



# Spielen wir eine Partie?

Schmidt Spiele, seit dem Jahr 1997 Tochterunternehmen der Berliner Karl-Blatz-Gruppe, spielt auch wirtschaftlich erfolgreich mit

von *Almut Kaspar*

**E**r hatte bereits ein Geschäft für Lebensmittel geführt, Schuhe mit Holzsohlen fabriziert und einen Wein- und Spirituosen-Handel aufgezogen, bis er sich 1907 nebenbei an einem Brettspiel versuchte. Damit wollte der Münchner Kaufmann Josef Friedrich Schmidt – damals 36 Jahre alt – seine drei lebhaften Söhne beschäftigen. „Mensch ärgere Dich nicht“ nannte er das Spiel, für das er sich an einer Variante des jahrtausendealten indischen Nationalspiels „Pachisi“ orientierte.

## Spiele als Spende für Kriegsversehrte

Als auch Freunde und immer mehr Bekannte danach fragten, richtete sich Schmidt eine Werkstatt ein und gründete schließlich 1916, mitten im Ersten Weltkrieg, die Spielefabrik J. F. Schmidt. Der Erfolg stellte sich ein, als er 3.000 „Mensch ärgere Dich nicht“-Spiele kostenlos in Lazarette schickte, wo sich die verwundeten Soldaten

*Der Klassiker unter den Schmidt-Spielen „Mensch ärgere Dich nicht“ als Filmstar: in der gleichnamigen Schmonzette mit Uschi Glas und Georg Thomalla aus dem Jahr 1972*





damit die Zeit vertrieben und per Feldpost davon nach Hause berichteten. Schon bis 1920, zwei Jahre nach Kriegsende, hatte Schmidt bereits eine Million seiner Spiele abgesetzt.

1997 musste die Firma Schmidt Spiel + Freizeit GmbH Insolvenz anmelden und wurde von der Berliner Karl-Blatz-Gruppe übernommen, wo sie dann unter Schmidt Spiele firmierte. Heute ist die Schmidt Spiele GmbH ein eigenständiges Tochterunternehmen des Blatz-Unternehmens Good Time Holding mit Sitz in Berlin. „Während Schmidt Spiele Puzzles, Spiele, Plüsch- sowie Holzspielzeug entwickelt und vertreibt, übernimmt die Good Time Holding als führendes Unternehmen im Bereich Kinder- und Familien-Entertainment die kaufmännische Verwaltung und Steuerung der Tochterunternehmen“, erklärt Schmidt Spiele-Geschäftsführer Axel Kaldenhoven, der die Firma gemeinsam mit Martina Priemer führt. Daneben betreibt die Holding ein Logistikzentrum in Brandenburg, in dem sich auch das Lager von Schmidt Spiele befindet. Derzeit gibt es über 800 verschiedene Produkte im Sortiment: 460 Puzzles, 130 Plüsch-Artikel, 190 Spiele, zu denen auch die anspruchsvollen Kinderspiele der Marke Drei Magier zählen, und 50 Selecta-Holzspielzeuge.

#### Brettspiele: ein Wachstumsmarkt

„Die Brettspiel-Branche ist weiterhin stark wachsend“, sagt Kaldenhoven, „was sich auch in unseren Umsatzzahlen widerspiegelt – im vergangenen Jahr konnten wir eine Umsatzsteigerung von elf Prozent erzielen, im Bereich Familienspiele sogar ein Plus von 19 Prozent.“ Dazu hat vor allem „Die Quacksalber von Quedlinburg“ für erfahrene Spieler beigetragen, ausgezeichnet als „Kennerspiel des Jahres“. Der Erfinder dieses Spiels, Wolfgang Warsch, ist auch Autor von „Die Tavernen im Tiefen Thal“, das den 2. Platz beim Deutschen Spielepreis 2019 belegte. „Wirtschaftlich gesehen“, weiß Schmidt Spiele-Chef Kal-

denhoven, „garantieren Preisträger-Spiele einen großen Erfolg, da die Jury-Auszeichnungen für viele Konsumenten mit in die Kaufentscheidung einfließen – zudem sind die renommierten Preise Bestätigung unserer Arbeit und motivieren uns, weiterhin qualitativ hochwertige Produkte zu entwickeln.“

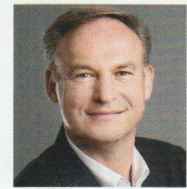
Dafür trifft man sich regelmäßig mit Spiele-Autoren, etwa auf der Spielwarenmesse in Nürnberg, der Spielmesse in Essen oder dem Autorentreff in Göttingen. „Dort präsentieren sie uns ihre Ideen, und wir besprechen dann gemeinsam, ob eine Idee Potenzial hat und zu uns passen könnte.“ Es gebe auch viele Einsendungen von Spielekonzepten oder Prototypen. Mit manchen Autoren arbeitet die Firma schon seit Jahren zusammen, bei vielen begann die Entwicklung von Spielen als Hobby neben dem Beruf und wurde schließlich zum Vollzeit-Job.

#### Spiele durchlaufen zahlreiche Test

Von den insgesamt 40 Beschäftigten bei Schmidt Spiele kümmern sich elf um die Sichtung und Umsetzung von Spielideen sowie die Entwicklung des Holzspielzeugs von Selecta. Das Redaktionsteam arbeitet dabei auch mit Pädagogen und Psychologen zusammen, damit Spiele für die entsprechenden Altersgruppen geeignet sind und sowohl Kinder als auch Erwachsene weder über- noch unterfordert werden.

„Daher“, so Axel Kaldenhoven, „wird jedes Spiel mehreren Tests unterzogen, ehe wir es auf den Markt bringen.“ Pro Jahr werden im Schnitt 50 neue Brett- und Kartenspiele aufgelegt – unter den Neuheiten von 2019 sind Familienspiele wie „Hilo“ oder „Die Inseln im Nebel“ und Kinderspiele wie „Benjamin Blümchen – Das Spiel zum Film“ oder „Monsterjäger“.

Auf das Weihnachtsgeschäft, das für Schmidt Spiele enorm wichtig ist, hat man sich wie jedes Jahr lange im Voraus vorbereitet. „Auch wenn der Trend immer mehr zu elektronischen Geräten und anderen hochpreisigen Luxusgütern geht, sind Karten- und Brettspiele als Geschenke dauerhaft beliebt“, sagt Geschäftsführer Kaldenhoven. Auch „Mensch ärgere Dich nicht“, von dem jährlich etwa 400.000 Exemplare über die Ladentheken gehen, wird wieder massenhaft unter den Weihnachtsbäumen liegen. Bis heute sind mehr als 90 Millionen dieses Brettspiel-Klassikers verkauft worden. ■



„Auch wenn der Trend immer mehr zu elektronischen Geräten geht, sind Karten- und Brettspiele als Geschenke dauerhaft beliebt.“

**Axel Kaldenhoven**  
CEO Schmidt Spiele



Der große Wurf:  
Seit 1972 verkauft  
Schmidt Spiele  
das Würfelspiel  
„Kniffel“

**90**

Millionen „Mensch Ärgere Dich nicht“-Spiele wurden bis heute verkauft.