

# Der Mann, der 20 Millionen Spiele verkauft hat

Jeder zweite Deutsche erwirbt ein Spiel im Jahr. Die Chance ist groß, dass es von Reiner Knizia entworfen worden ist. Über einen, der immer weiter Ideen umsetzt für eine boomende Branche.

Von Sabine Buchwald

Egal wie dick es kommt, es gibt eine Lösung: spielen. „Wir sehen ja, wie verrückt die Welt ist“, sagt Reiner Knizia auf die Frage, warum Eltern zusammen mit ihren Kindern spielen sollten. „Der Mensch ist ein auf Gemeinschaft angelegtes Wesen, das Miteinander, das Aufeinandergehen ist wichtig für die persönliche und menschliche Entwicklung. Ich kann etwas ausprobieren, ich werde dafür nicht bestraft, ich lerne soziales Verhalten, mich an Regeln zu halten.“

Knizia hat keine lieblichen Kinder, aber er ist der Vater von rund 800 Spieletiteln. Und drückt es so aus: „Ich habe 800 Kinder.“ Es sind Brett- und Kartenspiele, mit und ohne Würfel oder Spielfiguren, manche haben Elektronik, meist sind sie sehr bunt verpackt in großen und kleinen Schachteln, auf denen verrückte Namen stehen wie Heck Meck am Bratwurmeck, Whoowasit, Schotten Totten, Mlem, Ping-Party, Karate Tomate oder L.A.M.A. Von Knizia stammen auch die Bestseller Keltis und Lost Cities, El Dorado und die spielerische Umsetzung von Tolkiens „Herr der Ringe“. Knizia-Spiele werden weltweit verkauft. Reiner Knizia gehört zu den erfolgreichsten Spieledesignern Deutschlands, er hat weltweit mehr als 20 Millionen Spiele verkauft.

Schon mit sechs Jahren schickt er Entwürfe an den Ravensburger Verlag

Nach vielen Jahren in England ist Knizia, auch wegen des Brexit, zurück in München. Es läuft offensichtlich gut für ihn hier. Im vergangenen Jahr hat er mit seiner Firma ein zweites Büro bezogen. Es liegt in einem unscheinbaren Schwabinger Mietshaus, nicht weit entfernt von der Münchner Freiheit. Die Räume sind hell, ausgestattet mit vielen weißen Schränken und Regalen, in denen Spiele von A bis Z eingeordnet sind. Das Sortiment endet mit dem Kartenspiel Zero und dem Kleinkind-Spaß Zwergenkönig.

Karen Easteal, Knizias enge Mitarbeiterin, öffnet die Tür mit einem breiten Lachen. Sie hat alle Mails beantwortet, den Termin mit ihm vereinbart. Sie ist sein „Operation Manager“. Seit 20 Jahren arbeitet sie für ihn. Die beiden sprechen auf Englisch miteinander, Easteal stammt aus Schottland.

Auf Fotos von Veranstaltungen ist ihr Chef meist mit einer Fliege unter dem Kinn zu sehen, Typ: kauziger Professor. An diesem Winternachmittag hat er sich eine mit kleinen bunten Karos um den Hemdkragen gebunden. Er trägt sie zu einem dunkelblauen, knitterfreien Sakko. Diese kleine Skurrilität bricht das formelle Erscheinungsbild von Knizia, der so schnell spricht wie jemand, der sehr viel zu tun hat.

Der Spieledesigner ist Jahrgang 1957, hat beruflich eigentlich alles erreicht, denkt aber keineswegs ans Aufhören. Sein Studium der Physik und Mathematik in Ulm und Syracuse in den USA schloss er mit einer Promotion ab. Er strebte anfangs

eine akademischen Karriere an...Vorlesungen halten, das hat mir sehr gefallen, ich konnte mir kaum vorstellen, aus der Universität rauszugehen“, sagt Knizia. Dann kam 1993 das Angebot, für eine große deutsche Bank nach England zu ziehen. 18 Monate waren geplant, letztlich wurden 23 Jahre daraus.

Neben der Managerlaufbahn führte er damals schon ein Leben als Spieleentwickler. 1997 gab er schließlich die Sicherheit der Festanstellung auf, machte das Hobby zum Lebensinhalt. Knizia sagt: „Ich habe mich gegen das Geld und für die Liebe entschieden. Zu meinem 40. Geburtstag habe ich mir die Freiheit geschenkt.“ Die Freiheit, kreativ zu sein, an unterschiedlichsten Themenwelten mit Spielbrettern und -figuren zu arbeiten. 1993 hatte er für das Spiel Modern Art, in dem die Spieler zu Kunsthandlärern werden, den Deutschen Spielpreis bekommen. 1998 dann erneut für Euphrat und Tigris, ein Brettspiel, das 3000 Jahre zurück nach Mesopotamien führt.

Geboren und aufgewachsen ist Knizia im bayerisch-schwäbischen Illertissen bei Ulm, was man ihm nicht anhört. Schon mit sechs Jahren dachte er sich erste Spiele aus, die er „ganz dilettantisch“ an den Ravensburger Verlag schickte. Zurück kamen aber nur Absagen. „Da bekommt man dann schöne, motivierende Antworten, so dass man auf Ravensburger nicht sauer ist“, erzählt Knizia. Spiele habe es dort, wo er wohnte, nur bei einem Friseur zu kaufen gegeben. Die Auswahl war nicht groß, und so hat er sich dann eben selbst welche überlegt. Als Kind habe er vor allem mit seinen Freunden gespielt, sagt Knizia, seine Eltern hätten wohl nicht viel Zeit und Mühe dazu. „Leider, ich habe das vermisst. Aber sie waren Geschäftsleute.“ Für ihn ist es ein Unterschied, ob man mit den Freunden oder den Eltern spielt. Warum? „Eine Familie, das ist ein Wert. Und das Spielen mit der Familie ist aus meiner Sicht ein kultureller Wert.“ Ihn zu bewahren ist ihm wichtig. Daran arbeitet er. Er fühlt sich berufen dazu.

In den Testrunden werden die Regeln nachgeschärft. Manches wird verworfen

Knizia, mit dem man an einem weißen Konferenztisch sitzt, steht auf und öffnet die Schranktüren hinter sich. Hier lagern, ordentlich beschriftet, Schachteln mit Prototypen von neuen Spielen. „Vergessen Sie sofort wieder die Namen!“, befiehlt er. Es sind Entwürfe, aus denen am Ende oft etwas ganz anderes entsteht. „Die erste zündende Idee ist ja nur der Ausgangspunkt“, sagt Knizia. Danach beginne eine sehr lange Phase der Recherche, des Analysierens, des Überdenkens. Bis zum Probespielen dauert es. Während der Spielerunden mit Testern werden dann kritisch die Regeln nachgeschärft, manches muss verworfen werden. „Es ist wie ein Kind aufziehen, dafür braucht es viel Zeit und Energie.“

Warum macht Knizia immer weiter? Weil er noch viele Ideen hat. „Spiele sind ein Spiegel unseres Lebens, es passieren ja auch ständig neue Dinge“, sagt er. Ein krie-

gerisches Spiel, das aktuelle Konflikte abbildet, werde es aus seinem Haus aber nicht geben. Gewaltverherrlichende Messages möchte er nicht in die Familien schicken. Neben seinen anscheinend unendlich vielen Einfällen treibt Knizia auch der stetig wachsende Spielmarkt an. Er sagt: „Der ist gigantisch, inklusive Elektronik-Spiele ist es der größte Freizeitmarkt, größer als Filme, Reise, Sport.“

Allein der Brettspiele-Umsatz in Deutschland wächst jährlich um mehr als zehn Prozent. „Die Verlage fragen stetig nach Neuem, wollen sich abheben von der Konkurrenz“, sagt Knizia. Ein wichtiger Ansatzpunkt seien Ergänzungen für bereits erfolgreiche Spiele. So gibt es von Keltis etwa eine Erweiterung, ein Kartenspiel, eine kleinere Version, ein sogenanntes Mitbringspiel, und anderes mehr. All diese Versionen unterstützen einander gegenseitig im Verkauf.

Als man fragt, welche denn seine erfolgreichsten Kinder seien, entgegnet Knizia mit der Frage: „Was ist schon erfolgreich?“ Für ihn gibt es darauf mehrere Antworten. Das Prädikat „Spiel des Jahres“ zu bekommen, wie für Keltis, das sei ein Erfolg, der das Renommee steigere. „Kinderspiel des Jahres“ zu werden, wie für Wer war's, hat sich auch finanziell sehr bemerkbar gemacht. Ein Überraschungserfolg war das Kartenspiel mit dem Lama. Knizia hatte es eigentlich mit einem Moskito konzipiert. Schon bald nach Veröffentlichung wurde es mehr als eine Million Mal verkauft. Manche Spiele gewinnen Preise – und bleiben dennoch im Laden liegen. Es gibt kein Erfolgsrezept. „Spieleerfinden ist eine Kunst, keine Wissenschaft“, sagt Knizia. Es reiche nicht, kreativ zu sein, man müsse auch etwas von Betriebswirtschaft verstehen. Nicht selten kommt es auf die Aufmachung und den Verlag an, der noch kräftig mitredet. Knizias Spiele werden weltweit verkauft. Die Ordner mit den Lizenzverträgen füllen viele Meter in seinen Schränken. Was aber zeichnet Knizias Spiele aus? Ein Anruf bei Tom Werneck, 66, in Haar



Reiner Knizia, der Physik und Mathematik studiert und dann auf Spiele designer umgesattelt hat: Auf seiner Schulter sitzt Inspektor Cotta. FOTOS: ROBERT HAAS



bei München, Erster Vorstand des Bayerischen Spielearchivs. Er erkennt eine eindeutige Handschrift bei dem Münchner Spiele-Autor. „Es steckt fast immer ein mathematisch-wissenschaftlicher Ansatz dahinter“, Knizia denke mathematisch, sagt Werneck, der viele Jahre bei Siemens gearbeitet hat, nicht abwertend versteht. Er schwärmt von Heckmeck am Bratwurmeck („ein saudummer Titel“): „Einfach und eingängig, mit einer unheimlichen Qualität. Kinder lernen ganz nebenbei Wahrscheinlichkeitsrechnung.“

Zusammen mit Bernward Töhl begründete Werneck 1979 den Kritikerpreis „Spiel des Jahres“. Noch bis vor zwölf Jahren war er Teil der mehrköpfigen Jury und hat dafür gut 600 Spiele jährlich ausprobiert. „Das ist eine große Verantwortung“,

sagt er, „mit dem Preis greift man in ein Firmengeschehen ein.“ Werneck erklärt es so: Brettspiele erscheinen üblicherweise in einer Auflage von 3000 bis 5000 Stück. Mit der Auszeichnung schnell die Auflage um den Faktor 100 nach oben. Mit dem Preis, sagt Werneck, habe man damals die Hersteller gezwungen, bessere Qualität zu produzieren, „mehr Input in die Schachteln zu bringen“. Gleichzeitig ist das Prädikat eine Empfehlung für den Kunden. Dadurch sei aus einer vor sich hindrängelnden Industrie eine ernstzunehmende Branche geworden. „Jeder zweite Deutsche kauft ein Spiel im Jahr.“

Werneck gefällt die Entwicklung der Spiele in den vergangenen Jahrzehnten hin zu mehr Kooperation. Für ihn ist Klaus Teubers Siedler von Catan, Spiel des Jah-

res 1995, ein Ausdruck europäischen Denkens. „Jeder verfolgt seine Interessen, aber es ist ein Geben und Nehmen, sonst kommt man nicht weiter.“ Warum boomen die Schachtspiele noch immer, trotz Computergames und Social-Media-Sog? „Es ist eine Reaktion der Menschen, die das Bedürfnis haben, miteinander zu sein. Spiele bringen einen in Kontakt mit allem, was das Leben zu bieten hat.“

„Die Leute wollen heute keine langen Regeln mehr lesen.“

Sebastian Pfaller, 39, beobachtet die Entwicklung auf dem Spielmarkt auch aus wissenschaftlicher Perspektive. Er ist Mitarbeiter im Deutschen Spielearchiv in Nürnberg. Er spricht mit großen Respekt über das fantasievolle Œuvre von Reiner Knizia. „Er hat zu allen Themen schon etwas veröffentlicht“, sagt er. Er führe die Spieler in immer neue Welten. Nach Ägypten, Indien, zu den Samurai, durch die Wüste, mal tollen Katzen durchs Weltall, mal ist ein gestreifter Lemur der Held, wie der niedliche Inspektor Cotta. Die Leute verlangen nach Abwechslung, weiß Pfaller. „Früher wurde ein Spiel 35 Mal gespielt, heute werden 35 Spiele ein Mal gespielt.“

Knizias Arbeit ist also weiterhin gefragt. Mehrere Wochen im Jahr zieht er sich zurück, weg von den unternehmerischen Pflichten. Er nennt es „Designtretat“. Nachts um drei aufstehen, Einfälle umsetzen, das gibt ihm viel. „Das lädt mich auf, daraus ziehe ich meine Energie.“ Was ihm in den Kopf kommt, sollte möglichst in den Trend passen. Knizia ist klar, dass es in der Welt heute dynamischer zugeht. „Die Leute wollen rasch anfangen, keine langen Regeln mehr lesen, es muss wie bei einem Krimi schnell etwas passieren“, sagt er. Aber der Mathematiker hat kein Problem, sich anzupassen, er will Menschen glücklich machen. Auf seiner Visitenkarte steht: „Bringing Enjoyment to the People.“