

Schnerr | LEGO®. 100 Seiten



* Reclam 100 Seiten *



BETTINA SCHNERR, geb. 1971, ist freiberufliche Journalistin, Kulturkorrespondentin und Bloggerin, lebt mit ihrer Familie am Bodensee und traut sich barfuß ins Kinderzimmer.

Bettina Schnerr
LEGO® . 100 Seiten

RECLAM 

2021 Philipp Reclam jun. Verlag GmbH,
Siemensstraße 32, 71254 Ditzingen
Umschlaggestaltung nach einem Konzept von zero-media.net
Infografik (S. 66 f.): annodare GmbH, Agentur für Marketing
Bildnachweis: vor S. 1.: © B Christopher / Alamy Stock Foto;
S. 2: © Bettina Schnerr; S. 5: © PA Images / Alamy Stock Foto;
S. 35: © Chris Willson / Alamy Stock Foto; S. 55: Photo used with
permission. © 2021 The **LEGO** Group; S. 73: © Sam Stephenson /
Alamy Stock Foto; S. 87: © Richard Levine / Alamy Stock Foto;
Autorinnenfoto: © Ulrike Sommer
Druck und Bindung: Eberl & Koesel GmbH & Co. KG,
Am Buchweg 1, 87452 Altusried-Krugzell
Printed in Germany 2021
RECLAM ist eine eingetragene Marke
der Philipp Reclam jun. GmbH & Co. KG, Stuttgart
ISBN 978-3-15-020582-2

Auch als E-Book erhältlich

www.reclam.de

Für mehr Informationen zur 100-Seiten-Reihe:
www.reclam.de/100Seiten

LEGO® ist eine eingetragene Marke der **LEGO** Juris A/S. **LEGO®**
sowie die genannten **LEGO®** Serien sind Marken der **LEGO** Gruppe.
Das vorliegende Buch wird nicht von der **LEO** Gruppe gesponsert, ge-
nehmigt oder unterstützt.

Inhalt

- 1 Wir haben die Bausteine, ihr habt die Ideen
- 7 Eine kleine Manufaktur auf dem Land
- 13 Die zündende Idee
- 39 Traditionsmarke vor dem Aus
- 64 Der Wettbewerb holt auf
- 76 Raus aus dem Kinderzimmer – **LEGO®** für Erwachsene
- 90 Arbeiten mit **LEGO®**
- 93 Everything is awesome?
- 99 Kleines **LEGO®**-Lexikon

Im Anhang Lektüretipps

Oct. 24, 1961

G. K. CHRISTIANSEN
TOY BUILDING BRICK

3,005,282

Filed July 28, 1958

2 Sheets-Sheet 1

FIG. 1.

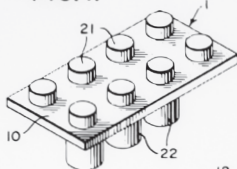


FIG. 2.

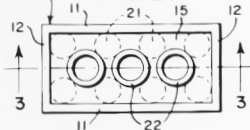


FIG. 3.

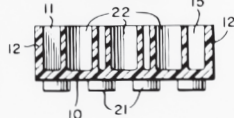


FIG. 4.

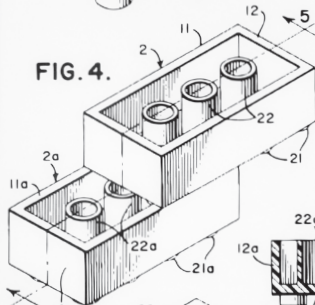


FIG. 5.

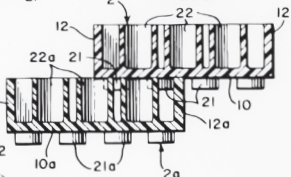
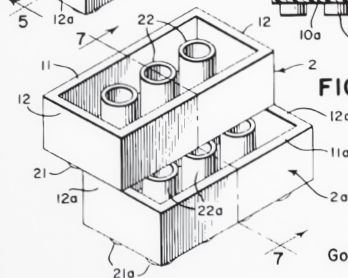


FIG. 6.



INVENTOR

Godtfred Kirk Christiansen

BY
Stevens, Davis, Miller & Mosher
ATTORNEYS

Grundstein für den Erfolg: Das us-amerikanische Patent für einen
»Toy Building Brick« von 1961, ausgestellt auf Godtfred Kirk Christiansen



Wir haben die Bausteine, ihr habt die Ideen

Eine Schule in meiner Wohnregion hat den ehrlichsten Barfußpfad gebaut, den ich kenne. Tannenzapfen, Steine, Kiesel, Sand – und ein Element mit **LEGO**-Steinen. Die ultimative Herausforderung selbst für Könnner. Man könnte meinen, der Pieks an der Fußsohle sei für jeden mit ein paar Steinen zu Hause eine Selbstverständlichkeit wie blaue Flecken für Inline-Skater oder Hockeyspieler. Weit gefehlt. Die Steine gehören zu den gefürchtetsten Erfahrungen im Kinderzimmer. Umso mehr, weil man sie stets zu spät entdeckt und vor dem äußerst unbarmherzigen Stechen nie rechtzeitig zurückzucken kann. Ein fachgerecht ausgeführter, zeitgenössischer Fluch lautet nicht umsonst »I hope you step on a **LEGO**«. Die kleinen Plastiksteine sind der Härtest schlechthin. Dabei fing alles doch so harmlos an. Als pädagogisch wertvolles Kinderspielzeug und eine Weiterentwicklung des Urvaters aller Bausteine, dem klassischen Holzklotz. Umgesetzt in einer Version, in der sich aufeinandergestapelte Blöcke fest miteinander verbinden lassen. Die Steine sollten zunächst die Motorik der Kinder fördern, dann ihre Kreativität. Überdies hielten die Bauwerke viel länger als solche aus einfachen Stapelsteinen (wobei aus kindlicher Perspektive grundsätzlich nichts gegen einen Holzurm



Nur für Waghalsige: Der **LEGO**-Barfußpfad

einzuwenden ist, der krachend einstürzt). Die Namen für die kleinen Piesacker sind vielfältig: **LEGO**-Steine, Noppensteine, »**LEGOs**«, Bausteine, Bricks oder ganz offiziell Klemmbausteine. Sie sorgen für bunte Erfolgserlebnisse schon der Kleinsten und begleiten die Kinder je nach Neigung bis ins Teenageralter. In vielen Haushalten entwickeln sie sich zu dem einzigen Spielzeug, das kistenweise von Jahr zu Jahr mehr wird.

In der Spielzeugbranche überleben die meisten Spielzeuge nicht sehr lange. Zwar ist der Markt äußerst ertragreich: 2019 wurden mit Spielzeugen über 70 Milliarden Euro umgesetzt. Zugleich steht die Branche aber unter dem Druck, kontinuierlich Neuigkeiten auf den Markt zu werfen. Dazu kommt eine starke Konkurrenz durch die Bildschirme, seien es Fernsehen, Social Media oder Computerspiele. Für die Spielzeughersteller ist das kein einfaches Umfeld. Werbung für die gewünschten Zielgruppen wird zudem aufwendiger und damit teuer und

günstige Angebote, vor allem aus China, setzen die Preisgestaltung unter Druck. Nur **LEGO** weicht nicht vom Spitzenplatz der Spielzeughersteller und das mit einem Sortiment, das in seinem Kern weder breit gefächert noch kostengünstig ist. Das Unternehmen bietet praktisch nur einen Produkttyp an, mit dem auch das gesamte Merchandising verknüpft ist: Plastiksteine zum aufeinander stecken. **LEGO** lag 2020 mit einem Gesamtumsatz von 5,9 Milliarden Euro weit vor den beiden diversifizierten Branchenriesen Hasbro (4,6 Milliarden) und Mattel (3,8 Milliarden). In Deutschland setzte **LEGO** jeweils ein Vielfaches der Wettbewerber um. Das Produkt **LEGO**-Stein lässt sich also als etwas Besonderes identifizieren. Nur wie schaffen es die Steine, Spitzenreiter in den Haushalten zu bleiben? Die Besonderheit liegt darin, dass kein anderes Spielzeug derart viele Spielaspekte über eine so breite Altersspanne trägt. Das Bauen mit **LEGO**-Steinen trainiert nicht nur die motorischen Fähigkeiten, es entfacht Kreativität und Phantasie, lädt zum Rollenspiel ein. Aus den Steinen lassen sich Kunstwerke bauen, sie sind wiederverwendbar und sehr langlebig. In der schnellen und digital geprägten Welt kann das Bauen mit Steinen eine analoge Insel der Ruhe und Kontemplation schaffen. Wer baut, muss ganz bei der Sache sein und kann das über eine lange Zeit bleiben. Zugleich profitiert **LEGO** von seinem eigenen Mythos, der einerseits in einer langen und erfolgreichen Unternehmensgeschichte und andererseits in einem spektakulären Turnaround Mitte der 2000er Jahre gründet. Und es gibt noch einen weiteren Faktor. Was fesselt, ist die Kreativität der erwachsenen Baumeister, die **LEGO** maßgeblich erst zu Kult und Mythos verholfen hat.

Als ich vor rund 15 Jahren das erste Mal einen erwachsenen **LEGO**-Fan traf, erzählte er, mit welcher Akribie er Fahrzeuge

in den Maßstäben umrechnete. Er schilderte, wie viele Stunden er in einem **LEGO**-Geschäft zubringen konnte, um genau die Bausteine zu finden, die er benötigte. Mittlerweile begreife ich, was ihn antrieb, denn die Faszination liegt nicht nur darin, bei solchen Projekten alles auf einmal zu stemmen. Man ist Planer, Ingenieur, Einkäufer und Konstrukteur in Personalunion. Die Kreativität liegt zu einem ganz erheblichen Teil auch darin, einem simplen, viereckigen Klötzchen aus Plastik einen neuen Auftritt zu verschaffen. Mit **LEGO** zu bauen ist kein klassischer Modellbau, bei dem die Materialwahl das Vorbild imitiert. Mein Vater war auch Modellbauer. Bei ihm sah Gras aus wie Gras und Fachwerkhäuser waren perfekte kleine Versionen des Originals, mit rauem Putz und strukturiertem Holz. Seine Lokomotiven wurden mit Spezialfarben für Modelleisenbahner gestrichen und nicht mit »irgendeinem« anderen Lack, der zufällig eine halbwegs passende Farbe hatte. Mit Bausteinen aus Plastik jedoch funktioniert das alles nicht. Was immer damit gebaut wird, erhält durch die glänzenden, knallfarbigen Steine einen ganz neuen Charakter.

Aus genau diesem poppigen Auftritt speist sich eine ungeheure Attraktivität. Welches Bauwerk auch nachgebaut wird, es sieht erkennbar aus wie das Original und doch so viel attraktiver! Das Umwidmen von Material für die Kunst hat Tradition und löst großartige Paarungen aus. Kunst aus Alltagsgegenständen zum Beispiel ist so spannend, weil sie ein Umdenken in Formen, Farben und ganz besonders der Nutzung erfordert. Das gilt ebenso für ein Kinderspielzeug. Viel mehr als klassische Kunst spricht **LEGO** obendrein alle Altersstufen an, denn mit diesen Bausteinen identifizieren sich fast alle Menschen automatisch. Selten habe ich so viele leuchtende Augen und staunende Gesichter gesehen wie auf einer Skulp-



Der LEGO-Künstler Nathan Sawaya bei seiner Ausstellung
The Art of the Brick 2014 in London

turenausstellung des Künstlers Nathan Sawaya. Viele der Besucher hatten die Noppensteine zuvor offensichtlich nur mit mehr oder minder skurrilen Bauwerken im Kinderzimmer in Verbindung gebracht. Sawaya zeigte ihnen dagegen menschliche Körper, lebensgroß und formgetreu und in der Gestaltung den Bildhauern absolut ebenbürtig. Gebaut aus abertausenden kleinen, eckigen Steinen. Freilich sind die Körper hinterher gelb oder blau, doch die Kombination aus Farbe und Material macht aus dieser Kunst etwas Einzigartiges und etwas Rätselhaftes noch dazu. Denn egal ob Bauten oder Skulptur, jeder fragt sich, wie man so etwas schafft. Gleich dahinter lauert die Überlegung, ob man das nicht auch selbst hinbekommen könnte. Die Steine dazu sind ja da.

Wie kreativ ist **LEGO**® wirklich?

Diese Frage lässt sich in kleinem Rahmen wissenschaftlich exakt beantworten. **LEGO** selbst gab über Jahre hinweg die folgende Antwort: Sechs 2×4-Steine könne man in 102 981 504 unterschiedlichen Variationen aufeinandersetzen. Gerechnet wurden dafür Türme mit der jeweils maximal möglichen Höhe. Schöpft man allerdings die Kombinationsmöglichkeiten vollends aus, wird das schnell kompliziert. Deshalb befasste sich der dänische Mathematikprofessor Søren Eilers 2005 erneut mit der Frage. Er berechnete die Variationsmöglichkeiten für sechs solcher Steine und kommt auf über 900 Millionen (präzise gesagt 915 103 765) Möglichkeiten, bei sieben Steinen sind es schon Milliarden, nämlich 85 747 377 755. Sobald die Berechnungen acht Steine oder mehr erreichen sollen, erinnern die erwarteten Rechenzeiten an den legendären Computer Deep Thought, den der Science-Fiction-Schriftsteller Douglas Adams (1952–2001) erfunden hat und der für die ihm gestellte Frage 7,5 Millionen Jahre Rechenzeit benötigt. Eilers vermutet auf Basis seiner Daten, dass die Zahl der Möglichkeiten für 25 Steine etwa 47 Stellen hat und die Zahl der Jahre, um das auszurechnen, hätte 42 (ich habe Deep Thought nicht umsonst erwähnt). Einfach zu rechnen ist nur die Zahl der Türme, die sich mit 25 Steinen bauen lässt, weil dafür dieselbe einfache Rechenmethode benutzt wird, die **LEGO** vor mehr als vierzig Jahren eingesetzt hatte und alleine das ist eine Zahl, die bereits sagenhafte 40 Stellen hat. Steine in unterschiedlichen Farben werden in dieser Rechnung nicht einmal berücksichtigt. Zu sagen, die Spielmöglichkeiten seien »unendlich«, ist also keine Übertreibung, sondern erwiesenermaßen Realität.



Eine kleine Manufaktur auf dem Land

Die Geschichte von **LEGO** beginnt vor über 100 Jahren im kleinen dänischen Dorf Billund. Ein winziger Weiler mit einer Handvoll Bauernhöfe, mitten im »finstersten Jütland«, wie man in Kopenhagen seinerzeit urteilte. Dort wuchs **LEGO**-Gründer Ole Kirk Christiansen (1891–1958) in einer landwirtschaftlich geprägten, recht kargen und ärmlichen Region auf. Ein älterer Bruder brachte ihm das Tischler- und Zimmermannshandwerk bei, mit dem Ole sich künftig seinen Lebensunterhalt verdienen sollte. Nach der üblichen Wanderschaft kehrte er als junger Mann nach Billund zurück und kaufte dort 1916, mit 25 Jahren, eine Tischlerei. Die kommenden Jahre stellte Ole genau das her, was zum üblichen Sortiment gehört: Schränke, Kommoden oder einzelne Elemente für die Bauernhäuser. Seine Kunden kamen vorrangig aus der näheren Umgebung, in der sich der junge Handwerker mit Gewissenhaftigkeit und Genauigkeit einen guten Ruf erarbeitete. Das ging gut bis ins Jahr 1924. Zwei der Söhne, einer davon gerade vier Jahre alt, feuerten einen Ofen an. Dabei setzten sich Späne in der Werkstatt in Brand und aus einem wärmenden Feuer gegen die strenge Kälte wurde ein Großbrand, der Haus und Werkstatt zerstörte. Doch Vater Ole hatte ausreichend Repu-

tation bei der Bank und in der Region, sodass er zügig den Kredit für einen Neubau erhielt. Finanziert wurde das »Immobilienprojekt« bereits so, wie es noch heute gängige Praxis ist: Ole plante mit dem Architekten großzügiger als benötigt. Was an Räumen nicht selbst bewirtschaftet wurde, vermiete die Familie, um die Kredite abzahlen zu können.

Von Oles vier Söhnen entpuppte sich besonders Godtfred als heller Kopf, der wie sein Vater ein geschickter Tüftler und Handwerker war und obendrein kaufmännischen Verstand zeigte. Nach dem frühen Tod der Mutter musste der damals erst Zwölfjährige nach Anleitung des Vaters Buchführung und Rechnungsstellung übernehmen. Mit 14 Jahren trat der junge Godtfred dann nach seinem Schulabschluss offiziell in die Firma des Vaters ein.

Erste Spielwaren aus Billund

Wirtschaftlich waren die 1930er Jahre in Jütland nach der Weltwirtschaftskrise ebenso hart wie überall sonst. Der Tischlerbetrieb musste irgendwann seinen Mitarbeitern kündigen und Ole blieb zeitweilig neben dem Sohn Godtfred nur ein Lehrling als Mitarbeiter. Die Kirk Christiansens erweiterten ihr Sortiment der Kasse zuliebe um andere Holzprodukte wie Trittleitern, Bügelbretter oder Weihnachtsbaumständer. Als offizielle Firma meldete Ole Kirk Christiansen seinen Betrieb erst 1932 an. Um diese Zeit herum begann er, aus Abfallholz Miniaturen für Puppenhäuser zu bauen – die ersten Spielwaren aus Billund waren aus der Not heraus geboren. Ein Händler, der die Modelle auf der Durchfahrt entdeckte, forderte kurz darauf die erste Lieferung an. Seiner Meinung nach würden kleine Spielzeuge wie

diese helfen, Kindern die harten Zeiten etwas erträglicher zu machen. Doch der Mann ging pleite, bevor er die Tischlerei für die bestellten Produkte bezahlen konnte. Um nicht auf seinen Spielwaren sitzen zu bleiben, packte Ole die Miniaturen kurzerhand in sein Auto (übrigens eines der ersten in Billund) und fuhr persönlich von einem Tante-Emma-Laden zum nächsten. Eine mühsame Plackerei, die sich jedoch lohnte. Er brachte sämtliche Spielzeuge unter die Leute. Zwar nicht gegen Geld, doch immerhin gegen die unterschiedlichsten Lebensmittel.

Ermutigt durch diesen Erfolg entwarf Godtfred weitere Spielzeugmodelle. Das Sortiment erweiterte sich unter anderem um Autos oder zusammenklappbare Puppenhäuser. Doch ein finanzieller Aufschwung sollte lange Zeit ausbleiben. Die 1930er überstand der Betrieb letztlich, weil Oles neun Geschwister mit einem Darlehen aushalfen. Verbunden übrigens mit dem dringenden Hinweis darauf, der Bruder möge mit der Finanzspritze bitteschön etwas Sinnvolleres herstellen als ausgerechnet Spielzeuge. Erst gegen Ende des Jahrzehnts stand die Firma wirtschaftlich so gut da, dass sie anderen Familien wieder Arbeit geben konnte. Allerdings nicht, weil Ole den Ratschlag der Geschwister beherzigt hatte. Sondern weil er an seinem Sortiment festgehalten, stur an den Erfolg geglaubt und glücklicherweise Recht behalten hatte.

Trotz der ständig knappen Kassen bestand der Firmengründer stets darauf, sämtliche Waren in perfekter Qualität abzuliefern. Bis heute erzählen die Dänen die Anekdote, dass Godtfred einst bei den Herstellkosten sparen wollte und die sonst dreifache Lackschicht nur doppelt ausführte. Stolz auf seine günstige Neuerung berichtete er dem Vater. Der allerdings schickte ihn umgehend zum Bahnhof, um die bereits versendeten Waren zurückzuholen und erwartete, dass der