



Analoges Spielzeug ist angesagt

Smartphones und Smart Toys sind in Mode. Doch Kinder brauchen analoges Spielzeug, um sich gesund zu entwickeln. Vier Thesen, warum gerade die Klassiker im Kinderzimmer zukunftsweisend sind

AUTORIN VICTORIA SUTCH



Die Szene dürfte so ziemlich allen Eltern bekannt vorkommen: Sobald ihre Kinder ein Smartphone in die Finger bekommen, ist es um sie geschehen. Mit Hingabe tatschen selbst die Kleinsten auf dem Bildschirm herum, fasziniert von bunten Welten und bewegten Bildern. Das nutzen Spielzeughersteller: Mit den sogenannten Smart Toys hat die Digitalisierung auch in den Kinderzimmern längst Einzug gehalten. WLAN, GPS und Bluetooth erzeugen dabei ein ganz neues Spielerlebnis. Kein Wunder: Alles Digitale übt auch auf Erwachsene eine magische Anziehungskraft aus. Warum sollte das bei Kindern anders sein?

Und dennoch: Die analoge Welt wird in Kinderzimmern auch in Zukunft immer präsent sein – davon bin ich fest überzeugt.

Denn so digital unsere Welt heute auch ist, Kinder lieben haptisches Spielzeug. So sind die absoluten Spieleklassiker heute immer noch sehr analog – egal ob Puppen, Playmobil, Kuscheltiere, Lego, Bauklötze oder Tier- und Fantasiefiguren. Sie alle sind seit Jahren die Lieblinge der Kinder, die sich am besten verkaufen. So war nach Angaben des Marktforschungsinstituts NPD Group im Jahr 2019 lediglich ein Prozent des verkauften Spielzeugs digital.

Ich bin der Meinung, dass das einen guten Grund hat. Denn gerade jüngere Kinder brauchen die reale Welt und lieben alles, was echt ist. Sie wollen wissen, wie sich etwas anfühlt, und so lernen: rau, glatt oder sogar haarig? Fühlen, erleben, staunen – so erkunden die Kleinen seit jeher ihre Umgebung. Ein Wischen auf dem Smartphone oder Tablet ist dafür kein Ersatz. Und das wird es auch niemals werden.

So schön und aufregend die Neuen Medien auch sein mögen: Kinder müssen die Welt haptisch erleben, um sich gesund zu entwickeln.

Das bekräftigen auch viele Studien, die von Spielexperten und Psychologen zu diesem Thema durchgeführt wurden: Über haptisches Spielen lernen Kinder wortwörtlich, die reale Welt zu begreifen, sie trainieren ihre motorischen Fähigkeiten und regen im Rollenspiel ihre Vorstellungskraft an. Dies ist nicht nur in der digitalisierten Welt besonders wichtig, sondern sorgt neben dem Erlernen von Kreativität dafür, dass Kinder sich auch viele andere Fähigkeiten aneignen, die sie in ihrem späteren Leben benötigen werden.

Wir von Schleich merken das seit 85 Jahren. Mit unseren Figuren und Spielsets fördern wir die Fähigkeiten von Kindern und trainieren ihre Fantasie. Im Spiel mit den Tieren, Häusern, Ställen und Fahrzeugen werden Kinder zu Regisseuren ihrer ganz eigenen Realitäten. Kinder lieben gute Geschichten – und sie sind selbst die besten Erzähler.

Nach meiner Erfahrung sind Kinder von ganz allein kreativ – man muss ihre Vorstellungskraft manchmal nur etwas ankurbeln!

Der Drang, kreativ zu sein, ist allen Kindern in die Wiege gelegt. Und wenn man diese natürliche Kreativität nur ein wenig anfeuert, stehen wir als Er-

wachsene oft staunend vor den Ergebnissen. Ganz in ihr Spiel versunken, erfinden Kinder die wunderbarsten Wesen und Welten.

Dieser Gedanke spiegelt sich auch bei unseren Produktkonzepten wider: Storytelling spielt dabei als „Story Starter“ zwar eine wichtige und immer größer werdende Rolle – jedoch tauchen die Kinder dann in ihre Welt ein und spinnen daraus ihre eigenen Abenteuer. Wir nutzen dafür verschiedene Szenarien: Bei unserer neuen Dino-Forschungsstation versetzen wir die spielenden Kinder an einen geheimen Ort im Dschungel, wo sie gemeinsam mit den Colby-Brüdern Dinosaurier vor dem Aussterben retten sollen. Und in unserem „Horse Club“ schwingen sich die Kinder zusammen mit den „Horse Club“-Freundinnen in den Sattel, pflegen ihre Tiere oder erleben spannende Abenteuer auf dem Reiterhof. Wer wird das nächste große Turnier gewinnen? Und welches Tier braucht Hilfe? Der Fantasie sind dabei keine Grenzen gesetzt. Und das möchten wir auch nicht, denn so garantieren die Figuren von Schleich Kindern freies Spielen und haptisches Erleben, ohne Einschränkung und Ablenkung.

Nichtsdestotrotz: Die Digitalisierung bringt viele Vorteile, die auch in die Spielzeugbranche für sich nutzen sollte. Denn auch wir gehen mit der Zeit: Das Digitale kommt bei uns immer dann ins Spiel, wenn es das Analoge sinnvoll ergänzt. Wir verkaufen beispielsweise fast zwei Drittel unserer Produkte im stationären Handel. Einfach weil Kinder, Eltern und Schenker gern Spielzeug „in echt“ begutachten. Und weil dort unsere liebevoll gestalteten Tiere besonders gut zur Geltung kommen und unsere Figuren davon leben, dass die Kleinen sie berühren. Deshalb installieren wir entsprechende Aufbauten im Laden, in denen wir die Welten unserer Figuren präsentieren. So wird das Anfassen zum Erlebnis. Aber wir nutzen darüber hinaus im Handel auch digitale Instore-Elemente und Module, die Eltern, Kinder und Schenker in die Welt unserer Figuren versetzen. So versuchen wir, das Beste aus beiden Bereichen zu nutzen.

Ein weiteres Beispiel ist unser Markenkatalog, den wir nach wie vor drucken lassen, weil Kinder es einfach lieben, darin zu blättern. Aber Eltern und Schenker möchten sich natürlich gern digital informieren. Sie alle nutzen Kanäle wie Instagram, Facebook oder YouTube und suchen nach weiterführenden Informationen auf unserer Website. Deshalb sind wir auch dort präsent, verschicken Newsletter, posten unsere Neuheiten, geben zusätzliche Einblicke in die Schleich-Welt oder leiten besondere News an unsere Fans weiter. Und mit Spielen wie dem „Bayala“-Videospiele oder der „Horse Club“-App bieten wir relevante Erweiterungen zu unseren Figuren und Geschichten an. Darüber hinaus bauen wir natürlich auch unseren Online-Shop kontinuierlich aus.

Dennoch wird das Analoge bei Schleich auch in Zukunft die Richtung vorgeben. Denn wie heißt es so schön: Das Leben schreibt immer noch die besten Geschichten. **Ⓜ**



UNSERE AUTORIN
Victoria Sutch ist Mitglied im Kuratorium des Deutschen Marketing Verbands (DMV) und Chief Transformation Officer bei Schleich