

Für ihr Lächeln weltberühmt

Geschichte, Gegenwart und Zukunft der Marke Playmobil

geschrieben von Bahri Kurter

Mit einem Ritter, einem Indianer und einem Bauarbeiter hat am 2. Februar 1974 auf der Nürnberger Spielwarenmesse die Erfolgsgeschichte von Playmobil begonnen. Mittlerweile ist die Marke Playmobil fester Bestandteil im Leben vieler Kinder und Erwachsener. Wie vor 50 Jahren sind die Playmobil-Figuren auch heute noch siebeneinhalb Zentimeter groß und für ihr Lächeln weltberühmt. Über fünf Jahrzehnte ist die Figurenvielfalt stetig gewachsen und es kamen immer neue Varianten und Spielideen hinzu. Im Jahr 1981 bekommt die Playmobil-Familie mit den 5,5 cm großen Kinderfiguren Nachwuchs. Das erste Playmobil-Baby ist bei seiner Geburt im Jahr 1984 3,5 cm groß. Und 2022 wird die Vielfalt unter den kleinen Playmobil-Menschen mit einer zusätzlichen, etwas größeren Kinderfigur (5,75 cm) noch größer. Inzwischen bevölkern mehr als 3,8 Milliarden Playmobil-Figuren Kinderzimmer auf der ganzen Welt. Rund 9.300 Figurenvarianten sind seit 1974 entstanden.

Klassische Playmobil-Spielthemen wie Piraten, Polizei oder Feuerwehr sind aus den Kinderzimmern nicht mehr wegzudenken. Das Spielsystem steht seit jeher für ein besonderes Konzept: Figuren, Gebäude, Fahrzeuge und Zubehör – alles passt zusammen. Die vielen Spielthemen laden Kinder ein, Abenteuer zu erleben und ihre eigenen Geschichten zu entwickeln.

Die Vielfalt und Diversität der modernen Gesellschaft ist ein selbstverständlicher Grundsatz bei der Gestaltung neuer Figuren und Spielsets. So haben sich die Figuren im Wandel der Zeit auch den gesellschaftlichen Gegebenheiten angepasst. Wir zeigen Figuren als vielfältige Persönlichkeiten mit unterschiedlichen Ethnien, gesellschaftlichen Rollen, Geschlechtern und Orientierungen. Einzelne Sets setzen darüber hinaus ein klares Zeichen für Toleranz und sind ein Plädoyer für eine weltoffene Gesellschaft. Dabei machen wir die Beobachtung, dass wir Kinder, ihre Kreativität und Beobachtungsgabe nicht unterschätzen sollten. Kulturelle, ethnische Vielfalt und Diversität sind häufig selbstverständlicher Teil ihres Spiels. Die Playmobil-Welt ist bunt und bildet die verschiedensten Charaktere, Rollen und Hautfarben ab. Über das freie, kreative Rollenspiel leisten wir einen wichtigen Beitrag dazu, dass Kinder miteinander spielen und dabei soziale Kompetenzen erwerben.

Mit vielfältigen Lizenzthemen spricht Playmobil außerdem nicht nur Kinder, sondern auch Erwachsene an: Bekannte Heldinnen und Helden aus Film und Fernsehen sowie Playmobil-Modelle ikonischer Fahrzeuge begeistern langjährige Fans und Sammler und machen Playmobil zum generationenübergreifenden Kultspielzeug.

Mit neuer Markenpositionierung und Innovationen in die Zukunft

Nach über 50 Jahre Produktentwicklung ist es gerade in der modernen, digitalen und sehr schnelllebigen Zeit die Herausforderung, einerseits den traditionellen Spielthemen treu zu bleiben und dennoch immer wieder mit ganz neuen Ideen und Innovationen zu überraschen und neue Zielgruppen für sich zu erschließen.

Daher präsentiert Playmobil 2025 ein völlig neues Spielkonzept: die Weltneuheit Sky Trails. Sky Trails ist ein haptisches Actionspiel fürs Kinderzimmer und bietet einen dreifachen Spielspaß: Kinder können aufregende Parcours aufbauen, die unterschiedlichsten Playmobil-Figuren durch die Luft sausen lassen und dabei ihre eigenen, abenteuerlichsten Geschichten erfinden.

Unsere Marktforschung zeigt, dass wir mit unseren neuen Produkten die Bedürfnisse unserer Zielgruppen und den Nerv der Zeit treffen. Unsere Untersuchungen belegen aber auch, dass es anspruchsvoller und schwieriger geworden ist, die junge Zielgruppe nachhaltig zu begeistern. Angesichts des starken Wettbewerbs um Zeit und Aufmerksamkeit der Kinder sowie der zunehmenden Digitalisierung in den Kinderzimmern wird Playmobil auch zukünftig schnell auf die Veränderungen im Spielverhalten reagieren.

Parallel zu den Produktneuheiten für 2025 wurde für Playmobil eine neue, zukunftsfähige Markenpositionierung und Markenstrategie erarbeitet. Es geht darum, Playmobil als Dachmarke zu positionieren, die mit frischem Markenauftritt, innovativen Kampagnen und Markenkooperationen, einer neuen Portfoliostrategie und neuen Produkten ausgebaut wird. Ziel ist es, auch in Zukunft die Markenrelevanz zu stärken, neue Zielgruppen zu erschließen, um im hart umkämpften Spielwarenmarkt weiterhin erfolgreich zu sein.

Die Markenphilosophie von Playmobil bleibt dabei immer im Fokus: Wir möchten als Marke dafür stehen, Kindern unendliche Spielwelten zu bieten, sie zu inspirieren und ihre Fantasie und Neugierde zu beflügeln.

Wissenschaftliche Studien beweisen, wie wichtig Spielen für die persönliche Entwicklung der Kinder ist. Spielen fördert das Selbstwertgefühl, Selbstbestätigung sowie Selbstvertrauen. Außerdem erlernen Kinder im Spiel Denkfähigkeit und Kreativität und erlangen Einfühlungsvermögen, Verständnis für andere und Eigenschaften wie Gemeinschaftsgefühl, Konfliktfähigkeit und das Einbringen und Überdenken des eigenen Standpunktes. Mit immer neuen Produkten und Innovationen, angepasst an die gesellschaftlichen Veränderungen und Interessen der Kinder, bleibt Playmobil auch nach 50 Jahren noch ein wichtiger Bestandteil der Kindheit.

Dieser Text ist zuerst erschienen in [Politik & Kultur 2/2025](#).