# INDUSTRIE

SPIELZEUG

## Hier Raubüberfall

(siehe Titelbild*)

Um den westdeutschen Lichterbaum 1965 schwirren Hubschrauber und Raketen. Im Schein der elektrischen Kerzen strippen süße Puppen, rollen Gabelstapler, Betontransporter und Mercedes 230 SL, rattern Preßlufthämmer, jagen Rennwagen über die Piste. Und alles nur zum Spiel.

In wenigen hektischen Dezembertagen kaufen die Bundesdeutschen fast ein Drittel des Jahresbedarfs an Spielwaren. Mehr denn je kaufen sie Miniaturbilder ihrer Umwelt, die Revolution von Technik und Sex im Kinderzimmerformat, Gemini und Glamour in handlichen Modellen.

Aus einem Bausatz für 152,40 Mark läßt sich ein Geigerzähler basteln. Mit Schalldämpfer-Pistole und Handschellen wartet die „Handkoffer-Garnitur James Bond" auf. Ein Polizei-Einsatzwagen für 19,75 Mark enthält ein Tonband, das den Funksprechverkehr wiedergibt: „Hier Raubüberfall — bitte kommen."

Puppen sprechen, trinken und nässen, tragen Kleider von Emilio Schuberth und Jacques Esterel, entspannen sich in Sesseln aus Teak und Leder. In ihren Küchen stehen Elektroherde mit Backröhre und Kontrollampen sowie der gesamte Maschinenpark der Hausfrau vom Mixgerät und Toaster bis zum Wasch- und Geschirrspül-Automaten.

Schornsteine von Häusern und Lokomotiven qualmen lebensnah: Durch ein haarfeines Rohr mit elektrischer Heizwicklung steigt Ätherlösung hoch und verdampft. Zwei Tropfen geben 20 Minuten Qualm.

Industrielle Produktionsmethoden bringt die Maschine Vac-U-Form ins Heim. Mit ihr können Kinder 50 verschiedene Spielzeuge aus Kunststoffplatten selbst pressen. Und das Sprechgerät Infrarot-Astrophon TMC 1166 macht den Kleinen die Laser-Technik deutlich: Es überträgt Töne per Lichtstrahl über 100 Meter Entfernung; Preis: 210 Mark.

Beim Spielzeug hört die Sparsamkeit auf. Im letzten Jahr gaben die Bundesbürger dafür 870 Millionen Mark aus, das waren über 100 Millionen Mark mehr als 1963, obwohl die Zahl der Kinder unter 15 Jahren fast unverändert geblieben war (rund 13 Millionen). Der Zuwachs von 15 Prozent war über doppelt so groß wie bei Textilien und fast dreimal größer als bei Lebensmitteln.

Für 1965 ist erstmals die Umsatzschwelle von einer Milliarde in Sicht — soviel, wie Bonn in diesem Jahr für Hochschulen und Forschung aufwendet.

Spielzeug wird „in vielen Familien als Geltungssymbol gewertet" (Fachblatt „Das Spielzeug"). „Gerade Eltern mit schmaler Börse kaufen oft teure Sachen", konstatiert Dr. Hans-Werner Krauße, Hauptgeschäftsführer des Nürnberger Verbands der Spielwarenindustrie.

Der Segen ergießt sich über eine der ältesten und absonderlichsten Branchen in Deutschland. Von den statistisch als „Industrie" erfaßten 706 Firmen arbeiten 365 mit weniger als neun Beschäftigten, rund 100 sogar nur im Ein-Mann-Betrieb.

Sie produzierten im vergangenen Jahr für 603 Millionen Mark Spielzeug, aber die Hälfte davon blieb einem runden Dutzend Firmen vorbehalten. Die vier größten, mit Umsätzen zwischen 30 und 60 Millionen Mark, reservierten sich allein ein Viertel des Kuchens. Es sind:

- ▷ Gebr. Märklin & Cie, GmbH, Göppingen (elektrische Eisenbahnen und Autos, Baukästen);
- ▷ die Rheinische Gummi- und Celluloid-Fabrik, Mannheim-Neckarau (Puppen der Marken Schildkröt, Gloria und Käthe Kruse sowie die Sex-Puppe Barbie);
- ▷ die Plüschtier-Königin Margarete Steiff GmbH, Giengen an der Brenz;
- ▷ die Gebrüder Faller GmbH, Gütenbach (Plastik-Modelle, elektrische Autobahnen).

Für die vielen Zwerg-Unternehmer ist es nahezu aussichtslos, bei der Jagd nach möglichst raffiniertem Spielzeug noch mitzuhalten. Unter dem Zwang, die Umwelt immer perfekter nachzubilden,. ist die Zahl der Artikel bereits auf fast 200 000 angeschwollen.

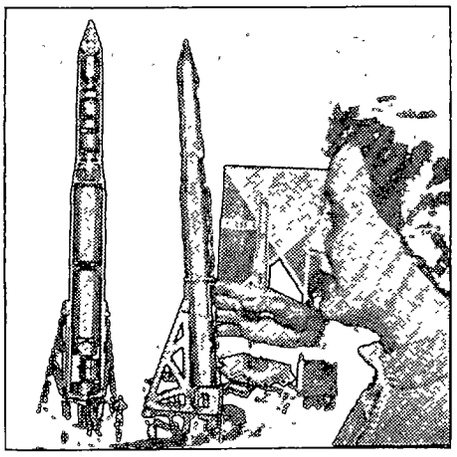
„Wer keine Ideen hat", formuliert Edwin Faller das Existenzproblem der Branche, „kann nicht bestehen, da hilft aller Jammer nichts."

Faller versäumte in Rothenburg ob der Tauber einen Geschäftstermin, weil er sich in ein Fachwerkhaus verliebt hatte. Es schien ihm für seine Serie von Modellhäuschen aus Plastik geeignet, und er machte an Ort und Stelle Muster-Photos. Auf Spähtrupp-Unternehmen in die USA oder Japan begut-

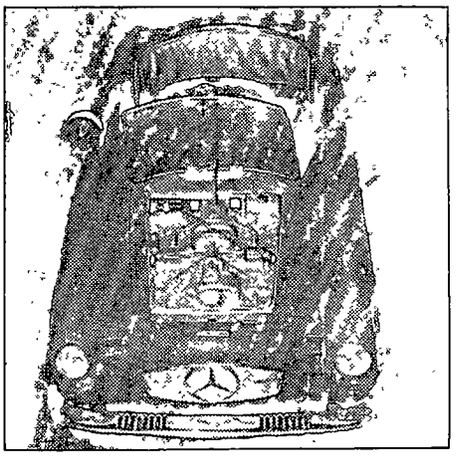


**Spielzeug-Kundschaft** in Hamburg: In diesem Jahr erstmals die Milliarden-Grenze in Sicht

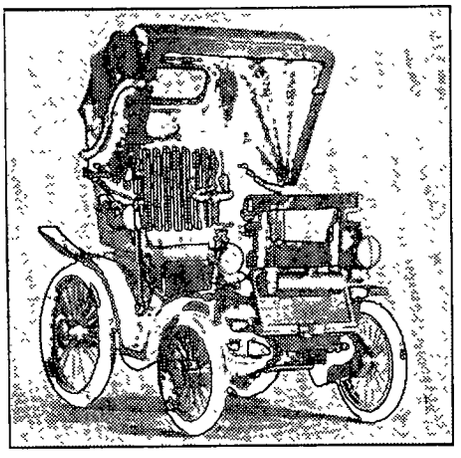
* Puppe Barbie im Abendkleid.



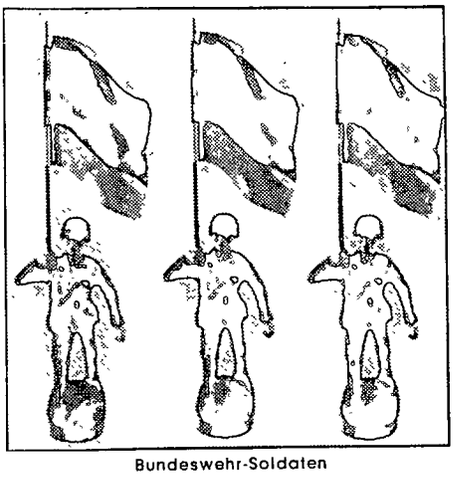
Raketen



Mercedes



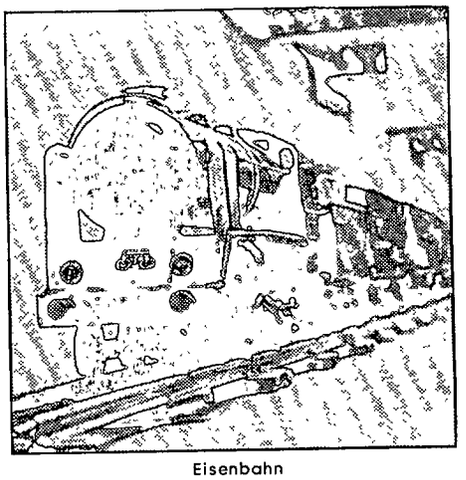
Oldtimer



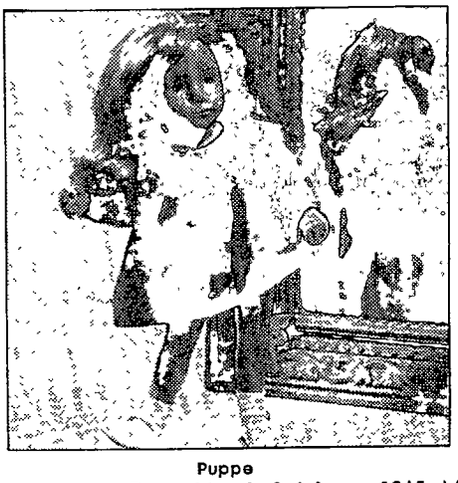
Bundeswehr-Soldaten



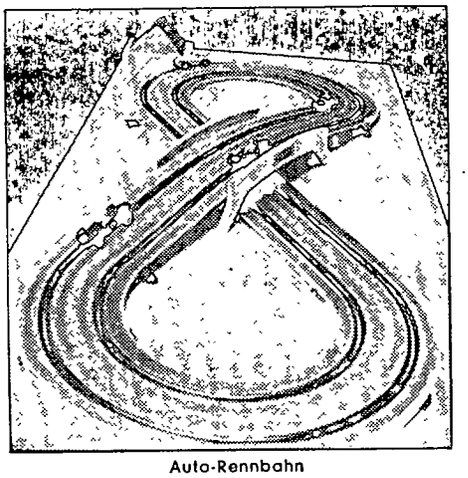
Flugzeug



Eisenbahn



Puppe



Auto-Rennbahn

**Deutschlands Spielzeug 1965:** Modelle einer komplizierten Welt

achtet Faller, was sich die anderen ausgedacht haben und was davon zu übernehmen wäre.

Bei Märklin hat der Mitinhaber Ingenieur Herbert Safft das Ideenmonopol. Er bezieht Anregungen von den Dienststellen der Bundesbahn oder den Fabrikanten von Eisenbahn-Material: „Ziemlich alle Fachzeitungen, auch aus dem Ausland, werden hier ganz systematisch durchgearbeitet. Auch die Patentveröffentlichungen."

Bei Deutschlands größtem Puppenmacher, dem Schildkröt-Unternehmen Rheinische Gummi- und Celluloid-Fabrik, werden Ideen nach der Methode des Brain-storming hervorgebracht. Die einzige Aktiengesellschaft der Branche, Tochter der Wasag-Chemie, gehört den Brüdern von Alfried Krupp, Harald und Berthold von Bohlen und Halbach. Chef ist Heinz Kox, 53, bis 1961 in der Geschäftsführung der Wirtschaftsvereinigung Eisen und Stahl.

Stahl-Mann Kox: „Die Zeiten sind leider bald vorbei, daß dem Verbraucher nur Puppen verkauft werden."

Den Weg von der Puppe zum vielseitig talentierten Kind-Roboter erkundet die regelmäßige Konferenz, bei der Vorstand und alle Abteilungsleiter zusammensitzen. Kox: „Jeder wirft seine Ideen in die Welt hinein. Wenn irgendeinem ein Einfall einleuchtet, gibt er dem Erfinder einen Groschen. Das ist das Zeichen, daß die Idee schriftlich festgehalten wird."

Zwischen Einfall und Produktion liegen bei Kox bis zu drei Jahren. Eine Entwicklungsabteilung von 30 Mann, darunter Modeberater und Kunststoffingenieure, widmet sich den technischen Problemen der Neuheit und prüft ihre Wirtschaftlichkeit. In Kindergärten und einer Irrenanstalt (Kox: „Da gibt es keine psychologischen Hemmungen") wird die Ware getestet.

Ein Testergebnis: Die Negerpuppen Sonny und Bessy mußten als braungefärbte Mitteleuropäer auftreten, da die Kundschaft negroide Gesichter ablehnt. Oder: Die Zahl der Knaben, die mit Puppen spielen, erhöhte sich von früher fünf auf jetzt zwölf Prozent.

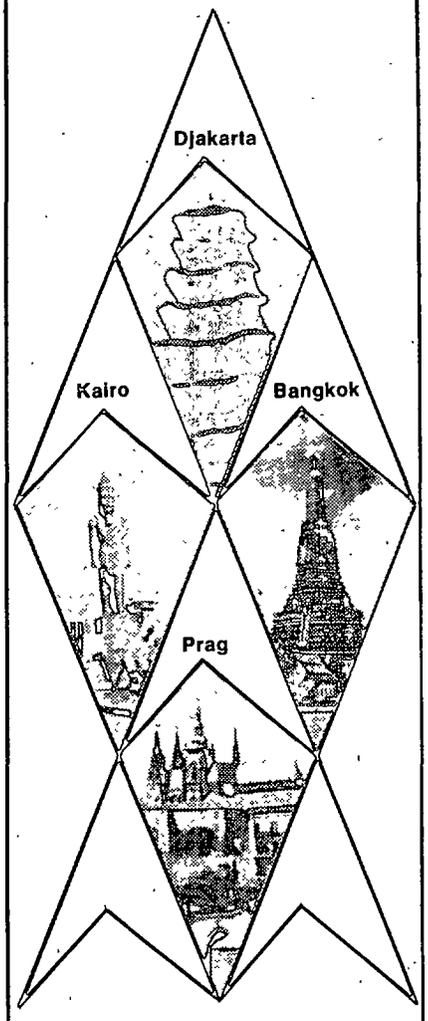
Firmen, die technische Modelle produzieren, müssen dafür Planzeichnungen beschaffen. Daimler-Benz an Faller: „Sie erhalten anliegend eine Maßstabszeichnung, einen Satz Photos und einen Katalog von diesem Fahrzeug (250 SE) ... Wir freuen uns sehr, daß Sie dieses Modell in Ihre Serie aufnehmen wollen, und wünschen Ihnen bei der Herstellung viel Erfolg."

Allerdings stellt Untertürkheim an jeden Spiel-Mercedes hohe Anforderungen: „Die Modelle müssen maßstabsgerecht und in ihrer originalgetreuen Nachbildung sowie der Herstellungsqualität so hochstehend sein, daß sie dem Ruf unseres Hauses und unserer Fahrzeuge entsprechen."

Zwergfirmen sind der Produktion solchen Edel-Spielzeugs nicht gewachsen. Sie beherrschen weder die Finessen extremer Technik, die dazu notwendig sind, noch haben sie genug finanzielles Stehvermögen.

Der gute Einfall wird nur zum Geschäftserfolg, wenn ein Team von hochbezahlten Fachkräften den vom Modell-Tischler angefertigten Holz-Erstling zu elektrischem Leben bringt. Schwachstromtechniker und Mustermacher mit

SCHNELLDIENSTE NACH FERNOST




**Neue Reiseziele — Neue Möglichkeiten bieten sich Ihnen im Fernen Osten. Schließen Sie sich uns an: Fliegen Sie mit uns nach Prag, Kairo, Karachi, Colombo, Pnom Penh, Djakarta, Hongkong, Tokio, Manila . . .**

**30 Schnellverbindungen von Djakarta ins Landesinnere Indonesiens - das ist unser Vorteil. Jeden Sonntag erwartet unsere Convair-Jet-990 A Sie in Frankfurt; jeden Dienstag laden wir Sie ein nach Amsterdam!**

Garuda INDONESIAN AIRWAYS

**Fragen Sie Ihr IATA-Flugreisebüro oder Lufthansa, unseren Generalagenten für Deutschland**



Monatslöhnen bis zu 1800 Mark basteln den Prototyp in Handarbeit.

Sie wenden dabei die Bauweisen der neuesten Computer- und Weltalltechnik an: Transistoren, Dioden und Quarze, Relais, Elektromotoren mit Golddrahtbürsten und Silber-Zink-Akkumulatoren.

Kosten und Risiko sind groß. Für ein einziges Elektro-Automobil kalkuliert Alexander Girz, Teilhaber der Schuco-Werke in Nürnberg, Entwicklungssummen zwischen 25 000 und 100 000 Mark. Es müssen 100 Werkzeuge dafür hergerichtet sowie Stanzautomaten und 60-Tonnen-Pressen eingesetzt werden. Aus 194 Montageteilen wird ein Auto in 234 Arbeitsgängen zusammengesetzt.

Girz: „Das ist alles fehlinvestiert, wenn die Idee nicht stimmt und auf dem Markt nicht ankommt."

Sogar die Großen der Branche geraten beim Novitäten-Rennen manchmal ins Hintertreffen. Seit die Brüder Eugen und Karl Märklin auf der Leipziger Frühjahrsmesse 1891 die erste Uhrwerklok auf Schienen zeigten, hat die Firma zwar auf Miniaturgleisen ständig Gewinne herausgefahren; sie wurde mit 60 Millionen Mark Jahresumsatz Branchenführer.

Aber sie verpaßte das internationale Umschalten auf Gleichstrom - Eisenbahnen. Ihre Spielapparate sind nach wie vor für den Betrieb mit Wechselstrom gebaut und deshalb auf Schienensträngen der Konkurrenz nicht verwendbar.

Vor allem aber übersah Märklin bislang das maßgeschneiderte Spielzeug für die motorisierte Gesellschaft: die elektrische Autobahn, der heute 85 Prozent der westdeutschen Spielwarenhändler die größten Zukunftschancen einräumen.

Mit ihr gelang den Brüdern Edwin und Hermann Faller der Aufstieg in die Spitzengruppe der Industrie. Edwin, 51, Hauptmann a. D. der Wehrmacht-Nachrichtentruppe, und Hermann, 50, ehemals Ingenieur bei Bosch, kopierten eine amerikanische Idee und stellten als erstes deutsches Unternehmen Heim-Rennbahnen her.

Mit Hilfe der Elektropisten verdoppelten die Gebrüder Faller ihren Umsatz in drei Jahren auf rund 30 Millionen Mark.

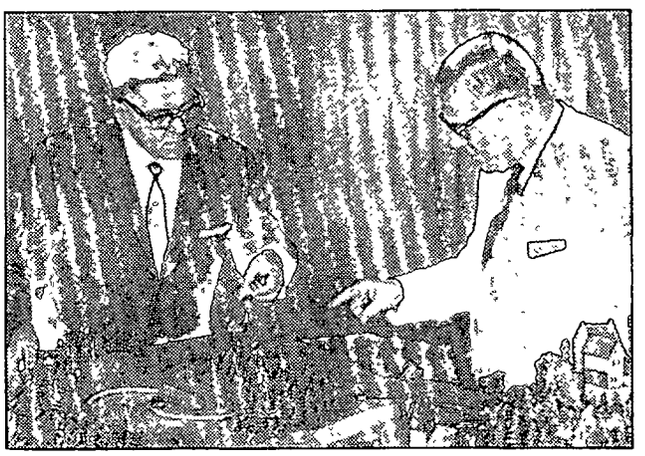
Der Drang der Bundesdeutschen nach teurer Technik fürs Spielzimmer scheint unstillbar. Er gibt den Analytikern der Kinderseele schier unerschöpflichen Debattenstoff.

Der Frankfurter Psychologe Professor Dr. Brocher beklagt, daß Kinder mit Autos statt mit Pferden spielen, weil sie dadurch „ein Autoherz" bekommen. Das Pferd hingegen sei „Symbol der menschlichen Vitalkraft". Und die Wiener Pädagogin Professor Dr. Sylvia Bayr-Klimpfinger: „Wir müssen uns bewußt zu einer Pflege anachronistischer Dinge entschließen."



Modell-Fabrikant **Girz**
Transistoren fürs Spielzimmer

Solche Thesen werden jedoch seltener. Dr. Roderich Graf Thun, 57, Vorsitzender des „Arbeitsausschusses Gutes Spielzeug" in Ulm: „Unsere Empfehlungen beschränken sich keinesfalls nur auf Holzklötze und Stofftiere. Wir sind der Meinung, daß den Kindern eines technischen Zeitalters die entsprechende reale Umwelt im Spiel nicht vorenthalten werden darf." Er empfiehlt allerdings die „altersgemäße Zuordnung des Spielzeugs".



Pisten-Bauer **Hermann** und **Edwin Faller**: Sturm auf Jaguare

Die „technische Neugier und Manipulierfreude" der Kleinen rechtfertige das technische Spielzeug, meint auch der Gießener Professor Dr. Hans



Tier-Fabrikant **Steiff**
Plüsch fürs Heckfenster

Mieskes. Man müsse sich „vor aller Kindertümelei hüten". Seine Professoren-Kollegin Dr. Hildegard Hetzer bestätigt, nur „über das Spiel" könne „die komplizierte Welt, in der Kinder sich eines Tages zu bewähren haben ... erobert werden".

Allerdings kritisiert die Professorin die „Spielzeugüberfütterung", an der Industrie und Eltern gleichermaßen schuld seien: „Steigerung des Spielzeugverbrauches, nicht damit Kinder besser ... spielen, sondern damit Spielzeug konsumiert wird und neu produziert werden kann." Die Eltern verwechselten häufig „den Preis des Spielzeugs mit seinem Wert für das Kind".

Hildegard Hetzer hält jedoch einen Trost bereit: Der Nachwuchs selbst, so versichert sie, wehre sich gegen Überfütterung und Modespielzeug. Kinder verlangten immer wieder nach wenigen gleichen „Grundmustern", weil „ein großer Teil kindlicher Spielbedürfnisse sich durch eine Konstanz auszeichnet, die Jahrhunderte und Jahrtausende überdauert".

Hampelmänner gab es in Indien schon im Jahr 2000 vor Christus. Ein hessisches Kindergrab aus der Hallstatt-Zeit (1200 bis 500 v. Chr.) enthielt Puppengeschirr, und in altägyptischen Gräbern wurden Miniaturlöwen und -krokodile gefunden, deren Maul sich auf- und zuklappen läßt.

Immer auch haben Spieldinge die reale Umwelt möglichst getreu gespiegelt. Schon bald nach Beginn der öffentlichen Pariser Massenhinrichtungen in der Französischen Revolution gab es eine Spielzeug-Guillotine, und Goethe erbat sie von seiner Mutter als Geschenk für sein Söhnchen August. Frau Rat lehnte empört ab: „Die Jugendt mit so etwas Abscheuliches spielen zu lassen ... da wird nichts draus." Das sinistre Spielgerät tauchte 1964 als US-Neuheit wieder auf.

Allerdings: Die Sensationen flossen in der Vergangenheit spärlicher, und die Realität blieb noch überschaubar. Sie ließ sich in Plüsch, Holz und Blech, mit Püppchen, Zinnsoldat und Pferdewagen noch befriedigend nachbilden.

Als diese einfache Zeit schon zu Ende ging, stiegen die deutschen Spielzeugmacher zu geschätzten Hoflieferanten der ganzen Welt auf. Ihre gemütvolltreuherzigen Waren in pingeliger Handwerksqualität galten als Inbegriff guten Spielzeugs. Deutschland wurde das klassische Spielzeugland.

In den Armutsrevieren von Thüringer Wald und Erzgebirge fertigten Bauern und Tagelöhner während des Winters die Ware an, die ihnen Großhändler, sogenannte Verleger, billig abkauften. Da die Verleger meist in Nürnberg saßen, erhielt das Spielzeug den Namen „Nürnberger Tand".

Im Jahre 1729 wurden allein aus dem thüringischen Sonneberg 12 000 Zentner Puppen und Holzspielsachen verfrachtet. Thüringer Murmeln gingen als Kielladung der Segelschiffe in alle Welt.

Das Sonneberger „Reiterlein mit Pferdlein, auf Brettlein mit Rädlein, mit Pfeuflein im Ärschlein" war ein früher Bestseller. Ein anderer war die Baby-Puppe, der „Gelenk-Täufling" aus Sonneberg, der auf der Londoner Weltausstellung 1851 gegen die bis dahin üblichen steifen Modepuppen anstrampelte.

Der Nürnberger Kannengießer Andreas Hilpert fertigte 1760 erstmals flache





Sex-Puppe **Barbie,** Garderobe: Verwechseln die Eltern ...

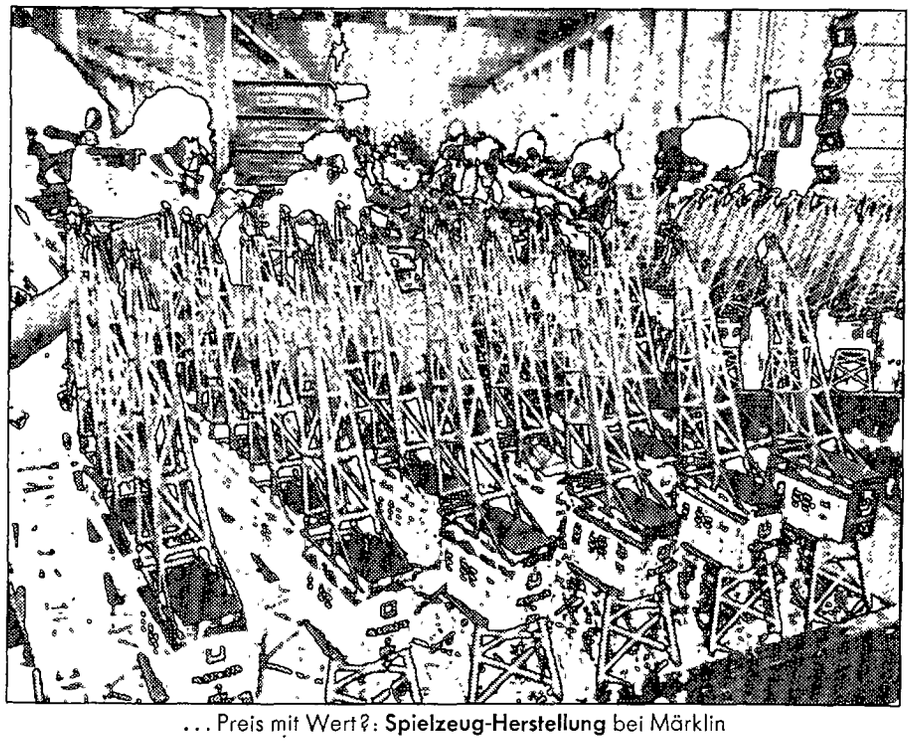
Zinnfiguren auf einer Fußplatte. Es waren die Urmodelle jener Armeen von Zinnsoldaten, mit denen später preußisch-deutsche Amateur-Generale am Sandkasten, der schottische „Schatzinsel"-Dichter Stevenson auf seiner Bettdecke und Generationen von Kindern auf dem Fußboden spielten.

Aber die Arbeit versponnener Heimwerker war nicht mehr gefragt, als Technik und internationale Konkurrenz den Markt umstülpten. Nur wer rechtzeitig auf die veränderten Spielwünsche umgeschaltet hatte oder Spezialitäten anfertigte, konnte sich im Geschäft halten:

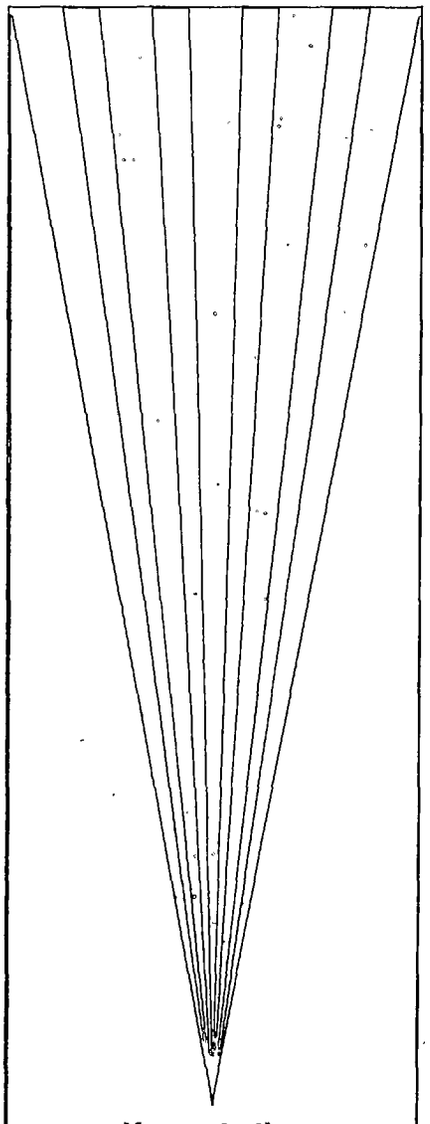
Die Brüder Märklin zum Beispiel; Käthe Kruse, deren Stoffpuppen das Reichsgericht 1925 den Rang von Kunstwerken und entsprechenden Schutz zubilligte; die poliogelähmte Margarete Steiff, die 1880 ihren ersten Plüschelefanten nähte und deren hinterlassene Firma heute den Ruf eines „Tiffany der Spielzeugmacher" genießt (US-Zeitschrift „Saturday Evening Post").

Lob vom Ausland hört die einst weltberühmte Branche nur noch selten. Vor zehn Jahren konnte sie noch die Hälfte ihrer Produktion exportieren, heute nur mehr ein Drittel. In der gleichen Zeit schwoll der Spielzeug-Import auf das Dreißigfache. Die Japan-Einfuhren allein waren bis zum September dieses Jahres mit 26,5 Millionen Mark bereits fast zwei Drittel höher als im ganzen Jahr 1964.

Es half auch nichts, daß die Deutschen die internationale Konkurrenz bis 1958 einfach von der alljährlichen Nürnber-



... Preis mit Wert?: **Spielzeug-Herstellung** bei Märklin

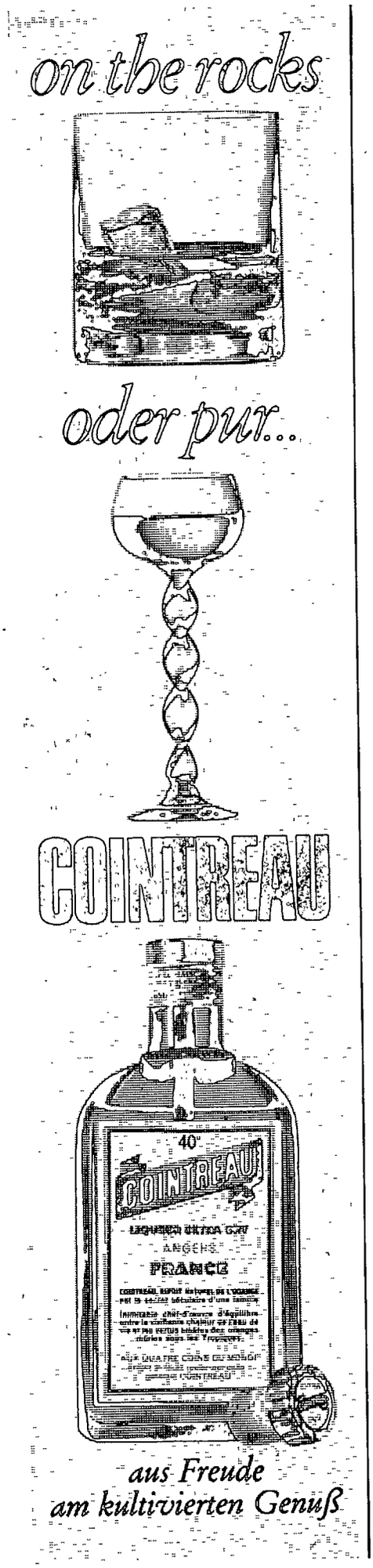
**Konzentration internationaler Erfahrung**

GFM-Mitteilungen zur Markt- und Absatzforschung 11. Jahrgang 1965/Nr. 4

Aus dem Inhalt: Die zentrale Planung und die kommende Wohlstandsgesellschaft, Prof. Dr. E. Küng, St. Gallen • Klein-, Mittel- und Großbetriebe — Möglichkeiten und Grenzen der Kooperation, Dr. W. Bickel, Bochum • Das GFM-Leserschaftspanel — Teil II, Dr. H.-J. Hempel, Hamburg • Der Zuckerabsatz in Abhängigkeit von der Obsternte, Dr. K. Gumpert, Bonn/Rhein • Völker- Images der Franzosen und der Deutschen, Dres. J E Schwenzner und H. Sittenfeld Hamburg • Das Interview - 'Schwächstes Glied in der Kette einer Umfrage'- Zum Interviewer-Einfluß, Dipl. Soz. S. Herkommer, Frankfurt/Main • Der Begriff 'gesund' — Beispiel einer semasiologischen Analyse, Dipl. Psych. J. W. Sommer, Hamburg • Verfeinerung der Analysetechnik zur treffsicheren Definition von Verbraucher-Zielgruppen, Dr. G. Hädrich, Berlin • Aussage und Antwort, Dipl. Volksw. P. Stolp, Hannover.

Die GFM-Mitteilungen erscheinen 1/4jährlich (Einzelheft DM 8.50, 4 Hefte-Jahresabonnement DM 30,—). Interessenten wenden sich bitte an den Herausgeber:

GFM/Gesellschaft für Marktforschung mbH., 2 Hamburg 53, Langelohstr. 134, Sa -Nr 826885







ger Fachmesse ausschlossen. Die Ausländer stellten in Nürnberger Hotels aus, und die deutschen Händler drängten sich. Was Japaner, Italiener, Engländer und Amerikaner anboten, war oft billiger oder besser — oder beides.

Ohne die Fesseln zünftlerischer Tradition etablierte sich in anderen Ländern die Spielzeugmacherei von Anfang an als Industrie, die weiß, wie sie für einen weltweiten, anspruchsvollen Massenmarkt produzieren muß. Dagegen nehmen sich sogar Westdeutschlands Großfirmen nur wie Werkstätten aus.

In Japan, das mit einer Produktion von 680 Millionen Mark die Bundesrepublik weit hinter sich läßt, haben die führenden Werke eine gemeinsame Entwicklungsfirma gegründet. Als Schildkröt-Chef Kox deutschen Konkurrenten Zusammenarbeit vorschlug, „haben die mich ja fast rausgeworfen".

Die Amerikaner stellen jährlich für 4,7 Milliarden Mark Spielzeug her, soviel, wie Bonn für die Kriegsopferversorgung aufwendet. Die größte US-Firma, Mattel Incorporated mit einer Jahresproduktion im Wert von 400 Millionen Mark, gibt jährlich rund eine Million für Marktforschung aus, unterhält eine eigene Ideenfabrik mit 300 Angestellten und läßt sich die Werbung 48 Millionen Mark kosten.

Die westdeutsche Branche dagegen steckt jährlich nur etwa zehn Millionen Mark in die Werbung, die Hälfte der Werbesumme, die etwa für die Zigarette HB aufgewendet wird. Eine Umfrage ergab, daß ein Drittel der erwachsenen westdeutschen Bevölkerung keine Spielzeugmarke zu nennen weiß.

Keins der modemachenden Spielzeuge kam in den letzten Jahren aus Deutschland. „Eigentlich ist es ja eine Schande", bekennt Schildkröt-Kox.

Der Massenschlager Lego-Bauklötze kam aus Dänemark. Prestige-Puppen in Haute-Couture dachten sich die Italiener und Franzosen aus. Minicars und Oldtimer haben ihren Ursprung in England. Das Autorennspiel und die Modellbau-Welle wurden von den Amerikanern in Gang gesetzt.

Sie ließen ganze Flotten von Schiffen und Flugzeugen, aus Plastikteilen zusammensetzbar, auf die Bundesdeutschen los. Und erst als der US-Funke gezündet hatte, wärmten sich auch Westdeutschlands Fabrikanten am neuen Feuer.

Sogar Branchenfremde drängten heran. Telefunken und Philips brachten Elektro-Bausätze heraus, die Firmen Grundig und Metz taten sich mit den Spielzeug-Unternehmen Graupner und Schuco zusammen (Preis des Baukastens für einen Metz-Mecatron-Zehnkanal-Sender zur Fernsteuerung von Modellen: 390 Mark).

In dem Bastel-Sog schwimmen sogar die liebenswert-tüfteligen Artikel munter mit, die kleine deutsche Firmen herausbringen. So verkauft beispielsweise die Firma Steingraeber aus Stadt Allendorf zügig ihren Finkenwerder Fischkutter (29,50 Mark) oder den Zweimastschoner „Porta Coeli" (35,50 Mark), die nicht aus fertig geformten Plastikteilen zusammengeklebt, sondern in der heimischen Werft „auf Spant in Holz" umständlich nach alter Schiffbauerweise gefertigt werden.



Puppen-Künstlerin **Käthe Kruse**
Von deutschem Gemüt ...

Paradebeispiel für den unterschiedlichen Elan deutscher und amerikanischer Spielzeugmacher ist der Star der Rheinischen Gummi- und Celluloid-Fabrik, die Sex-Puppe Barbie. Sie und ihr Clan (Schwester Skipper, Freundin Midge, Freund Ken) mit der 2000-Mark-Garderobe gehören in Wirklichkeit der kalifornischen Mattel Inc. und sind nach den Kindern von Mattel-Boß Elliot Handler benannt. Oder umbenannt, denn Barbie ist in Deutschland geboren und hieß zuerst Lilli.

Puppenfabrikant Maar aus Mönchröden bei Coburg hatte vor acht Jahren die Idee, das gezeichnete Sex-Symbol Lilli aus der „Bild"-Zeitung mit Mannequin-Garderobe in seine Kollektion aufzunehmen. Er hatte keinen höheren Ehr-



... zu Nerz und Teak: Puppen-Couturier **Schuberth**



Eisenbahn-Spieler **Oeftering, Windgassen, Louisoder**: „Gott segne die Erwachsenen ...

geiz, als bei deutschen „Bild"-Lesern ein ähnlich gutes Geschäft zu machen wie Steiff bei den „Hör zu"-Konsumenten mit dem Mecki.

Mattels Handler kaufte dem Deutschen die Lilli ab, machte Barbie aus ihr, ließ sie in Japan billig produzieren und hatte einen Welterfolg. In Europa brachte die Puppe 1964 rund 45 Millionen Mark ein, in den USA, wo sie den Puppenumsatz vervierfachte, 120 Millionen.

Ihrem westdeutschen Manager Kox wirft die Strip-Puppe dieses Jahr rund sechs Millionen Mark ab, mehr als zehn Prozent seines gesamten Spielzeugumsatzes. Sie gehört, wie Modell-Baukästen oder elektrisches Autorennen, zur einträglichsten und zukunftsreichsten Sparte: zum sogenannten Erweiterungs-Spielzeug.

Ein reiches Ersatzteil-Sortiment, wie etwa Barbies Habseligkeiten vom Badeanzug über die Taucherausrüstung bis zum Hochzeitskleid, lockt die Käufer immer wieder zur Kasse. Damit können die Hersteller für sich den „Dezember über das ganze Jahr ausdehnen" („Das Spielzeug"). Vor allem aber: Mit solchen Kreationen spielen Erwachsene gern.

Deren Bedeutung fürs Geschäft erläutert Edwin Faller: „Der Spielzeugkonsum der Kinder läßt sich nicht nach Belieben vergrößern, das wird von der Branche zuwenig beachtet. Für das Erwachsenen-Spielzeug besteht echter Bedarf."

Die Großen spielen mit Puppen und Rennautos, mit Schiffen und Flugzeugen, mit Oldtimers und Baukästen. Mehr als je spielen sie mit elektrischen Eisenbahnen, Bastelgarnituren und Plüschtieren. Inbrünstig dankte „Das Spielzeug": „Gott segne die Erwachsenen. Sie arbeiten wundervoll mit."

Eine Analyse ergab, daß die Firma Revell-Plastics GmbH in Bünde den Markt ihrer Modellbaukästen falsch eingeschätzt hatte: Nicht fünf, sondern 45 Prozent der Revell-Bastler sind Erwachsene.

Die Firma Lego fand heraus, daß in über 70 Prozent der westdeutschen Lego-Familien auch die Eltern mit Plastik-Klötzchen spielen, „weil es uns Spaß macht".

Damit das Spielzeug den Erwachsenen noch mehr Spaß mache, taufen es die Produzenten gern in Hobby um. Hobby heißt Steckenpferd, aber erst auf englisch ist das Steckenpferd so recht gesellschaftsfähig. Auch der gestandene Mann darf, ja er muß sich ein Hobby zulegen, will er nicht asozial erscheinen. Wenn das Spielzeug Hobby heißt, darf es auch etwas kosten.

Rund 50 000 ernsthafte Modelleisenbahner gibt es im Mutti-Staat Bundesrepublik, die Zahl der Eisenbahn-Klubs ist auf 75 gewachsen.

Ein Rentner aus Hamburg beklagte bei der Flutkatastrophe den Verlust einer Eisenbahnanlage im Wert von 7000 Mark. Aber auch Bundesbahnpräsident Professor Dr. Heinz Maria Oeftering, 62, Sänger Wolfgang Windgassen, 51, oder der Münchner Couture-Millionär Ralph Louisoder, 38, spielen, wie weiland Hermann Göring, mit den Minizügen.

Die elektrische Autorennbahn schnurrt etwa bei Porsches Presse- und Rennchef Huschke von Hanstein, 54, und dem Berliner Zahnarzt Dr. Werner Rottenberg, 40, der sich mit seinen ADAC-Kameraden „packende Rad-an-Rad-Kämpfe" liefert. Als Siegespreis gibt es Sekt.

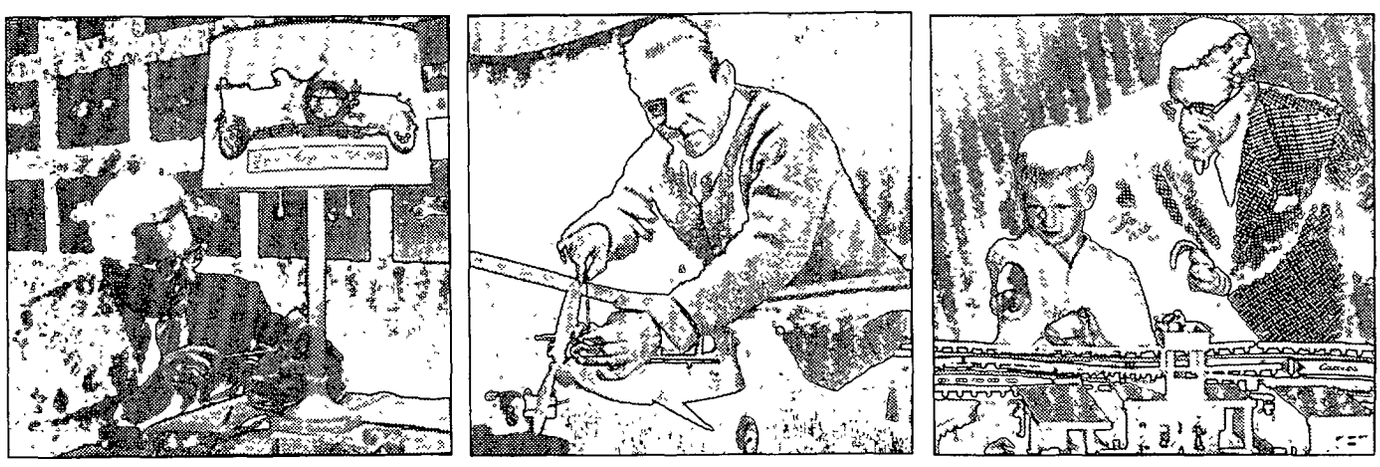
Flugzeuge und Schiffe basteln unter anderen der Fernseh-Unterhalter Peter Frankenfeld, 52, sowie die Mitglieder des Klubs „Nauticus" und der „Arbeitsgemeinschaft Historischer Schiffbau".

Für das Oldtimer-Spiel begeistern sich die Angehörigen des Automodell-Clubs von Deutschland unter ihrem Präsidenten Michael Graf Wolff Metternich, 45. Der Graf, dessen Klubkameraden ihre Spielzeuge auch selbst bauen, besitzt 300 Modelle.

Was die Bürger zum Spielzeug treibt, darüber gibt es unter Kulturkritikern keine Einigkeit. Nietzsches Faustformel vom „Kind im Manne" ist den meisten von ihnen jedenfalls zu simpel.

Der Psychologe Dr. Heinz Heckhausen aus Münster meint, „das hantierende Spielen des Erwachsenen mit anregendem oder unbekanntem oder leicht manipulierbarem Material" sei „Erkundung und Bewältigung noch nicht genügend assimilierter Weltausschnitte".

Griesgrämiger analysierte der holländische Kulturhistoriker Johan Huizinga die Spielwut: „Das tägliche Leben der



... sie arbeiten wundervoll mit": Modell-Spieler **Graf Metternich, Frankenfeld, von Hanstein**

Anzeige

## 1966 in der Serengeti? In der Bergwelt von Peru, an der Elfenbeinküste?

Aber nicht als Tourist für ein paar Wochen, sondern zwei Jahre lang. Als Ingenieur oder Handwerker, Krankenschwester oder Landwirt, als Techniker, Sozialarbeiter(in), Lehrer(in) oder Jugendpfleger(in). Als Freiwillige(r) des Deutschen Entwicklungsdienstes.

450 sind schon dabei, in Traumländern mit exotischen Namen, deren Bewohner Hunger leiden. Sie leisten Entwicklungshilfe, ohne überhebliches Mitleid oder abendländische Schuldgefühle; das wenig populäre Wort, in endlosen Debatten der Fachleute zerredet, von pressuregroups strapaziert, in der Öffentlichkeit oft gründlich mißverstanden, erhält durch sie einen neuen Sinn: hier wird nicht mit Kapital, Maschinen oder mit schönen Reden geholfen, sondern durch menschliche Bereitschaft und Leistung. Sie finden sich nicht mit den gegebenen Verhältnissen ab, sondern ändern sie, wo sie ungesund und erbärmlich sind. Die richtige Sorte von Leuten, die wir auch hier gut brauchen könnten. Aber in Übersee werden sie nicht nur gebraucht, sondern dringend und vordringlich im wortwörtlichen Sinne „benötigt": im Vergleich zu der dortigen Not nehmen sich unsere Nöte wie leichte Unpäßlichkeiten aus (diese Feststellung entspricht der schlichten Wahrheit; sie soll nicht unsere eigenen Sorgen bagatellisieren). Unsere Freiwilligen sind ganz bei der Sache, bei einer guten Sache also. Aber 450 sind nicht genug. Die Aufbauländer brauchen mehr. Viel mehr. Unsere besten Leute.

„Richtige Männer"? Gern, wenn sie stark genug sind, Verantwortung zu tragen. Intellektuelle? Gewiß, wenn sie nicht die Bank der Spötter drücken, wo zugepackt werden muß. Weibliche Twens? Unbedingt, wenn sie tüchtige Kameraden sind. Also junge Menschen, die an das Leben (und an sich) Ansprüche stellen, die guten Willens sind, Menschen mit Zukunft.

Wir bieten umfassende Spezialausbildung, soziale Sicherung, Gesundheitsfürsorge, bezahlten Urlaub usw. Und bei der Heimkehr rund DM 5000,– als Rückgliederungshilfe. Aber den eigentlichen Gewinn bestimmen Sie selbst: das Erlebnis einer fremden Kultur. Die Beherrschung einer neuen Fremdsprache. Das Bewußtsein, auch schwierigen Situationen gewachsen zu sein. Die Erfahrung, daß Idealismus nicht überall enttäuscht wird.

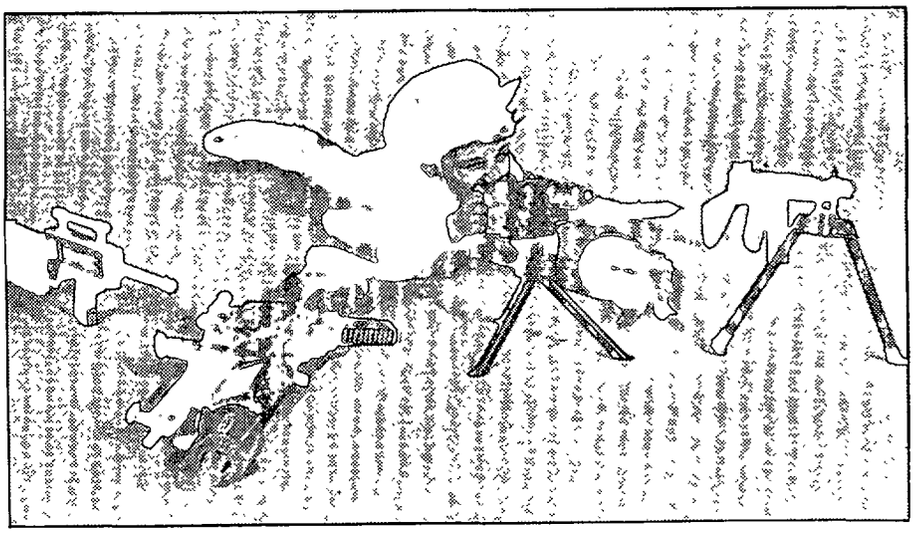
Wenn Sie volljährig sind und eine abgeschlossene Berufsausbildung besitzen, senden Sie uns den folgenden Abschnitt ausgefüllt zu. Bitte bald!

**DEUTSCHER ENTWICKLUNGSDIENST**

Bitte hier abtrennen!

An den Deutschen Entwicklungsdienst GmbH, Abt C 3, 532 Bad Godesberg, Postfach 783.
Ich erbitte kostenlos und unverbindlich Informationsmaterial und Bewerbungsunterlagen:

Name .....
Vorname .....
Alter: ..... Familienstand: .....
Beruf: .....
Wohnort: .....
Straße: .....
Bitte Blockschrift



Japanisches **Kriegsspielzeug**: Mit Super-Peng und Dracula . . .

heutigen Gemeinschaft wird in zunehmendem Maße von einer Eigenschaft beherrscht, die mit dem Spielsinn einige Züge gemein hat . . . Es ist die Eigenschaft, die man am besten als Puerilismus bezeichnen kann."

Für den Puerilismus, erläuterte Huizinga, sei der „Habitus des Vorpubertäts-Alters" maßgebend; er bezeichne „etwas zwischen Kindlichkeit und jünglingshafter Unausgeglichenheit". Huizinga weiter: „Hierunter fällt zum Beispiel das leicht zufriedengestellte, aber nie gesättigte Bedürfnis nach banaler Zerstreuung."

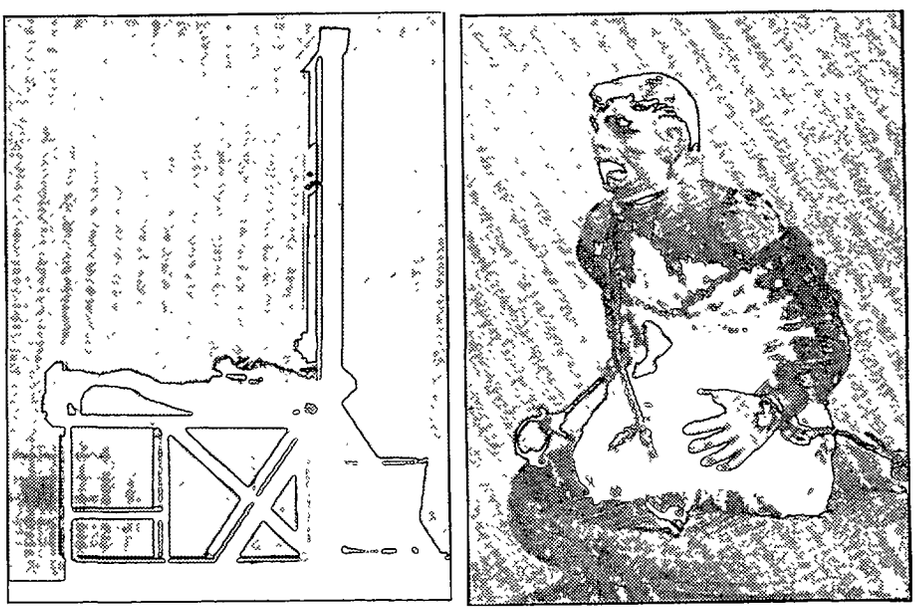
Banal oder nicht, das Spielbedürfnis der Westdeutschen zahlt sich aus. Es verhilft selbst Plüschtieren zum Rang der Hobby-Ware und zum geschäftlichen Erfolg. Von den etwa dreieinhalb Millionen Tieren mit dem „Knopf im Ohr", die jährlich das Steiff-Werk in Giengen verlassen, nimmt ein beträchtlicher Teil hinter Auto-Heckfenstern den Fahrern die Sicht und bestätigt Huizingas These vom Puerilismus.

So sicher fühlt sich Firmenchef Hans Otto Steiff im Auto-Geschäft, daß er einen Großauftrag der Esso AG für Plüschtiger ablehnte. Er wollte nicht, daß seine edlen Tiere an Tankstellen verhökert wurden.

Auch die langbeinige, vollbusige Barbie wird von Erwachsenen geschätzt. „Barbie sieht, genau betrachtet, etwas ordinär aus", analysierte der Berliner „Tagesspiegel", „nicht wie ein Mädchen, das sich Vater als Freundin seiner Tochter wünschen würde, sondern eher wie etwas, mit dem er selbst ganz gern mal einen vergnügten Abend verbracht hätte."

Das „kleine Scheusal" werde häufig jungen Männern von ihren Freundinnen geschenkt, ermittelte die Hamburger „Zeit": „Barbie dient also einem pädagogischen Zweck. Der Beschenkte kann an ihr An- und Ausziehen üben." Und der „Tagesspiegel" meditierte: „Vielleicht sind die nächsten Puppen ein Standesbeamter, ein Geistlicher und zwei Scheidungsanwälte."

Daß Barbies wahres Talent in Deutschland zunächst verkannt wurde, hat seinen Grund: Das Spielweib steht mit einem seiner überlangen Beine bereits in der Gruppe des absurden Spielzeugs, und damit hat sich die traditionsbeladene deutsche Spielzeugbranche nie befreunden können.



. . . auf den Markt von morgen: **US-Horror-Spielzeug**

Dabei haben gerade die abwegigen Spieldinge oft ungewöhnliche Anziehungskraft auf Kinder und ihre von allzuviel nüchterner Realität bedrängten Eltern. Noch mit den abenteuerlichsten Gebilden läßt sich eine „craze" (etwa: Massenwahn) anfachen, die epidemisch und gewinnbringend um die ganze Welt läuft.

Die Deutschen sind nie Anstifter, aber oft Leidtragende einer solchen Spielzeug-Craze gewesen. Schon vor Hitler erwiesen sie sich als äußerst anfällig für das kuriose US-Spielzeug Jo-Jo, das bis heute nicht ganz ausgestorben ist.

Nach dem Kriege absolvierten die Bundesdeutschen der Vor-Twist-Zeit ihr Hüfttraining mit amerikanischen Hula-Hoop-Reifen. Als deutsche Firmen sich zur Massenproduktion der Reifen gerüstet hatten, war das große



Spielzeug-Gutachter **Graf Thun**
Gegen Überfütterung und Kindertümelei

Geschäft schon vorbei: Es hatte nur fünf Wochen gedauert.

Das herzige Plastikmonstrum „Winky" mit den Plieraugen brach von Amerika her über die Bundesrepublik herein, sein Nachfolger, der kürbisförmige „Gonk", kam aus England. Und die jüngste US-Craze steht schon sprungbereit: Der „Super-Ball" der Hula-Hoop-Firma „Wham-O", der über ein dreistöckiges Haus springen kann, ist seit kurzem für 2,95 Mark auch in westdeutschen Läden zu haben.

Im Anmarsch ist auch das Lärm-, Schock- und Horror-Spielzeug: Preßluftbohrer mit „naturgetreuem Bohrgeräusch", Geräte zur Erzeugung von „Motor Roar", Knallsätze „Super-Peng", blutbeschmierte Plastik-Draculas und Frankensteins mit Spruchschildern („Ich bin Ihr neuer Babysitter"), ein dämonischer „Schickelgruber" (Hitler), der wissen läßt: „You can't win'em all" („Man kann nicht immer gewinnen").

Die US-Firma Lionel, die elektrische Eisenbahnen herstellt, schlug in der





**- ein Traum von einer paradiesischen Insel, voll Feuer, Temperament und Wohlgeschmack. Heiß und feurig und doch mild und erquickend schafft er Spannkraft und männliche Vitalität.**
**Echter JAMAICA-Rum wird auf Jamaica destilliert und ist eine der vielseitigsten Spirituosen in aller Welt. Kenner trinken ihn pur! Damen lieben ihn als Cocktail, Engländer im Tee, Amerikaner in Cola und Skikanonen in Milch. Warum? Weil er belebt und schmeckt! - wie ein Geschenk aus dem Paradies.**
**Einer der berühmtesten Botschafter der Sonnen-Insel im Karibischen Meer - Jamaica - ist RUM CORUBA. Er begeistert Menschen in 87 Ländern der Erde und wirbt in vielen Teilen der Welt für seine Heimat. RUM CORUBA ist echter unverschnittener JAMAICA-Rum. Eine Sensation im Preis - 1/1 Flasche zu DM 14.80, empfohlener Richtpreis - in seiner abgerundeten Qualität und seinem vollen Geschmack ist JAMAICA STAR. Ebenfalls ein echter, unverschnittener JAMAICA-Rum mit 40%. Er wird all denen munden, die einen leichteren und doch aromatischen Rum bevorzugen. Eine Freude für Freunde von**

ECHTEM
Jamaica RUM

DM RUM TEST
Empfehlenswert
INTERSPIRITS GMBH ELTVILLE

1
**Orange mit Rum**
Frisch ausgepreßte Orange oder Orangensaft schmeckt herrlich mit einem Schuß Rum. Kalt im Sommer - heiß im Winter!
Kommentar aus Paris: Excellent - tous les jours!

2
**Cola mit Rum**
1 Glas echter Rum 1 großer Würfel Eis und eine Flasche Cola ergeben einen einfachen und delikaten Cocktail.
Kommentar aus U.S.A.: Rum and Coke - wonderful!

ALLEINVERTRIEB FÜR WESTBERLIN: JOACHIM V. NELL, BERLIN-CHARLOTTENBURG

Zeitschrift der Intelligenz-Snobs „The New Yorker" aus der Horror-Welle Werbekapital. Sie zeigte ganzseitig eines ihrer Züglein auf schlichtem Schienenring mit dem Text: „Haben Sie genug vom Trauma-Spielzeug? Dieses hier kann nicht töten, beißen, schreien, explodieren, erobern, zerstören oder sich in einen Vampir verwandeln."

Nur gegen wenige der amerikanischen Massenschlager sind bundesdeutsche Spieler immun. So hat sich das Astronautensortiment mit Weltraumanzug, Plastikhelm und futuristischen „Space Guns", in den USA seit langem ernsthafter Konkurrent der Wildwest-Ausrüstung, bis heute in Westdeutschland nicht durchsetzen können. Bundesrepublikanischen Kindern fehlt sowohl das nationale Begeisterungselement für die Raumfahrt als auch die ständige Berieselung mit einschlägigen Fernsehfilmen und Lesestoff.

Nicht so klar zutage liegen die Gründe für die fortgesetzte Enthaltsamkeit der Bundesdeutschen beim Militär-Spielzeug. Amerika und Japan haben eine reiche Auswahl davon anzubieten, etwa ratternde Maschinengewehre in Fast-Originalgröße oder raketenbestückte Atom-U-Boote. Auch deutsche Firmen tragen das Ihre bei.

Sie fertigen Bundeswehrsoldaten aus Plastik oder, wie die Gebrüder Schmid in Nürnberg, batteriebetriebene Panzer, die zwei Raketen abschießen können. Die Manurba-Plastik in Bamberg liefert Lkw mit Scheinwerfern, MG oder Radargerät. Auch Fallers Modell-Liste weist von Richthofens rotem Dreidekker aus dem Ersten Weltkrieg über V 1 und V 2 bis zum Starfighter mit Balkenkreuz genügend Symbole für Deutschlands Gloria auf.

Aber, so Faller: „Das ist einfach kein Geschäft. Das meiste geht in den Garnisonen weg, aber das ist sicher noch nicht mal ein Promille vom Gesamtumsatz. Davon kann wirklich keiner existieren." Zahlreiche Händler, so zum Beispiel das Hamburger Fachgeschäft Rasch oder der Karstadt-Konzern, führen Panzer und Soldaten grundsätzlich nicht.

Der Spielzeug-Pazifismus zeugt jedoch kaum von Läuterung, eher von Unsicherheit. Eine Untersuchung brachte zutage, daß fast die Hälfte der Befragten „keine Bedenken" gegen Kriegsgerät im Heim hätten — sofern die Kinder es sich wünschten.

Vorerst jedoch haben Kinder und Eltern andere Wünsche. Faller meldet: „Es ist einfach unwahrscheinlich, wie der Jaguar geht." Das Modell des Prestige-Renners für die Faller-Autobahn kostet 9,50 Mark.

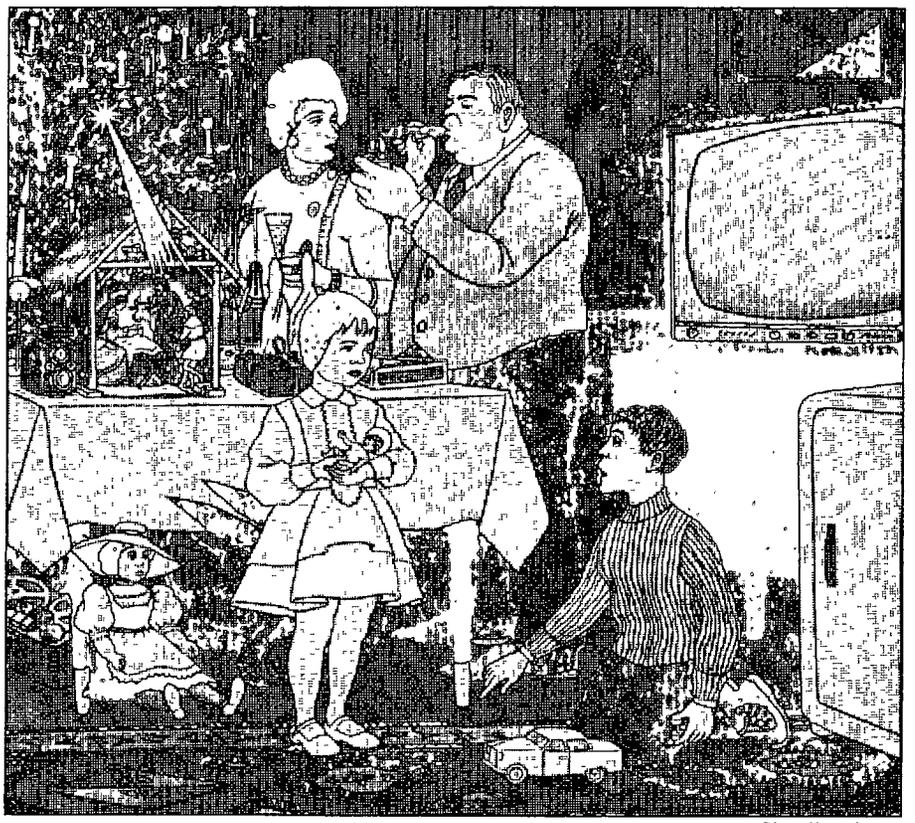
„Anspruchsvoller und teurer" hieß die Devise der Käufer in der Vorweihnachtszeit. Ein Frankfurter Kinderfreund erstand eine Puppenwohnung mit Rokokomöbeln für 500 Mark. Ein anderer bestellte einen Puppen-Nerzmantel, der beim Kürschner angefertigt werden mußte.

Zwar bewiesen gerade die Stützen der Wohlstandsgesellschaft beim Spielzeugkauf nicht selten nüchternen Sparsinn und einen Hang zum Konservativen. Hamburgs Star-Kicker Uwe Seeler schenkt seinen Töchtern Helle, 2, und Kerstin, 5, eine Puppenwiege und das Spiel Schwarzer Peter. Franz-Josef Strauß hat für Max-Josef, 6, Franz-Georg, 4, und Monika, 3, je einen Roller und einen Baukasten, für alle drei gemeinsam einen Kaufmannsladen und „eine große Zahl kleiner Autos" eingeplant.

Die Enkelin Martina, 1, des Versandmillionärs Neckermann bekommt vom reitenden Großvater ein Schaukelpferd, und Radiomillionär Max Grundig beschenkt seine Enkelin Gaby, 8, nach dem Motto: „Die bekommt von mir nicht mehr als ein Angestellter meines Hauses seinen Kindern schenkt."

Spielzeughändler Behle meldete: „Barbie läuft sehr gut."

Bestseller ist die Auto-Rennbahn, „dann Funkfernsteuerungen und technische Bausätze" (Oettinger). Auch hier geben sich die Käufer nicht mit Kleinkram ab. „Auffällig ist der Trend zu den größeren Stücken", berichtet der Vedes-Chef. Die Elektro-Pisten sind „vor allem in mittleren und großen Packungen" gefragt, die Faller-Produkte „so gut wie ausverkauft" (Behle, Frankfurt). Die Hamburger Firma Rasch setzte „bei den Go-Carts gerade die großen" zu Preisen von über 100 Mark am besten ab.



Simplicissimus

„Leg's mal auf'n Teppich, das liebe Jesulein, ich möchte ihm mal mit 'nem Affenzahn über den Fuß fahren."

Wirtschaftsminister Schmücker hingegen hielt schon mehr das obere Mittelmaß: Tochter Petra, 6, darf einen Go-Cart erwarten. Einen elektrischen Puppenherd mit Backröhre beschert die bayrische FDP-Politikerin Dr. Hildegard Hamm-Brücher ihrer Tochter Verena, 6. Toni Glas, 13, erhält von seinem Großvater Hans Glas, Autoproduzent in Dingolfing, eine elektrische Rennpiste.

Romandichter Günter Graß macht, wie auch Sänger Fischer-Dieskau oder der Düsseldorfer „Kom(m)ödchen"-Chef Kay Lorentz, den Kindern die schon vorhandene Bahn- oder Auto-Anlage größer und schöner. Allerdings, so Berlin-Einwohner Graß: „Von geschenkten Tunnels halte ich gar nichts, die müssen Jungen selber machen."

Karl Heinz Oettinger, Direktor der Einkaufsorganisation „Vereinigung Deutscher Spielwarenhändler (Vedes)" mit zehn Prozent Anteil am Gesamtumsatz: „Billige Puppen bleiben liegen, es gehen nur die teuren." Der Frankfurter

Münchens Spielzeughändler Obletter: „Überall gehen Artikel aus. Die Lieferanten kommen nicht nach." Die Vedes hat bereits Umsatzsteigerungen bis zu 20 Prozent festgestellt.

Doch obwohl die Ladenkassen festlicher klingeln denn je, werden Deutschlands Spielzeugmacher nicht froh. Zu viel vom goldenen Regen fließt der ausländischen Konkurrenz zu. Nürnberg, einst Spielzeug-Metropole der Welt, ist heute nur noch die Hauptstadt eines Gewerbes, das seinen Ruhm aufgezehrt hat.

Vedes-Oettinger: „Ich reise als eine Art Wanderprediger herum. Aber es ist entsetzlich, bis die begriffen haben, daß der Boom für uns ganz schnell vorbei ist, wenn wir nicht aufpassen. Die Nürnberger Entwicklung geht bergab."

Der Puppen-Industrielle Heinz Kox warnt: „Wir müssen vorausdenken, sonst gehen wir unter. Die Nürnberger sollten endlich ihre Vergangenheit bewältigen."