

# ReporterFORUM

[www.reporter-forum.de](http://www.reporter-forum.de)

## Im Land des Lächelns

*Sie sind die Helden der Kinderzimmer. Sie haben viele von uns geprägt. Wie kann das sein?*

*Eine Zeitreise in die Gegenwart.*

*Ritter mit rotem Umhang: "Wo kommt denn der Indianer her?" Indianer mit roter Feder: "Immer muss ich kochen!"*

Aus dem Playmobil-Katalog (1975)

Matthias Hannemann, brandeins, 01.08.2011

Ich muss es erzählen: Bevor ich nach Zirndorf fahre, um dort Interviews zu führen, bin ich hoch auf den Speicher gegangen und habe meine alten Playmobil-Kartons heruntergeholt, auf denen zentimeterdick der Staub lag. Es kommt noch schlimmer. Ich habe im Garten meines Vaters den Boden aufgegraben wie einst Heinrich Schliemann in Troja, bis ich dort, wo einmal der Sandkasten stand, tatsächlich Rüstungen fand und Helme und Säbel - die Überreste einer verschütteten Welt. Es hätte nicht viel gefehlt, und ich wäre wohl auch auf das Piratenschiff gestoßen, das mein Bruder hier mit einem Kanonenschlag versenkt hatte. Das hat er jedenfalls behauptet. Aber gut. Was ich sagen will, ist genau das, was Florian Illies in seinem Buch "Generation Golf" schrieb: "Playmobil ist sicherlich das Prägendste, was unserer Generation passiert ist."

Allein der Gedanke daran, mich auf eine Reise ins Playmobil-Imperium begeben zu dürfen, macht mich nervös, lange bevor die Bahn in Nürnberg hält. Es hat wohl doch größere Folgen als gedacht, wenn man als Kind jahrelang mit bunten Plastikfiguren spielt.

### **Der Chef sagte: Kreativ sollen die anderen sein ...**

Bei Geobra Brandstätter in Zirndorf, 20 Minuten von Nürnberg entfernt, geht es nüchtern zu wie in einer fränkischen Sparkasse. Horst Brandstätter hat zwei Mitarbeiter einbestellt. Sie sind jung und sitzen vor seinem Schreibtisch. Der 78-Jährige ist gerade aus Florida zurückgekommen und voller Tatendrang. Die handschriftliche Liste auf dem Tisch streicht er penibel ab. Er fragt: "Die Vertriebszahlen von gestern sind da im Rechner?" Einer der beiden Mitarbeiter nickt und will sie ihm zeigen. "Ach, die Zahlen von gestern", sagt der Chef, "die muss ich doch eigentlich nicht nachschlagen. Die weiß

# ReporterFORUM

[www.reporter-forum.de](http://www.reporter-forum.de)

ich auswendig." Er will lieber von Blumenkübeln reden. Blumenkübel, muss man wissen, sind das zweite Standbein der Firma. Und Brandstätters Leidenschaft.

Ob das auch für die Playmobil-Figuren gilt, ist nicht sicher, obwohl hier im Büro eine Reihe lebensgroßer Figuren stehen. Es gibt auch dieses Brett. Darauf sind fünf Dutzend Originalfiguren aufgeklebt, und sie stellen eine Art Playmolutionsgeschichte des Menschen dar, die nicht mit einem haarigen Neandertaler, sondern mit einem grünen Bauarbeiter beginnt.

Nachdem die beiden Mitarbeiter das Büro verlassen haben, sagt Brandstätter: " Jetzt werden Sie über das Geheimnis von Playmobil reden wollen, nicht wahr? Aber wissen S'", sagt er und rutscht auf seinem Stuhl hin und her, "ich bin seit meinem 19. Lebensjahr hier. Meine Aufgabe ist eher die Technik, die Kalkulation, die Rationalisierung. Und ich muss daher sagen, dass ich eine Weile gebraucht habe, bis ich verstanden habe, wie Playmobil funktioniert."

Offenbar ist Herr Playmobil gar nicht Herr Playmobil. Oder anders: Er will nicht Herr Playmobil sein. Horst Brandstätter ist nur der Unternehmer. Der Mann, der allein mit Playmobil etwa 500 Millionen Euro Umsatz pro Jahr macht und es sich bequem leisten kann, mit Plastiksandaletten ins Büro zu kommen. An der Wand hängt der Spruch: "Ein guter Chef macht nicht alle Fehler selbst. Er gibt auch Mitarbeitern eine Chance." Das meint Brandstätter so. Die Romantik überlässt er anderen.

Für die Firma war das gut. Denn mit seiner Haltung brachte Horst Brandstätter den Wandel, als er Anfang der fünfziger Jahre ins Unternehmen seines Onkels Georg kam. Geobra Brandstätter hatte sich bis dahin mit der "Fabrikation von Metall- und Spielwaren sowie dem Handel damit" befasst, wie er es ausdrückt, also Kaufmannsladenartikel etwa, mit denen die Kinder der Nachkriegszeit noch zu begeistern waren. Der Jungspund aber setzte auf Kunststoff. Der war modern und amerikanisch - und führte dazu, dass man Hula-Hoop-Reifen, Plastik-Trecker, Sprechanlagen und Öltanks zu produzieren begann.

Vor allem habe er damals gemerkt, sagt Brandstätter: "Ein guter Kaufmann kann nicht auch noch Entwickler sein." Von der Unsitte der damaligen Spielwarenindustrie, in Ermangelung eigener Ideen die Warenhäuser des Auslands nach Mustern abzusuchen, hielt er nicht viel. Ein Profi müsse her, verlangte er damals. Ein Mann fürs Kreative. Brandstätters Onkel entgegnete: "Den können wir uns nicht leisten." Trotzdem stellten sie Hans Beck ein, einen Möbeltischler, der Modellflugzeuge baute. Ein Grübler. Ein Tüftler. Ein Mann, sagt Brandstätter, "der beleidigt war, wenn man ihm Muster zeigte. Der zog sich lieber in seine Werkstatt zurück, und dann kam er nach einer Weile mit eigenen Vorschlägen heraus." Beck kam und verschaffte sich Respekt. Und sie ließen ihn machen.

## **... und der Kreative verstand, was Kinder wollen**

Für Brandstätter ging das in Ordnung. Denn Beck begriff, was der Chef meinte, als er damals sagte: "Wir haben keine Zukunft, wenn wir so weitermachen. Die Kosten steigen immer weiter." Kaum war ein Produkt entwickelt, standen die Einkäufer schon wieder auf der Matte und fragten nach etwas Neuem. "Ein Jahr überlegen, ein Jahr Modell bauen, ein Jahr Formen bauen und produzieren?", fragte Brandstätter. "Da muss System rein. In einem Jahr das Auto, nächstes Weihnachten die Garage, dann die Figur dazu. Irgendsowas." Beck nickte, verschwand in der Werkstatt, und ein gutes Jahr lang geschah weiter nichts.

Dann kehrte Brandstätter aus einem Urlaub zurück. Beck sagte: "Ich hatte etwas Zeit." In seiner Schublade lag eine kleine Holzfigur, die holte er heraus. "Und dazu hatte er auch noch eine Schaufel gemacht, die in die Hand der Figur passte, außerdem eine kleine Schubkarre." Brandstätter war skeptisch. Überhaupt waren die Leute skeptisch, auch draußen, im fränkischen Spielzeugland. "Brandstätter", sagten sie, als die ersten Modelle präsentiert wurden, "da hast dei Geld umsonst rausgeschmissen."

Das "Playmobil System" kam trotzdem auf den Markt - auch deshalb, weil die alten größeren Kunststoffprodukte der Firma wegen der Ölkrise in der Herstellung zu teuer waren. Blaue Packungen mit orangefarbenen Straßenarbeitern, rote mit Indianern, grüne mit Rittern. Das war nicht viel. Aber es reichte, um den internationalen Spielzeugmarkt ab 1974 umzukrempeln.

Die Frage ist nur: Warum eigentlich?

Horst Brandstätter tippt sich an die Stirn: "Ich habe das erst langsam verstanden, ich habe zu materiell gedacht. Aber Herr Beck, der wusste, was bei den Kindern im Kopf passiert."

In den Zimmern der Kinder damals waren vorerst ganz andere Helden zu sehen als fröhliche Bauarbeiter und Suppe kochende Indianer. Die Spielzeugindustrie setzte auf pure Gewalt und produzierte Panzer, Kriegsschiffe und Jagdflugzeuge. Spitz kommentierten die "Nürnberger Nachrichten" anlässlich der Spielwarenmesse 1976: "Man trägt wieder Hakenkreuz." Auch der "Spiegel" beobachtete diesen Trend und schrieb: "Die männlichen Aktionspuppen (Action Team, Big Jim, Action Man) sind fast alle der Armee beigetreten: Sie hantieren 1976 nicht mehr nur mit Harpune, Funkgerät und Rennauto, sondern mit Flammenwerfern, MG und Panzerspähwagen." Kaum anders sah es in der Welt der Playbig-Figuren aus, dem Konkurrenzprodukt von Playmobil, das in der direkten fränkischen Nachbarschaft von Geobra Brandstätter hergestellt wurde und Playmobil verblüffend ähnlich sah.

# ReporterFORUM

[www.reporter-forum.de](http://www.reporter-forum.de)

Die Playmobil-Welt war eine andere. Auch sie war, streng genommen, nicht völlig gewaltfrei - die Indianer brauchten schließlich Tomahawks! Und was wäre ein Ritter ohne Schwert? Ein Kavallerist ohne Pistole? "Würde man Kampf und Waffen ganz aus dem Kinderspiel verbannen", sagte Hans Beck im Jahr 1993, "würde man eine wichtige soziale Lernmöglichkeit verscheuchen, denn Selbstbehauptung und das probeweise Umgehen mit Macht und Aggression ist ein wichtiger Lernprozess, genauso wichtig wie das Entwickeln von Einfühlungsvermögen."

In der freundlichen Welt der stets lächelnden, kleinen und doch hartleibigen Figuren fand allerdings gleichzeitig Zubehör Einzug, das gänzlich unverdächtig war: Der Verkehrspolizist bekam eine Kelle in die Hand, der Sheriff nahm auf dem Schaukelstuhl Platz. Die Astronauten machten Experimente und kamen als harmlose Wissenschaftler daher, weniger als heroische Eroberer fremder Welten. Dazu gab es Feuerwehrleute, Sanitäter und Notärzte; Bauern, Artisten und den gelben Mann vom ADAC. Und es gab: Frauen. Nicht gerade das Personal, um eine Revolution zu machen, könnte man meinen.

Doch genau das war es. Denn Playmobil brachte Helden ins Spiel, die vorher keine Helden waren. Mehr noch, in dieser Welt bestimmen die Kinder sogar selbst, wer oder was ein Held ist und was ihn zum Helden macht.

## **Immer auf dem Teppich bleiben**

"Die Leerstelle, das ist der entscheidende Punkt", sagt Bernhard Hane, der heutige Chefentwickler von Geobra Brandstätter, und schaut von seinen Skizzen und Prototypen auf. Die meisten Spielfiguren, die es in den Siebzigern auf dem Markt gegeben habe, sagt er, seien natürliche Nachbildungen gewesen. "Die Playmos hingegen deuteten die Wirklichkeit an. So blieb Raum für die Fantasie." Den Eltern musste man das damals erklären. In einem Infoblatt von 1974 hieß es: "Ihr Kind kann die natürliche Umwelt der Erwachsenen in die verkleinerte Kinderzimmerwelt übertragen, kann mit seiner ganzen Fantasie die Wirklichkeit verblüffend naturgetreu nachempfinden. Das einfache, kindgerechte Design von Figur und Zubehör fordert schöpferische Aktivitäten geradezu heraus."

Selbst Bernhard Hane brauchte eine Weile, bevor er den Hinweis "pädagogisch wertvoll" begriffen hatte. Als er 1978 als Schauwerbegestalter in den Betrieb kam, hielt er Playmobil noch für ein "Spielzeug wie andere auch". Je mehr er aber mit der Zielgruppe in Kontakt kam, umso stärker verstand er, was Beck hier angestoßen hatte.

"Kinder sind ungeheuer kritische Kunden", sagt Hane, "Kindern macht man als Spielzeughersteller nichts vor. Ich baute lebensgroße Playmos zur Dekoration und sah, wie sie von den Kindern umarmt wurden." Auch bei den eigenen Kindern sah er, wie

# ReporterFORUM

[www.reporter-forum.de](http://www.reporter-forum.de)

sehr sie das Spielzeug begeisterte. "Mein großer Sohn spielte damals Playmobil. Mein kleiner baute Lego." Ob es ein Zufall ist, dass der Ältere der beiden heute im Hotel arbeitet und mit Menschen zu tun hat, der Jüngere dagegen als Landschaftsarchitekt?

Mit seinem Gespür für die Kunden, Produkte und Händler brachte es Bernhard Hane Ende der Neunziger vom Schaufensterdekorateur zum Nachfolger Hans Becks. Ganz so, wie es nebenan Andrea Schauer von der Marketing-Mitarbeiterin zur Geschäftsführerin für Entwicklung, Marketing und Vertrieb brachte. Beide wissen, dass man sich "runter auf den Teppichboden" legen muss, um als Spielzeugentwickler erfolgreich zu sein. Horst Brandstätter hat das gefallen.

Eine wichtige Hilfe bei der Entwicklung ist die Fanpost, die Playmobil bekommt, 150 Briefe sind es im Monat, vor Weihnachten etwas mehr. "Schauen Sie mal!" Hane geht zu einem Tisch, auf dem die neuen Weltraummodelle stehen. In den Briefen, die er darüber an die Wand gepinnt hat, steht: "Ich habe euch drei Bilder mit in den Brief getan. Es wäre schön, wenn Ihr die drei Sachen herstellen würdet [...] Sie handeln von Star Wars." Und dann zeigt Hane auf die Produkte.

Ganz so einfach ist das nicht immer. Sonst wäre etwa das Thema Arktis Mitte der achtziger Jahre ein Erfolg geworden. "An und für sich war das eine tolle Sache: die Zelte, die Iglus, die Eisbären und Schlittenhunde", sagt Hane. Doch die Arktis floppte. "Und warum?" Hane schaut mich an, als müsste ich eigentlich selbst auf die Antwort kommen. Er gibt sie selbst: "Weil damals kein Kind wusste, wie man Arktis spielt. Kinder greifen beim Spielen eben gern auf das zurück, was sie aus ihrem Alltag oder dem Kindergarten kennen."

Womit nicht nur geklärt wäre, warum es derzeit rosafarbene Märchenfeeschlösser und Piraten gibt, die ausschauen wie Jack Sparrow. Sondern auch, warum Playmobil seit 1974 auf Helden setzt, die in jedem Kindergarten einen Tumult auslösen: die Indianer. Die Ritter. Und die Bauarbeiter.

## **Politik - du musst leider draußen bleiben**

Es gibt Menschen, denen diese schöne kleine Welt trotzdem nicht schön genug ist. Da gibt es die Kirchgänger, die in der Playmobil-Kirche das Kreuz vermissen, die Gleichstellungsbeauftragten, die auf eine Frauenquote bei den Polizisten drängen, oder die Umweltschützer, die das neue Delfinarium kritisieren. In Zirndorf nehmen sie alle diese Anregungen freundlich entgegen. "Wir wollen ja die Kinder auf die gute Seite bringen." Und wie machen sie das? Indem sie darauf achten, die Gesellschaftspolitik von der Welt des Spielzeugs fernzuhalten. Ein einfacher Satz, den man hier oft hört, sagt alles: "Vor allem muss Playmobil ein gutes Kinderspielzeug sein."

# ReporterFORUM

[www.reporter-forum.de](http://www.reporter-forum.de)

Derzeit haben sie ohnehin andere Baustellen. Eselsohren zum Beispiel. Die waren vor einigen Jahren noch so hart, dass sie nachts für schlafwandelnde Kinder und Eltern zu einer ähnlichen Gefahr wurden wie herumliegende Lego-Steine. Jetzt haben sie das Material weicher gemacht. Und weil ich das nicht glauben kann, fährt mich die Pressesprecherin jetzt endlich, endlich nach Dietenhofen in die Fabrik.

Sofort ist da wieder diese Aufregung. Mir ist zwar klar, dass die 2,4 Milliarden Playmobil-Figuren, die es auf diesem Planeten gibt, aus Malta kommen, wo es einst billiger war, die Einzelteile per Hand zusammenstecken zu lassen. Doch diese Fabrik ist die wichtigste überhaupt. In ihr wird das Zubehör hergestellt, das die Playmobil-Welt überhaupt erst entstehen lässt.

Hinter dem Hof mit den Silos, in denen das Kunststoffgranulat lagert, klettere ich auf eine Empore, um die Halle in ihrer ganzen Pracht bestaunen zu können. Überall stehen Computer, es surren Roboter, und Spritzmaschinen fauchen. Fließbänder befördern unzählige bunte Teile: Schiffsplanken und Elefantenoehren, Erdmännchen und Schatzkisten. Alles ist so wie damals, als ich aus Bauklötzen und Playmobilern meine erste Fabrik zusammenbaute, die von einem König geleitet wurde und fliegende Playmo-Männchen produzierte. Nur an den Kran hatte ich nicht gedacht. In der echten Fabrik klemmt er ganz oben unter dem Dach und bewegt sich immer dann, wenn die schweren Spritzformen ausgewechselt werden müssen.

Ob das wohl die Formen für die Neuheiten des Jahres 2011 sind, die "Abenteuerschatzinsel" mit "heimtückischem Sumpf", "verstellbarem Bambuslabyrinth" und "Felssprengung mit Soundeffekt"? Oder die "Coolen Tuning Cars mit Sound-Modul im Rücksitzbereich, Licht-Modul mit Frontscheinwerfer, Rück- und bläulichem Unterbodenlicht"?

Die Playmobil-Geschäftsführerin Andrea Schauer sagte unlängst im Radio: "Die Kinder von heute sind irgendwie nicht die Kinder von vor 20 Jahren."

Ich bin aber nicht ganz sicher, ob sie recht hat.

Unten, in der Fabrik, spucken die Maschinen ein Plastikteil nach dem anderen aufs Band, und das zählt. Ich klammere mich an die Brüstung. Ich komme mir vor, als spielte mir jemand die knarrende Schallplatte unserer Großeltern vor: "Wir hatten ja nichts." Ich denke an die Nachmittage, in denen es ausreichte, sich einige Playmobiler in die Hosentasche zu stopfen, um mit ihnen im Sandkasten und im Gras zu spielen. Und an den Playmobil-Katalog von 1975, in dem Sätze standen wie "Klick - und es wird aus einem Bauarbeiter ein Indianer, aus einem Spaziergänger ein Polizist" und "Immer wird die Umwelt zur Spielwelt".

# ReporterFORUM

[www.reporter-forum.de](http://www.reporter-forum.de)

Wie machen die Blagen das heute nur, mit diesen vorgefertigten Heldenwelten?

Die Wahrheit ist so schlicht wie ein Playmobil-Gesichtsausdruck: Die machen das schon. -

*Mit Playmobil setzte Geobra Brandstätter im vergangenen Jahr 507 Millionen Euro um, sieben Prozent mehr als im Vorjahr - "das elfte Wachstumsjahr in Folge", wie es heißt. In Mexiko und den nordischen Ländern verzeichnete Playmobil 2010 einen Umsatzsprung um 60 beziehungsweise 45 Prozent. Als stärkste Vertriebstochter im Ausland gilt Playmobil France. Produziert wird in Dietenhofen und Malta (rund 100 Millionen Figuren im Jahr), vormontiert in Tschechien; ein kleines Werk gibt es auch in Spanien. Für die Brandstätter-Gruppe, zu der auch die Pflanzgefäß-Marke Lechuza gehört, sind 3250 Mitarbeiter tätig, 1758 davon in Deutschland.*