

# ZEIT MAGAZIN



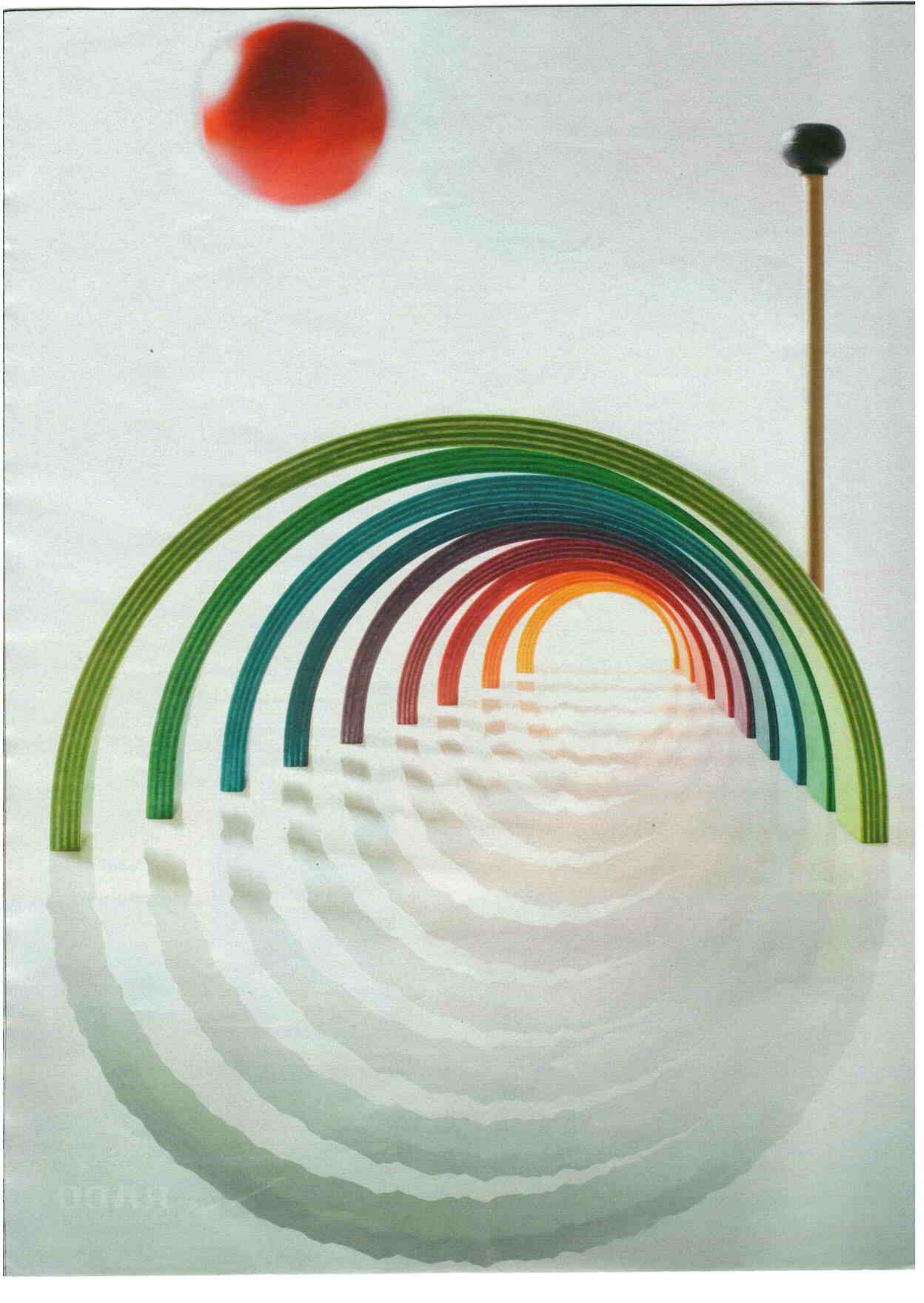
PAPAMOBIL

NR. 44 22. 10. 2009



REINE FORMSACHE  
Spieluhr »Mozartkugel« in Eiche von  
Siebensachen (69,50 Euro) und  
Holzbausteine »Vivo« von Naef (89 Euro)

DIE GUTE STUBE  
Puppenstube von Hase Weiss. Es lassen  
sich mehrere Sets kombinieren  
(diese Zusammenstellung: etwa 630 Euro)



## »ES IST ZEIT FÜR EINE ›SLOW TOY‹-BEWEGUNG«

Von  
JÜRGEN VON RUTENBERG

# E

in Puppenhaus im Bauhaus-Stil, stilisierte Holzpiraten, ein Regenbogenxylofon – so schön kann Spielzeug sein!

So schön waren die Spielsachen meiner Kindheit jedenfalls nicht. Einige waren sogar dezidiert scheußlich, was meine kindliche Begeisterung damals nicht im Geringsten getrübt hat, im Gegenteil. Womit wir gleich bei der Frage wären: Muss Spielzeug überhaupt schön sein?

Es könnte ja sein, dass das aufregendste Spielzeug portyhässig ist. Belege für diese Vermutung finden sich zuhauf in den Spielzeugabteilungen der Kaufhäuser. Gleich neben der Rolltreppe strahlt pink ein ganzer Stadtteil voller Barbiepuppen, es türmen sich bunt bedruckte Pappkartons, aus deren Cellophanfenstern schwer bewaffnete Monster starren oder Babypuppen, die schreien, sprechen, trin-

ken, verdauen können. Die Suche in diesen Spielwarenwelten nach »irgendwas Schöнем« fürs Geburtstagskind ist oft eine zermürbende Erfahrung. Kein Zweifel: Die Massenware kommt in aller Welt gut an – sonst wäre sie keine Massenware.

»Designerspielzeug« hingegen, wie wir es in diesem Heft zeigen, setzt sich sofort dem Verdacht aus, vor allem den Eltern zu gefallen und deren Eitelkeit zu dienen, weniger dem Spielspaß. Ist das so? Stehen sich hier zwei Welten unversöhnlich gegenüber? Wie meine dreijährige Tochter zurzeit gern sagt, die Augenbrauen hochziehend, heftig achselzuckend: »Kann sein. Weiß nicht!«

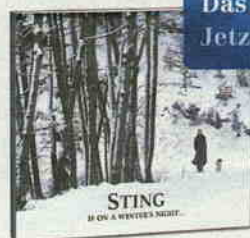
Vielleicht findet sich die Antwort ja in einem der Standardwerke zum Thema, *Spielen – Lernen* von Andreas Flitner, einem großen alten Mann der Pädagogik in Deutschland. »Selbstverständlich fühlen sich Eltern zu Recht auch für die geschmackliche Umgebung ihrer Kinder zuständig«, schreibt er. »Sie werden aber mit Konflikten rechnen müssen.« Viele »geschmacklose Spielfiguren« seien »auf Kinderschwächen hin kalkuliert« und »mit großem psychologischem Raffinement ausgeklügelt«. Die Entscheidung der Kinder für ein Spielzeug gehe »ganz andere Wege« als der Eltern-geschmack oder pädagogische Überlegungen. »Wie so oft in der Erziehung stehen hier zwei Güter einander entgegen«, so Flitner: einerseits »der Respekt vor den Wünschen und Gefühlen der Kinder«, andererseits »der Wunsch, dass die Kinder auch ästhetisch etwas lernen«. So weit also der Konflikt, wo liegt die Lösung?

An wissenschaftlicher Erforschung des Spielzeugs mangelt es nicht. Spielen ist eins der großen Menschheitsthemen, erkundet wird es

von Psychologen, Pädagogen – und natürlich von den Strategen und Marktforschern der milliardenschweren Spielzeugindustrie. Deren Schlachten um die Aufmerksamkeit der Kinder und das Geld ihrer Eltern beschreibt der britische Journalist Eric Clark in seinem 2008 erschienenen Buch *The Real Toy Story*. Jederzeit stehen in dieser Branche riesige Summen auf dem Spiel, Superhit und Bankrott sind stets nur eine Idee voneinander entfernt. Laut Clark ist die Spielzeugindustrie dabei völlig auf die USA fixiert: »Obwohl US-Kinder nur 4 Prozent der Kinder auf dieser Welt ausmachen, konsumieren sie 40 Prozent der Spielsachen weltweit.« Nach exzessivem Konsum sehen viele Produkte dieser Industrie auch aus: effekt-hascherische Geräte, die auf Knopfdruck faszinieren, ohne dass das Kind viel beisteuern muss. Sie erzeugen vor allem den Wunsch, sie zu besitzen – und alsbald durch das nächste Gadget zu ersetzen.

Schon nach kurzer Beschäftigung mit den Mechanismen der Spielzeugbranche fühlt man sich wie nach einem zu tiefen Einblick in die Nahrungsmittelindustrie: Man sehnt sich nach Selbstgemachtem. Noch nie gab es so viel Spielzeug. Je niedriger die Geburtenraten, desto üppiger werden die wenigen Kinder in den Industrienationen von Verwandten und Bekannten mit Geschenken überhäuft. Es ist offenbar höchste Zeit für eine Art *slow toy*-Bewegung. Motto: Lieber wenige richtig gute Spielsachen als viele schlechte.

Den kitschträchtigen Massenmarkt für Spielzeuge beklagte schon 1815 die britische Schriftstellerin Maria Edgeworth und ersann den »rationalen Spielzeuginhalt« voller abstrakter Objekte, die der Fantasie der Kinder Raum



Das neue Album  
Jetzt im Handel!

# STING

IF ON A WINTER'S NIGHT...

[www.sting-winter.de](http://www.sting-winter.de)