

## **Generation Online – das Ende von Spielzeug wie wir es kennen?**

Eine Antwort auf diese Frage bekamen am vergangenen Sonntag (02.02.20) die aufmerksamen Zuhörer des gleichnamigen Vortrags von Michael Lorenz im Rahmen des Toy Business Forum der Spielwarenmesse in Nürnberg.

Platziert im Themenfeld #marketing beschrieb Michael Lorenz, wie sich das Spielen und der Umgang mit Spielwaren in der jungen Generation aus psychologischer Sicht in den letzten Jahren gewandelt haben. Dabei vertrat er die Hauptthese, dass sich Spielen per se gar nicht grundlegend verändert hat – die Wünsche und Bedürfnisse der Kinder haben sich nur an die gesellschaftlichen Entwicklungen angepasst. Er thematisierte dabei unter anderem die favorisierten Spiel-Orte, die Anzahl der Spielgefährten, die Nutzung der digitalen Medien sowie das generelle Lustempfinden, das Kinder beim Spielen erleben, um seine These zu stützen.

Aufgrund dieser Entwicklungen muss nun auch im Bereich der Spielwaren umgedacht werden, um zu verstehen, was sich Kinder (und auch Eltern) wünschen und was man ihnen heutzutage und in Zukunft als Spielwarenbranche bieten muss, um interessant zu bleiben.

Der Gedanke des Changes und des Umdenkens ist überall präsent – so wurde auch das gesamte diesjährige Toy Business Forum von der Leitfrage #nxxxxt ...? getragen und nach dieser gestaltet.

Aber wie genau sieht der Wandel im Bereich der Spielwaren aus? Wo und wie wird Spielen neu gedacht? Und was sind die neusten Trends? Und da zeigten auf der Spielwarenmesse 2020 insbesondere drei Entwicklungen nach vorne:

Trend Nummer eins sind die „Toys for Future“, die im Sinne der „Fridays for Future“ Kinder für die Themen Nachhaltigkeit, Umweltbewusstsein und erneuerbare Energien sensibilisieren. Durch Bücher, Experimentierkästen, Brettspiele oder Spielwaren aus ökologischen Materialien werden Themen wie Windkraft und Recycling greifbar und spielerisch ins Bewusstsein gerückt.

Der Trend „Digital goes Physical“ verbindet klassische haptische Spielwaren mit der digitalen Welt. Die Stars der Video- und Computerspiel-Welt kommen nun auch in Form von Actionfiguren, Plüschtieren oder Brettspielen in die Kinderzimmer und wecken (wieder) Lust zum Spielen außerhalb der virtuellen Welten.

„Be You!“ – sei du, sei anders, sei bunt! Der Trend zielt darauf ab, Menschen – und Kinder – mit „besonderen Bedürfnissen“, im Sinne der Inklusion von körperlich oder geistig Beeinträchtigten zu unterstützen und die Toleranz sowie das Miteinander von Anfang an zu fördern. Kinder sind vorurteilsfrei und unbefangen – das Spielzeug kann aufgrund der speziellen Beschaffenheit (Material, Farbe, Haptik etc.) und der einfachen Anwendung gemeinsam genutzt werden und diesem zugute kommen.