

Das Spielzeug

Vom Kult zum Kinderspiel

Spiele oder Spielgegenstände, so wie wir sie heute kennen, lassen ihre Entstehung auf zwei Aspekte zurückführen: Sie waren Bestandteil bzw. Hilfsmittel eines religiösen Rituals oder sie bildeten alltägliche Gebrauchsgegenstände aus der Erwachsenenwelt verkleinert ab.

Einfache Spielzeuge für die Kleinsten, wie Rassel, Ratsche, Kreisel, Ball oder Puppe waren früher religiöse Kultgegenstände, die unterschiedliche Hilfsfunktionen bei den kultischen und magischen Handlungen erfüllten. In dem Buch »Die Russen kommen! Spielend!« erwähnt OLGA GORDEJEW, dass zum Beispiel Rasseln und Ratschen bei kultischen Tänzen und Ritualen von Schamanen vieler Völker in Sibirien und Nordamerika, Afrika und Australien eingesetzt wurden.⁵⁵

Die Puppe, ein Spielzeug für kleine Mädchen, war früher zugleich ein Mittel der Magie. Erwachsene Frauen bewahrten Puppen an einem bestimmten Platz im Hause auf, verschenkten sie an die Braut oder vererbten sie der Tochter. Die Puppe diente häufig als Opferersatz, Votivfigur, Amulett oder Talisman.⁵⁶

Wissenschaftler, die sich mit früheren Kulturen beschäftigen, entdecken häufig einen *archaisch-synkretistischen Charakter*⁵⁷ der Spiele und weisen auf das Fehlen einer genauen Unterscheidung zwischen sakraler und alltäglicher Sphäre hin. »Ritual und Spiel, sportlicher Wettkampf, Gastmahl und Darbringung eines Opfers sind bei ein und demselben Fest häufig miteinander vermischt.«⁵⁸ An diesen Zeremonien und Spielen beteiligten sich Kinder und Erwachsene gleichermaßen.

Spiele bezogen sich stark auf die regionale Kunst und fanden auf Jahresfesten statt, zum Beispiel wurden in Russland zu Ostern Eier gekullert und zu Weihnachten auf dem Jahrmarkt Lebkuchen geworfen – es wurde zusammen gegessen, getanzt und gespielt. Die Feste gliederten das Jahr, indem sie Zeitpunkte der Freude und des Ausgelassenseins festlegten. Sie bedurften einer Vorbereitung und erzeugten Vorfremde, sie stellten gesellschaftlich wichtige Ereignisse dar, boten Möglichkeit zur Kommunikation und stärkten das Gemeinschaftsgefühl.

Aus der Literatur, der Kunst und vor allem aus archäologischen Funden ist bekannt, dass im römischen Reich Lauf- und Ballspiele, Steckenpferdreiten, Reifentreiben, Spiele mit Kreiseln und Puppen die Kinder erfreuten. Thiesen berichtet von Ausgrabungen in Pompeii, die belegen, dass das Spielzeug, mit dem sich die Kinder damals beschäftigten, dem heutigen ähnelt. »Sie besaßen weiche Bälle, die mit Rosshaar, Wolle und Federn gefüllt waren, Puppen und Miniaturgefäße aus Ton, Würfel- und Brettspiele, Klappern, lebende oder hölzerne Tiere, Knallpeit-

schen, Rohrflöten, Bewegungs- und Gesellschaftsspiele, Huckepack, Verstecken, Laufrädchen und Reifentreiben.«⁵⁹

Interessant ist in diesem Zusammenhang, dass die Verbindung von Lernen und Spielen, wie sie im römischen Reich praktiziert wurde, heute wieder vermehrt in den Grundschulen und Vorschulen angestrebt wird: Dem Lehrer kommt nicht nur die Aufgabe der Stoffvermittlung zu. So wie im römischen Reich soll Schule gleichbedeutend sein mit Spiel. »Für beides galt die Bezeichnung »Ludus«, und der Ludismagister war Spiel- und Schulmeister zugleich.«⁶⁰

Im Spielzeug finden unsere Vorstellungen vom Leben, unsere Wünsche und Hoffnungen für die Zukunft oder unserer bisherigen Leistungen Darstellung. Kleine Spielfiguren in Form von Tieren, Häusern und Menschen bilden zum Beispiel die bäuerliche Lebensweise ab; Puppen und verkleinerte Küchengeräte bereiten Mädchen auf ihre späteren Aufgaben als Mutter und Hausfrau vor; Jungen spielen mit technischen Objekten wie kleinen Schiffen, Eisenbahnen, Autos, Raketen und Flugzeugen. Zukunftsphantasien der 50er Jahre äußerten sich zum Beispiel in Plastikraketen und Astronautenfiguren, die schon 11 Jahre vor der eigentlichen Mondlandung bereits durch Kinderzimmern flogen.

Die Spielsachen wurden früher individuell von den Eltern oder auch den Kindern selbst angefertigt. Meist waren sie – wie auch heute noch – eine Liebesgabe der Eltern an ihre Kinder. Einfach zu handhabende Materialien wie Ton, Holz oder Papiermaché wurden künstlerisch bearbeitet. Die gestalteten Objekte gaben das regionale ästhetische Form- und Farbempfinden an die nächste Generation weiter.

Mit der einsetzenden Industrialisierung begann Spielzeug – in Serie produziert – eine käufliche Ware zu werden. Auf dem Land verkauften Jahrmärkte Spielzeug und in den Städten ab der Mitte des 19. Jahrhunderts taten dies spezielle Spielzeugläden. Die Spielzeugproduktion wurde ein eigenes Gewerbe.⁶¹ Bis in die 60er Jahre des 20. Jahrhunderts dauert es, bis die Spielzeugindustrie Kinder direkt umwirbt und ihre Produkte auf den Verkaufserfolg hin entwickelt.⁶² Die Idee des Kinderzimmers wird geboren und die Möbel kindgerechter gebaut. Die Industrie widmet sich der Zielgruppe »Kind« und weckt ständig neue Bedürfnisse.

Diese Industrie, die Eltern und die Kinder bilden drei Gruppen, die sich jeweils für ganz unterschiedliche Aspekte des Spielzeugs interessieren. Kinder sind diejenigen, für die Spielsachen in der Regel entwickelt und gekauft werden. Kinder wollen damit spielen. Eltern wünschen sich von den Spielsachen, die sie kaufen, dass sie ihren Kindern Spaß bereiten und ihre Entwicklung fördern. Sie loben, erziehen, verwöhnen damit ihre Sprößlinge oder freuen sich über den

59 THIESEN, PETER: *Klassische Kinderspiele*. Beltz Verlag Weinheim, Basel, 1993, S. 14

60 THIESEN ebd. S. 23

DEJEW, OLGA: *Die Russen kommen! Spielend!*, Rheinland-Verlag GmbH Köln, 4, S. 15 ff.

DEJEW ebd. S. 15

retismus ist die Verschmelzung Lehren und Religionen

DEJEW ebd. S. 16

61 THIESEN ebd. S. 36

62 WODARZ, CORINNA: *Spielzeug im Wandel der Zeit 1900–2000*. Isensee-Verlag Oldenburg, 2001, S. 2

neu gewonnenen Freiraum: Ein spannendes neues Spielzeug fesselt die Aufmerksamkeit und der Nachwuchs ist für eine Weile mit sich selbst beschäftigt. So kaufen Eltern natürlich bevorzugt das, was sich ihre Kinder wünschen. Gleichzeitig interessieren sich Eltern auch für pädagogische Wirkungen des Spielzeugs und müssen sich auf die »Produktinformationen« aus der Industrie verlassen. Folglich schwanken sie in ihrem Kaufverhalten zwischen den Wünschen der Kinder nach »Trendspielzeug« und ihre eigenen Vorstellungen von vernunftorientiertem »Lernspielzeug«. Die Industrie hat sich darauf eingestellt und wirbt auf sämtlichen Verpackungen mit der angeblich hohen Lerneffektivität des Produktes. Eltern wird ein Gefühl des »Nicht-förderns« suggeriert, wenn sie ihren Kindern Zugänge zu bestimmten »wertvollen« Spielsachen verwehren.

Für die Industrie steht jedoch »nicht der pädagogische Nutzen zur Entwicklung des Charakters, [von] kognitiven, motorischen und emotionalen Fähigkeiten im Mittelpunkt«, sondern ökonomische Faktoren. Spielsachen, die die Aufmerksamkeit nicht lange binden können, die schnell langweilen, sich abnutzen und verbrauchen, verlangen alsbald nach Austausch. »So ist Spielzeug heute – bis auf wenige teure Ausnahmen – zum Wegwerfartikel geworden.«⁶⁴ Die großen Mengen an Spielwaren, die Kinder dadurch schon in jungen Jahren konsumieren, bereiten sie wahrscheinlich optimal auf ein reges Kaufverhalten im Erwachsenenalter vor. Spielzeug wird aus Gewinngründen meist im Ausland und aus billigsten Materialien produziert. Die Haltbarkeit ist so gering wie ihr Nutzen. Die minimalen, leicht abgewandelten »Neuerungen« sind schnell ausprobiert, die wenigen Einsatzmöglichkeiten in wirklichen Spielen bald erschöpft. Bestimmte Spiele bleiben nur längerfristig nutzbar, wenn Ergänzungsangebote erworben werden.

Die drei weltgrößten Spielzeugproduzenten – *Lego*, *Mattel* und *Hasbro* – kämpfen um Absatz auf dem durch sinkende Kinderzahlen und Druck der elektronischen Konkurrenz immer enger werdenden Markt.⁶⁵ Doch der Gesamtumsatz der Spielzeughersteller – 6 Milliarden Mark im Jahr 2000 – steigt.⁶⁶ Lego-Geschäftsführer MADS NIPPERDREI beobachtet Trends auf dem Spielwarenmarkt. Besonders gut verkaufe sich seiner Meinung nach Spielzeug, dem eine »starke« Geschichte zugrunde liege wie zum Beispiel *Harry Potter*, für den der Konzern die Lizenzen erworben hat. Ebenso beliebt sind Spielsachen, die hochtechnische Neuheiten aufgreifen oder die zum Sammeln anregen, wie zum Beispiel die Pokemons oder Kinderüberraschungseier.⁶⁷ Der stark spezialisierte Markt führt heute Spielzeug für alle Alterstufen und sämtliche pädagogische und weltanschauliche Bereiche. Die Preisgestaltung macht den Unterschied: Der Markt teilt sich in »intelligentes Elektronikspielzeug, mit dem man tatsächlich spielen kann – und den Trash,

68 GASCHKE ebd.

dessen heimliches Programm auf kurzfristige Bedürfnisbefriedigung und möglichst schnellem Austausch zielt.«⁶⁸

Freunde mit Batterieantrieb – Das Spielzeug von heute

Spielzeug wird zunehmend »technisiert«. Es werden mindestens zwei Sinne angesprochen, es gibt mindestens zwei »Funktionen«. Das Spielzeug kann heute mehr, aber mit dem Spielzeug kann man deshalb nicht mehr spielen. Ein sehr harmloses Beispiel aus der aktuellen »Müller« Postwurfsendung zur Weihnachtszeit 2002 soll diese Entwicklung verdeutlichen. Ein Bauernhof für 44,99 Euro statt 59,99 heißt heute »Farm« und besteht aus acht ganzen Teilen aus eingefärbter Plastik. Der Miniatur-Bauernhof als Spiellandschaft ist traditionell. Neu ist, dass die Tiere Geräusche machen, so kann das Kind zusätzlich »hören«, was die Gans oder die Kuh »sagt«. Statt beim Spiel selbst zu muhen, erledigt das die Batterie-betriebene Kuh. Ein anderes Beispiel ist »Smarty Cat«, ein Lerncomputer, der vorgibt, Kindern ab 4 Jahren »Buchstabieren, Rechnen, Musik und Logik« beizubringen. Dieses Spielgerät hat lustige farbige Tasten, ein Minidisplay im Katzengesicht und ist aufgebaut wie ein Laptop. Ob man richtig oder falsch rät, zeigt die Katze mit ihren beweglichen Ohren an. Den Sinn des ABC-Lernens erfährt man durch diese Abfragetechnik wohl kaum.

»Die Regale durchschnittlicher Kinderzimmer ächzen unter der Last von Plüschtieren, Barbie-Puppen, Playmobil-Ritterburgen, Polly-Pocket-Schlössern, Lego-Raumstationen, Furbys, Lerncomputern, Schachteln mit Gesellschaftsspielen und Kartons mit dem Plastikstrandgut zahlloser Kindergeburtstage.«⁶⁹ In einem Artikel der Zeitung der Deutschen Bahn *Mobil*,⁷⁰ der über die Eröffnung eines »Legoland« berichtet, wird die Beliebtheit bunter Plastiksteinchen klar: »Denn laut Statistik besitzt jede deutsche Familie im Durchschnitt 60 Schachteln Lego zu Hause.« Gefolgt wird der deutsche Rekord von Engländern mit 25 Schachteln und den US-Amerikanern, die (nur) 15–20 Schachteln pro Familie vorweisen können.

Was schon in der Untersuchung des sozialen Umfeldes sichtbar wurde bestätigt sich in dieser Spielzeugfülle: Eltern verwöhnen ihre Kinder, ersetzen aufgrund des Zeitmangels persönliche Zuwendung durch materielle Gaben. Bei getrennt lebenden Elternteilen wird um die Liebe des Kindes durch Erfüllen teurer Spielzeugwünsche gewetteifert.

Spielzeug wird geschlechtsspezifisch gekauft. Die Mädchen bekommen Puppen geschenkt, deren Namen sich als Marken etabliert haben, wie zum Beispiel »Barbie«, »Ken« und »Baby born«. Zum großen Teil werden ihnen auch sogenannte Gesellschafts- Tisch- oder Kartenspiele mitgebracht. Für Jungen suchen Eltern blinkende Autos, Legosteine

69 GASCHKE ebd.

70 v. KLOT, KRISTINA: Expedition ins Reich der bunten Noppen. *Mobil* 5/2002, S. 30

.RZ ebd. S. 2

.RZ ebd. S. 2

IKE, SUSANNE: *Die neuen Lehrer.* :it 14. 12. 2000
spielplätze. Beiträge zur kinderten Gestaltung der Wohnumwelt. Tenreihe des Bundesministers gend, Familie und Gesundheit, ilhammer GmbH Stuttgart, 1977.

IKE, SUSANNE: *Die neuen Lehrer.* :it 14. 12. 2000

und Elektronik-Spielzeug wie Gameboy und Playstation aus. Früher übliches Interesse am Basteln und Handarbeiten, Modellbau und Musizieren tritt in den Hintergrund. Die beliebteste Freizeitbeschäftigung ist momentan das Fernsehen. Seit den 70er und 80er Jahren wird »Trendspielzeug« angeboten, bei denen es sich meist um Helden und Figuren aus beliebten Fernsehsendungen, Spielfilmen oder Computerspielen dreht. Alf, Dinosaurier, Tamagochi, Teletubbies, Pokemons und Digimons tauchen kurzzeitig in Geschicklichkeits-, Computerspielen oder als Spielfiguren auf und werden binnen Wochen durch andere ersetzt.

Während organisierte Sport- und Wettbewerbsspiele zunehmen und hauptsächlich Spiele, die sich um eine Zentralfigur drehen – sogenannte »Führungsspiele« – in den Vordergrund treten, werden Sing-, Rate-, Paar- und Straßenspiele aus dem Spielalltag verdrängt.

Abgesehen von diesen noch tatsächlich stattfindenden Spielen, nimmt der Anteil an virtuellen Computerspielen zu. In diesen Spielen ersetzt der Umgang mit Science-fiction-Gestalten lebendige Spiegefahrten, Freunde und Freundinnen. Die Helden aus Kinofilmen und Fernsehserien finden Einzug in Computer- und Gesellschaftsspielen und tauchen auf diese Art ständig im Kinderalltag auf. Falls man nicht zu Hause am Computer spielen kann, gibt es den Gameboy, eine »mobile« Freizeitbeschäftigung, die in jede Tasche passt. Zum Spielen muss praktischerweise kein Kind mehr ein anderes ansprechen, jeder genügt sich selbst. Treu erfüllen Kinder die vom »Spielfreund«-Apparat gestellten Aufgaben und steigen zum nächsten Schwierigkeitsgrad auf. Jürgen Fritz, Professor für Sozialpädagogik an der Hochschule Köln kommt zu dem Fazit: »Computerspiele machen nicht satt.«⁷¹ Sie suggerieren dem Spieler Erfolg und Macht, wenn er vorgegebene Ziele auf vorgegebenen Wegen geht. Inhalte sind in diesen Spielen oft nebensächlich, auf das »Level« kommt es an. Kinder, die an Computerspielen, sind »vernetzt« aber einsam. Der Computer wird zum Mitspieler und der Fernseher zum Geschichtenerzähler. Das Grundbedürfnis nach Anerkennung, Zugehörigkeit und Sicherheit wird nicht befriedigt. Das Spiel mit unterschiedlichen Spielpartnern würde ein Übungsfeld für Gruppenzugehörigkeit und wirkliche Kommunikation bieten. Die virtuellen Spiele dagegen bieten ein Übungsfeld für Kampf- und Kriegssituationen. Neben Computersoftware zur Simulation von Kriegen am Bildschirm für die Älteren können bereits ganz Kleine aus einer Unmenge an Plastikgängstern und kämpferischen Helden wählen. In der Beilage zum aktuellen Quelle-Katalog werden Kostüme zum Kinderfasching angeboten. Als »Preishit« ausgezeichnet wird »Der Kämpfer« mit »Helm-Pistolen-Set« im Tarngewand, neben dem »Sicherheitsmann« mit Helm und viel

Zubehör, der amerikanischen Sicherheitsuniform getreu nachgeahmt. Sie und die Kostüme »Popstar«, »Pokémons« und »Teletubbies« ersetzen die Helden der Märchen und Kindergeschichten wie Winnetou, Pirat und Zauberer, Prinzessin, Hexe und gestiefelter Kater.

Zu diesem schnelllebigem Billig-Spielzeug-Trend, der aktuelle Medienereignisse und -geschichten thematisiert, gibt es natürlich auch Gegenströmungen. Eine davon geht zurück zum »guten, alten« Holzspielzeug, in Grundfarben getaucht. Ursprüngliche natürliche Materialien, einfache, das heißt nachvollziehbare Verarbeitung und sichtbare Mechanik zeichnen traditionelle Spielsachen aus. Marken wie »Manufactum« deklarieren diese Produkte als »Klassiker«. Dieses Nostalgiegefühl, das erwachsene Käufer trotz des hohen Preises beglücken soll, kennen Kinder jedoch nicht.

Es lassen sich zunächst drei allgemeine Merkmale unserer Gesellschaft am Spielzeugmarkt erkennen: »Zum einen endet die echte Kindheit heute früh, mit etwa 12 Jahren.«⁷² Danach liegen die Interessen und der Konsum im Bereich Markenkleidung, Musik-CDs, Handys und elektronischer Ausstattung. »Zweitens werden die Erwachsenen kindlicher. Sie spielen fast mehr als der Nachwuchs.«⁷³ Diese Beobachtung nimmt vor allem Bezug auf die zunehmend von Erwachsenen gekauften Computer- und Gesellschaftsspiele. Und als dritten Punkt nennt Susanne Gaschke den Trend zur Technisierung der Spielprozesse, der auch in allen anderen Lebensbereichen zu beobachten ist.

Moderne Spielsachen für moderne Erziehungsziele

Ein Kind lernt beim Spielen Werte und Normen seiner Umwelt kennen und beginnt, sich diesen anzupassen. Die Informationen, die ein Kind dabei erfährt, erweitern sein Verhaltensrepertoire. Deshalb verhalten sich Kinder aus unterschiedlichen Kulturen im Spielauch verschieden.⁷⁴ Freya Pausewang zitiert in »Dem Spielen Raum geben« BRIAN SUTTON-SMITH, der beim Vergleich von Spielen unterschiedlicher Kulturen feststellte: »Kinder in Kulturen, die im realen Leben sehr auf die Kooperation angewiesen sind (z. B. Eskimos) kennen kaum Konkurrenzspiele. In Kulturen, in denen die Erwachsenen über Jagd und handwerkliches Geschick ihr Überleben sichern (etwa in tropischen Regenwäldern), spielen die Kinder viele Geschicklichkeits- und Jagdspiele wie Speerwerfen und Bogenschießen.«⁷⁵ Wenn Kinder im Spiel die Erwachsenen nachahmen, verinnerlichen sie nicht nur Werte und Normen der Gesellschaft in der sie leben, sondern verbessern auch mögliche Überlebensstrategien wie Kooperation, Geschick oder Konkurrenz.⁷⁶

In unserer Gesellschaft zeichnen sich ebenfalls Erziehungsziele und Wertschätzungen in der Förderung bestimmter Spielformen ab. Diese Werte lassen sich kaum auf jede einzelne Familie übertragen.

72 GASCHKE, SUSANNE: *Die neuen Lehrer.* Die Zeit 14. 12. 2000

73 GASCHKE ebd.

74 PAUSEWANG, FREYA: *Dem Spielen Raum geben.* Cornelsen Verlag Berlin, 1997, 1. Auflage, S. 29

75 PAUSEWANG ebd. S. 29 Vgl. SUTTON-SMITH, BRIAN: *Die Dialektik des Spiels.*

76 PAUSEWANG ebd. S. 31