

Kinderspielzeug: Vom Kinderzimmer in die Schuldenfalle

**Pressegespräch mit MdL Reinhold Pix, verbraucherpolitischer Sprecher
Mittwoch, 12.12.2007**

Spielzeug ist ins Gerede gekommen. Vielfach musste Spielzeug zurückgerufen werden, weil es schädliche oder giftige Bestandteile enthielt. Nicht selten waren diese Produkte in China oder anderen Schwellenländern produziert.

Es genügt aber nicht, wie Umweltministerin Gönner nun mit brennenden Teddys und Bundesratsinitiativen ausschließlich über Sicherheit zu reden. Das ist zu kurz gesprungen. Außerdem lässt Umweltministerin Tanja Gönner die Eltern ratlos zurück - sie kann keine Produkte nennen. Ursache: Das Verbraucherinformationsgesetz der damaligen Bundesverbraucherministerin Renate Künast wurde von der CDU gekippt.

Wir müssen die Aufmerksamkeit der Eltern und der Gesellschaft zudem auf eine kritischere Auswahl beim Spielzeugkauf lenken. Denn 85% der befragten Eltern geben an, die Spielzeugwünsche ihrer Kinder uneingeschränkt zu erfüllen. Viele Eltern setzen sich also weder mit der Qualität von Spielzeug noch mit seinen potenziellen Auswirkungen auf Kindern auseinander noch damit, wie diese Wünsche zustande kommen.

Wir Grünen fragen daher nicht nur: „Was ist ungefährlich?“, „Was ist gesund?“ oder „Was wurde fair produziert?“, sondern wir fragen auch:

„Was ist pädagogisch wertvoll?“ - und insbesondere „Was ist einfach unsinnig?“

Grüner Vorschlag „Blecherner Teddy“

Wir schlagen eine Auszeichnung für besonders unsinniges Spielzeug vor:
Den „Blechernen Teddy“.

Dabei soll es bei weitem nicht nur um Gifte und Sicherheit wie in der derzeit durch die Minister Hauk und Gönner geführten Diskussion gehen: Solche Produkte sind – zu Recht - nicht zuletzt durch Rückrufaktionen ohnehin im Blickpunkt der Öffentlichkeit. Wir halten es daher für angebracht, pädagogisch besonders problematische Produkte mit einer Auszeichnung ins Rampenlicht zu rücken.

Für die Auswahl zum „Blechernen Teddy“ können folgenden Negativkriterien gelten:

- 1.) Geldverbrauch anregend,
- 2.) Ethisch verwerflich (z.B. Korruption als Gewinn-Kriterium),
- 3.) Gewalt verherrlichend,
- 4.) leicht zerbrechlich, irreparabel,
- 5.) durch Kinderarbeit produziert,
- 6.) suchtfördernd,
- 7.) sexistisch,
- 8.) umweltunverträglich in der Herstellung, Verpackung oder beim Spielen,
- 9.) gefährlich für Kinder (Produktsicherheit).

Wir können uns vorstellen, dass die Verbraucherzentrale als glaubwürdige und kompetente Einrichtung die Auszeichnung für eine derartige Auszeichnung übernimmt.

Der Preisträger-Vorschlag 2007:
Schnelles Geld und die Kreditkarte für Kinder:
Die „Sprechende Modeboutique“

Die „sprechende Modeboutique“ aus dem Haus Mattel, das bereits mehrfach wegen Rückrufaktionen von Spielzeug in die Schlagzeilen geriet.

Dank Modeständer kann man unterschiedliche Outfits für die Barbie-Puppe kombinieren und diese kaufen. Die Bezahlung hierfür erfolgt per Geldkarte der Barbiepuppe.

Zielgruppe sind ab 5jährige Kinder.



Werbung auf der Verpackung:

„Du hast noch 300 Euro“, „Kaufe es“ und

„Erreichst Du 0 Euro, wird das Guthaben wieder auf den Ausgangsbetrag zurückgestellt.“

Hier wird sogar die Welt von Kleinkindern kommerzialisiert.

Den Kindern wird beigebracht:

- **Geld ist mit einer Kreditkarte immer verfügbar.**
- **Auf keinen Konsumwunsch muss verzichtet werden.**
- **So werden neue Schuldner herangezogen.**

Das ist die Auszeichnung zum „Blech-Teddy“ wert.

Viele Inkasso-Unternehmen beobachten, dass die Schuldner immer jünger werden. Der „Schufa Schulden-Kompass“ stellt fest, dass 12 Prozent der Jugendlichen im Alter von 13 bis 17 Jahren Schulden haben. Mit 47 Prozent sind allerdings die Eltern die wichtigsten Gläubiger, dann folgen Freunde mit 38 und Geschwister mit 14 Prozent. Mit zunehmendem Alter steigt jedoch auch die Verschuldung sukzessive an, sodass bei den jungen Erwachsenen (22- bis 24-Jährige) 22 Prozent mit Schulden belastet sind. Sieben Prozent der Jugendlichen und jungen Erwachsenen geben stets mehr Geld aus, als sie einnehmen. Sie gelten deshalb als überschuldet. Ihre durchschnittliche Verschuldungshöhe wird mit 2800 Euro angegeben.

Vielfach liegt der Grund für Verschuldung bei Jugendlichen im zunehmenden Konsumdruck durch Gleichaltrige - zum Beispiel für Kleidung und Freizeitaktivitäten. Wer nicht mithalten kann ist out. Handys, MP3-Player, I-Pods, Herunterladen von Musik gehören immer mehr zu den Fallen, in die Jugendliche sich durch ungenügende Aufklärung in Sachen Geld hineinmanövrieren.

Den Kindern und Jugendlichen fehlt die Kenntnis und/oder die Erfahrung über die wirtschaftlichen Zusammenhänge, so dass ihnen die Auswirkungen wie Zinsen, Gebühren, Gerichtsvollzieher und Eidesstattliche Versicherungen unbekannt sind.

Um diese Fallen umgehen zu können müssen Kinder und Jugendliche den Umgang mit Geld und das Wissen um wirtschaftliche Zusammenhänge kennen lernen.

Praktisches Wissen wie der Umgang mit Geld und Schulden sollte in die Lehrpläne der Schulen aufgenommen werden. Das ist eine gute Investition in die Zukunft unserer Kinder und mindestens genauso wichtig wie Rechnen.

Weitere Negativ-Beispiele

1) Diamantenspiel – Korruption als Lebenselixier

Es gibt viele Brettspiele, bei denen man den Gegner ausschalten muss. Das ist auch nicht unbedingt schlimm und kann sogar Spaß machen. Man sollte hier jedoch darauf achten, dass den Kindern während des Spielens kein falsches und vor allem kein unreflektiertes Ideal vorgelebt wird. So muss man beispielsweise bei dem Brettspiel „Crazy Diamond / Karatino“ (freigegeben ab 8 Jahren) die Rolle von Diamantenhändlern übernehmen und versuchen, die Diamanten durch Korruption und andere „Tricks“ von Brasilien nach Europa zu schmuggeln. Der korrupteste Diamantenhändler gewinnt. Die Devise für Kinder: Wer am korruptesten ist, wird am reichsten...

2) Softair-Waffen



Oben:
Softair Gewehr inklusive Zielrohr,
einstellbare Semi- und
Vollautomatik.

Verkauf an Personen ab 14 Jahren.

Unten: Echtes Maschinengewehr



Softair Waffe ohne
Altersbeschränkung

Sogar als frei verkäufliches Kinderspielzeug gibt es originalgetreue Nachbildungen echter Waffen (siehe rechts). Sogar Polizisten haben Probleme mit den Nachbildungen. Polizeistreifen brauchen starke Nerven - aus dem Spiel kann schnell tödlicher Ernst werden. Die Wahrscheinlichkeit dafür ist nach Meinung der Gewerkschaft der Polizei (GdP) in den vergangenen Monaten dramatisch gestiegen.

Neben den betroffenen Polizisten sind übrigens auch Raubopfer bei Verwendung einer Schweinwaffe durch den Täter genauso traumatisiert wie bei einer echten, da der Unterschied für Laien nicht erkennbar ist. Vielen Jugendlichen ist nicht bewusst, dass bei Raub die Verwendung einer Scheinwaffe zu einer massiven Strafverschärfung führt.

Forderungen

- Qualitätssiegel: Bei dem in Deutschland verwendeten „GS“-Qualitätszeichen muss es jährliche Kontrollen geben. Die EU-weite CE-Kennzeichnung ist zu Gunsten des GS-Qualitätszeichens zu verbessern.
- Verbraucherinformationsgesetz: Behörden müssen bei gravierenden Sicherheitsmängeln die Verbraucher über die Namen der Herstellerfirmen informieren dürfen.
- Schulunterricht: In allen Schularten sollte der verantwortungsvolle Umgang mit Geld und Schulden thematisiert werden.

Stuttgart, 12.12.2007

Anhang 1 zum Pressegespräch Pix 12.12.2007: Spielzeug – Wie soll es sein?

Noch nie hatten unsere Kinder so viele Spielsachen wie heute. Ein normales Spielwarengeschäft führt im Schnitt an die 20.000 Artikel. Beim Blick in viele Kinderzimmer gewinnt man den Eindruck, dass es mehr um das Sammeln und Zur Schau-Stellen der Spielsachen geht als um echtes Spielen.

Bei der Bewertung, was pädagogisch wertvolles Spielzeug ist, geht es vor allem um den so genannten "**offenen Charakter**" der Spielsachen. Demnach erlauben gute Spielsachen, dass Kinder mit Hilfe des Spielzeugs ihre eigene Phantasie entfalten und selber aktiv werden können. Fachleute sprechen in diesem Zusammenhang auch von der Multifunktionalität von Spielzeug, das möglichst viel Freiraum für die eigene Kreativität lässt. „Offene“ Spielsachen sind z. B. Holzklötze oder Legos: Kinder können damit konstruieren, einen Raum gestalten...

Viele moderne Spielsachen schränken die freie Gestaltung sehr ein und lassen nur eine einzige Spielweise zu. Man kann beispielsweise auf einen Knopf drücken und dann taucht eine bestimmte Figur auf. Experten bezeichnen diese Spielsachen als monofunktionell.

Außerdem sollte Spielzeug qualitativ hochwertig sein, damit das Kind bzw. die Kinder lange Freude daran haben.

Laut „Spiel gut“, einer auf Spiele spezialisierten gemeinnützigen Einrichtung, geben 85 % der befragten Eltern, die Spielzeugwünsche ihrer Kinder uneingeschränkt zu erfüllen. Wie diese Wünsche zustande kommen, wird jedoch nicht hinterfragt. Eltern geben in diesem Jahr laut einer Umfrage durchschnittlich 328 Euro pro Kind für Weihnachtsgeschenke¹ aus. Aber teuer ist nicht gleich gut!

Schon jüngere Kinder werden stark von der Werbung beeinflusst. Mit ihren wirklichen Spielbedürfnissen und Interessen hat das nicht immer etwas zu tun. Eine Herausforderung unserer Überflussgesellschaft ist es, die wirklichen Bedürfnisse zu erkennen, sich zu informieren und gezielt und bewusst einzukaufen.

Werbung, die sich zielgerichtet an Kinder und Jugendliche wendet und deren Unerfahrenheit auszunützen versucht, ist ebenso verboten wie Werbung im Umfeld von Kindersendungen. Aber was nützt das? Schlaue Werbestrategen finden immer wieder Mittel und Wege, diese Bestimmungen zu umgehen.

Jedoch nicht nur unsinnige Spielzeuge überfordern Kinder wie Eltern, sondern auch die Verkaufssituation. Produkte werden beispielsweise vor Supermarktkassen gezielt in Augenhöhe von Kindern platziert. Und immer mehr auf Spielzeug spezialisierte Warenhausketten legen großem Wert auf schnellen Abverkauf von Produkten unabhängig von der Qualität und führen nur eingeschränkt kompetente Beratung durch. Die Zielgruppe sind Kinder und nicht Eltern, durch unübersichtliche Verkaufssituationen wird unsinnigen Käufen Vorschub geleistet."

Beliebt sind Vorbilder, die Stärke, Mut und Heldentum bei Jungs oder Schönheit, Luxus und Akzeptanz bei Mädchen verbinden. Tragen diese Vorbilder dann Schuhe einer bestimmten Marke oder benutzen eine bestimmte Kosmetik, funktioniert die Verbindung bereits. Der Wunsch ist geweckt, das Produkt ebenfalls besitzen zu wollen, um ähnlich „cool“ zu sein.

¹ Untersuchung der Gesellschaft für Erfahrungswissenschaftliche Sozialforschung für den Internethändler „mytoys.de“

