nauw betrokken bij de installatie en kozen in feite het kleurenpalet voor de lampen in het hele park.

De belangrijkste bevindingen van het experiment bij kinderen van de lokale kleuterschool zijn:

- Vóór de installatie van de verlichting in het park speelden de kinderen gemiddeld **72 minuten** per dag buiten. In de week na de installatie was dit gestegen naar een gemiddelde van **99 minuten** buiten spelen per dag. Dat is een **toename van 37%** voor de dagelijks buiten doorgebrachte tijd per dag nadat het park werd verlicht.
- Gedurende dezelfde periode nam de tijd die binnen werd doorgebracht met het spelen van elektronische spelletjes of kijken naar de televisie af van gemiddeld **72 minuten** per dag naar **61 minuten** per dag. Deze **afname van 15%** vertegenwoordigt ongeveer **een uur per week minder** tijd doorgebracht voor een televisie of spelend met elektronische spelletjes.
- **86%** van de onderzochte ouders rapporteerde dat hun kinderen in de winter gewoonlijk minder tijd besteden aan buiten spelen.
- In de week na de installatie speelde **38%** van de ouders elke dag buiten met hun kind(eren).
- **57%** van de ouders rapporteert een merkbare verbetering te zien in de stemming van hun kinderen als die buiten spelen. Ze geven aan dat hun kind **'tevredener'** is. **28%** van de

ouders rapporteert dat hun kind een **betere eetlust** heeft nadat het buiten heeft gespeeld. **43%** rapporteert een positieve invloed op de slaappatronen.

Philips heeft een [rapport](#) opgesteld waarin de bevindingen van het experiment uiteen zijn gezet. Aanvullende informatie, waaronder [video's](#) en commentaren, is beschikbaar op www.livingexperiments.philips.com, [#lightupthedark](#).

###

Voor meer informatie kan u contact opnemen met:

Katleen Herroelen
External Communications Manager Lighting Philips a.i.
Tel.: + 32 471 83 92 53 (niet voor publicatie)
E-mail: katleen.herroelen@philips.com
Twitter: [@PhilipsBeLux](https://twitter.com/PhilipsBeLux)

Over Koninklijke Philips N.V.:

Koninklijke Philips N.V. (NYSE: PHG, AEX: PHIA) stelt zich als gediversifieerde onderneming actief op het gebied van "Gezondheid & Welzijn" tot doel het leven van de mensen te verbeteren door zinvolle innovaties op het vlak van gezondheid, lifestyle en verlichting. Philips, met hoofdkantoor in Nederland, behaalde een omzet van 21,4 miljard EUR in 2014 en stelt ongeveer 105.000 personen tewerk met verkoop en diensten in meer dan 100 landen. De onderneming is marktleider op het gebied van cardiale zorg, acute zorg en thuiszorg, energiezuinige verlichtingsoplossingen en nieuwe verlichtingstoepassingen, alsmede op het gebied van scheerapparaten, haartrimmers en mondverzorgingsproducten. Meer informatie over Philips is te vinden op www.philips.com/newscenter.