

Mehr als nur ein Produkt

Lebenslanges Lernen beginnt mit dem Spiel

geschrieben von Markus Utomo

Haben Sie als Kind beim Spielen darüber nachgedacht, wie viel Sie dabei lernen? Über soziale Kompetenzen, physikalische Zusammenhänge oder kreatives Problemlösen? Wahrscheinlich nicht. Und genau das macht Spielen so wertvoll. Es ist eine intuitive, freiwillige Aktivität, die uns ein Leben lang begleitet. Von den ersten Bauklötzen bis zu komplexen Business-Simulationen prägt das Spiel unsere Fähigkeit zu lernen, zu verstehen und zu gestalten.

Spielzeugdesign: Mehr als nur eine Idee

Jedes Spielzeug beginnt mit einer Idee, doch diese Idee muss wachsen und reifen. Der Designprozess dreht sich immer um eine zentrale Frage: Wie motiviere ich Menschen, freiwillig eine Handlung auszuführen? Denn genau das ist die Definition von Spiel: Es ist freiwillig, es macht Spaß, und es eröffnet neue Welten.

Beim Design geht es darum, diese Motivation zu erzeugen. Soll das Spielzeug Fantasie anregen, Wissen vermitteln oder Bewegung fördern? Der Schlüssel liegt darin, die Menschen durch eine spielerische Handlung zu begeistern. Ein Spielzeug muss neugierig machen, Lust auf Ausprobieren wecken und die Spielenden dazu motivieren, weiterzumachen.

Der Designprozess: Von der Idee bis zum fertigen Spielzeug

Der Weg von der ersten Skizze bis zum fertigen Produkt ist iterativ und stark auf die Zielgruppe ausgerichtet. Nach den ersten Entwürfen entstehen Prototypen, die mit den zukünftigen Nutzerinnen und Nutzern getestet werden. Kinder sind dabei die ehrlichsten und härtesten Kritiker, die man sich vorstellen kann. Bei jedem Spieltest stellen wir am Ende immer die entscheidende Frage: »Nochmal?« Die Antworten darauf (»Ja«, »Nein« oder »Vielleicht«) geben die Richtung vor. Solange die Antwort nicht »Ja« lautet, wissen wir, dass wir nochmal ranmüssen.

Kinder lassen sich nicht täuschen. Wenn ein Spielzeug zu kompliziert oder unverständlich gestaltet ist, verlieren sie schnell das Interesse. Ein Beispiel aus meiner Praxis: Ein Lernspielzeug, das Kindern das Alphabet näherbringen sollte, war auf den ersten Blick vielversprechend, aber das Design war zu überladen und die Icons nicht eindeutig genug. Die Kinder fühlten sich überfordert. Nach mehreren Überarbeitungen haben wir die Gestaltung vereinfacht und klare, unmissverständliche Symbole verwendet.

Andersherum darf ein Spielzeug auch nicht zu einfach oder langweilig sein. Spiele, die erfolgreich sind, treffen eine feine Balance: Sie bringen eine frische Idee, überfordern aber nicht. Man lernt mit ihnen, ohne dass es schwer wirkt. Ein Erfolg aus meiner jüngsten Arbeit ist ein Kartenspiel zur digitalen Achtsamkeit. Es greift ein aktuelles Thema auf und lädt Kinder und Erwachsene ein, spielerisch über ihre digitalen Gewohnheiten nachzudenken.

Motivation im Zentrum des Designs

Motivation ist das Herzstück des Spielzeugdesigns. Ob es darum geht, ein Kind dazu zu bringen, einen Turm zu bauen, oder Erwachsene dazu zu motivieren, im Business-Kontext kreative Lösungen zu finden: Der Ansatz bleibt derselbe.

Besonders wichtig ist dabei, die Zielgruppe genau zu kennen. Kinder machen riesige Entwicklungssprünge, und das Design muss auf ihre Altersstufe abgestimmt sein. Was für ein dreijähriges Kind aufregend ist, wird ein siebenjähriges Kind schnell langweilen. Umgekehrt können zu komplexe Spiele jüngere Kinder frustrieren. Die richtige Balance ist entscheidend, und der Designprozess orientiert sich stets an diesen Bedürfnissen.

Spielen in neuen Kontexten: Serious Games im Business

Die Kraft des Spielens hat längst auch die Welt der Erwachsenen erreicht. In den letzten Jahren hat

die Nachfrage nach sogenannten Serious Games stark zugenommen. Unternehmen erkennen zunehmend, dass Spielen komplexe Zusammenhänge greifbar macht, Menschen in neue Rollen versetzt und kreative Lösungsansätze fördert.

Beispiele für den Einsatz von Serious Games:

- Interne Kommunikation: Spiele simulieren Konfliktsituationen und stärken das Verständnis zwischen Mitarbeitenden.
- Workshops zur digitalen Resilienz: Teilnehmende erleben spielerisch die Herausforderungen der digitalen Transformation und entwickeln Strategien, damit umzugehen.
- Führungskräftetrainings: Spiele helfen dabei, Entscheidungsprozesse zu reflektieren und die Konsequenzen verschiedener Ansätze zu verstehen.

Diese spielerischen Ansätze ermöglichen es, Themen emotional zu erleben und praxisnah zu erarbeiten. Sie schaffen Raum für Experimente und machen selbst komplexe Themen wie Change-Management oder Krisenkommunikation verständlich.

Lebenslanges spielerisches Lernen

Spielen hört nicht mit der Kindheit auf. Es begleitet uns ein Leben lang, in unterschiedlichen Formen und Kontexten. Als Designerinnen und Designer schaffen wir die Grundlage dafür, dass Menschen lernen, wachsen und sich weiterentwickeln können. Ob durch ein Puzzle, das die Feinmotorik fördert, oder ein Business-Spiel, das Teamarbeit stärkt; Spielen ermöglicht Erfahrungen, die sonst schwer zu vermitteln sind.

Am Ende geht es beim Spielzeugdesign um mehr als nur um Produkte. Es geht darum, Menschen zu motivieren, spielerisch zu handeln – freiwillig, begeistert und neugierig. Spielen ist nicht nur Kindersache. Es ist eine universelle Methode, um zu lernen, zu wachsen und zu verbinden, und das ein Leben lang.

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