

toyetic

abgeleitet aus engl.: *toy* = Spielzeug; dt. etwa: Spielbarkeit

Als *toyetic* wird gelegentlich ein narrativer Text resp. das Konzept eines solchen bezeichnet, der im Merchandising ein hohes Vermarktungspotential beinhaltet. Der Begriff wurde wohl 1977 von Bernie Loomis, der damals Chef von Kenner Products war, die durch die *Star-Wars*-Spielzeuge bekannt wurden, im Zusammenhang mit dem Steven-Spielberg-Film *Close Encounters of the Third Kind* geprägt. Gemeint war damit, dass ein narrativer Text zur spielerischen Inszenierung unter Einsatz von viel Spielzeug geeignet ist. Das Prinzip der Spielbarkeit als Grundlage der Herstellung von Merchandising-Produkten (nicht nur für Kinder) ist viel älter, erreichte in den 1960ern erste Höhepunkte (etwa in den puppenanimierten Filmen der britischen SF-Serie *Thunderbirds*, 1964-66, die die Vorlage zu über 3.000 Merchandising-Produkten war) und ist bis heute ein Zentrum der Vermarktung von Filmen, Filmkonzepten und -ideen geblieben.

Literatur: Kurwinkel, Tobias: Medienverbund. In:/Lexikon des Kinder- und Jugendfilms im Kino, im Fernsehen und auf Video/. Hrsg. von Horst Schäfer. /Teil 6: Genre, Themen und Aspekte/. 42. Ergänzungslieferung. Meitingen: Corian-Verlag 2013, S. 1-6.

Verfasser: [JVH](#)

From:

<https://filmlexikon.uni-kiel.de/> - **Das Lexikon der Filmbegriffe**

Permanent link:

<https://filmlexikon.uni-kiel.de/doku.php/t:toyetic-8715>

Last update: **2015/05/10 18:19**

