



DVSI THESENPAPIER VALUE OF PLAY

*Über den gesellschaftlichen Mehrwert
von Spielwaren*



VORWORT



Spielzeug als Ware und als Kulturgut hat eine lange Tradition – so lautet die Subline des Vorworts, das Olaf Zimmermann im Februar dieses Jahres dem Schwerpunkt „Kulturgut Spielzeug“ in der Zeitung Politik & Kultur widmete. Olaf Zimmermann ist Geschäftsführer des Deutschen Kulturrates und Herausgeber sowie Chefredakteur von Politik & Kultur. Mit ihm hat die Spielwarenbranche nicht nur einen erklärten Fan, weil leidenschaftlichen „Kidult“, sondern auch einen engagierten Fürsprecher gefunden.

Olaf Zimmermann hat sich auf Einladung des DVSI auf der Spielwarenmesse 2025 selbst ein Bild über unsere facettenreiche und inspirierende Branche gemacht. Sein Fazit: „Mir ist bewusst geworden, wie vielfältig diese Branche ist und wie mittelständisch aufgestellt. Es gibt nicht nur die großen Player, die jeder kennt, sondern unzählige mittlere und kleine, sehr kreative Unternehmen. Das hat mich positiv überrascht. Deutschland ist der Taktgeber der Branche.“

Der Wert des Spielens – Nährboden für menschliche Entwicklung

Es ist viel passiert, seit der Deutsche Verband der Spielwarenindustrie e.V., kurz DVSI, im Herbst 2024 das Positionspapier Value of Play aufsetzte. Zu Beginn des Jahres 2025 hoben wir nicht nur medial unser Engagement für das Thema Value of Play auf die nächste Stufe. Heute fordern wir angesichts der politischen und gesellschaftlichen Parameter, dass der Bedeutung des Spielens ein viel höherer Stellenwert und eine völlig neue Wertschätzung zukommen muss. Die Aufmerksamkeit, die der Spielwarenbranche mittlerweile zuteil wird, soll nicht darüber hinwegtäuschen, dass es noch viel zu tun gibt.

Die erklärten Ziele des DVSI im Kontext des Value of Play

Dass die Spielwarenbranche als 12. Teilmarkt in die Kultur- und Kreativwirtschaft aufgenommen wird, ist nur eines der erklärten Ziele des DVSI. Wir fordern mehr Engagement auf politischer Ebene. Die Situation von Kindern muss mit einem gesetzlich verankerten Zukunftspaket für Bewegung, Kultur und Gesundheit sowie einer stärkeren Teilhabe an demokratischen Prozessen verbessert werden. Wir brauchen eine gesamtgesellschaftliche und zukunftsorientierte Perspektive auf Kinder- und Jugendpolitik, welche die Rechte junger Menschen stärkt, sich an der generationalen und sozialen Lage sowie der Diversität der Heranwachsenden orientiert und keine Bevölkerungsgruppe ausgrenzt. Die gegenwärtigen politischen Positionierungen und Bekenntnisse genügen nicht.

Aus Sicht des DVSI kommen vor allem der Stellenwert und die Bedeutung des Value of Play zu kurz. Wir wünschen uns, dass die Politik hier wichtige Zeichen setzt. Folgende Maßnahmen können aus Sicht des DVSI Signalwirkung haben:

- **Die Aufnahme der Spielwarenbranche als 12. Teilmarkt in die Kultur- und Kreativwirtschaft ist eine Investition in das Wohl der nachwachsenden Generationen. Wir sind Kultur. Wir sind kreativ. Wir sind Wirtschaft.**



- Die Aufnahme von Spielzeug als kulturellem Gut in den Kulturpass ermöglicht jungen Menschen den Zugang zu kulturellen Angeboten und bringt sie spielerisch mit unserem kulturellen Erbe in Berührung.
- Spielen, Lernen und Bildung sind eng miteinander verbunden und stützen sich wechselseitig. Doch bislang fehlt es an fundierten und differenzierten wissenschaftlichen Analysen, wie dieses Potential insbesondere durch den Einsatz von Spielmitteln genutzt werden kann. Der DVSI wünscht sich mehr wissenschaftliche Expertise und eine Institution, die genau diesen Fragen nachgeht.
- Im schulischen Bildungsangebot bekommt das Spielen als wichtiger und grundlegender Lernantrieb zu wenig Aufmerksamkeit. Der DVSI wünscht sich mehr Unterstützung bei der Schaffung von Spielexpertise für Pädagogen. Ziel ist es, Lehrkräfte dahingehend zu qualifizieren, spielerische Elemente gezielt in den Unterricht zu integrieren. Eine Maßnahme, die auch als wichtiger Multiplikator in den Familien gesehen werden kann.



spielen ein zentrales Element für unsere Menschlichkeit und unser Wohlbefinden darstellt.

Spielen ist ein demokratisches Element

Frieden in einer fragilen Welt erreicht man nur, indem man heranwachsenden Generationen nicht nur einen geschützten Raum bietet, sondern vor allem auch, indem man spielen als integratives und bildendes Element weiter fördert. Die Auswirkungen bewaffneter Konflikte auf Kinder weltweit haben im Jahr 2024 ein verheerendes und womöglich beispielloses Ausmaß erreicht. Dies geht aus einer UNICEF-Analyse der neuesten verfügbaren Daten und globalen Trends hervor. Über 473 Millionen Kinder – mehr als jedes sechste Kind weltweit – leben heute in Konfliktgebieten. Die Zahl der Konflikte ist laut Global Peace Index die höchste seit dem Zweiten Weltkrieg. Der Anteil der Kinder weltweit, die in Konfliktgebieten leben, hat sich damit verdoppelt – von etwa zehn Prozent in den 1990er Jahren auf heute fast 19 Prozent.

Diese Kinder sind durch extreme Gewalterfahrungen schwer traumatisiert. Spielen kann helfen, Ängste zu verarbeiten sowie die Rückkehr zum eigenen Empfinden und zum eigenen Wert ebnen.



Die Spielwarenindustrie ist in den letzten Jahren zu einem immer wichtigeren Wirtschaftszweig herangewachsen. Im Jahr 2024 lag der Umsatz auf dem weltweiten Spielwarenmarkt bei rund 118,9 Milliarden Euro. Im Vergleich der Länder der EU ist Deutschland das Land mit dem zweithöchsten Umsatz mit Spielwaren im Einzelhandel nach Frankreich.

Die herstellenden Unternehmen sorgen mit bemerkenswerter Innovationskraft, dafür, dass möglichst allen Kindern gutes Spielzeug zur Verfügung steht. Bereits im Jahr 2016 hat beispielsweise die Lego Gruppe die 21st Century Skills wie folgt definiert: Die Komplexität unserer Welt nimmt stetig zu – im Gegenzug nimmt die Krisenresilienz der Menschen ab. Kinder stehen in Zukunft vor Herausforderungen, von denen wir jetzt noch nicht wissen, wie sie aussehen. Um ihnen zu begegnen, bedarf es Kreativität, Lösungs- und Kommunikationskompetenz sowie Teamfähigkeit/Empathie.

Mattel setzte im Frühjahr 2025 eine weltweite Studie auf, die das Spiel im globalen Kontext beleuchtet. Die Erkenntnisse belegen, dass



AM ANFANG IST DAS SPIEL



Die Geschichte des Spielzeugs ist so alt wie die menschliche Zivilisation und Spielen zählt zu den wichtigsten Kulturtechniken der Menschheit. Es durchzieht das ganze Leben. Menschen gleich welchen Alters brauchen Zeit und Raum zum Spielen. Durch das Spielen werden Menschen Teil der Kultur und gleichzeitig prägt und schafft das Spielen Kultur.

Die Kulturtechnik Spielen scheint also das Selbstverständlichste auf der Welt zu sein. Dem ist nicht mehr so in einer Welt, die immer weniger Freiraum für das Spielen lässt.

Nicht immer brauchen Kinder Spielwaren, um zu spielen, aber **Spielwaren können Impulse geben**, Entwicklung anstoßen, soziale Interaktion fördern und Lernerfahrungen vermitteln. Gute Spielwaren sind Ausdruck der jeweiligen Kultur und Spiegelbild dessen, wie wir die Welt sehen und gestalten wollen.

Ohne Spielen ist eine gesunde Entwicklung, ein Zusammenleben nicht denkbar. **Wir verstehen das Leben in der Sprache des Spiels.** Wir sprechen vom „Homo ludens“, dem spielenden Menschen, der Kultur entstehen lässt, indem er durch das Spiel seine kreativsten und humansten Möglichkeiten zeigt und entfaltet.

Kinder spielen sich ins Leben. Spielen ist Voraussetzung für die gesunde physiologische und psychosoziale Entwicklung von Kindern. Durch Spielen erkunden sie intuitiv die in ihnen angelegten Fertigkeiten. Sie lösen Probleme, spielen Ideen und Gedanken durch, entwickeln Fantasie und soziale Kompetenzen. Kinder wollen gewinnen und lernen dabei zu scheitern und auch zu verlieren. Das macht sie klüger und selbstbewusster.

Pädagogen sehen im Spiel die Arbeit des Kindes; Wissenschaftler eine anthropologische Konstante; Künstler spielen mit der kreativen Einbildungskraft. Spielen ist aber vor allem eins: Eine Quelle der Freude. **Kinder, die keinen Zugang zum Spiel haben, erkranken an Körper und Seele.**

Wie ist die Situation in Deutschland?

Insgesamt 5,1 Millionen minderjährige Kinder in Deutschland wachsen in Familien mit Migrationshintergrund auf. Das macht einen Anteil von 39 Prozent an allen minderjährigen Kindern in Deutschland aus. Gerade in Integrationsklassen fällt es nicht leicht, eine stabile Klassengemeinschaft aufzubauen. Hier können Spiele einen entscheidenden Beitrag leisten: Das Erlebnis des Wir-Gefühls legt den Grundstein für soziales Agieren, Lernen und eine selbstbewusste Entwicklung der Kinder.

Kinder spielen sich ins Leben. Wenn wir der drohenden Spaltung unserer Gesellschaft entgegenwirken, wenn wir den Integrationsgedanken in die Tat umsetzen, wenn wir den Weg für demokratische Gesellschaften weltweit ebnen wollen, müssen wir – Staat und Zivilgesellschaft – alles dafür tun, dass Kinder ungeachtet ihrer Herkunft und so früh wie möglich, Zugang zu Spielen haben.

ULRICH BROBEIL

Geschäftsführer DVSI /

Deutscher Verband der Spielwarenindustrie e.V.



SPIELWAREN ZWISCHEN KULTUR UND WARE

„Zeug“ zum Spielen kann alles sein. Vom Stock bis hin zum programmierbaren Smart Toy. Bereits in der Steinzeit werden die ersten Spielzeuge vermutet. Die Geschichte der menschlichen Kultur ist auch eine Geschichte der Spielzeuge.

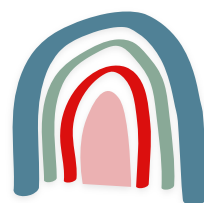
Spielwaren waren einst vor allem dem Adel vorbehalten als Repräsentationsfunktion und Mittel, Kinder zu einem standesgemäßen Verhalten hinzuführen. Mit der industriellen Revolution wurden Spielwaren in Serie hergestellt und damit Allgemeingut. **Eine neue, kreative und aufstrebende Branche entstand.**

Die Grundmuster kindlichen Spielverhaltens sind nahezu unverändert geblieben, aber sich ändernde Erziehungsideale, Zeitgeisteinflüsse sowie neue Materialien und Herstellungsformen beeinflussen die Produktion von Spielwaren und die Entwicklung der Spielwarenbranche bis heute.



Deutschland erreichte bei Design, Herstellung und Vertrieb von Spielwaren frühzeitig eine Vormachtstellung in Europa. Nürnberg wurde zum Zentrum der Spielwarenindustrie. Erst mit den Jahren entwickelte sich in anderen Ländern ein vergleichbarer Markt. Ökonomisch zählt die deutsche Spielwarenindustrie heute zwar nicht zu den Schlüsselindustrien, aber **Spielwaren „Made in Germany“ sind weltweit begehrt.** Sie stehen nicht nur für Spaß und Unterhaltung, sondern für herausragende Qualität, einen hohen Bildungswert und exzellente Sicherheits- und Sozialstandards.

SPIELWAREN KATEGORIEN



Die ganze Welt im Kinderzimmer.

Spielwaren bilden einen Mikrokosmos im Makrokosmos. Sie spiegeln die Welt und geben Kindern die Möglichkeit, diese spielerisch zu entdecken und zu erkunden. Das Spektrum reicht von Puppen, Plüsch, Holz- und Konstruktionsspielwaren, Action- und Sammel-Spielwaren über technische Spielwaren bis hin zu Robotik, Funsport- und Outdoor-Spielwaren.

Kinder-, Gesellschafts- und Familienspiele sowie

die so genannten German Board Games genießen Weltruf. Deutschland pflegt seine Brettspielkultur. Dank renommierter Spieleverlage, bekannter Spiele-Marken und namhafter Spieledesigner sowie Veranstaltungen wie der Spiel in Essen, einer der größten Spiele messen der Welt, bleibt die Tradition in der Entwicklung innovativer und spannender Brettspiele lebendig. German Games verzeichnen eine hohe Popularität nicht nur in Deutschland, sondern auch international.

SPIELWAREN ALS WIRTSCHAFTSFAKTOR

Der deutsche Spielwarenmarkt zeigt sich mit einem **Umsatzvolumen von 4,4 Milliarden Euro** (Stand 2024) weitgehend krisenresistent. Mit 606 mittelständischen Unternehmen und zirka 10.000 Beschäftigten, die 2024 für zirka 3,3 Milliarden Euro Spielwaren exportierten (Quelle: statista), stellen deutsche Spielwarenhersteller einen wichtigen Wirtschaftsfaktor dar. Kaum eine andere Branche ist so vielfältig und adressiert Menschen jeden Alters. Rund 2.500 Spielwareneinzelhändler garantieren eine bundesweite Nahversorgung.

SPIELWAREN IM KONTEXT WISSENSCHAFTLICHER EXPERTISE

Experimentieren und Forschen ist ein zentrales Element beim Spielen. Als Folge des PISA-Schocks wurde ein Fokus auf naturwissenschaftliche Bildung gelegt. Spielwaren, die Lernen und Entdecken fördern, machen MINT-Fächer für Kinder, im Zuge gleichgeschlechtlicher Förderung vor allem auch für Mädchen, zugänglicher und spannender. Einst haben deutsche Erfindungen wie das Telefon, das Auto, die Glühbirne, die Welt revolutioniert. **Die Welt von morgen gestalten heißt daher: Innovationskraft gezielt fördern.**

Während der Einfluss von Spielen auf Bildungsprozesse relativ gut erforscht ist, fehlt es hier jedoch an fundierten wissenschaftlichen Analysen. Der DVSI würde sich ein Institut wünschen und unterstützen, das genau diesen Fragen nachgeht.

SPIELWAREN-KNOW-HOW IN DER PÄDAGOGIK

Seit 19 Jahren ist das dem DVSI angegliederte Branchenprojekt „Spielen macht Schule“ die Anlaufstelle, wenn sich Lehrkräfte Unterstützung in Sachen Value of Play wünschen. Dank dieser Initiative profitierten bereits mehr als 3.400 Schulen (ca. 880.000 Kinder) von unserem Know-how. Eine bundesweite Erhebung von Spielen macht Schule zeigt: Lehrkräfte sind bereit, als Botschafter für das Spielen in ihrer Schule aktiv zu werden. Was sie brauchen sind Impulse, Praxistipps und weiterführendes Wissen.





Unser Ziel ist, Lehrkräfte dahingehend zu qualifizieren, spielerische Elemente gezielt in den Unterricht zu integrieren. Eine Maßnahme, die auch als wichtiger Multiplikator in Familien gesehen werden kann.

SPIELWAREN ALS INTEGRATIVES ELEMENT



Auch Integration beginnt beim Spielen. Deutschland ist heute ein Einwanderungsland. Rund 30 Prozent der Bevölkerung haben einen Migrationshintergrund. In einer multikulturellen Gesellschaft wirken Spielwaren als verbindendes Element. Die Vielfalt, die in Spielwaren abgebildet wird, spiegelt die Lebenswirklichkeiten der unterschiedlichen Kulturen. Gemeinsam spielen eröffnet einen Dialog und fördert gegenseitiges Verstehen und Wertschätzen.

Die bunte Welt im Kinderzimmer ist vorurteilsfrei. Inklusive Spielwaren spiegeln die Vielfalt der realen Welt wider und fördern frühzeitig Akzeptanz, Toleranz und gegenseitiges Verständnis.

Kriege, Krisen und Konflikte: Die Welt ist im Dauerstress – und damit auch die Kinder. Immer mehr Kinder reagieren mit Angststörungen, haben

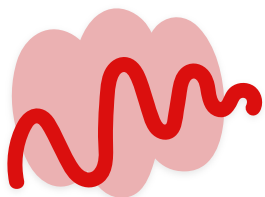
psychosomatische Probleme, werden verhaltensauffällig und neigen zu Gewalt. Begleitetes Spielen hilft, Stress abzubauen, Ängsten zu begegnen und Aggressionen in die richtigen Bahnen zu lenken.



SPIELWAREN STÄRKEN MENTALE GESUNDHEIT

Höher zu bewerten als volks- und betriebswirtschaftliche Kennziffern ist der immaterielle Mehrwert, den Spielwaren zu einer funktionierenden Gesellschaft beitragen. Das zeigte sich in der Pandemie, als Spielwaren einen Nachfrage-Boom erlebten und viele Erwachsene ein Hobby aus der Kindheit wieder entdeckten. **Ein Trend, der sich in einer neu definierten, kaufkräftigen Zielgruppe wiederfindet, den Kidults.** Während die Kidults 2019 für 23,4 Prozent der Umsätze verantwortlich zeichneten, waren es 2022 bereits 28 Prozent. Spielwaren für Kinder ab 12 Jahren und Kidults machen heute 31 Prozent des gesamten europäischen Spielwarenumsatzes aus und haben einen Wert von 4,6 Milliarden Euro – doppelt so viel wie vor zehn Jahren. Wenn das Wachstum anhält, werden bis 2034 fast 40 Prozent aller in Europa verkauften Spielwaren Spielzeuge für Jugendliche und Erwachsene sein (Quelle: Eat, Play, Love Report Circana).





SPIELWAREN FÖRDERN KREATIVITÄT



Kinder haben die unglaubliche Fähigkeit, aus dem Alltäglichen das Außergewöhnliche zu machen. Was für uns ein Stück Holz ist, wird in ihren Händen zum Werkzeug für großartige Geschichten und wilde Abenteuer.

Genau hier entfaltet sich Fantasie – eine Kraft, die unser Leben auf vielen Ebenen bereichert. Jedes Spielzeug, sei es ein Bauklotz, eine Puppe oder ein Malset, eröffnet eine neue Welt. Die Beschäftigung damit fördert in nahezu allen Disziplinen Motivation, Kreativität und neue Impulse. **Was wie reiner Spaß aussieht, ist in Wirklichkeit tiefes Lernen und eine Quelle endloser Freude und Kreativität.**

SPIELWAREN MACHEN FIT UND SCHLAU

Kinder brauchen Bewegung. Und daran mangelt es angesichts der medialen Überfrachtung des kindlichen Alltags. Die Folge: Diabetes, Asthma, Bluthochdruck oder Adipositas nehmen bereits in jungen Jahren zu. Geeignete Spielwaren helfen, diese Zivilisationskrankheiten bei Kindern zu vermeiden oder zu bewältigen, indem sie ihren natürlichen Bewegungsdrang fördern.

Ein angenehmer Nebeneffekt: **Bewegung macht schlau**, weil das Gehirn Bewegung als Nahrung braucht, sich kindliche Sinne nur mit Hilfe von Bewegung entwickeln.



UNSER FAZIT

Die Spielwarenbranche sollte aus oben genannten Gründen ebenso wie andere Kultur- und Kreativbranchen anerkannt, politisch wahrgenommen und ideell unterstützt werden. Kinder und Jugendliche haben mehr Förderung, mehr Gehör und Mitspracherechte in der Gesellschaft verdient. Denn wir sind überzeugt: Politik fängt schon im Alltag der Kinder an.

KONTAKT

Bei Rückfragen oder Anregungen zum Thema sind wir gerne für Sie da!

ULRICH BROBEIL:

T +49 (0) 911 477 112 11

M +49 (0) 174 336 606 9

brobeil@dvsj.de

www.dvsj.de

**DVSI Deutscher Verband der
Spielwarenindustrie e.V.**

Bahnhofstraße 2

90402 Nürnberg

