

*Eßlinger Zeitung vom 10./11. Februar 1996*

## **Die Welt des Spielens: Ganz schön trist**

**Wenig Innovationsfreude, Festhalten am Bewährten, Hinwendung  
zum Trivialen:**

**Die 47. Internationale Nürnberger Spielwarenmesse im Zeichen der  
wirtschaftlichen Krise**

*Von Hans-Georg Soldat*

»Die nachhaltigste Korrektur des Spielzeugs vollziehen nie und nimmer die Erwachsenen, seien es Pädagogen, Fabrikanten, Literaten, sondern die Kinder selber im Spielen.« Das meinte 1928 Walter Benjamin in seinem Aufsatz »Altes Spielzeug«, den er anlässlich einer Spielzeugausstellung schrieb. Was von all dem Kram übrig bleibt, den 2652 Firmen aus 50 Ländern dieses Jahr auf der »47. Internationalen Spielwarenmesse Nürnberg mit Fachmesse Modellbau, Hobby und Basteln« anbieten, das dürfte sogar mehr denn je von einem immer unberechenbarer werdenden Markt abhängen – der nicht zuletzt vom Spielverhalten der Betroffenen, meist der Kinder und Jugendlichen also, abhängt.

Denn die Zeiten sind härter geworden. Von wenigen Ausnahmen abgesehen, haben fast alle Produzenten Federn lassen müssen. Eine dieser Ausnahmen sind Computerspiele, bei denen die Lerncomputer noch eine Sonderstellung einnehmen. Dennoch wird diese Sparte oft überbewertet, sie ist bei weitem nicht so expandierend, wie vielfach vermutet. Gänzlich zusammengebrochen ist der Markt für neue Gesellschaftsspiele – es gibt sie nicht mehr. Gerade mal zwei Firmen versuchen, eher zaghaft, noch neue Brettspiele zu lancieren, die Riesen der Branche, allen voran der Marktführer aus Ravensburg, haben sie mehr oder minder rigoros aus dem Programm gestrichen und setzen dafür auf Neuausstattungen von Klassikern – bei den Ravensburgern sind das

»Scotland Yard« oder die ja wirklich wunderschöne Reihe der »Labyrinth«-Brettspiele.

Die Firma liefert sogar eine Philosophie dazu: Der Käufer gehe mehr auf Sicherheit und präferiere hergebrachte Werte. Ob sie da nicht viel zu hoch greift, wenn sie im gleichen Atemzug mitteilt, daß kaum noch Spiele über 30 DM gekauft und die Entscheidungen, was verschenkt wird, noch kurzfristiger gefällt werden, scheint mehr als zweifelhaft. Alles deutet vielmehr darauf hin, daß der Kauf schlicht dem aktuellen Geldbeutel angepaßt wird und dabei die Eltern (die die meisten Käufer stellen) jene Spiele bevorzugen, mit denen sie selbst groß wurden.

Wie unfundiert Philosophien sind, konfrontiert man sie mit der harten pekuniären Realität, zeigt auch der Markt für Plüschtiere. Ungeachtet eines Angebots wie es vielfältiger noch nie war (und die Messe dieses Jahr stellt dabei einen neuen Höhepunkt dar), sind die Umsätze drastisch, im Großhandel um ungefähr 15 Prozent, gesunken. Da hilft auch nicht der Glaube, Plüschtiere seien das wahre Gegengewicht gegen die Kälte der heutigen Welt – offenbar wird das anders empfunden; und frappant ist, daß hier gerade die billigen Importe den Rückgang besonders spürten. Der Marktführer mit dem »Knopf im Ohr« hat nur 4 Prozent Umsatzrückgang.

Dort freilich greift noch ein anderer Mechanismus: die Hinwendung zum Sammlermarkt. Steiff setzt auf die riesige Sammlergemeinde von Teddys, die sie mit Replikaten dosiert bedient, wobei sie sich zugleich einen Abonnentenstamm in Form von »Steiff-Clubs« schaffte. Hier stößt der Hersteller ganz gezielt in eine Nische, in der Leute siedeln, denen wirtschaftliche Krisen nichts ausmachen. Auf diesem Sektor gibt es sogar erhebliche Zuwächse. Ein Produzent von handgemachtem Blechspielzeug im Stile der dreißiger Jahre etwa kann die Nachfrage (besonders aus dem Ausland) kaum noch befriedigen – und das bei Preisen, die bei mehreren hundert Mark pro Exemplar liegen können. Wenn es der Eßlinger Verlag J. F. Schreiber gescheit anfängt, könnte er mit seinem wunderschönen nostalgischen Papierspielzeug hier eben-

falls gute Erfolge erzielen – nur müßte er dann weniger verschlafen auf sich aufmerksam machen, als er es jetzt tut.

Natürlich ist Spielzeug für Erwachsene nur ein kleines, freilich umsatzstarkes Segment. In einer Zwischenzone siedeln Puppen, bei denen sich – wenngleich noch etwas vage – ein neuer Typus zu verfestigen scheint: die multikulturelle Charakterpuppe. Multikulturell, weil sie Phänotypen aus der ganzen Welt zum Vorbild nimmt; Charakterpuppen insofern als sie – wie ihre Vorgänger seit dem Anfang der Jahrhunderte – ein realistisches, unverkitschtes Kinder- oder Babybild bevorzugt. Was davon in zehn Jahren übrig bleibt, wird man noch sehen, auf jeden Fall könnte das ein Fall für künftige Sammler werden.

Ganz abseits, unbeachtet von den Medien, siedelt in einem winzigen Stand Richard Wetzels mit seinen Spielen in der Zündholzschachtel. Neu bietet er eine Streichholzschachtel an, in der sich fünf winzige Schablonen mit unterschiedlich geformten Löchern befinden. Richtig übereinander gelegt, entsteht aus den Aussparungen das Negativabbild der berühmten Pfeife René Magrittes auf dem Gemälde »Dies ist keine Pfeife«. Solche Tiefsinnigkeiten sind einzigartig. Global gesehen ist die Welt des Spielens, so wie sie die Industrie dieses Jahr präsentiert, jedoch eher trist. Wenig Innovationsfreude, Setzen auf Bewährtes – wobei das durchaus seine guten Seiten haben kann, wie die neu herauskommenden Repliken der berühmten Fröbel-Baukästen zeigt – und Hinwendung zu Trivialitäten, die zum Kult erhoben werden (bestes Beispiel Star Trek) – das ist alles. Ob sich so der Krise erfolgreich begegnen läßt, sei dahingestellt.