

Arche Noah mit Elektroantrieb

Spielwarenmesse Nürnberg 2003: Eine Branche in Wartestellung

Von Hans-Georg Soldat

»Dieses Spielzeug war ein Verkaufsschlager seit der Sintflut und wird es wahrscheinlich sein, solange die Welt besteht.« Eine kühne Behauptung, die ein amerikanischer Spielzeugkatalog 1889 aufstellte. Die Rede ist von der Arche Noah. Eine Zeitlang sah es so aus, als hätte er sogar Unrecht gehabt – über Jahrzehnte war auf der Spielwarenmesse in Nürnberg, dieser weltweit größten Schau von Spielzeug, Spielen, Hobby- und Bastelartikeln und seit diesem Jahr noch Souvenirs, nichts mehr von einer Arche Noah zu erblicken, von ein paar verborgenen Ausnahmen abgesehen. Jetzt allerdings feierte sie ihre Wiederauferstehung. Nicht nur Playmobil legte eine Riesenvariante von gleich 52 cm Länge vor (sie wird im September ausgeliefert, hat einen eingebauten Kran und kann sinnigerweise durch einen 1,5-Volt-Motor ergänzt werden), sondern auch mindestens zwei weitere Firmen haben sie neuerdings im Programm. Eine sonderbare Koinzidenz.

Und wiederum nicht. Denn die Wiederkehr der Arche Noah gehört zu jenem Moment des Innehaltens, der überall bemerkbar war. Wer die Kilometer um Kilometer an den Ständen von 2716 Ausstellern aus 61 Ländern entlang wanderte, spürte allenthalben, dass es vorbei ist mit der Nonchalance, mit der neue Produkte bisher auf den Markt geworfen wurden. Zwar gab es auch in diesem Jahr unverändert etwa 60.000 Neuheiten unter den insgesamt rund 1 Million Spielwarenprodukten, doch unverkennbar war die Zurückhaltung, lieber griff man auf Altbewährtes zurück, auf das klassische Spielzeug in Holz vor allem, auf den fast archetypischen Formenkanon von Spiel und Spielzeug, wie er schon vor hundert Jahren existierte.

Nun muss gar nicht darüber spekuliert werden, was wohl die Ursache sein könnte – die wirtschaftliche Misere hinterließ sogar in dieser

relativ krisenfesten Branche ihre Spuren. Sie musste Einbußen hinnehmen, der Umsatz ging zurück, die Konsumenten wollten einen möglichst gediegenen Gegenwert für ihr knappes Geld, und da wurde selbst eine attraktive Novität zugunsten einer wertbeständigeren Investition zurückgestellt.

Das bewog »idee+spiel«, nach eigenem Bekunden »Europas mitgliederstärkste Einkaufs-, Dienstleistungs- und Marketing-Kooperation für mittelständische Spielwaren-, Modellhobby- und Multimedia-Einzelhandelsgeschäfte« eine völlig neue Marketing-Linie zu den bestehenden fünf zu schaffen: »Smartoys – spielend begreifen«. Darin steckt nicht nur »smart« und »toys«, sondern auch »art«, »Kunst«: Ausdruck für das Bemühen, den Geschäften maßgeschneidert genau jene hochwertigen Produkte zu liefern, die jetzt von den Kunden besonders gefragt werden. Eine sympathische Initiative.

Doch was ist solch eine hochwertige Ware? Holzspielzeuge sind gute Beispiele, zumal augenfällig ist, welche gediegene Qualität sie unterdessen haben. Als am Vorabend der Messe wieder der »Deutsche Designpreis Holzspielzeug« verliehen wurde, war das denn auch kein Thema mehr. Wertarbeit wird gewissermaßen vorausgesetzt. Wichtige Kriterien sind darüber hinaus: Produktsicherheit, pädagogische Eignung und Spielanimation, Gebrauchstauglichkeit, Umweltverträglichkeit und Innovationsgehalt. Doch es ist aufschlussreich, dass selbst innerhalb dieser sozusagen von Hause aus »klassischen Sparte« wiederum auf noch ältere Sujets zurückgegriffen wird: Der 1. Preis ging an ein Schaukelpferd, der zweite an einen Zirkus, der dritte an eine Laufmaschine, die an die Urfindung des Karl Friedrich Freiherr von Sauerbronn anknüpft – die zweirädrige »Draisine«, die er sich 1818 patentieren ließ. Hier hatte ganz offensichtlich der Wunsch Pate gestanden, den Jüngsten wieder etwas mehr Bewegung zu verschaffen. Löblich – doch wie ein Publikumswettbewerb derselben Produkte im Spielzeugmuseum Nürnberg zeigte, rührte dies die Adressaten überhaupt nicht: Die »Draisine« fiel dort durch.

Sonderbarerweise war einem noch nie aufgefallen, dass sich das Spielzeugmuseum Nürnberg auf der Messe nie so recht publikums-

wirksam präsentiert hatte. Offenbar soll sich das ändern – denn es stellte diesmal, zusammen mit dem Ernst Paul Lehmann Patentwerk (LGB), auf einer gut besuchten Pressekonferenz einen Prachtband der Museumsmacher Helmut Schwarz und Marion Faber vor: »Bewegte Zeiten – Ernst Paul Lehmann Patentwerk – Geschichte einer Spielwarenfabrik«. Das passt punktgenau in die rückbesinnlichen Zeiten, zumal das Buch eine Fülle neuen Materials verarbeitet, das erst nach der Wiedervereinigung zugänglich wurde. Schließlich liegen die Wurzeln der Firma 1881 in Brandenburg, erst 1950 siedelte sie sich – nach Enteignung und Flucht der Eigentümer – in Nürnberg an. Für die Spielzeugforschung, aber auch für die Liebhaber schönen Spielzeugs ist diese im Tümmels Verlag, Nürnberg, erschienene Untersuchung eine absolute Notwendigkeit. Es ersetzt die unterdessen über zwanzig Jahre alte Publikation von Jürgen Cieslik zum Thema.

Wahrscheinlich sind es solche Bücher, die einem überhaupt erst erlauben, eine Mammutschau wie die Nürnberger Spielwarenmesse einigermaßen einordnen zu können. Sie bieten jenes Vergleichsmaterial, ohne das man in der Fülle des Angebotenen einfach ertrinkt. Mehrere hundert neue Gesellschafts- und Familienspiele, eine unübersehbare Menge an Plüschtiguren, Puzzles, die, manchmal aus über 18.000 Teilen zusammengesetzt, spielend selbst große Wände eines Altbaus füllen können oder Modellbahnen in allen Größen, die sogar die exzentrischesten Wünsche an Detailtreue erfüllen und sich wirklich nur noch in ihrer Größe vom Original unterscheiden. Nur langsam schält sich da so etwas wie ein Ariadnefaden heraus, fällt auf, dass sich hinter dem obligaten Marktgeschrei nicht nur Unsicherheit verbirgt wie es wohl weitergehen werde, sondern vor allem eine branchenspezifische »Beschränkung auf die Kernbereiche« – was hier erst einmal bedeutet: Rückgriff auf Bewährtes. Keine Experimente – bedauerlichstes Opfer die Firma Naef, die jetzt vom Gründer zurückgekauft wurde und gleich erst einmal ihren Chefdesigner Heiko Hillig feuerte, unter dem die Traditionsfirma zu einem Hersteller hochartifizierlicher Objekte wurde, die sich auch (aber nicht nur) zum Spielen eigneten. Freilich, es ist schon möglich, dass sich das derzeit nicht allzu gut verkauft. Aber schade ist es

schon um die abgebrochene Entwicklung, der Stand bot in diesem Jahr – im Vergleich zu den vergangenen – zunächst eher ein Bild gestalterischen Jammers.

Rückgriff auf Bewährtes bedeutet aber im Verständnis der Branche noch mehr: vor allem Anlehnung an potente Lizenzgeber – innerhalb und außerhalb der Spielzeugindustrie, neuerdings sogar an erfolgreiche Computerspiele wie Lara Croft. Doch auch das hat es schon immer gegeben. Die Walt-Disney-Figuren oder Puh, der Bär, stehen für das eine Segment, Coca Cola für das andere. Dieser Handel mit Lizenzen wurde in den letzten Jahren freilich ständig ausgeweitet, hat allerdings bei weitem noch nicht den Umfang wie in den USA. Ein fast verzweifelter Wettlauf ist entbrannt, wer die attraktivsten Lizenzen hereinholen kann. Denn selbst vermeintlich sichere Optionen sind kürzlich zu Flops geworden – so hörte man beispielsweise, dass die Harry-Potter-Lizenzen eher flauere Geschäftsumsätze bringen. Mag sein, dass dahinter eine falsche Geschäftspolitik der Lizenzträger steht, doch selbst das »Herr-der-Ringe«-Universum spielt nicht ganz jene Erträge ein, die sich alle davon erhofften.

Das ändert nichts daran, dass gelegentlich gerade auf diesem Gebiet immer noch Wunder geschehen. Wie war es beispielsweise möglich, dass eine winzig kleine Familienfirma im württembergischen Oppenau, die Puppen-Herstellerin Gröble-Schmidt nämlich, sich die Lizenz für Filmkunstpuppen aus dem »Herrn der Ringe« sichern konnte? Es klingt ein bisschen nach Märchen: »Alles begann bei uns mit dem Kinobesuch des ersten Films. Die Begeisterung war so groß, dass 13 weitere Kinobesuche folgten und nach dem dritten Kinoerlebnis war die Idee geboren, die Charaktere des Films umzusetzen in Filmkunstpuppen. Die ersten Prototypen FRODO und ARWEN durften wir bei New Line Cinema selbst vorstellen und jeder dort war begeistert ... Die Puppen sind authentisch gekleidet, was uns dadurch möglich war, dass wir von New Line Cinema Stoffe der Originalkostüme bekamen ... Im Lauf des Jahres werden die Gefährten Galadriel und Eowyn nachfolgen.«

Wer sich nur ein bisschen in den Gepflogenheiten des Lizenzgeschäfts auskennt, mag sich die Augen reiben. Gibt es denn so etwas

noch? Offenbar. Freilich, ob die etwa 74 cm (Hobbits) bzw. 1 m großen (Elben und Menschen) Puppen, die in limitierter Auflage erscheinen, wirklich ein Erfolg werden, ist noch ganz und gar nicht ausgemacht, aber es wäre der mutigen kleinen Firma zu wünschen. Alle Hochachtung!

Im Übrigen ist das jedoch bei weitem nicht die einzige Firma, die auf den »Herrn der Ringe« setzt. Es gibt – nur eine absolut unvollständige Auswahl – Brettspiele, Schachfiguren, geätzte Laserfiguren in Glasblöcken, Masken, Kostüme und unzählbaren Tand aus dem Tolkien-Umkreis. Games Workshop aus Düsseldorf versucht die Nachfrage nach seinem Strategiespiel »Herr der Ringe« mittels »Ergänzungen« anzuheizen – so, wie es Kosmos mit den »Siedlern von Catan« schon seit langem tut. Auch bei Kosmos gibt es ein Brettspiel »Herr der Ringe« (von Rainer Knizia), zu dem jetzt »Der Herr der Ringe – Das Kinderspiel« hinzutritt. »Der kleine Hobbit« ist ebenfalls dort erhältlich, und da wir schon bei der Umsetzung von Literatur sind: Antoine de Saint-Exupéry's »Der kleine Prinz« kommt jetzt ebenfalls bei Kosmos heraus. Bei Kosmos erscheint auch Friedensreich Hundertwassers Architekturspiel »DieHölzerSieben«, eine farbenfrohe Augenweide.

Die Messe in Nürnberg war gut beraten, als sie dieses Jahr einen nicht eben kleinen Teil der Halle 4 dem Thema »Farbe« widmete. Kunst-Installationen, der Werdegang der Farbe vom gemahlten Stein zum fertigen Produkt, Malerfarben – von vielen wird ja unterschätzt, welche Wirkungen Farben innewohnen, wie sie Kaufreize geben und bremsen können. Starke Farben haben hierzulande – jedenfalls im Augenblick – einen eher modischen Akzent. Bandai setzt mit ihren großäugigen Bratz- und Lil' Bratz-Puppen ganz auf diese Wirkung. Ihre Kreationen »Cloe«, »Jade«, »Yasmin« oder »Sasha« sind hochmodische Ankleidepuppen in Miniaturausführung. Harte, übergangslos gesetzte Farben; eine etwas dekadente Augenweide.

Wobei in diesem Zusammenhang eine Kreation erwähnt werden muss, die in der Geschichte des Spielzeugs wohl einzigartig ist: eine betende Puppe (Unisia, Hongkong, etwa 40 cm groß). Sie kann außerdem singen, beim Gebet niederknien, ihr Mund bewegt sich, die Augen leuchten, die Hände klatschen, sie funktioniert mit Batterien. Man weiß

nicht genau, ob man lachen oder weinen soll, jedenfalls ist dies ein Unikat, das es in sich hat. Sie ist übrigens in Kleider gehüllt, die allen Farb-Ansprüchen an Süßlichkeit genügen.

Leider fehlte in der Sonderschau »Farbwelten« jede Auseinandersetzung mit der weltweit unterschiedlichen Wirkung von Farben. Dabei dürfte es wohl dies Thema sein, dass Aussteller und Fachbesucher gleichermaßen am meisten interessierte. Schließlich hängt auch davon der Erfolg der exportorientierten Branche ab. Ein Spielzeug mit einer negativ besetzten Farbe dürfte wohl kaum ein Renner werden. Hier gibt es fürs nächste Jahr noch Nachholbedarf.

»Das Spielzeug ist im Leben des Kindes das, was in dem Leben der Erwachsenen das Kunstwerk ist ...«, schrieb 1904 Paul Hildebrandt in seinem unverändert aktuellen Plädoyer »Das Spielzeug im Leben des Kindes«. Man kann sich darüber streiten, ob es nicht sogar mehr bedeutet, ob damit also nicht die prägende Rolle des Spielzeugs unterbewertet wäre – Tatsache jedoch ist, dass die internationale Industrie nur zufällig einen solchen Aspekt aufgreift. Allerdings könnte man auch anders herum argumentieren – was ist denn heutzutage Spielzeug? Muss nicht der Begriff grundlegend ausgeweitet werden? Wo bleibt der interaktive Computer? Wie steht es mit der Rolle von Comics?

Die Spielwarenmesse in Nürnberg hat die Chance, hier eine Mittlerfunktion einzunehmen. Was allerdings fehlt, ist eine grundlegende Untersuchung, die nicht nur qualitativ die einzelnen neuen Segmente auflistet, sondern darüber hinaus deutlich macht, welchen Stellenwert jedes Teil in welchem Alter hat. Eine immense Aufgabe – doch ohne sie wird alle Arbeit am Spielzeug nur Stückwerk bleiben. Die Zeit dürfte reif sein für einen neuen Aufbruch der Theorie.