

# Der Loom-Boom geht um die Welt

Gummibänder und Webrahmen als angesagtes Trendspielzeug

Sie sind der Renner unter Kindern: bunte Armbänder und lustige Tiere - selbst gewebt aus kleinen Gummibändern. Rainbow Loom heißt das Hobby, das von den USA über den Atlantik geschwappt ist. Doch nicht nur emsige Mädchen und Jungen tragen die selbst geloomten Accessoires: Auch Stars und royale Häupter sind mittlerweile im Gummiband-Fieber. „Sie sehen schön aus. Man kann Armbänder oder Freundschaftsarmbänder machen oder eine Leine für die Kuschtiere“, sagt die siebenjährige Charlotte aus Berlin. Sie und ihre vierjährige Schwester Josephine sind seit zwei Wochen im Loom-Fieber. „Ich habe bisher nur Armbänder gemacht. Aber meine Schwester hat auch schon eine Kette und einen Ring gemacht“, erzählt Charlotte stolz. Mit ihrer Begeisterung sind die Geschwister in namhafter Gesellschaft: Das Handgelenk von Pop-Sternchen Miley Cyrus zierte unlängst ein geloomtes Gummiband, ebenso das von Englands Prinz William und von Papst Franziskus.

Mit Armbändchen ging der Loom-Boom im Jahr 2011 langsam los. Fingerfertige Bastler haben mittlerweile aber mithilfe eines extra Rainbow-Loom-Webrahmens auch schon ganze Anzüge, Bikinis oder Handy-Taschen zusammengewebt. Eine wichtige Rolle bei der wachsenden Bekanntheit der bunten Bänder spielt das Internet. Auf Portalen wie YouTube laden tausende Bastler Videos mit Anleitungen hoch. Allein YouTube zählt mittlerweile über eine Million Loom-Filmchen. Das am häufigsten angeklickte Video, eine Anleitung für ein Armband mit Sternenmuster, kommt auf über 25 Millionen Aufrufe.

In Deutschland fiel im Januar auf der Nürnberger Spielwarenmesse der offizielle Loom-Startschuss. „Nach einem zögerlichen Absatz in der Startphase sind die Kiddies jetzt im Rainbow-Loom-Modus“, sagt der Geschäftsführer des Bundesverbands des Spielwaren-Einzelhandels, Willy Fischel. In den Spielwarenläden seien die Utensilien derzeit „ein Renner“. Rund 400.000 Webrahmen und zwei Millionen Pakete mit Gummibändern seien im Laufe der letzten sechs Monate in Deutschland, Österreich und der Schweiz über die Ladentheken gegangen, sagt eine Sprecherin der Rainbow-Loom-Handels-GmbH, die die Bändchen hierzulande vertreibt. Weltweit beziffert der Hersteller den Absatz seiner Webrahmen mit drei Millionen Stück.

Ihren Erfinder Cheong Choon Ng, ein Sicherheitsingenieur aus Detroit im US-Bundesstaat Michigan, haben sie zum Millionär gemacht. Ursprünglich für seine Töchter hatte Ng Unternehmensangaben zufolge einen ersten Webrahmen entworfen, mit dem sie aus Haargummis Armbänder basteln konnten. Später verfeinerte der Tüftler seine Erfindung und brachte sie schließlich in den USA auf den Markt.

Charlotte und Josephine kommen auch ganz ohne Webrahmen aus – sie brauchen nur die kleinen Gummibänder. „Einen Webrahmen benutzen wir gar nicht“, bestätigt ihre Mutter. „Armbänder kann man auch ganz einfach mit zwei Fingern häkeln.“

Was heute Rainbow-Loom ist, war früher etwa Tamagotchi-Ei, Sticker-Album oder der erste Gameboy: Dass ein Spielzeug zum Must-Have auf dem Schulhof wird, kommt immer wieder vor. „Kinder wollen zur Gruppe dazugehören, mitreden können und nicht als Außenseiter auffallen“, sagt die Erziehungswissenschaftlerin und Buchautorin Ute Glaser. Ob die Eltern das Spielzeug kaufen sollten oder nicht, sei Ermessensfrage. „Ratsam ist es immer, Brücken zu bauen“, meint Glaser. Zum Geburtstag oder als Belohnung für Extra-Aufgaben im Haushalt ließen sich kleinere Geschenke rechtfertigen. Eine geschickte Möglichkeit sei es auch zu sagen: „Kauf es dir vom Taschengeld“ oder von Elternseite nur die Hälfte beizusteuern. „Mancher Wunsch hat sich dann sofort erledigt“, sagt Glaser.

Nur von der Prominenz, die sich mit immer neuen Accessoires schmückt, sollten sich Eltern wie Kinder nie beeinflussen lassen, rät sie. Auch wenn sich die Promis dem Loom-Boom ja schon zuhauf verschrieben haben.

AFP