

In der Innenstadt von Gera erfreut das „Steko Spielhaus“ seit vielen Jahren Groß und Klein mit liebevoll ausgewählten Spielwaren.

„Kinder brauchen nicht viel Spielzeug, sondern gutes Spielzeug“

Mit ausgesuchten Holzspielwaren, einem eigenen Stecksystem und viel Beratung zeigen sich Thomas Seidel und seine Frau Cornelia in Gera als spezialisierter Fachhändler mit Haltung. Im Mittelpunkt von „Steko Spielhaus“ steht bewusst ausgewähltes Spielzeug.



Holzspielzeug und Naturwaren stehen im Mittelpunkt des Portfolios.

Die Inhaber verkaufen in ihrem Geschäft nur Produkte, hinter denen sie zu 100 % stehen.



Thomas Seidel und seine Frau Cornelia sind die tragenden Säulen von „Steko Spielhaus“.

Thomas Seidel ist gelernter Tischler. Dass er einmal ein Spielwarengeschäft führen würde, war nicht geplant. Gesundheitliche Probleme setzten seinem ursprünglichen Beruf jedoch ein Ende. In dieser Phase entstand die Idee, ein besonderes Stecksystem für Spielplätze zu entwickeln – robust, aus Holz, ohne Schrauben und so konstruiert, dass Kinder eigenständig bauen können. Auf dieser Grundlage entstand 2003 zunächst ein eigenes Unternehmen, das das „Steko Spielhaus“-System an Kindergärten, Schulen und andere (soziale) Einrichtungen verkauft. Das System ist für öffentliche Einrichtungen TÜV-geprüft und wird im Eigenvertrieb vermarktet. Zwei große Aufträge gaben der jungen Firma damals den nötigen finanziellen Schub, um die Selbstständigkeit weiter auszubauen.

Vom Stecksystem zum Ladengeschäft

2008 ergab sich der nächste Schritt: In Chemnitz wurde ein Spielwarengeschäft für das Stadtzentrum gesucht. Thomas und Cornelia Seidel prüften die Chance sorgfältig – auch mit Blick auf regelmäßige, verlässlichere Einnahmen als Ergänzung zum Projektgeschäft mit dem Stecksystem. Im Dezember 2008 eröffneten sie in Chemnitz ihr erstes stationäres Fachgeschäft. Fünf Jahre später fokussierte die Familie ihren Lebensmittelpunkt auf Gera. 2013 erfolgte der Umzug des Geschäfts dorthin. Heute sind Thomas Seidel als Inhaber und seine Frau die tragenden Säulen von „Steko Spielhaus“. Unterstützt werden sie von einer stundenweise beschäftigten Bürokräft. Das heutige „Steko Spielhaus“ verfügt über etwa 100 m² Verkaufsfläche. Der Laden liegt rund 50 m vom Markt entfernt in einer Lage, die Thomas Seidel als zwischen 1b und 1c beschreibt. Parkplätze befinden sich nicht direkt vor der Tür, da es sich um eine Fußgängerzone handelt. Zum Be- und Entladen können Kunden jedoch in die Straße hineinfahren.

Die frühere Filiale in Chemnitz wurde im vergangenen Jahr im September geschlossen. Neben den wirtschaftlichen Rahmenbedingungen im stationären Handel spielte dabei auch eine Rolle, dass das Inhaber-Ehepaar nicht dauerhaft zwischen Gera und Chemnitz pendeln wollte.

Klare Sortimentslinie

Das Profil von „Steko Spielhaus“ basiert auf einer klaren Auswahlstrategie. Thomas Seidel formuliert es so: „Prinzipiell verkaufe ich nur das, was ich auch meinen eigenen Kindern gekauft hätte.“ Dieser Maßstab schließt vieles aus. Im Mittelpunkt stehen Holzspielwaren und Produkte, die Kreativität, Rollenspiel und logisches Denken fördern, einen hohen Spielwert besitzen, gewaltfreies Spielen ermöglichen und langlebig sowie zeitlos sind. Trendabhängige oder kurzlebige Hypes haben im Regal keinen Platz. Ein Beispiel nennt Thomas Seidel ausdrücklich: „Trendspielzeug wie Fidgetspinner kommt nicht in meinen Laden.“ Stattdessen setzt er auf ein bewusst schmales, aber sorgfältig kuratiertes Herstellerspektrum. Zu den wichtigsten Lieferanten zählen unter anderem Goki, Djeco, Londji,

Steko Spielhaus
Gegründet: seit 2013 in Gera, vormals ein Geschäft in Chemnitz (von 2008 bis 2025)
Inhaber: Thomas und Cornelia Seidel
Verkaufsfläche: ca. 100 m²
Sortiment: mit viel Sorgfalt ausgewählte Spielwaren. Im Fokus stehen Holzspielwaren und Produkte, die Kreativität, Rollenspiel und logisches Denken fördern.
Besonderheiten: Die Ladeneinrichtung besteht komplett aus dem eigenen Stecksystem. Zudem setzt „Steko Spielhaus“ stark auf persönliche Bindung und Service.

SmartGames und Grimms; auch Brio ist im Sortiment vertreten. Ergänzend führen die Seidels eine Plüschreihe, Karten und weitere ausgewählte Artikel. Die Auswahl ist bewusst überschaubar gehalten.

Auf der Spielwarenmesse in Nürnberg, die Thomas Seidel seit 2009 besucht, kamen von Anfang an nur wenige Anbieter für ihn infrage. Heute ermöglicht diese Konzentration eine klare Sortimentslinie, macht den Einkauf aber mitunter anspruchsvoller. Mit den meisten Lieferanten zeigt sich der Händler sehr zufrieden. Dort, wo die Konditionen sich verschlechtert und Bonusprogramme zunehmend nur noch große Kunden bevorzugt hätten, habe er allerdings Konsequenzen gezogen und sich getrennt.

Ein Laden wie ein Baukasten

Eine Besonderheit von „Steko Spielhaus“ ist die Ladeneinrichtung: Sie besteht komplett aus dem eigenen Stecksystem. Regale, Präsentationsflächen und sogar der Tresen werden aus den selbst erfundenen Holzelementen aufgebaut. Kunden erkennen das nicht immer sofort, spüren aber, dass „irgendwas anders“ ist als in herkömmlichen Läden. Seine Frau, ausgebildete Schauwerbegestalterin bzw. Dekorateurin, sorgt außerdem dafür, dass der Laden nicht überfrachtet wirkt. Die Gestaltung legt Wert auf Übersichtlichkeit und eine angenehme Atmosphäre. Die Fläche ist grob nach Altersgruppen und Themen strukturiert: Im vorderen Bereich dominieren Baby- und Kleinkindartikel

sowie Outdoor-Spielzeug, im hinteren Bereich finden sich kreative Produkte, Spiele und Bastelmaterialien. Die drei Schaufenster – zwei neben dem Eingang, eines in eine Seitenstraße – sind das Refugium von Cornelia Seidel. Sie messen je rund 160 bzw. 130 Zentimeter und werden regelmäßig neu dekoriert. „Das, was wir im Schaufenster haben, verkaufen wir auch gut“, erklärt Thomas Seidel. „Meine Frau präsentiert die Ware dort so schön, dass die Leute stehen bleiben und sich inspirieren lassen.“ Das Feedback der Kundschaft bestätigt diesen Ansatz. Immer wieder hört Thomas Seidel Sätze wie: „Wenn wir reinkommen, dann ist der Laden nicht überfrachtet, sondern sehr übersichtlich und schön.“ Eine Kundin aus Dresden brachte es für ihn auf den Punkt: In ihrer Heimatstadt gebe es mindestens drei Läden mit einem ähnlichen Sortiment – „aber hier ist es einfach schöner“. Für Thomas Seidel ist das eine zentrale Bestätigung: „Die Kunden, die zu uns kommen, sind meist begeistert. Wir haben nur Lob von unseren Kunden

„Für Kinder bedeutet Freude am Spiel, Freude am Leben.“

Thomas Seidel

bekommen, was wir für ein ausgewähltes und schönes Sortiment haben – das motiviert mich jeden Tag.“

Service, Nähe und Werkstatt: Kundenbindung im Detail

„Steko Spielhaus“ setzt stark auf persönliche Bindung und Service. Eine Treuekarte mit Stempeln belohnt regelmäßige Einkäufe: Nach zehn Einkäufen erhalten Kunden eine Gutschrift von 10 €. Für Geburtstage bietet das Team sogenannte Wunschekörbchen an, die Kinder im Vorfeld mit Produkten füllen können, die sie sich wünschen. Ein weiterer Baustein ist die Möglichkeit, Produkte im Laden auszupacken und anzufassen. „Wir können eigentlich alles auspacken, damit Kunden es auch anfassen können“, sagt Thomas Seidel. Ergänzt wird dies durch eine



» eigene kleine Werkstatt. Dort repariert er Holzspielzeug oder fertigt Ersatzteile an. Innerhalb der Stadt ist auch eine Anlieferung von Einkäufen möglich. Seit Corona gehört außerdem ein kleines, ökologisch ausgerichtetes Drogeriesortiment zum Angebot – etwa Getreidemühlen oder Öle. Es soll inhaltlich zum Schwerpunkt Holzspielwaren passen. „Ökologisch und gesund leben“ beschreibt Thomas Seidel den Leitgedanken dahinter.

Eigene Holzprodukte: Kleinserien mit hohem Anspruch

Die handwerklichen Wurzeln sind im Sortiment ebenfalls sichtbar. Neben dem großen Stecksystem für den Außenbereich hat Thomas Seidel eigene Holzfahrzeuge entwickelt – einen Bagger für Kinder ab zwei Jahren, mit denen im Sand „richtig schön gebaggert“ werden kann, sowie einen Dumper mit Muldenwanne. Wichtig waren ihm dabei Formen, Haptik und Verarbeitung: Der Dumper ist zweifarbig geölt, die Anmutung deutlich hochwertiger als bei standardisiertem Spielzeug aus Plastik.

Hinzu kommen Bauernhof und Puppenstube aus Holz zum Zusammenstecken, die sich schnell auf- und abbauen lassen und damit nicht dauerhaft im Kinderzimmer stehen müssen. Produziert wurden diese Artikel in Kleinserien von Hand. Die hohen Herstellungskosten führten jedoch dazu, dass sich diese Produkte im regulären Verkauf kaum durchsetzen ließen. Aktuell werden die vorhandenen Bestände abverkauft; eine laufende Serienfertigung findet nicht mehr statt.

Persönlich aber ist dieser Teil des Geschäfts für Thomas Seidel nach wie vor wichtig: Die Vorbereitung an der Maschine und der Moment, in dem ein Fahrzeug fertig wird, sind für ihn „immer wieder eine Freude“.

Digital zurückgenommen: Fokus auf stationären Handel

Einen eigenen Onlineshop hatte „Steko Spielhaus“ vor Corona bereits aufgebaut. Thomas Seidel investierte in die Plattform und stellte zusätzlich eine Mitarbeiterin ein. Dennoch blieb der Umsatz hinter den Erwartungen zurück. Bestellungen kamen v. a. dann, wenn bestimmte Artikel anderswo nicht mehr verfügbar waren – und in der Hauptsaison rund um Weihnachten, wenn im Ladengeschäft ohnehin genug zu tun war. Heute gibt es keinen klassischen Webshop mehr. Der Fokus liegt klar auf dem stationären Handel. Im Bereich Social Media arbeitet „Steko Spielhaus“ mit einer Agentur zusammen.

Etwa alle 14 Tage werden neue Produkte, Aktionen oder Veranstaltungen vorgestellt. Besonders gut funktionieren kurze Filme, in denen Thomas Seidel selbst zu sehen ist – dann sind die Reichweiten am höchsten.

Saisonale Themen sind im Geschäft von einer eher untergeordneteren Bedeutung.

Eine besondere Rolle nehmen lediglich große Festtage wie Ostern und Weihnachten ein. Andere saisonale Themen, etwa Halloween, werden aus persönlicher Überzeugung bewusst nicht aufgegriffen. Diese Haltung ist Teil des Profils, ohne offensiv im Vordergrund zu stehen.

Insgesamt spiegelt das Sortiment eine Kombination aus Qualitätsanspruch, langlebigen Produkten und einer klaren Vorstellung davon wider, was gutes Spielzeug leisten soll. Thomas Seidel fasst das in einem Satz zusammen, der für ihn Leitlinie ist: „Kinder brauchen nicht viel Spielzeug, sondern gutes Spielzeug.“

Herausforderungen im Markt: Online, Innenstädte, Demografie

Die größte Herausforderung sieht Thomas Seidel im Spannungsfeld zwischen stationärem Handel und Internet. Er spricht von einem „unfairen Wettbewerb“, wenn Onlineanbieter und Innenstädte mit sehr unterschiedlichen Rahmenbedingungen konfrontiert sind. Mit Sorge beobachtet er, dass in vielen kleinen und mittleren Städten der Handel ausdünnert und damit auch die Frequenz in den Innenstädten sinkt.

Hinzu kommt, dass viele Menschen ihr Geld derzeit eher zusammenhalten und Ausgaben verstärkt in Urlaub oder Gastronomie fließen. Spielzeug sei „nicht existenziell wichtig“ – diese Verschiebung spüre der Fachhandel deutlich. Auch den Geburtenrückgang und eine gewisse Marktüberflutung mit Spielwaren nimmt Thomas Seidel wahr. Parallel dazu bauen Drogerien und Discounter ihre Nonfood-Programme aus und bieten immer mehr Spielzeug an. Für seinen eigenen Standort in Gera bedeutet das: Er und seine Frau müssen sich immer wieder etwas einfallen lassen, um Kunden mit bewusst ausgewählten Produkten und persönlicher Ansprache zu erreichen – und um zu vermitteln, dass Qualität und Langlebigkeit beim Spielzeug einen Unterschied machen.

Mein Fazit

„Steko Spielhaus‘ positioniert sich als Fachgeschäft, das Holzspielwaren und qualitativ hochwertige Produkte bewusst in den Mittelpunkt stellt. Die Kombination aus eigenem Stecksystem für die Ladeneinrichtung, klaren Sortimentskriterien, christlich-sozialem Engagement im Hintergrund, handwerklicher Kompetenz und konsequent gelebtem Serviceprofil unterscheidet das Geschäft von vielen Mitbewerbern. Trotz der spürbaren Herausforderungen im stationären Handel bleibt die Linie von Thomas Seidel unverändert: kein Trendspielzeug um jeden Preis, sondern eine Auswahl, hinter der er persönlich steht.“

das spielzeug-Redakteurin Susanne Böhm

