

128 JAHRE SPIEL(BE)TRIEB

App oder klassisches Brettspiel, der Spielehersteller und Verlag Ravensburger macht beides und vereint so Tradition und Innovation in einer Marke.

Von Britta Nonnast

„Memory“, „Malefiz“ und „Fang den Hut“ – wer kennt sie nicht, die Klassiker aus dem Ravensburger-Spielesortiment? Rund 75 Millionen Mal verkaufte sich das Gedächtnisspiel „Memory“ und schaffte als App nun auch den Sprung ins digitale Zeitalter. Dass seine Produkte einmal in virtuelle Welten vordringen könnten – daran denkt der Buchhändler Otto Maier wohl nicht im Traum, als er 1883 die kleine Verlagssparte der Eltern übernimmt. Ein Jahr später verlegt er sein erstes Brettspiel: „Die Reise um die Erde“ nach dem Bestseller von Jules Verne. Die handgefertigte Ausgabe mit den Zinnfigürchen kostet drei Goldmark und ist die erste Spieleschachtel aus dem Hause Ravensburger.

Spiele für alle

Maier startet sein Unternehmen genau zur richtigen Zeit, in der Hochindustrialisierung. Spiele sind nicht mehr nur Sache des Bildungsbürgertums. Immer mehr Menschen ziehen in die Städte, arbeiten in der Industrie, haben ein Einkommen und suchen mitunter Zerstreuung. Maier entwickelt neben den „feinen“ Ausgaben bezahlbare Spiele für die Arbeiterschaft. Das Angebot kommt an. Anfang des 20. Jahrhunderts kann er die Belegschaft auf 19 Mitarbeiter mehr als verdoppeln.

Doch das Spieleunternehmen kann nicht so wachsen, wie Maier es plant. Ravensburg liegt abseits der kulturellen und wirtschaftlichen Zentren und wird als Absatzmarkt bald zu klein. Aus diesem Grund schickt der Gründer ab 1902 einen „Reisenden Herrn“ durch Deutschland und ins nahe Ausland, um seine Produkte zu bewerben. Die Investition ist zu der Zeit nicht üblich, lohnt sich aber. Kurz vor dem Ersten Weltkrieg hat der Verlag gute Kontakte ins Ausland.

Spiele überleben

Ravensburger übersteht den Ersten Weltkrieg und die lange Inflationszeit, denn trotz der Krise kaufen die Menschen Quartette und die günstigeren Bogenausgaben der Spiele. So können auch nach dem Tod Maiers 1925 die Söhne Otto, Karl und Eugen die Erfolgsgeschichte weiterführen: 1927 verlegen sie den Spiele-Klassiker „Fang den Hut“, der insgesamt 26 Millionen Mal verkauft wird. Das Spiel mit den Hütchen überlebt den Zweiten Weltkrieg genauso wie der Verlag, der die Produktion schnell wieder aufnimmt und in der Wirtschaftswunderzeit gleich zwei Bestseller landet. 1959 erscheint „Memory“, das bisher erfolgreichste Ravensburger-Spiel aller Zeiten. Ein Jahr später kommt das bekannte Brettspiel mit den Hindernissen „Malefiz“ auf den Markt.

Die vierte Generation

„Memory“ und „Malefiz“ tragen seit 1974 genauso wie alle anderen Ravensburger-Spiele das blaue Dreieck auf der Schachtel. Daran hat sich auch nach der Umwandlung des Unternehmens 1993 in eine Aktiengesellschaft nichts geändert. Allerdings verbleiben die Aktien im Besitz der Gründerfamilie.

„Ravensburger ist und bleibt ein Familienunternehmen“, betont Clemens Maier, der Urenkel des Gründers. Der 40-Jährige ist seit 2011 einer von drei Vorständen der Ravensburger AG und kümmert sich vor allem um die neuen Geschäftsfelder wie digitale Spiele: „Meine Herausforderung besteht darin, die Tradition fortzuführen und trotzdem Neues zu wagen. Das bedeutet, die Wachstumschancen im klassischen Bereich zu nutzen und im digitalen Bereich auszubauen.“

Digitale Spiele werden laut Maier künftig einen höheren Stellenwert einnehmen. „In Deutschland erzielten wir 2011 rund 20 Prozent des Spielwarenumsatzes mit elektronisch unterstützten oder digitalen Spielen“, so der Manager. Insgesamt erwirtschaftete Ravensburger mit dem Bereich Spiele, Puzzle und Beschäftigung im vergangenen Jahr einen Umsatz von rund 249 Millionen Euro. Das war ein Plus von 1,5 Prozent. Vor allem das audiodigitale Lernsystem „Tiptoi“, das Spiel mit dem elektronischen Stift, bescherte Ravensburger im vergangenen Jahr das knappe Wachstum im Bereich Spiele.

Trendforschung

„Tiptoi“ und auch die erfolgreichen 3-D-Bauwerke-Puzzles sind das Ergebnis der Ravensburger-Trendsuche. Um immer auf den neusten Stand zu sein, betreibt Ravensburger seit 2008 ein aktives Innovationsmanagement in der Produktentwicklung und der Supply Chain. Die fünf Mitarbeiter arbeiten eng mit externen Trendforschern zusammen. Für Maier ist dieser Austausch sehr wertvoll: „Unser Team ist permanent in Kontakt mit externen Instituten wie zum Beispiel dem Fraunhofer-Institut oder Universitäten wie der von St. Gallen. Dies hat bereits Früchte getragen, wie man an den neuen Produktlinien „Tiptoi“ oder 3-D-Puzzle-Gebäude sieht.“

Memory forever

Die Zukunft des klassischen Brettspiels sieht Maier trotz des digitalen Trends nicht gefährdet: „Der klassische Spiele-



Clemens Maier, der Urenkel des Gründers Otto Maier, ist seit 2011 einer von drei Vorständen der Ravensburger AG.

markt ist in den vergangenen Jahren sogar um zwei bis drei Prozent gewachsen. Heute gibt es beides. Einen Markt für klassische Spiele und einen für digitales Spielen.“ Einige Klassiker haben es als App mit großem Erfolg auch in die digitale Welt geschafft, wie zum Beispiel „Memory“. Das ist auch für Maier nach wie vor das beste Ravensburger-Spiel. „Es fasziniert mich immer wieder, dass bei ‚Memory‘

Erwachsene gegen Siebenjährige verlieren.“ Das habe neurologische Gründe, erklärt der zweifache Vater, der das Phänomen aus eigener Erfahrung kennt. „Es ist wissenschaftlich erwiesen, dass ihre Gedächtnisstruktur Kindern beim ‚Memory‘ einen entscheidenden Vorteil verschafft.“ Den können sie nun auch auf Smartphones und Tablets ausspielen.

Interview mit Spieleerfinder
Dr. Reiner Knizia

„SPIELE SIND EIN SPIEGEL UNSERER ZEIT“

Welche Kriterien muss ein Spiel Ihrer Meinung nach erfüllen?

Ganz einfach: Es muss Spaß machen und es muss spannend sein.

Sie sind promovierter Mathematiker und haben zuletzt im Management einer deutschen Großbank gearbeitet. Wie wurden Sie Spieleautor?

Es war einfach die „Liebe zum Spiel“. Ich komme aus einer schwäbischen Kleinstadt, in der es nur einen Spielzeugladen mit einem sehr überschaubaren Spieleangebot gab. Da wird man erfinderisch, wenn man einen ausgeprägten Spieltrieb hat. Bereits als Kind habe ich mein erstes Spiel kreiert. Ernsthafter habe ich mich Mitte der 80er-Jahre mit dem Spieleerfinden beschäftigt. 1997 machte ich dann mein Hobby zum Hauptberuf.

Wie kommen Sie auf neue Ideen?

Inspiration gibt es überall, man muss nur genau beobachten und hinsehen. Ich habe mehr Ideen, als ich umsetzen kann, denn ein Spiel bis zur Marktreife zu bringen, bedeutet monatelange Arbeit. Da ich meine Spiele immer in Zusammenarbeit mit einem Verlag kreierte, bekomme ich beispielsweise ein Thema vorgegeben. Dann ziehe ich mich zurück, denke sehr viel nach und tauche nach und nach in diese Welt ein.

Zu welchen Tageszeiten sind Sie besonders kreativ?

Ich bin ein Frühaufsteher. Für mich beginnt der Tag zwischen vier und fünf Uhr morgens. In den frühen Morgenstunden kann ich ungestört kreativ sein, später am Tag muss ich mich dann auch um das operative Geschäft kümmern.

Spielen Sie selbst?

Ich spiele jeden Tag, um meine Erfindungen zu testen, zu überarbeiten und besser zu machen und auch zum

Spaß. Jeden Abend außer Freitag treffe ich mich mit verschiedenen Spielgruppen. Einmal in der Woche gehe ich in den Kindergarten und spiele mit den ganz Kleinen.

Welches Spiel mögen Sie besonders, das Sie selbst nicht entwickelt haben?

Ich finde nach wie vor, dass Mäxchen ein tolles Spiel ist. Man braucht nur zwei Würfel, einen Becher und einen Bierdeckel. Da es um Bluffen und Täuschen geht, ist das Spiel in seiner Einfachheit einfach toll und sehr facettenreich. Jeder Mitspieler kann wie ein Schauspieler auf einer Bühne agieren.

Inwiefern hat sich ihre Arbeit im Laufe der Zeit gewandelt?

Spiele sind ein Spiegel unserer Zeit. Heute sind viel mehr Action und viel mehr Erlebnis gefragt. Die Spieler nehmen sich heute weniger Zeit zum Spielen. Die Spieldauer muss daher kürzer sein. Die Spielanleitungen müssen noch verständlicher und knapper sein, sodass ein schneller Einstieg in ein Spiel möglich ist. Die Veränderungen der Spielkultur sind erstaunlich, beinhalten aber auch große Chancen. Ich nutze diese Herausforderungen und habe auch Spiele für Nintendo DS oder die Wii gemacht. Der Kern meiner Arbeit ist es, neue Einfälle zu haben. Das ist die schönste Herausforderung – auch im Wandel der Zeit.

Dr. Reiner Knizia



Dr. Reiner Knizia, Jahrgang 1957, ist ein erfolgreicher Spieleautor, der mehr als 500 Spiele entwickelt hat. Darunter sind die bekannten Bestseller „Wer war's?“, „Herr der Ringe“, „Keltis“ und „Alles Tomate“. Die Spiele des gebürtigen Schwaben werden weltweit millionenfach verkauft. Viele davon sind mehrfach im In- und Ausland ausgezeichnet worden, unter anderem mit dem Deutschen Spielepreis, als Spiel des Jahres und als Kinderspiel des Jahres. Der Spieleerfinder lebt seit 1997 in Großbritannien.