

Interview

# „Eltern sollten einfach mal mitspielen“

Pädagoge Volker Mehringer ist überzeugt, dass die Skepsis gegenüber manchen Spielen von der Ahnungslosigkeit der Eltern kommt

AUGSBURG - Rund 290 Euro geben Eltern im Jahr für Spielzeug aus. Pro Kind. Dabei ist der Wunsch des Nachwuchses meist Befehl. Denn wer das falsche Geschenk einpackt, hat an Weihnachten die Beschercung. Doch was, wenn es Mama und Papa zu pink wird? Sich das Kinderzimmer langsam in einen Fanshop für Disney-Produkte verwandelt? Das Haustier nicht nach Futter, sondern nach Strom verlangt? „Schenken ist auch Erziehung“, sagt Pädagoge Volker Mehringer im Interview mit Ruth van Doornik. Der 38-jährige Pädagoge ist Spiel- und Spielzeugforscher an der Universität Augsburg. Er weiß, wie man enttäuschte Kinder dennoch zum Leuchten bringt – und warum das Kind im Mann öfter mal rausgelassen werden sollte.

**Was war denn der Hit in Ihrem Kinderzimmer, Herr Mehringer? Sehr lange eine muskelbepackte H-Man-Plastikfigur.**

**Damit lockt man heute aber auch kein Kind mehr hinterm Ofen hervor?**

Von wegen: Meine fünfjährige Tochter hat sie sich gleich unter den Nagel gerissen. Offenbar hat sie meine eigene Begeisterung für den Superhelden mitgerissen. Eine Zeit lang hat sie sehr ausgiebig damit gespielt.

**Vielleicht sollten wir einfach öfter verschenken, was uns früher selbst vom Hocker gerissen hat?**

Absolut. Ein Spielzeug, mit dem ich selbst gerne gespielt habe und meinem Kind in die Hand drücke, verkaufe ich ihm viel besser. Denn ein gutes Spielzeug auszusuchen, ist eine Sache. Es dem Kind nahezubringen, die andere. Total oft ist ein Kind nicht sofort begeistert. Manchmal umreißt es nicht, was es damit machen kann. Oder es findet die Ästhetik nicht spannend. Dann sind Eltern gefordert. Beim gemeinsamen Spiel kommen sie oft doch noch auf den Geschmack.

**Der Schuss kann auch nach hinten losgehen. Mein Mann hat unserem Sohn einen ferngesteuerten, wasserspritzenden Feuerwehr-Monstertank geschenkt. Nur leider konnte der Kleine das Ding nicht mal selbst steuern.**

Ihr Mann hat alles richtig gemacht: Er lässt den Truck durch den Garten rasen, hat Spaß und muss nicht teilen. Im Ernst: Das hat Vorbildcharakter und transportiert viel von der Freude am Spiel. Für Kinder ist das toll, wenn der Papa begeistert ist. Reihenweise sollte man beim Schenken natürlich nicht daneben liegen.

**Das Problem ist ja: Eltern haben oft völlig andere Vorstellungen als Kinder vom perfekten Geschenk. An Barbies und Plastik-Knarren scheiden sich die Geister.** Natürlich vergeht es vielen bei realitätsnahen Waffen, die Schaumstoffpfeile schießen, schnell. Aber wenn



Pädagoge Volker Mehringer versteht Spielzeug auch als Spiegel unserer Gesellschaft.

FOTO: HANS-RUDOLF SCHULZ

ich dann sehe, wie die Kids damit durch die Nachbarschaft ziehen und ein ganz genaues Rollen- und Regelspiel ausgearbeitet haben, ist das eigentlich ein spannendes Gruppenerlebnis. Mit wünschenswerten Verhaltensweisen. Manche Spielzeuge, die wir auf den ersten Blick als grausam empfinden, bieten vielleicht doch interessante Spielmöglichkeiten und Entwicklungspotenziale. Oft findet sich aber auch ein Alternativprodukt, das weniger explizit ist

**Aber nachgeben, nur damit es unterm Christbaum kein Drama gibt, ist doch keine Lösung.**

Es ist völlig legitim, eine Grenze zu ziehen. Spielen und Spielzeugauswahl hat viel mit Entwicklung zu tun – und damit auch mit Erziehung. Eltern sollten sich fragen: Warum findet mein Kind dieses Spielzeug toll? Und warum finde ich es doof? Ist es eine ethische Frage, hat es mit Geschlechterklischees zu tun? Eltern können mit Kindern früher als sie denken darüber reden, warum sie mit einer Barbie im Minirock oder einer Waffe ein Problem haben. Oft können Kinder das nachvollziehen – und wünschen sich dann auch einfach etwas anderes.

**Apropos Wünsche: Haben die sich stark gewandelt?**

Wenn man in die Kinderzimmer schaut, sieht man schnell: So irre unterschiedlich ist das gar nicht zu früher. Es gibt einfach Spielzeugarchetypen. Kreisel, Jo-Jos, kleine Spielfiguren und Puppen sind schon seit Ewigkeiten beliebt. Die Spielsachen, die wir heute sehen, sind moderne Variationen dieser Dinge und Themen. Zum Beispiel die Holzeisenbahn, deren elektrische Lok mit dem Gaselbeil auf dem Tablett gesteuert wird. Wirklich Neues gibt es kaum. Spannend wird es allerdings durch die Digitalisierung. Sie könnte tatsächlich völlig neue Spielerlebnisse eröffnen. Etwa mit Virtual-Reality-Brillen. Damit lenke ich mein Flugzeug nicht von unten, sondern sitze gefühlt im Cockpit. Spannend.

**Technik im Kinderzimmer – das ist aber ein sehr heikles Thema, oder nicht?**

Spielzeug ist ein ganz klarer Spiegel der Gesellschaft. Immer wenn es technologischen Fortschritt gab, hat das Spielzeug nachgezogen und versucht, das abzubilden. Natürlich muss man hier kritisch sein.

**Irgendwann wird eh nicht mehr gespielt, nur noch gezoekt.**

Das Zocken an der Konsole oder am Tablet wird viel öfter mit dem Konsum von Medien als mit Spielen gleichgesetzt – und kommt darum leicht blickig über seinen Legosteinen sitz und völlig vertieft etwas baut, sagen Eltern nicht: Komm, jetzt reicht's. Du sitzt da jetzt schon eine halbe Stunde! Beim Zocken schon. Dabei kann ein Kind, vorausgesetzt das Game ist gut ausgewählt, da auch viel rausnehmen. Viel von der Skepsis rührt daher, dass Eltern keine Ahnung haben, was ihr Kind da macht. Sie sollten einfach mal mitspielen.

**Hoch im Kurs sind Kuscheltiere, die aus Eiern schlüpfen, Emotionen zeigen und sogar sprechen lernen. Was halten Sie von batteriebetriebenen Haustierersatz?**

Das fasziniert Kinder – genauso wie ein Überraschungsei. Was ist da jetzt drin? Der Spielreiz ist hoch. Denn das Tier hat ein vermeintliches Eigenleben. Je größer die Interaktion, umso spannender. Allerdings kann sich das auch ganz schnell aufbrauchen. Das Kind durchschaut die Sa-

che schnell. Sind alle Stadien einmal erlebt, wird es erwartbar. Avanciert es dann nicht zum Kuscheltier, gibt es keinen langfristigen Spielwert. Für höchst problematisch halte ich allerdings Puppen und Stofftiere, die Infos ins Internet schicken. Das Kind spricht mit ihnen und bekommt über einen smarten Lautsprecher eine Antwort – das läuft nach dem Prinzip von Amazons Alexa oder Google Home.

**Hört sich unheimlich an.**

Manche Kinder erschrecken regelrecht, wenn die Puppe nicht nur Mama sagt, sondern auf konkrete Fragen richtig antwortet. Aber das größere Problem an der Sache ist die Datensicherheit. Wer hat darauf Zugriff? Was wird damit gemacht? Denn theoretisch könnte über das eingebaute Mikrofon ein Kind belauscht werden oder ein Fremder mit ihm reden. Die Bundesnetzagentur hat besagte Puppe inzwischen als versterktes Spionagegerät eingestuft und vom deutschen Markt genommen. Aber natürlich gibt es noch jede Menge per App gesteuerte Spielzeuge. Hier muss es einheitliche Standards zum Datenschutz geben.

Spielertyp

Der Spielzeugspezialist mit Professur: Am Lehrstuhl für Pädagogik der philosophisch-sozialwissenschaftlichen Fakultät der Universität Augsburg forscht Volker Mehringer, welche Kriterien für Eltern und Kinder bei der Auswahl von Spielzeug eine Rolle spielen. Das Forschungsprojekt SAKEF – der Begriff steht für: Spielzeugauswertung und –Auswahl durch Kinder, Eltern und Fachkräfte – ist dabei eines der wenigen bundesweit, das sich gezielt mit der Wirkung von Spielzeug auf Kinder und Jugendliche auseinandersetzt. (rvd)

**Dann doch lieber das gute, alte Lego. Wobei, hier werden die Mädels und Jungs mit Star-Wars-Figuren bombardiert oder auf Eisköniginnen getrimmt.**

Das Lizenzgeschäft ist unglaublich gewachsen und die Geburtsstunde war tatsächlich die Vermarktung von Star Wars. Dagegen anzukämpfen, ist aussichtslos. Für Kinder haben sie einen unglaublichen Wiedererkennungseffekt. Und sie sind schon früh drauf fixiert. Denn das Markenbewusstsein beginnt schon im Kindergarten. Aber die märchenhafte Grundthematik, nämlich futuristische Ritter, die mit Rüstung und Schwert gegen das Böse kämpfen, greift Spielthemen auf, die Kinder eh interessieren. Aber natürlich sind Luke Skywalker oder Anna und Elsa auf eine Thematik festgelegt und das Fantasiespiel so stark vorgegeben. Neutrale Figuren können alles sein Ritter, Prinzessin, Vater, Mutter, Kind.

**Spielen ist eine ernste Sache. Was ist denn nun ein pädagogisch wertvolles Geschenk?**

Wir sollten dem Spiel insgesamt mehr Bedeutung geben. Aber dabei nicht nur an die Optimierung von Motorik, Wissenshorizont oder Sprachschatz unseres Kindes denken. Niemand muss auf den Schachteln der Verpackung nach dem Prädikat „pädagogisch wertvoll“ suchen. Das Wichtigste ist zu schauen, wo mein Kind steht, was es interessiert und was der nächste Entwicklungsschritt ist. Daran könnte das Spielzeug anknüpfen. Es sollte sie fördern, aber nicht überfordern. Damit kann ein Impuls gesetzt werden. Aber: Ein Kind, das spielt, lernt immer etwas. Der Gegenstand ist nicht so zentral.

**Zum Schluss: Was war das schwachsinngigste Spielzeug, das Sie je gesehen haben?**

Ein Tablet-Halter fürs Töpchen. Der kam zwischen den Beinen hoch, damit das Kind bei seinem Geschäft wahlweise spielen oder was schauen konnte. Absoluter Blödsinn.

## Lego zum Klötzchen-Jubiläum unter Druck

Der Spielzeugklassiker wird 60 Jahre alt – Doch die Dänen haben keinen Patentschutz mehr für ihr berühmtes Vorzeigeprodukt

Von Theresa Münch

BILLUND (dpa) - Seit mehr als einem halben Jahrhundert entstehen aus Lego-Steinen im Kinderzimmer ganze Welten. Bunte Klötzchen und ein wenig Fantasie lassen Piraten- und Prinzessinnenräume wahr werden, machen Kids zu Superhelden. Doch inzwischen stecken zwischen den Lego-Steinen auch täuschend echt aussehende Klötze der Konkurrenz. Dazu kommen virtuelle Rivalen. Das Geschäft der Dänen brummt nicht mehr wie einst.

Begonnen hat es vor bald 60 Jahren. Am 28. Januar 1958 – Lego gibt sogar die Uhrzeit mit 13:58 Uhr an – reichte der Däne Godtfred Kirk Christiansen ein Patent für einen Plastik-Baustein ein: zweimal vier Noppen oben, drei Tunnel auf der Unterseite. Der Lego-Stein. Die Tunnel waren das Geheimnis, warum seine Steine besser aufeinander hielten als viele andere. Doch das tech-

nische Patent lief nach 20 Jahren aus. Inzwischen darf jeder die Lego-Steine kopieren – und nicht wenige tun das auch. „Kompatibel mit anderen bekannten Bausteinen“, wirbt Sluban, eine Firma mit Europa-Hauptquartier in den Niederlanden. Die in China gefertigten Klötze lassen sich eins zu eins mit Lego-Steinen verbauen – und sind deutlich günstiger. Ähnliche Strategien fahren Anbieter wie Lepin und Lele. Sie bieten sogar Lego-ähnliche Themenwelten an – mit dem Unterschied, dass sie auch Sol- und Panzer ins Spielzimmer bringen, die bei den Dänen aus ethischen Gründen strikt tabu sind.

„Lego kann nichts dagegen tun, dass ihre Steine kopiert werden“, sagt der dänische Patentrechtler Thorbjørn Swanström. „Der Klötz sieht so aus, wie er aussieht, weil er eine Funktion hat.“ So eine funktionelle Form könne nicht geschützt werden.

Lego selbst gibt sich angesichts der Konkurrenz gelassen. „Fairer Wettbewerb ist in unserem besten Interesse“, sagt Sprecher Roar Rude Trangbæk. „Es hält uns auf Trab.“ So ganz nimmt Swanström ihm diese Gelassenheit jedoch nicht ab. Jahrelang habe sich Lego vergeblich vor Gericht gegen die Nachahmer gewehrt. „Und

wir wissen: Niemand hat gerne Konkurrenz. Am liebsten haben alle den Markt für sich allein.“

Und die Konkurrenz lehnte zu. Immer mehr Anbieter nehmte davon, Lego nachzuahmen, sagt der Experte. Die Klon-Produzenten kämen dem wichtigsten Lego-Markt immer näher. Zuerst seien in Asien, dann auch in Griechenland und der Türkei verkauft worden. „Jetzt kommen sie nach Nordeuropa“, hat Swanström beobachtet. Sogar im Lego-Heimatland Dänemark nahm kurz vor Weihnachten eine große Spielzeugkette massenhaft nachgeahmte Steine ins Sortiment. In Deutschland ist Lego weiterhin

der unangefochtene Marktführer. Laut Spielwaren-Handelsverband sind die Dänen der Hersteller mit dem größten Umsatz auf dem gesamten deutschen Spielzeug-Markt – weit vor Ravensburger, Playmobil und Simba. Nachahmer tauchten in den Statistiken noch nicht nennenswert auf, sagt Geschäftsführer Willy Fischer. Doch auch in Deutschland sank der Lego-Umsatz von Januar bis Oktober dem Verband zufolge um zwei Prozent.

Für Lego kommt das zu ungunstigen Zeiten. Im ersten Halbjahr 2017 brach das Geschäft des Klötzchenriesen internatio-

nal ein. Gewinn und Umsatz sanken verglichen mit dem Vorjahreszeitraum um drei bis fünf Prozent. Dabei war es auch 2016 schon nicht mehr ganz rund gelaufen. Vor allem in den wichtigsten Märkten Europa und USA stockt der Umsatz. So sehr, dass der Spielzeugsriese jetzt weltweit rund 1400 Jobs streicht. Das sind etwa acht Prozent der Belegschaft.

Die größten Rivalen sieht Lego allerdings nicht in den Produktkopen. „Wir konkurrieren um die Zeit der Kinder“, sagt Sprecher Trangbæk. Spielzeug zum Anfassern trete gegen die digitale Welt an, das sei die wahre Konkurrenz für sie alle. Der Klötzchen-Hersteller will deshalb zum Beispiel auf eine soziale Plattform setzen, wo Kinder Bauaufgaben bekommen und Fotos ihrer Lego-Modelle mit anderen teilen können. „Alles dreht sich weiter um den Lego-Stein“, sagt Trangbæk. Doch zum 60. Geburtstag bekomme er eine „digitale Ebene“ dazu.

