

Spielen in den Zeiten digitaler Unterhaltungsmedien ist anders. Experten beobachten, dass das Alter, ab dem Kinder nicht mehr für rein physische Spielsachen zu begeistern sind, weiter nach unten sinkt. Für Systemspielzeug, das den Spielenden einen eng vorgegebenen Rahmen an Verläufen nahelegen, könnte es in Zukunft eng werden. Das sagt der Flensburger Spielforscher Jens Junge, der die Marke Playmobil seit vielen Jahren beobachtet. Der Branchenkenner sieht aber auch Gründe für vorsichtigen Optimismus, denn das Unternehmen aus dem fränkischen Zirndorf sei durchaus gewillt, sich an die neuen Herausforderungen anzupassen.

Herr Junge, was war neu, als Playmobil im Jahre 1974 auf den Markt kam?

Die Firma Geobra hat mit dem Playmobil-Männchen eine Figur erfunden, die mit ihrem freundlichen Äußeren als Identifikationsobjekt für Kinder taugte, und die noch dazu in ganz unterschiedliche Zusammenhänge einbeziehbar war. Es waren komplette Spielwelten aus Plastik, in die jedes Kind sich anhand dieser übergreifenden Figur hineinendenken konnte. Alles passte zusammen, und es war frei kombinierbar. Das war das Innovativste daran.

Ein kreisrunder, überproportional großer Kopf, immer derselbe einfache Gesichtsausdruck mit Knopfaugen und Sichelmund – wofür stehen die Playmobil-Figuren, wie sind sie zu deuten?

Das Lächeln der Playmobil-Figuren ist offen und freundlich. Das ist wie eine Ermutigung für Kinder. Sie denken sich Geschichten aus und spielen sie wie ein Theaterstück.

Was lernen Kinder, die mit Playmobil spielen?

Bei Playmobil handelt es sich um ein klassisches Aufstellspiel. Das Konzept solcher ausdifferenzierter Spielwelten bewirkt, dass man in Filmwelten eintauchen kann. Es geht letztlich darum, sich Geschichten zu erzählen.

Wie hat es die Firma Geobra über Jahrzehnte immer wieder geschafft, sich an aktuelle Trends anzupassen oder sie vielleicht gar zu setzen?

Das hat jahrzehntelang super geklappt, weil sie bei Playmobil immer sehr partizipativ aufgestellt waren. Kinder haben über Jahre immer wieder Briefe geschrieben mit Anregungen, die das Unternehmen dann aufgegriffen und als Ideen für neue Bausätze verwendet hat. Bestimmte Trends, zum Beispiel von Urlaubsregionen, hat Playmobil sehr schnell übernommen. Dann gab es zum Beispiel Bausätze rund um die alten Ägypter und die Pyramiden, wenn Kinder das in ihrem Urlaub gesehen und ihre Begeisterung dafür mitgeteilt haben – also nachdem sie geschrieben haben: Ich möchte auch eine Pyramide haben. Es war branchenweit bekannt, dass Playmobil ganz nah an der Kundschaft operiert und damit viele Kinder glücklich gemacht hat.

In jüngster Zeit ist das Unternehmen in die Krise geraten. Welche Fehler wurden gemacht?

Aufstellspiele wie Playmobil, bei denen etwas aufgebaut wird, sind nicht mehr so gefragt wie früher. Der freie Charakter des Spiels ist dabei ein bisschen verloren gegangen. Aber ich will jetzt gar nicht allzu sehr den Stab über Playmobil brechen. Wir haben es hier mit einem gesamtgesellschaftlichen Trend zu tun: Gerade, weil alles in unserer Lebenswelt immer schon quasi perfekt ist und wir zum Beispiel im Film umfassend unterhalten werden, sollte das Spielzeug ein Gegenstück dazu sein. Es sollte dann ein Spielzeug sein, mit dem man fantasievoll interagieren kann. Wenn ich hingegen ein fertiges Setting habe, das ich nicht mehr verändern kann, sondern immer nur im Rahmen dieses Settings spiele, dann fehlt auf Dauer vielleicht ein bisschen der Raum für die Fantasie.

Die Zukunft sieht für Playmobil also eher finster aus?

Das Unternehmen will noch nicht aufgeben, das hat erst kürzlich die diesjährige Spielmesse (Anm. d. Red.: 30. Januar bis 3. Februar in Nürnberg) gezeigt. Dort hat Playmobil ein neues Konzept vorgestellt, einen Ponyhof mit anderen Figuren, bei dem es um Nachhaltigkeit geht und bei dem große Teile des Baukastens aus re-



Eintauchen in Filmwelten

Über Jahrzehnte hat Playmobil die Spielgewohnheiten von Kindern geprägt. Dabei hat es der Hersteller Geobra aus Zirndorf verstanden, Wünsche der Kinder direkt aufzugreifen, erklärt der Berliner Spielforscher Jens Junge. Im digitalen Zeitalter müsse sich die Marke aber neu aufstellen. *Von Boris Kruse*

cyclten Materialien bestehen. Die wollen noch kämpfen!

Sehen Sie Möglichkeiten, solche physischen Systemspielzeugbausätze in die digitale Gegenwart zu retten?

Das ist schon möglich, wie das unglaublich erfolgreiche Beispiel „Minecraft“ zeigt (Anm. d. Red.: Das erfolgreiche Computerspiel, in dem es darum geht, Ressourcen zu sammeln und weiterzuentwickeln, wurde 2019 von Ravensburger als Brettspiel adaptiert). Dies ist ein Trend, den zum Beispiel Lego auch verpennt hat – denn Minecraft ist ja im



Sieht noch Potenzial bei Playmobil: Der Internet-Unternehmer und Spielforscher Jens Junge beobachtet die Modernisierungsversuche der Franken. *Foto: Junge/dpa*

Es war branchenweit bekannt, dass Playmobil ganz nah an der Kundschaft operiert.

Grunde genommen ein digitales Lego-Spiel, bei dem ich mit meiner Fantasie eigene Sachen bauen kann, während der Hersteller die Ressourcen dafür zur Verfügung stellt. Ein Spiel, bei dem die Spieler nicht in ein bestehendes Setting hineingekommen sind, sondern bei dem sie zeigen können, was sie Tolles daraus gemacht haben, nach ihren Vorstellungen.

Hätte Playmobil vielleicht schon früher lernen müssen, wie ein Animationsfilmstudio zu denken?

Es ist im Bereich der Spielzeugkonzeption immer wichtiger geworden, Geschichten aus Filmproduktionen zu übernehmen. Das haben andere eher gemacht als Playmobil. Und wenn sie sich dann einmal trauen, auch solche Geschichten zu übernehmen, so wie „Asterix“, dann machen sie es sehr spät – „Asterix“ ist ja eigentlich auch eher eine Figur der Babyboomer und nicht eine der heutigen Kinder. Die Figuren sehen außerdem gar nicht aus wie die Comic-Figuren, sondern wieder wie die Standard-Playmobil-Männchen. Das Lizenzmodell ist in dem Fall also auch nicht sonderlich geschickt umgesetzt.

Macht eine enge Verzahnung von Systemspielzeug und Film denn überhaupt Sinn oder ist das vielleicht sogar bedenklich?

Die Kinder suchen sich durch solche Filme auch Anregungen, sie lassen sich unterhalten und inspirieren. Ich würde das nicht nur schwarz sehen. Aus dem Konsum erwächst meistens auch die kreative Umsetzung. Das war früher schon so, in meiner Generation: Wenn man Win-

Der Musiker Peter Maffay mit einer Playmobilfigur, die ihm nachempfunden ist. Das Unternehmen will künftig mehr auf bekannte Gesichter setzen.

Foto: Daniel Karmann/dpa

netou gesehen hat, dann ist man rausgegangen und hat selbst Indianer gespielt.

Viele Eltern beobachten aktuell ein kurioses Phänomen: Kinder inszenieren Geschichten mit Playmobil und veröffentlichen sie als Filme auf YouTube, oft erstaunlich gut geschnitten. Warum schauen Kinder sich das – wie die Streaming-Zahlen verraten – mittlerweile ähnlich gerne an wie professionelle Kinderfilmproduktionen, die mit ungleich größerem Aufwand entstanden sind?

Das passt durchaus zu der Einschätzung, dass Playmobil es mit den perfekten Settings vielleicht etwas übertrieben hat. Wenn solche Geschichten authentischer überkommen, denn wirken sie oft viel stärker, als wenn sie perfekt sind. Diese selbst inszenierten Filme wirken vielleicht viel natürlicher und sind damit auch passender für die eigene Spielwelt.

Auf der anderen Seite gibt es den wachsenden Bereich der Lizenzartikel in Anlehnung an bekannte Film- und Fantasyreihen. Lego zum Beispiel ist erfolgreich mit Adaptionen wie „Star Wars“, „Harry Potter“ und der eigenen Kreation „Ninjago“. Playmobil hingegen feiert weiter den Alltag und die heile Welt (Baustellenreihe, Camping, Pferdehof, Polizei und Feuerwehr ...), oder?

Ja, aber bei der „Star Wars“-Produktreihe von Lego zum Beispiel sind die Zielgruppe die Erwachsenen. Und da hat Playmobil sehr spät begonnen zu realisieren, dass jemand mit physischem Spielzeug komplexe Dinge tun kann. Und zum Beispiel den Organisationsablauf in einem Krankenhaus darstellen kann. Wenn Sie sich zum Beispiel den großen Lego-Kampfstern anschauen: Der ist für einen Kindergeburtstag überhaupt nicht geeignet. Da geht es eher darum, ihn zu kaufen, zusammenzubauen und stolz auf den Wohnzimmerschrank zu stellen. Bei Playmobil haben sie das Thema „Serious Play“ beziehungsweise „Spielen für Erwachsene“ noch nicht so richtig erkannt.

Dann muss Playmobil jetzt also dazulernen und aufholen, wenn es auch in der Zukunft eine Chance in den Kinderzimmern haben will?

Ich sehe da durchaus Hoffnungsschimmer. Sie nehmen Abstand von dem Standard, der jetzt eben doch 50 Jahre alt ist. Stichwort Ponyhof und recyceltes Plastik: Daran sieht man, dass Playmobil noch einmal neue Wege gehen will. Eigentlich ist Playmobil, obwohl es ja Plastik ist, ohnehin schon total nachhaltig. Es wird ja aufgehoben, eingelagert und an die jeweils nächste Generation vererbt. Es vergammelt nicht. Der Bestand an alten Modellen ist in vielen Kinderzimmern so groß, dass man nicht immer gleich das Neueste kaufen muss. Man holt einfach die alten Bausätze für die Kinder hervor, wenn die das jeweils passende Spielalter erreicht haben.

Zur Person

Jens Junge, geboren 1964 in Flensburg, gilt als einer der angesehensten Spielforscher im deutschsprachigen Raum. Seit seiner Jugend hat er Comics gezeichnet und Brettspiele illustriert, später eine Ausbildung zum Verlagskaufmann bei einem Spiele-Fachmagazin gemacht. 1986 gründete er einen Verlag für Comics und Cartoons. Frühzeitig engagierte er sich für die aufkommende Computerspielzene. Er studierte Volkswirtschaft, Geschichte und Betriebswirtschaft.

Seine Aktivitäten im Internet führten zur Gründung einiger Unternehmen, unter anderem eine Agentur für Online-Marketing und ein Entwicklungsstudio für Mobile Apps. Unter anderem brachte er für die Landesregierung von Schleswig-Holstein in den 1990er-Jahren deren erste Internetauftritte mit auf den Weg. Ein kluger Schachzug war es, sich die Domain www.spielen.de zu sichern, auf der Junge seit 2006 sogenannte Casual Games – einfache, unkomplizierte Gelegenheitsspiele – zum Online-Spielen im Browser anbietet.

Seit 2011 hat Junge eine Professur an der SRH University Berlin. Dort hob er 2014 das Institut für Ludologie aus der Taufe. Jens Junge war bis 2021 im Beirat des Spielarchivs Nürnberg und ist Vorsitzender des Fördervereins Spielzeugmuseum Nürnberg. Im Jahre 2017 bewarb er sich erfolglos innerhalb der CDU um den Spitzenplatz im Bundestagswahlkreis Flensburg-Schleswig.