



KNOPF IM OHR



02/2020 Het Steiff Club Magazine

Beste vrienden van Steiff,

de editorial van een magazine is in de regel bedoeld om lezers in de stemming te brengen voor bepaalde inhoud, nieuwtjes, highlights en activiteiten omtrent uw hobby, positieve signalen af te geven en lust te wekken om verder te lezen. Voor het eerst in al die jaren gaat me dat deze keer niet zo eenvoudig af.

De voorbije maanden hebben laten zien hoe zeer de pandemie ons dagelijks leven beheerst. Waarbij de restricties allang naar de achtergrond verdrongen zijn. Behalve de talloze min of meer ingrijpende gevolgen voor ons als individuen, is vooral het gevoel van onzekerheid dat daarmee gepaard gaat kenmerkend. Het zal ons waarschijnlijk nog enige tijd begeleiden. We houden de cijfers en de economische ontwikkelingen nauwlettend in het oog en kunnen momenteel nog niet voorzien wat de volgende weken of maanden voor ons in petto hebben. De toekomst wordt minder berekenbaar. Voor de Steiff Club betekent het verlies van Clubdealers of niet te plannen events op dit moment een enorme beperking.

Maar een crisis biedt ook kansen voor veranderingen en zorgt vaak zelfs dat deze sneller plaatsvinden. Wij proberen om een goede koers uit deze crisis te vinden. Dat is een traject dat u allemaal, lieve clubleden, samen met ons kunt belopen.

Wat het actuele magazine betreft: lees gerust door, ontdek nieuwe en leuke weetjes en vergeet voor een tijdje het virus.

We wensen u het beste en vooral goede gezondheid!

Van harte,
uw

INGE ZINNECKER

Steiff Club Manager

INHOUD

6 Een buiging voor het 140-jarig bedrijfsjubileum – De Margarete Steiff Editie 2020

12 Steiff intern – Een waardig erbetoon

24 Ontdekkingen – Schatten uit het Steiff Archief (10)

39 Geschiedenis – De kunst handpoppen te maken

46 Schouwplaatsen – De grote “teddyberenjacht”

Designer's Choice Pablo teddybeer (art.-nr. 006975, 35 cm) en Katrin Elefante (art.-nr. 006982, 14 cm) horen bij het najaar-/winter-nieuws 2020.

IMPRESSUM

UITGEVER: Margarete Steiff GmbH,
Richard-Steiff-Str. 4, 89337 Giengen an der Brenz, Germany
tel.: 07322 131555, e-mail: info@steiff-club.de
REDACTIE: Inge Zinnecker, Rick Emerson
AUTEURS: Rebekah Kaufman, Daniel Hentschel
FOTO'S: Margarete Steiff GmbH
PRODUCTIE: Hess GmbH – Medien, www.hess-medien.de
Verschijning: twee keer per jaar

steiff.com

Wijzigingen voorbehouden. Nadrukken en kopiëren, ook slechts gedeeltelijk, enkel met nadrukkelijke toestemming van de uitgever. Door het inzenden van manuscripten wordt automatisch ingewilligd met publicatie in het Club Magazine. We behouden ons het recht voor, brieven of bijdragen te bewerken of in te korten. Kleurafwijkingen hebben een druktechnische oorzaak. Alle rechten voorbehouden.

Printed in Germany 07/2020 d – Art.-nr. 918315

INHOUD

	NEWS		THEMA'S
6	De Margarete Steiff Editie 2020 "Big 2020"	12	Steiff intern Een waardig eerbetoon
9	Speciale artikelen Nationale speciale artikelen	14	Cult-Tour E-mail uit de Himalaya
		24	Ontdekkingen Schatten uit het Steiff Archief (10)

	THEMA'S		COMMUNITY
34	Producten Beren en bier	23	Experts Nieuw kinderboek van Matthias Müller-Friedrichs.
39	Geschiedenis De kunst handpoppen te maken	30	Prijsvraag Winnaars van de uitgave 01/2020
		17	Passies De magische wereld van Anja Teuner

	COMMUNITY		STANDAARD
44	Schouwplaatsen 15 jaar Steiff Museum	28	Service Vraag en antwoord
46	Schouwplaatsen De grote teddyberenjacht	48	De Club-pagina Premies voor het werven van leden, aanmeldingsformulier
		50	Lieveling De nieuwste avonturen van Knop en Frieda

Onze Margarete Steiff Editie 2020

"Big 2020" is een diepe buiging voor het 140-jarig bedrijfsjubileum.

"Uitzonderlijk. Grandioos. Verrassend."

Met deze woorden omschrijft Dietmar Simon, Chef-Designer bij Steiff, wat de doorlopende serie van de tot kleine oplages gelimiteerde "Margarete Steiff Edities" met de zwarte wimpel onderscheidt. Elk van deze predicaten past perfect bij de nieuwste aanwinst van de serie – een exclusieve teddybeer die naar aanleiding van het jubileum "140 jaar Margarete Steiff GmbH" werd ontwikkeld.

De teddybeer is tot in de puntjes geperfectioneerd. Unieke materialen, onmiskenbare accessoires en een aanzienlijk formaat maken deze jubileumsteddybeer tot iets heel bijzonders.

De beer – met een ontwerp dat inspiratie vond bij de eerste Steiff teddyberen uit de 20e eeuw – is tegelijkertijd ook een ijzersterk voorbeeld van de laatste technologische innovaties bij de productie van textiel en de metaalbewerking. "Big 2020" is de eerste van een nieuwe serie Steiff beren onder de naam "Teddies of Tomorrow". In deze serie wordt uitsluitend gebruik gemaakt van duurzame en veganistische materialen.

Productie en design

Er waren meer dan drie maanden en meerdere prototypes nodig totdat Dietmar Simon het design van deze beer van 70 cm perfect vond. De productietijd voor elk artikel afzonderlijk bedraagt meerdere dagen, waarin de meest ervaren medewerkers van Steiff iedere teddybeer behoedzaam op maat maken, naaien en met de hand vullen met de fijnste houtwol om hem leven in te blazen.

Het materiaal

Voor de teddybeer “Big 2020” wordt voor het eerst een innovatieve, hoogpolige stof van natuurlijk linnen gebruikt. Voor de voetzolen koos Steiff “Violan”, een nieuw materiaal dat de producent Metz Textil als volgt omschrijft: “Een zuiver plantaardig product uit snel groeiende grondstoffen die duurzaam worden ontgonnen en in Duitsland milieuvriendelijk worden verwerkt volgens de laatste technische normen.”

De ogen

Bij de voortdurende zoektocht naar de best mogelijke materialen voor zijn producten ontdekte Steiff “Memoreyes” – een Australisch merk dat gespecialiseerd is in de productie van ogen. Ze zijn geïnspireerd door de authentieke knopogen van de antieke beren van Steiff. Elk paar ogen wordt individueel op elkaar afgestemd en vervaardigd van fijn gemalen houtstof en hars op biologische basis. Bovendien wordt elk oog met de hand gevormd.

De neus

De neus van de jubileumsbeer is gegoten uit bijzonder fijn, donkergrijs tin en voorzien van zeven “Black Diamond”-kristallen. De modelbouwfirma Saller produceert ze. Dit bedrijf vervaardigt al jarenlang kunstzinnige accessoires voor Steiff, onder meer de rolstoel voor de Margarete Steiff pop van vilt uit 2009. “Mijn klanten komen uit de hele wereld en zijn geestdriftige verzamelaars die veel waarde hechten aan details”, zei oprichter Günther Saller al in 2009 tegen het Steiff Club Magazine.

Het accessoire

De beer is uitgerust met een medaillon van maar liefst 6 cm hoog en 1,2 mm dik. Hierop prijkt het logo van het 140-jarig bestaan van Steiff. De medaille van gepolijst edelstaal werd in Duitsland gemaakt door Ätztechnik Herz – gerenommeerd technologisch marktleider voor etstechniek in Europa met meer dan 40 jaar ervaring in de branche.

Het merkteken

Behalve het gestikte logo van het 140-jarig jubileum draagt iedere Margarete Steiff jubileumsbeer het oplagenummer op de linker voetzool. De artikelen worden van 001 tot 140 genummerd, wat overeenkomt met de totaal geproduceerde oplage. Net als alle voorgangers uit de Margarete Steiff Editie wordt iedere jubileumsteddybeer geleverd in een luxe box die met de hand is gemaakt in Duitsland.

Designer Dietmar Simon: “Natuurlijk worden de Margarete Steiff Edities permanent verder ontwikkeld. Want Steiff is continu op zoek naar nieuwe materialen, productietechnieken, interessante accessoires en designtrends – zeker niet alleen voor deze serie. De Margarete Steiff teddybeer voor het 140-jarig jubileum vertegenwoordigt de essentie van 140 jaar lang vervaardigde pluche dieren in Giengen/Brenz en brengt op alle mensen die verliefd op hem worden een gevoel voor de historie, maar ook voor de toekomst.”

U kunt “Big 2020” bestellen met de bijgaande optiecoupon. Mochten we meer bestellingen ontvangen dan het gelimiteerde aantal, dan beslist net als altijd bij deze serie het lot.

Speciale artikelen

EUROPA

LUCKY LUKE

Lucky Luke, de man die sneller schiet dan zijn schaduw! Wie kent hem niet? De laconieke cowboy die al in 1946 aan de zijde van z'n trouwe metgezel Jolly Jumper voor het eerst de hoofdrol speelde in een verhaal van de Belgische striptekenaar Morris. Hij duikt op, brengt bandieten als de Daltons volgens alle regelen van de kunst weer achter tralies en rijdt als men hem eer wil bewijzen al lang en breed weer zingend op de zonsoudergang af. “I’m a poor lonesome cowboy, and a long way from home...”

Op Rataplan en Jolly Jumper volgt in 2020 de slimme titelheld van deze klassieke strip: Lucky Luke meet 37 cm, is vervaardigd van fijn mohair en draagt naast de vergulde “knop in het oor” ook de onmiskenbare cowboykleding met hoed, halsdoek, vest, riem met holster en laarzen.

Als exclusieve, streng gelimiteerde editie voor Europa is Jolly Jumper alleen te bestellen bij Europese handelaars (met uitzondering van Duitsland, het VK en Ierland).

DUITSLAND

KOEKIEMONSTER EN GROVER

Meer dan 50 jaar geleden ging een van de succesvolste televisieseries voor kinderen in de VS van start: Sesame Street. In 1976 verschenen de aflevering nagesynchroniseerd ook op televisie in Nederland en België. De poppen ontleenden hun stemmen aan speciale stemacteurs en in de scènes speelden veel bekende gezichten mee, zoals Aart Staartjes, Gerda Havertong, Lex Goudsmit en Joekie Broedelet.

Als eerste karakter is nu het Koekiemonster verschenen. Met zijn blauwe vacht en bij elke gelegenheid verlangt hij ongeacht het thema luidkeels “Koekies!” en als die niet beschikbaar zijn, moet vaak het decor eraan geloven. Hoe woest hij ook lijkt, toch is het Koekiemonster zachtaardig en nooit angstaanjagend. Hij is 37 cm groot, vervaardigd van fijn mohair, heeft beweeglijke ledematen en een koekje van vilt in de hand. Wereldwijd zijn er slechts 500 stuks verkrijgbaar.

Aan het eind van het jaar volgt Grover. De luidruchtige brokkenpiloot is ondanks alles heel beminnelijk en verschijnt telkens weer in andere rollen, zoals als ober of als Supergrover. Onvergetelijk zijn ook zijn optredens met Kermit waarbij ze de gebeurtenissen van alledag onnavolgbaar uitleggen. Kermit speelt hierbij meestal de ietwat eigenwijze docent, terwijl Grover met groot vertoon voor de praktische uitleg zorgt.

Grover is 40 cm groot, vervaardigd van fijn mohair, heeft beweeglijke ledematen en is gelimiteerd tot 500 stuks.

Exclusief verkrijgbaar op www.sammlerkontor.de

TM en © 2020 Sesame Workshop

Koekiemonster, art.-nr. 658105, 37 cm,
gelimiteerde editie van 500 stuks, adviesprijs € 299,00.

Grover, art.-nr. 658273, 40 cm,
gelimiteerde editie van 500 stuks, adviesprijs € 299,00.

Een waardig erbetoon

Het rijpaard op wielen van Friedhelm Steiff wordt deel van de “Steiff Familiecollectie”.

Vorig jaar moesten wij u het treurige nieuws melden van het overlijden van Friedhelm Steiff, zoon van Ernst, de jongste neef van Margarete Steiff. Ter ere van zijn verdiensten uit tientallen jaren en zijn vele bijdragen voor de onderneming wordt nu de serie “Steiff Familiecollectie” aangevuld met een reproductie van het geliefde rijpaard op wielen van Friedhelm Steiff.

Net als veel kinderen over de hele wereld hadden ook de jongste leden van de familie Steiff hun lievelingsspeelgoed. Drie van deze dieren werden tot nu toe gekozen voor uitgave als speciale editie voor verzamelaars. De serie begon met de geliefde Zotty van Peter Hotz in 2019, gevolgd door de favoriete leeuw van Claire Steiff Meisel dit jaar. In 2021 komt daar een reproductie van het rijpaard op wielen van Friedhelm Steiff bij.

Voor zijn overlijden ontving Friedhelm Steiff de informatie dat zijn rijpaard op wielen een van de artikelen zou zijn, die in de serie opgenomen gingen worden. Hij vertelde graag over zijn lievelingsdier en verheugde zich erop dat het deel ging uitmaken van de collectie van de familie Steiff.

“Indertijd kregen we maar zelden een dier van Steiff,” herinnerde de achterneef van Margarete Steiff zich. “Met Kerstmis in 1939 was mijn mooiste cadeau een eigen rijpaard van vilt op wielen. Vrolijk reed ik ermee van de ene naar de andere kamer. Ik borstelde hem, kamde zijn manen en gaf hem water te drinken. Elke nacht stond mijn paard op wacht naast mijn bed.”

Knipogend zei hij erbij dat de toestand van zijn paard tachtig jaar later niet meer perfect genoemd mocht worden, doordat hij vele uren op zijn zadel onderweg was geweest. “Ik hield me altijd vast aan zijn oren, totdat ze er uiteindelijk van afvielen. Afgezien van het feit dat ook de motten er dol op waren, is het paard nog steeds tamelijk goed in conditie.”

De versie van Friedhelms rijpaard op wielen lijkt heel sterk op het origineel, maar is wel een stukje kleiner. Daarom is dit exemplaar heel geschikt voor presentatie naast de andere edities uit de serie. Het paard gaat vergezeld van een prachtige foto in een lijst waarop Friedhelm Steiff te bewonderen is als trotse jongen in het zadel van zijn speelgoedpaard – een waardevol bezit dat zijn familienaam op de “knop in het oor” draagt.

Friedhelms rijpaard op wielen is een waardige aanvulling op de “Steiff Familiecollectie”. Van deze schitterende dieren werden er maar 939 geproduceerd – een hommage aan het jaar waarin de lange vriendschap tussen Friedhelm en zijn paard begon.

Het originele paard van Friedhelm Steiff is tegenwoordig een van de herinneringen waarmee de familie zijn aandenken in ere houdt. Daarom verheugt de firma Steiff zich bijzonder dat er al tijdens het leven van Friedhelm een aanvang werd gemaakt met de vormgeving van de speciale editie van zijn rijpaard op wielen. Het is een grandioos aandenken aan een opmerkelijk mens en zal zeker niet alleen door verzamelaars, maar ook door iedereen die het geluk had kennis met hem te maken in ere worden gehouden.

Friedhelm Steiff als vijf jaar oude jongen met zijn geliefde paard op wielen.

Pagina 14

E-mail uit de Himalaya Aangenaam, teddybeer Scout met rugzak.

Eindelijk heb ik de top bereikt! Groetjes vanaf de Mount Everest!

Mijn naam is Scout. Met mijn rugzak op mijn rug is mijn reislust onbegrensd. Onderweg ontmoet ik graag verwanten uit de grote berenfamilie. Daar horen ook de Aziatische zwarte beren hier in de Himalaya bij... Net als grote panda's in de bergstreken van Centraal-China... Brilberen in Zuid-Amerika... Ijsberen rond de poolcirkel... en zelfs lippenberen in India. Hoe komt het dat een teddybeer zoals ik, als exclusieve gelimiteerde editie voor Noord-Amerika, zoveel van de wereld te zien krijgt? De reden daarvoor is mijn rugzak! Ik pak alles in wat mijn zin voor avontuur inspireert: landkaarten, kompas, computer of dagboek. Dan bind ik mijn geliefde rugzak om en ben meteen in de stemming om op reis te gaan! Als ik op weg ben naar het vliegveld, kan ik in mijn rugzak tickets, paspoort, snacks en een goed boek voor op reis inpakken. Wanneer u goed kijkt, zult u zien dat dit geen gewone rugzak is. Hij is met de hand uit alcantara gemaakt door de ervaren medewerkers van Steiff. Dit kunstleder beschikt over alle luxe eigenschappen van echt leer en is een perfecte imitatie, maar wel diervriendelijk. Elk vak van de rugzak heeft een echte knop van Steiff – in totaal vijf stuks. Voor mij is dit de ultieme manier om met stijl op reis te gaan. Wanneer u de volgende stempels voor uw paspoort wilt verzamelen, kunt u mij gewoon meenemen op reis. Met mijn sportieve rugzak ben ik de perfecte metgezel op reis!

Teddybeer Scout met rugzak, art.-nr. 683770, exclusief voor de VS

Pagina 16-19

De magische wereld van Anja Teuner Een jarenlang en bijzonder creatief lid van de Steiff Club.

Jarenlang speelde bij Steiff de reclameslogan “Vrienden voor het leven” een belangrijke rol. Ook al wordt dit motto nu niet meer gebruikt in de marketingcampagnes, toch geldt hij nog steeds met onverminderde kracht voor talloze fans over de hele wereld. Met het grootste genoegen verzamelen ze teddyberen en dieren met de “knop in het oor”.

Wat een blik! Teddybeer Petsy 1928 replica (art.-nr. 403415, 32 cm), najaarsnieuws 2020

Voor Anja Teuner, die in deze editie als verzamelaar voor het voetlicht treedt, is het motto “Vrienden voor het leven” nog steeds van kracht – vooral ook omdat ze al sinds haar jongste jaren wordt begeleid door speelgoed van Steiff. “Mijn eerste Steiff teddybeer kreeg ik bij mijn geboorte in 1969,” vertelt ze. “Hij was mijn trouwe kompaan en leefde mee bij al mijn gevoelens als kind. Hij was mijn steun en toeverlaat, m'n speelkameraad en de schouder om op uit te huilen.”

Daarom was het een logische vervolgstap dat ze in 1992 als een van de eersten lid werd van de Steiff Club. “Het actieve verzamelen begon eigenlijk met de oprichting van de Steiff Club en de eerste Clubteddybeer. Daarvoor had ik natuurlijk ook al veel dieren

van Steiff en andere merken. Maar de passie voor het verzamelen, puur geconcentreerd op Steiff, begon toen pas.” Sindsdien is haar enthousiasme voor het traditionele merk alleen nog maar groter geworden en heeft een opmerkelijke creatieve ader in haar aangeboord.

“Tegenwoordig geeft Steiff me een gevoel van zekerheid en vertrouwen,” verklaart Anja Teuner. “Steiff creëert een sfeer waarin ik me prettig voel en neemt me mee naar een eigen wereld die een glimlach op mijn lippen brengt zodra ik in onze woning binnenkom,” droomt ze weg.

Zoals de fantastische foto’s op deze pagina’s laten zien, gaat het hart van elke verzamelaar sneller kloppen bij de aanblik van deze prachtige en fantasievol gedecoreerde ruimtes. Stelt u zich eens voor hoe het zou zijn om elke dag thuis te komen in zo’n huis vol magie en wonderen!

“Iedereen die bij ons thuis komt, is meteen enthousiast over de figuren van Steiff. De bezoekers zijn ook verrast over de veelzijdigheid van de artikelen wanneer ze Steiff nog niet kenden,” aldus Anja. “In de regel trekken ze meteen hun smartphone voor een paar foto’s. Ook selfies met onze ijsberen zijn erg begeerd. Zo zijn al heel wat mensen razend enthousiast voor Steiff geworden,” grinnikt ze.

Hoewel ze nog nooit heeft opgeteld hoeveel artikelen van Steiff in de loop der jaren bij elkaar gekomen zijn, moest ze zich op bepaalde thema’s concentreren toen de ruimte krap werd.

“Naargelang de tijd van het jaar worden de schatten gerangschikt op thema gepresenteerd. Ze kunnen ook optreden als tafeldecoratie bij familiefeesten. Met Kerstmis wordt gegarandeerd het meest uitgebreid gedecoreerd en met Pasen staan de hazen in het middelpunt. Bij mijn aankoopbeslissingen houd ik daar allemaal rekening mee,” legt ze uit.

Gezien de vele unieke en beeldschone artikelen kan Anja Teuner niet zo goed kiezen welke haar het best bevalt. “Eigenlijk heb ik geen lieveling, maar mijn studio-ijsbeer moet ik wel iedere dag even knuffelen.”

Net als veel andere verzamelaars van Steiff gelooft Anja dat de bijzondere aantrekkingskracht van Steiff de gevoelens en herinneringen zijn die het merk losmaakt. “Daarom spreekt Steiff alle generaties aan,” denkt ze. “Ik verbind bijna elk knuffeldier van Steiff met fraaie herinneringen. Die kan ik weer opnieuw beleven als ik ze beetpak. Zo’n herinnering kan een vakantie zijn waarop ik een bepaald dier ontdekte, of een specifieke gelegenheid waarbij ik een beer cadeau kreeg.”

Anja Teuner zegt dat ze als lid van de Steiff Club ook geniet van het gemeenschapsgevoel. “Het best bevallen mij de Club Events, waardoor een leuke gemeenschap met gelijkgezinden is ontstaan. Het hoogtepunt was een bezoek aan Steiff in Giengen in 2011. Ondertussen ontmoeten we elkaar ook privé bij verschillende gelegenheden, bijvoorbeeld om samen glühwein te drinken op de kerstmarkt.”

Als afsluiting van ons interview stelde het Club Magazine Anja Teuner nog een vraag in verband met ons 140-jarig bedrijfsjubileum: “Wanneer u op tijdreis naar het verleden zou kunnen gaan, wat zou u Margarete Steiff dan willen zeggen?”

“U mag enorm trots zijn op uzelf! Met uw rotsvaste vertrouwen en vastberadenheid hebt u veel andere vrouwen moed en hoop gegeven,” antwoordt ze. “Met uw pluche dieren hebt u iets gecreëerd dat over alle generaties heen innige verbondenheid biedt en voor altijd behouden blijft – dat maakt het merk Steiff onvergankelijk.” Daarmee drukt Anja Teuner de gevoelens van verzamelaars van Steiff over de hele wereld uit op een manier die perfect past bij het motto “Vrienden voor het leven”.

Voor elk jaargetijde de passende decoratie. Anja Teuner weet hoe ze haar Steiff-verzameling presenteert.

Pagina 20-22

Patrick Berloth, al talloze jaren verzamelaar van Steiff uit Nederland, doet bericht over zijn uitzonderlijke “vondst” van bouwplannen voor de eerste werkplaats van Margarete Steiff.

Een blauwdruk voor de toekomst De ontdekking van bouwtekeningen voor de eerste werkplaats van Margarete Steiff.

Toen wij u Patrick Berloth voor het eerst voorstelden in het Steiff Club Magazine van 2015 was de hypotheekadviseur uit Nederland al meer dan drie decennia lang verzamelaar van Steiff. Nu, vijf jaar later, is zijn passie voor Steiff en de fascinerende geschiedenis van de onderneming nog sterker geworden.

In de jaren sinds onze eerste ontmoeting heeft Patrick aan zijn collectie opmerkelijke documenten en objecten in verband met het verleden van de onderneming nog meer toegevoegd. Omdat zijn verzameling veel buitengewone exemplaren bevat, zoals correspondentie en andere aandenken, is hier werkelijk sprake van een unieke collectie die historisch van onschatbare waarde is.

Tot de boeiende vondsten behoren brieven en tekeningen voor het huis waarin Margarete Steiff haar eerste werkplaats zou inrichten. Door het netwerk van contactpersonen dat hij door zijn jarenlange activiteiten als verzamelaar heeft opgebouwd, kreeg Patrick ondertekende bouwplannen voor deze belangrijke mijlpaal in de vingers, die uiteindelijk het fundament zouden vormen voor de oorspronkelijke “fabriek” van Steiff.

De ontdekking van de tekening begon met de aanschaf van één enkele brief door Patrick Berloth. “Al snel bleek dat deze brief niet de enige was en dat de betreffende persoon en zijn familie nog meer interessante documenten bezaten. Aangezien ik altijd belangstelling heb voor het verhaal achter de geschiedenis, intensiverde ik het contact en deed moeite om meer informatie boven tafel te krijgen. Ieder contact leverde weer een nieuw hoofdstuk op met informatie en feiten die ik nooit voor mogelijk had gehouden. Langzaam werd me duidelijk dat de herkomst van deze vondsten absoluut fascinerend was,” verklapte hij het Steiff Club Magazine.

Patrick Berloth kwam erachter dat veel bedrijfseconomische en boekhoudkundige documenten, bouwplannen, bouwrapporten, brieven en rekeningen van de bouwfirma van Friedrich Steiff (Margarete’s vader, 1816-1894) en Fritz Steiff (Margarete’s broer, 1848-1900) in het bezit waren van de verkoper en zijn familie.

Al die documenten zijn afkomstig uit de tijd tussen 1870 en 1900. Het ging onder andere om zakelijke documentatie van Johannes Junginger, die in 1867 in Giengen an der Brenz geboren werd. Hij werkte in hetzelfde bouwbedrijf als Fritz en diens vader Friedrich Steiff. Volgens Patrick Berloth werd Junginger waarschijnlijk aangenomen door Fritz Steiff en werkte hij tussen 1890 en 1900 met hem aan projecten.

Tegen het einde van die periode kocht Johannes Junginger de onderneming uiteindelijk van Fritz Steiff. De precieze reden voor die overname is volgens Patrick niet bekend. Misschien speelde het een rol dat Fritz zich steeds meer inzette voor de snelgroeiende firma van zijn zus Margarete. Ook een mogelijkheid is dat Johannes Junginger de firma na de dood van Fritz Steiff in 1900 kocht.

Ongeacht de exacte datum of de redenen werden toentertijd het huis, de bedrijfsruimten en het kantoor aan de Lederstraße 26 – de geboorteplek van Margarete – verkocht. Vanaf dit tijdstip tot diep in de jaren 80 was de familie Junginger verschillende generaties lang de eigenaar en bewoner van het geboortehuis van Margarete Steiff. “Mijn contactpersoon – de verkoper en een nazaat van Johannes Junginger – verzekerde me persoonlijk dat onder andere deze bouwplannen en documenten bij de verkoop van het huis Lederstraße 26 door de familie Steiff op de zolder van het huis waren achtergelaten”, licht Patrick Berloth toe.

“Bij het doornemen van al die tekeningen en documenten besloot ik om de interessantste stukken te kopen – en wel alleen exemplaren die zonder twijfel en onmiskenbaar samenhangen met de familie Steiff.” Tot zijn “grote verrassing en blijdschap” ontdekte Patrick tussen de papieren een bijzonder belangrijke set bouwplannen. Het ging om de planning voor de verbouwing van het geboortehuis van Margarete voor haar eigen naaiatelier.

In het boek “Das Tor zur Kindheit” beschrijft Wolfgang Heger hoe Margarete op de hoogte kwam van dit speciale verjaardagscadeau. “Toen Margarete Steiff op de ochtend van 24 juli 1874 haar ogen opende, was het een bijzondere dag voor haar. Het is haar 27e verjaardag,” schrijft Heger. “Maar op deze verjaardag is de stemming in de Ledergasse 26 anders dan anders.”

De ouders van Margarete waren in opperbest humeur en geheel tegen hun anders zo bezonnen natuur in “bijna uitgelaten”. Margarete was opgevallen dat haar vader al wekenlang in gedachten verzonken leek. Hij deed heel geheimzinnig en Margarete zag hem maar weinig. Haar tafel met geschenken was niet royaal versierd, noch stonden er veel cadeaus op. In plaats daarvan, noteert Wolfgang Heger, “lag er alleen maar een opgevouwen stuk papier.”

Maar dit simpele stukje papier zou niet alleen het leven van Margarete, maar ook dat van komende generaties kinderen en volwassenen ingrijpend veranderen. Het ging om een plan voor de renovatie van Margarete’s geboortehuis, waarmee gewaarborgd moest worden dat ze voortaan in haar nieuw opgerichte werkplaats kon wonen en vooral onafhankelijk kon werken – de eerste stap naar de groei van haar bedrijf.

Volgens Heger was Margarete bij de aanblik van de tekeningen “sprakeloos, en dat – weet iedereen – gebeurde slechts zelden.” Verder schrijft hij: “Tot op die dag had ze vaak niet geweten wat er verder van haar zou moeten worden. En nu krijgt ze van de familie een eigen woning als cadeau – waarmee ze eindelijk onafhankelijk is, een plaats voor zichzelf heeft en daarmee ook een privéleven. Daar bovenop krijgt ze nog iets: een eigen werkruimte. Een eigen zaak is eindelijk de mogelijkheid om economisch op eigen benen te staan.”

Binnen een paar weken – na enkele kleinere wijzigingen van de oorspronkelijke bouwtekeningen – wordt de toestemming van de gemeenteraad verkregen en kunnen de renovatiewerkzaamheden beginnen. Behalve een schoorsteen worden er twee kamers met verwarming ingericht en door een extra buitenraam kan het daglicht naar binnen vallen.

Een kopie van de definitieve bouwtekeningen voor de renovatie van het huis (d.w.z. de aanvraag van Friedrich Steiff voor communale vergunning) bevindt zich sindsdien in het stadsarchief van Giengen an der Brenz. Onder de documenten die Patrick Berloth bezit, bevindt zich ook het originele stuk papier dat Margarete voor haar verjaardag kreeg, net als een kopie met aparte originele tekeningen waarop met de hand geschreven notities staan van Margarete's vader en die bij de renovatie gebruikt werden. Het is echt verbluffend dat beide documenten 146 jaar lang ongeschonden behouden zijn gebleven.

“Na de verbouwing trekt Margarete in haar nieuwe werkruimte en opent een klein naaiwinkeltje. Op de eerste verdieping van het huis in de Ledergasse heeft ze eindelijk een echt atelier – haar kleine rijk. Ze naait er eerst voor familie en kennissen linnengoed, kinderkleding – gewoon alles wat er nodig is,” schrijft Heger in zijn boek.

Dat was de start van Margarete Steiff in de zelfstandigheid. Het markeert ook het begin van de oprichting van het traditionele bedrijf zoals wij het 140 jaar later nog steeds kennen.

Pagina 23

“Coco en Andy ontmoeten Wilhelm Tell” Nieuw kinderboek van Matthias Müller-Friedrichs.

Goed onderwijs voor kinderen... vinden ouders tegenwoordig steeds belangrijker. De kinderboekenschrijver Matthias Müller-Friedrichs heeft met zijn klassieker voor kinderen de sage rondom de beroemde Zwitserse nationale held Wilhelm Tell en zijn schot in de appel een nieuwe interpretatie gegeven. Door de vrijheid in de denkbeelden heeft de inhoud van dit verhaal tot op heden niets aan geldigheid ingeboet. Tot dusver was het verhaal alleen in tekstvorm bekend.

Voor kinderen vanaf zeven jaar is deze sage uit het theaterstuk van Friedrich von Schiller uit 1804 nu voor het eerst te bewonderen met tien kleurrijke illustraties van de auteur – als lees- of voorleesboek.

Al in andere publicaties van de auteur stonden “Coco de aap en Andy de beer” in het middelpunt. De twee vrienden ontmoeten de held nu op hun avontuurlijke reis naar Zwitserland. Verwonderd en charmant geven ze commentaar op de gebeurtenissen en loodsen het jonge leespubliek door een historische gebeurtenis uit de klassieke literatuur.

De schrijver heeft de personages Coco en Andy al jaren geleden zelf bedacht en ze met eigen illustraties in het boek gezicht gegeven.

Eerder gingen de twee dierenvrienden al een keer op reis met de kabelbaan door Wuppertal. De geïllustreerde uitgave verscheen onder eigen beheer en is alleen verkrijgbaar bij de auteur.

Matthias Müller-Friedrichs werd in 1959 in Wuppertal geboren. Hij woont en werkt in deze stad als freelance journalist, auteur en toneelspeler.

Titel: “Coco en Andy ontmoeten Wilhelm Tell”

Softcover, 83 pagina's, met tien kleurrijke illustraties van de auteur

Uitgever: BoD,

ISBN 978-3-7519-4518-9

€ 8,90 / CHF 13,50

Meer onder: www.cocoundandy.de

Schatten uit het Steiff Archief

Ontdek nog meer nooit in productie genomen artikelen van Steiff uit het verleden (10).

Sinds de eerste publicatie heeft de rubriek “Schatten uit het Steiff Archief” die in iedere editie van het Steiff Club Magazine te bewonderen is, zich ontwikkeld tot een van de populairste bijdragen. Verzamelaars zijn gefascineerd door de nog nooit geziene schatten die in het archief op het bedrijfsterrein in Giengen bewaard worden. Verheug u over onze bijzondere vondsten uit het archief voor augustus!

Vingerpoppen

Aan het eind van de jaren 20 en begin jaren 30 van de vorige eeuw waren uitzonderlijke nieuwtjes een belangrijk bedrijfssegment van Steiff en de onderneming investeerde veel tijd en energie in hun ontwikkeling en introductie. In deze periode werden voor het eerst dieren met halsmechanisme en wolminiaturen voorgesteld die ook nu nog het hart van verzamelaars sneller doen kloppen.

Deze prototypes van vingerpoppen maakten deel uit van de vooroorlogse productontwikkeling. Tot een eerste groep (te zien op de foto met vijf figuren) behoren een Teddy Baby, het aapje Jocko, een teddybeer, een haas, Bully de Bulldog en de Duitse dog Lord – elk als miniatuur. Al deze inmiddels legendarische designs waren in die tijd bestsellers. De vingerpoppen zijn gebaseerd op de kleinste, meestal 10 cm grote versie van de dieren met een compleet lijf. De kop van de dog Lord is gebaseerd op de 17 cm grote versie van de hond.

Een tweede groep (de vier honden) is een beetje groter. Net als de hierboven beschreven exemplaren baseren ook deze vingerpoppen op bekende artikelen uit die tijd. Hier horen versies bij van de Scotchterriër Scotty, een schnauzer, net als de beroemde hond Molly en de King-Charles-spaniël Charly. Bij alle modellen steekt een houten buisje dat groot genoeg is voor een kindervinger in de kop, langs de rand gevoerd met een leren bandje. Anders dan bij de kleine vingerpoppen bestaan deze modellen enkel uit de kop van hun grote voorbeelden.

Handtas

Dit prototype van een handtas werd in de jaren 80 gemaakt en bestaat uit witte pluche. Innovatief detail: de tas is ook bruikbaar als mof om de handen warm te houden. De voorkant is versierd met het vrolijke gezicht van een bruine pluche beer. Aan de achterkant is een ritsvak te vinden waarin belangrijke spulletjes bewaard kunnen worden. De riem bestaat uit een eenvoudig wit koord.

De handtas met het berengezicht ging weliswaar niet in productie, maar ongeveer in dezelfde tijd introduceerde Steiff een serie van vier modellen van de “Teeny-tas”. Deze tassen van 17 cm in de vorm van een teddybeer, een panda, een haas en een hond waren vereenvoudigde koppen van pluche aan geregen koorden, die van 1987 tot 1988 in het assortiment vertegenwoordigd waren.

De eerste handtassen van Steiff kwamen al in 1927 op de markt. Tot de eerste uitgaven behoorden modellen op basis van de toentertijd geliefde ontwerpen van Jocko het aapje, Petsy de teddybeer, Bully de bulldog en Molly de hond. Ieder model was voorzien van een met zijde gevoerde tas met ritssluiting. De catalogus uit 1929 omschreef deze accessoires als “elegant aan de arm van dames, leuk voor kinderen”. Hetzelfde mag gezegd worden van deze schattige handtas uit de jaren 80 – als hij in productie was gegaan!

Jagers

Dit prototype van een jagerpop dateert uit de jaren 70. Zijn ontwerp is gebaseerd op de Kerstman en op de kabouters Gucki, Lucki en Pucki die in 1953 verschenen en enorm populair waren. Al deze poppen hadden dezelfde gezichtsvorm van rubber. De kleinste exemplaren waren helemaal van rubber vervaardigd, terwijl de middelgrote en grotere uitvoeringen – zoals deze jager – een lijf en ledematen van stof hadden. Ze hadden allemaal een baard en bakkebaarden van mohair. De Kerstman had – net als de afgebeelde rariteit uit het archief – ook nog een snor. Aangezien de jacht in Duitsland enorm geliefd was, probeerde Steiff steeds om ook jagers in de poppencollectie op te nemen. In de tijd kort na de oorlog verschenen ze als dieren met kleding, onder wie Waldi de Jager, Bazi de Jager en de Nimrod-teddybeer. Ze waren allemaal uitgerust met geweer, vilten hoed en traditionele jachtkleding. Het is dus geen grote verrassing dat Steiff in dezelfde periode experimenteerde met een jagerpop. Dit model weerspiegelt veel van de belangrijkste designelementen die voor jagers en poppen in de jaren 50 werden gebruikt.

Pop in berenkostuum

Dit prototype van een pop in een blond teddyberen-kostuum werd in 1937 gemaakt. De pop met het gezicht van geperst vilt is een model dat van 1938 tot 1950 in het Steiff-assortiment te bewonderen was. Voor de vervaardiging van de gezichten werd natte vilt over een mal getrokken. Vervolgens werd de binnenkant gevoerd met een kunststof masker om de vorm te behouden na het afkoelen en drogen. Het hoofd en de benen van al deze poppen waren beweeglijk. Hun lichamen waren van vilt of linnen vervaardigd. Het

bijzondere aan de poppen met het gezicht van geperst vilt zijn de zorgvuldig gemaakte, afneembare kledingstukken. Ze werden in de regel gemaakt van fijn katoen, zijde, vilt en/of linnen.

De reclame voor deze poppen beweerde: "... De onder- en bovenkleding zijn volgens het voorbeeld van kinderkleding vormgegeven en met grootste zorg slechts van het beste materiaal vervaardigd. De poppen kunnen aan- en uitgetrokken worden." Het teddybeer-kostuum is een kinderkostuum, beeldschoon gemaakt van mohair en kan aan- of uitgetrokken worden – in theorie voldoet hij dus aan alle eisen voor dit product. Toch verscheen de pop in dit kostuum nooit in de handel. Aangezien dit project in de oorlogsjaren werd verwezenlijkt, is het goed mogelijk dat het nodige mohair voor de productie van dit kostuum niet leverbaar was, of voor commerciële productie gewoonweg te duur bleek.

Vraag en antwoord

U hebt een vraag over een artikel van Steiff? Hier komt u meer te weten!

Geachte dames en heren,

In de nalatenschap van mijn ouders heb ik deze schoorsteenveger gevonden.

Op het kleine stukje stof op zijn rechter onderarm staat: **Made in US-Zone Germany**. Jammer genoeg kan ik in alle forums over Steiff geen vergelijkbaar personage vinden. Is deze schoorsteenveger u bekend? Gaat het hierbij om een "echt Steiff-dier"?

K. B., per e-mail

Bij uw vondst gaat het in elk geval om een authentiek product van Steiff. Uw "Fegzo" maakt deel uit van een serie van vijf autopoppen. Verkrijgbaar waren een koeherder "Boy", de schoorsteenveger "Feg", de zeeman "Mat", de Afrikaan "Neg" en de bewaker "Pol", allemaal 20 cm groot. "Boyzo" en "Fegzo" waren uitgevoerd in vilt, de drie anderen waren van fluweel. Sommige van deze figuren werden ook in een versie van slechts 14 cm vervaardigd – alle maar korte tijd rond 1951. Opvallend bij deze producten is de gedetailleerde uitvoering met deels heel interessante accessoires. Uw "Fegzo" had oorspronkelijk behalve een wollen pompon als schoorsteenbezem aan het nog aanwezige rode snoer ook een laddertje op de rug. Op de foto's zijn ze niet te zien en het lijkt erop dat ze ontbreken. Het naast de knop en de oorwimpel aangebrachte label met het opschrift "Made in US-Zone Germany" werd vanaf het eind van de jaren 40 tot begin 1954 als extra kenmerk aangebracht voor producten uit de zone die was bezet door de Amerikanen. Uw "Fegzo" is een bijzonder zeldzaam artikel van Steiff waarin de afgelopen jaren maar weinig originelen zijn opgedoken. De exemplaren die tevoorschijn kwamen, werden met groot enthousiasme ontvangen op verschillende veilingen. Van harte gefeliciteerd met uw vondst!

Het Steiff-mascottebandje is geschikt voor alle miniaturen.

Uittreksel uit de Paascatalogus van 1951.

INFO VAN DE DESKUNDIGE:

Decoraties voor auto's zijn al sinds jaar en dag gevraagd. Vanaf 1956 werd door Steiff tot 1971 met het mascottebandje een flexibele oplossing voor autofans aangeboden. Het elastische snoer met de metalen schuifclip en de kleine karabijnner maakte het – helemaal volgens de smaak van de bezitter – mogelijk om de gepresenteerde miniaturen van dieren regelmatig te wisselen.

Beste Steiff Club,

Ik stuur u foto's van een hond als handpop en zou graag weten welke naam deze figuur had. Aangezien ik alleen een vergelijkbaar stoffen dier met de naam Lumpi heb gevonden, interesseert het mij vooral vanaf wanneer de pop gemaakt werd. Ik zou het geweldig vinden meer van u te horen. Bij voorbaat bedankt voor uw moeite.

S.R., per e-mail

Bij uw research voor uw handpop was u al op de juiste weg. Het gaat inderdaad om de zogenoemde Hand-Lumpi. Die handpop is een noviteit uit 1965 en hoort bij de zeldzame uitvoeringen, want hij was alleen in 1965 en 1966 vertegenwoordigd in het programma van Steiff. Het model van een zwart-bruine teckel in de stijl van Lumpi is terug te vinden tot in het jaar 1952. Hier werd een versie met beweeglijke benen en kop onder de naam "Beppo" voorgesteld. Beppo verscheen in twee maten – 10 resp. 17 cm – en was verkrijgbaar tot 1961. Beppo werd vanaf 1963 weer in een versie met onbeweeglijke benen en een verdraaibare kop opgenomen en vanaf dat tijdstip onder de populaire hondennaam "Lumpi" gevoerd. Lumpi was tot 1974 op de markt. Uw versie van de handpop Lumpi droeg oorspronkelijk naast de knop in het oor een wimpel met het artikelnummer 0317,06 en een borstplaatje met de eigen naam "Lumpi" erop gedrukt. Deze handpop was in de twee productie jaren te koop voor DM 10,90 (1965) en DM 11,50 (1966). Op de markt voor tweedehands artikelen is de Hand-Lumpi heel begeerd en wordt slechts zelden aangeboden.

Opvouwbaar kartonnen displays voor handpoppen van Steiff als decoratie.

Uittreksel uit de hoofdcatalogus voor dealers uit 1966.

INFO VAN DE DESKUNDIGE:

Handpoppen van Steiff horen een vast bestanddeel te zijn in elke verzameling historische dieren van Steiff. Ongeveer vanaf 1960 werden handpoppen in de originele catalogi op speciale, kegelvormige standaards van karton gepresenteerd. Deze bijzondere accessoires zijn vandaag de dag zelf populaire collector's items en begeerd voor de presentatie van elke goede Steiff-collectie.

Pagina 30-33

Winnaar van de prijsvraag “De verdwenen PB 55” Clubleden wisselen hun ideeën uit over de allang verdwenen beer.

Waarom werd Stonehenge opgericht? Bestaat het monster van Loch Ness echt? Hoe werden de piramides in Egypte gebouwd? Bestaat er leven op andere planeten? Misschien moeten we de vindingrijke leden van de Steiff Club eens vragen om deze “onoplosbare” raadsels op te lossen!

In onze laatste editie stelden wij een vraag waarop al meer dan een eeuw geen antwoord gevonden werd: Wat gebeurde er met de eerste teddyberen ter wereld (bekend als PB 55) waarvan in 1903 vanuit Giengen 3.000 stuks naar de Verenigde Staten werden gezonden, maar die daar nooit aankwamen?

Veel lezers hebben ons hun theorieën gezonden over wat er met deze tegenwoordig onbetaalbare rariteiten gebeurd zou kunnen zijn. Onze jury heeft tien inzendingen uitgekozen die met een prijs worden beloond en die we hier afdrukken. Hoogstwaarschijnlijk vindt u deze speculaties net zo grappig, onderhoudend en creatief als wij.

1. De enige verklaring

Het verhaal gaat dat jullie 3000 (!) beren door de vingers zijn geglipt! En dat al sinds 1903? Waarlijk een gedenkwaardige gebeurtenis. En heel erg droevig.

Als het waar was. Maar dat is het niet!

Hier de enig ware en echte verklaring:

ze zijn waar ze nu eenmaal zijn.

In een knus en zachtmoedig dal.

Huldigen ze hun wollige lofzang op de natuur.

Idyllisch gelegen, romantiek puur.

Meteen bij jullie om de hoek, een beetje zuidwestelijk.

Smullen ze er van honing, elke dag extra feestelijk.

Krijgen onderdak bij sierlijke nimfen,

in een betoverd slot, ver voorbij het moeras.

Maar verwonderlijk is dat niet! Moeten we een schuldige zoeken?

De afzender wilde echt geen “M” noteren,

maar kon de pen nog niet zo goed hanteren.

In plaats hiervan was een “N” bedoeld.

Ze bleven hier te lande... Geen A MERIKA!

Die zending ging namelijk AN ERIKA.

Precies zo is het. Nu weten jullie het.

De beren zijn gelukkig. Ze moesten helemaal niet zo ver.

– Angelika Müller

2. Goede geesten

Alle 3.000 PB55-beren verbeugden zich op de grote reis naar Amerika, niemand wilde het avontuur missen.

Eindelijk was het tijd om te vertrekken. Maar toen ze merkten dat Margarete, noch Richard Steiff aan boord waren, sprongen ze allemaal in paniek en vol heimwee over boord.

Hun mooie vachten zogen snel het water op en ze werden hulpeloos naar de diepte getrokken. Uitgeput aangekomen op de zeebodem sloten ze een pact met elkaar: ze waren van plan naar Giengen terug te keren als goede geesten.

Tot op heden hebben deze geesten de touwtjes bij de firma Steiff stevig in handen. Laten we hopen voor alle kinderen en fans dat dit nog lang zo blijft.

– Annemarie Wepfer

3. De theorie van een kunstenaar

In plaats van een verhaal op te schrijven, heeft Clublid Anne-Karine Simeoni een klein boekje met veel illustraties gemaakt.

– Anne-Karine Simeoni

4. IN EEN GEHEIM LAND

De man die de teddyberen had besteld, leefde in Knuffelonië, een geheim land in de wolken. Hij haalde de teddyberen van het schip en bracht ze erheen. De herinneringen van de bemanningsleden werden zorgvuldig gewist, zodat niemand meer wist waar de teddyberen heen waren gegaan. In Knuffelonië kregen de teddyberen een belangrijke taak. Elke nacht worden ze er op uit gestuurd om mensen te bezoeken die een moeilijke tijd doormaken. De teddyberen geven ze innige omarmingen en de moed om door te bijten. De mensen herinneren er zich nooit iets van dat de teddyberen bij hen op bezoek waren, want het bestaan van de beren moet geheim blijven. Maar wanneer deze mensen wakker worden, weten ze dat alles goed komt en ze niet alleen zijn!

– Lobke Kempeneers

5. Heimwee

“3000 Steiff-beren voor het warenhuis Geo. Borgfeldt & Co in New York!” – na de bestelling met grote liefde vervaardigd, verpakt en aan boord van een oceaanstomer gebracht. ‘s Nachts, kort voor het afmeren van het schip voelen ze zich al ziek van heimwee naar Giengen en besluiten om toch niet te emigreren naar Amerika. Stiekem sluipen ze van boord... In alle richtingen maakten 2999 teddyberen zich uit de voeten. Ze trokken daarbij door talloze landen en zijn nog steeds op zoek naar hun thuisland, terug naar huis...

Slechts één bijzonder dappere beer nam het grote risico en bereikte uiteindelijk het warenhuis Borgfeldt – verformfaaid en nogal uitgeput, maar heel happy!

(Zie foto)

<https://collections.mcny.org/Collection/Geo.%20Borgfeldt%20Co.,%20New%20York.-2F3XCjR2SMK.html>

– Anne Wiefeld

6. Top Secret

Ik denk dat de toenmalige president van de VS, Theodore Roosevelt, een bemanningslid van het schip een geheim opdracht heeft gegeven, omdat hij ten gunste van de staatskas een immense waardestijging van de teddyberen verwachtte. Met behulp van deze man zijn de teddyberen in een stille actie in het holst van de nacht van boord gehaald en naar Fort Knox gebracht. Ze liggen er kennelijk ook nu nog, in een geheime ruimte bij de goudvoorraden. Doordat de handlanger korte tijd later bij een ongeluk om het leven kwam, kon niemand het geheim verraden.

– Rainer Dietl

7. Onberkend op een eiland

Na de productie ontvangen alle 3000 beren het bericht tot ze spoedig per schip op reis zullen gaan. Ze reageren verontrust en droevig op het naderende afscheid. Ze smeden een plan. Samen op vlucht op hoge zee! Hun transportkisten worden boten. Op een zekere nacht lukt het hen van boord te vluchten. Na twee dagen eindelijk land in zicht. Een verlaten, zonnig eiland met honingbergen. Beviende zeevogels geven de informatie dat iedereen naar ze op zoek is. Om niet meer herkend te worden, liggen ze elke dag te bakken in de zon. De beren zijn bijna wit geworden en nauwelijks meer herkenbaar. Sindsdien leven ze op het mooie eiland, dat op geen kaart te vinden is.

P.S. PB zou tegenwoordig vanwege de witte vacht ook voor PoolBeer kunnen staan :)

– Janine Stadlik

8. Het enige dat telt

Waar zijn ze gebleven, die kleine beren?

Of ze ooit weer eens terugkeren...

De ogen dof, de vacht versleten.

De liefde blijft, meer hoeven we niet te weten.

– Christine S. Allaway

9. Een ander plan

In het jaar 1903 was het helemaal niet zo makkelijk om ver op reis te gaan. Overal loerde gevaar. Zo begaven de 3000 beren zich aan boord van een schip en wilden naar de VS. De noordelijke route was moeilijk en gevaarlijk. De bekende passages via het noordoosten en noordwesten waren veel te lang voor onze beren. En dus kwamen ze op het idee om gewoon via IJsland en Groenland naar Canada en daarna de VS te gaan. Helaas raakte het schip, de Ursus 1, in zeenood. Godzijdank hadden de beren een ervaren zeebeer mee aan boord.

Hij stuurde het scheepswrak op de een of andere manier naar IJsland. Daar beviel het de beren goed. Veel natuur, veel vis. Wat wilden ze nog meer? Maar eigenlijk moesten ze naar de VS. Daarnaast waren ze immers verkocht. Onze beren deerde dat niets. Zij hadden andere plannen. Ze vroegen zich af hoe het zou zijn als ieder jaar een beer naar een bepaald land op aarde zou reizen en er dan precies van deze beer een speciale editie zou verschijnen. Na stemming in de grote ronde was het besloten zaak: zo moest het zijn. Zo werden de nationale edities in Japan, Groot-Brittannië, de VS en Duitsland, enzovoort een feit en alle fans van Steiff beleefden er veel plezier van. Maar het mooiste is dat er nog steeds een heleboel beren op IJsland wachten op reis te gaan in de grote wereld om aan de basis te staan van een nieuwe nationale editie. Er zijn nog veel beren en IJsland heeft volop goed verborgen plekken waar de beren zich verstoppen, zodat ze niet ontdekt worden.

Verbeug jullie dus maar op meer beren, de komende jaren!

– Thomas Brandies

10. Met narwals naar de noordpool

De beren slopen aan dek van het schip dat ze naar Amerika moest brengen, want ze wilden het poollicht bewonderen. Plotseling spoelde een gigantische golf ze over boord, maar ze werden gered door een groep narwals. De beren werden op de slagranden van de zachte walvissen naar de kust van Groenland gebracht. Een paar rendieren brachten ze daarvandaan naar de noordpool, waar de Kerstman ze in zijn huis verwelkomde. Op basis van hun afkomst kregen de beren allemaal een baantje in de kwaliteitscontrole van het speelgoed. Ze voelen zich er tot op de dag van vandaag fantastisch, hoewel er voor heel bijzondere gelegenheden toch af en toe wel eens een beer onder de kerstboom van een liefhebber van Steiff gevonden kan worden.

– Kristy Martin

Winnaars

Gezien de enorme hoeveelheid fantasievolle, humoristische en betoverende bijdragen was de keuze van de winnaars een gigantische uitdaging. Na rijp beraad is de redactie blij om onder de hieronder genoemde Clubleden de prijzen uit te reiken.

1e prijs, een Joseph Grizzlybeer, art.-nr. 0061977:

Angelika Müller

2e prijs, een Paddy teddybeer, art.-nr. 027819:

Annemarie Wepfer

3e prijs, een Event Teddybeer, art.-nr. 421624:

Anne-Karine Simeoni

4e tot 10e prijs, elk een Elefäntle, art.-nr. 084119:

Lobke Kempeneers, Anne Wietfeld, Rainer Dietl, Janine Stadlik, Christine S. Allaway, Thomas Brandies en Kristy Martin.

Van harte gefeliciteerd!

We bedanken u allemaal voor uw deelname aan de prijsvraag. Mocht u niet bij de winnaars horen, kijk dan gewoon in de volgende editie van uw Steiff Club Magazine uit naar een nieuwe kans om te winnen!

BEREN EN BIER

Hoewel het Oktoberfest in 2020 werd geannuleerd, kunt u met Steiff toch nog vieren!

Onder normale omstandigheden is het Oktoberfest in München “het grootste en mooiste feest ter wereld,” aldus de minister-president van Beieren, Markus Söder. Maar vanwege de Covid-19-pandemie kan dit jaar geen sprake zijn van normale omstandigheden. De regering van de deelstaat Beieren maakte bekend dat het Oktoberfest in 2020 werd afgezegd om de verspreiding van het virus tegen te gaan. Ongetwijfeld zullen de verwachte zes miljoen bezoekers van dit feest – dat sinds 1810 vrijwel ieder jaar plaats had – met pijn in het hart van het feest afzien.

Maar ook al stromen er geen grote mensenmassa's naar de “Wiesn”, toch betekent dat niet dat het onmogelijk is om met een van de vele Oktoberfestberen van Steiff te vieren. Natuurlijk is het Oktoberfest ondenkbaar zonder bier. De afgelopen jaren werden in de tent van het Oktoberfest ongeveer zeven miljoen liter bier getapt! Daarom is het geen grote verrassing dat bier bij veel teddyberen en andere verzamelstukken van Steiff rond het Oktoberfest als inspiratie diende.

Het Oktoberfest zal (hopelijk) volgend jaar weer plaatsvinden. Maar er bestaat geen enkele reden waarom u dit jaar niet op bescheiden formaat met deze artikelen van Steiff als tafeldecoratie of als seizoensgebonden versiering thuis zou vieren. (Bovendien is het heel leuk ze te verzamelen!)

Een geweldige prestatie:

gespan met bierwagen van Löwenbräu, art.-nr. 038648

Misschien wel het meest gedetailleerde en complexe thema-artikel rond het Oktoberfest dat ooit door Steiff geproduceerd werd: het “gespan met bierwagen van Löwenbräu”, dat in 2004 in een gelimiteerde editie van slechts 500 stuks werd gemaakt. Deze blikvanger bestaat uit een met de hand bewerkte, compleet uitgeruste houten bierwagen van Löwenbräu, drie teddyberen in de traditionele kleding van de brouwers en vier imposant opgesmukte zwarte paarden. Dit uitzonderlijke pronkstuk is beslist een blikvanger in iedere verzameling rond het thema Steiff en het Oktoberfest.

Proost op de gezelligheid: “Beer uit München” met bierpul,

art.-nr. 670596

Steiff heeft diverse teddyberen met bierpullen in verschillende uitvoeringen geproduceerd. De “beer uit München” uit 2001 is een bijzonder attractief model. Deze op 2.000 exemplaren gelimiteerde beer draagt een grijze leren broek als klederdracht en een grijze Tiroler hoed van vilt. Hij is uitgerust met een muziekmechanisme dat het traditionele lied “In München steht ein Hofbräuhaus” speelt. En om te zorgen dat hij echt goed voorbereid is op de volgende ronde in het Hofbräuhaus, houdt hij in de rechterhand zijn eigen glazen bierpul met het wapen van Beieren vast.

Proost! Oktoberfest-teddybeer (excusief voor Oberpollinger),

art.-nr. 657061

en Oktoberfest-mädel,

art.-nr. 657160

Deze beer van het Oktoberfest uit 2009 is met de hand vervaardigd van karamelkleurig mohair. Hij draagt een traditioneel Beierse halsdoek met het karakteristieke blauw-witte ruitpatroon. Op zijn voetzool is “Oktoberfest” gestikt en in de hand houdt hij een bierpul van wit porselein met een vergulde rand. Er zijn verschillende panorama’s van München op gedrukt. De teddybeer werd exclusief ontworpen voor het warenhuis Karstadt. Zijn bierbukje en de fijn getekende snor maken hem gewoon onweerstaanbaar! De meid van het Oktoberfest draagt een donkerbruin vilten hart en een roos van textiel. Ze werd in 2010 als passende partner gevonden.

Hij brouwt het beste bier: “de Schankellner”,

art.-nr. 673504

In 2012 creëerde Steiff een uitzonderlijk collector's item ter ere van de mannen en vrouwen die het bier voor het Oktoberfest brouwen. De “Schankellner” van zachte pluche is vervaardigd van kaneelkleurig mohair. Trots draagt hij zijn geruite halsdoek en een groot leren schort waarop het biermerk Paulaner is gedrukt. De teddybeer heeft een houten hamer om het vat aan te slaan in zijn hand en werd geleverd met een houten biervat. Ook op zijn voetzool is “Oktoberfest” gestikt.

Het perfecte koppel:

Oktoberfest-berenpaar,

art.-nr. 670381

Bij het bezoek aan het Oktoberfest wordt veel waarde gehecht aan de kenmerkend Beierse klederdracht. In 2000 stelde Steiff het passend geklede berenpaar voor het Oktoberfest voor. Dit koppeltje gunt zich een ogenblik pauze en zit op een houten bank zoals ze te vinden zijn in de enorme bier tenten. Het meisje draagt een rood-witte “Dirndl” (zoals de jurk in klederdracht heet) en een traditioneel hart van zachte speculaas om haar nek. De jongen heeft de klassieke leren broek aan, een halsdoek met het blauw-witte patroon en een grijze Tiroler vilten hoed op z'n kop.

Een muzikaal meesterwerk:

beer in leren broek 2004

art.-nr. 671814

Nog een kunstzinnig vormgegeven Oktoberfest-beer is de gelimiteerde editie uit 2004. De 28 cm grote teddybeer is vervaardigd van blond mohair en draagt de traditionele groene leren broek, waarop het geruite wapen van Beieren prijkt. Zijn outfit wordt afgerond met een rood vilten vest met glanzende knopen van messing, een halsdoek en een Tiroler vilten hoed die versierd is met een koord en een veer. De beer is voorzien van een muziekmechanisme.

Zoete lekkernijen:

zij verkoopt harten,

art.-nr. 673702

Tot de meest geliefde tradities van het Oktoberfest behoren – naast het bier natuurlijk – de harten van zachte speculaas. Deze lekkernijen zijn vaak heel complex versierd en worden aan een band om de nek gedragen. Ze zijn het ideale cadeau voor verliefden. In 2013 bracht Steiff de “Herzl-verkoopster” op de markt. Deze heel charmante uitgave – een roze uitvoering in de klassieke stijl van de teddybeer Jackie – werd geleverd met vier harten op bruin vilt op een authentiek houten frame.

Speciaal voor kinderen: Fynn de teddybeer van het Oktoberfest,

art.-nr. 012594

Het Oktoberfest is niet alleen voor volwassenen – ook kinderen zijn van harte welkom. Bij het Oktoberfest in München zijn er bepaalde dagen voor het hele gezin met veel kermisattracties en activiteiten voor kinderen. Fynn – nog altijd de bestseller onder de pluche beren van Steiff voor kinderen – hoort al sinds 2011 bij de familie van de Oktoberfest-beren. Natuurlijk is hij speciaal gekleed voor deze gelegenheid en heeft zelfs een bierpul van witte pluche in zijn hand.

Vers uit de tuin: teddybeer Radi,

art.-nr. 673740

De gezouten lange radijs (witte rammenas) is een geliefd tussendoortje op het Oktoberfest. Graag genieten met een koel biertje – of ook twee! Deze zogenoemde rettich hoort al jaren op culinair gebied bij het Oktoberfest en is soms zelfs te vinden op de speciaal ontworpen kleurige plakaten voor het Oktoberfest. Om deze traditie in ere te houden, bracht Steiff in 2013 een Oktoberfest-beer op de markt die een blauw-wit geruite vlag draagt en een gigantische, witte rammenas in de hand heeft.

Een ideaal accessoire:

Oktoberfest-tas,

art.-nr. 674235

Misschien wel het opvallendste stuk dat Steiff ooit heeft ontworpen voor het Oktoberfest: deze grijze, 19 cm grote handtas van vilt. Op hem prijkt de kop van een klassieke teddybeer op een hart van rood-witte Vichy-ruit met gele zoom. De looks worden helemaal volmaakt door de rode strik onder het hart. Deze unieke handtas is het ultieme accessoire voor wie modicus voor de dag wil komen op het Oktoberfest!

Pagina 39-43

De kunst handpoppen te maken Twee kijkjes op de productie van handpoppen van Steiff.

Wanneer men u zou vragen naar het oudste speelgoed ter wereld, zou u misschien spontaan zeggen: “De teddybeer.” Dit legendarische speelgoed mag dan wel het beroemdste aller tijden zijn, maar u zult verrast opkijken dat een ander populair stuk speelgoed veel ouder is: de handpop! In feite gelooft men dat handpoppen al meer dan 3.000 jaar geleden bestonden.

Hoewel de grote verdienste van Steiff bij de kunstzinnige vervaardiging van handpoppen talloze eeuwen later gedateerd moet worden, is de invloed van het traditionele merk nog steeds van grote betekenis. Tot genoegen van talloze kinderen over de hele wereld, vervaardigde de onderneming tientallen jaren lang dagelijks duizenden poppen.

Onze geschiedenis focust in eerste Linie op de moderne tijd van de jaren 60 en 70. Dat biedt een uniek perspectief – uit twee compleet andere gezichtshoeken. De bijdrage is gebaseerd op interviews met een deskundige verzamelaar van poppen en met een lid van de familie Steiff, dat in de betreffende periode werkte op de poppenafdeling in Giengen. Volgens ons zult u beide gezichtshoeken heel boeiend vinden.

Deze drie persoonlijkheden markeerden in 1911 de intrede van Steiff in de wereld van de handpoppen: een teddybeer (uiteraard!), een Jocko-chimpansee en een King-Charles-spaniël.

Het vroege begin van de productie van handpoppen bij Steiff

Steiff betrad pas in 1911 met de introductie van slechts drie versies het toneel met handpoppen: een set van twee beren, een Jocko-chimpansee en een King-Charles-spaniël. Een jaar later werden ze vergezeld van een vos en een foxterriër. Vanwege het succes van deze artikelen verschenen er steeds andere kleurvarianten van de bestaande versies. Tegelijkertijd kwamen er nieuwe diersoorten bij de voortdurend andere samenstelling van de persoonlijkheden. Zelfs een paar beroemdheden als Micky Mouse en Felix de Kat kregen hoofdrollen in het poppenassortiment van Steiff, tot de productie in 1943 werd beëindigd.

Na de oorlog waagde Steiff langzaam opnieuw een begin op de markt voor handpoppen, andermaal met slechts drie types. Daar hoorden een Jocko-chimpansee bij, een Teddy Baby en een jonge leeuw – alle in wezen identiek met hun kameraden uit de tijd van voor de oorlog. In de jaren 50 werden er veel creatieve nieuwe modellen handpop geproduceerd, van wie er vele tot in de jaren 60 en 70 in de collectie bleven. Buitengewoon waren daarbij de poppen met eigen mimiek, een serie arm-handpoppen die zo lang waren als elegante dameshandschoenen en ver over de elleboog van een kind heen gingen. Ze werden oorspronkelijk maar twee jaar lang – 1958 en 1959 – vervaardigd, voordat ze een paar jaar later terugkeerden.

De tijd van de moderne handpoppen: het betoog van een deskundige verzamelaar

Tegelijkertijd met deze verfrissende designs begon Steiff meer synthetische materialen te gebruiken, vertelt Karin Houben, poppenexpert, verzamelaar en handelaar uit Nederland. “De modellen met plastic hoofd kenden groeiende populariteit,” legt ze uit. “Hun oorsprong ligt in de jaren 50 bij de Mecki- en Kerstmanpoppen. Maar het gebruik van plastic hoofden werd (tot in de jaren 60 en ver daarna) met Froggy, Clown, de schoorsteenveger, Happy of sprookjesfiguren als heksen, Hans, Grietje, tovenaars, prinsessen, koningen en vele anderen uitgebreid,” gaat ze verder.

Naast het toenemende gebruik van kunststoffen voor bepaalde types won ook een nieuwe synthetische stof onder de naam “Dralon” – een microvezel van acryl – aan populariteit. “Dat was veel zachter dan mohair en moeders vonden het erg prettig dat het wasbaar was,” legt Karin uit.

Twee van de meest zeldzame handpoppen waren niet eens in een catalogus te vinden – alleen in de legendarische speelgoedwinkel FAO Schwarz.

Dit exclusieve paar – een walrus en een vos in smoking – ontstond in 1962 naar aanleiding van het Kerstfeest rond het 100-jarig jubileum van de zaak uit New York.

Fans van de moderne handpoppen van Steiff zullen deze legendarische gezichten uit de jaren 60 en 70 meteen herkennen. Van de koning tot de politieagent en de clown, tot en met de tovenaars – met deze gedetailleerde en expressieve gezichten konden kinderen ontelbare verhalen bedenken en naspelen.

Met deze nieuwe types en materialen begon een nieuw tijdperk van poppenontwerp bij Steiff, een periode die weer steeds meer belangstelling wekt. Dat ligt er hoogstwaarschijnlijk aan dat veel van de hedendaagse verzamelaars zelf in de jaren 60 of 70 zijn geboren of met poppen speelden van ouders die in deze tijd zijn opgegroeid. Bovendien zijn de meeste stukken voor verzamelaars nog relatief betaalbaar, hoewel ze steeds meer gevraagd worden.

“Toen ik zes jaar was, kwam mijn oudste broer van school in New York naar huis en bracht een verrassing van FAO Schwarz voor me mee,” vertelt een liefhebber van de Steiff-poppen uit de “moderne tijd” die in Californië leeft. “Het was een tijger van Steiff. Ik was er meteen verliefd op en verzamelde vanaf dat moment Steiff-poppen. De dieren leken een ziel te hebben en waren levensecht. Uiteindelijk bestond mijn verzameling uit zes artikelen. Ik deed ze mijn neef cadeau, maar kreeg ze vele jaren later weer terug. Ze waren totaal versleten. Daarom stuurde ik ze naar de fabriek van Steiff, waar ze zo vriendelijk waren om ze weer op te knappen en in hun oorspronkelijke schoonheid te herstellen. Toen Steiff in 1999 weer dierenpoppen op de markt bracht, kreeg de verzamelwoede me opnieuw te pakken. Sindsdien is een hele collectie nieuwe en oude poppen van Steiff bij elkaar gekomen,” mijmert de verzamelaar uit San Francisco.

Karin Houben benoemt ook andere belangrijke veranderingen in de ontwikkeling van de poppen in de jongere tijd. “Er werd niet alleen een andere stof gebruikt, maar ook de glazen ogen werden door kunststof vervangen. De houders van karton die in het hoofd van de pop zaten, werden plastic buisjes. En de knop met het opschrift in reliëf werd in 1969 vervangen door de knop met de ingeperste letters. Die knop was veiliger voor kinderen, want hij was moeilijker af te nemen. Daardoor vind je bij de meeste handpoppen van Steiff uit de jaren 70 en later een intacte knop, wat identificatie vergemakkelijkt,” aldus Karin.

Hoewel ze (vergeleken met antieke Steiff-artikelen) van relatieve jonge datum zijn, bestaan er toch een paar moderne handpoppen die bijzonder moeilijk te krijgen zijn. Daartoe behoort de slang Snaky. Dit is een armlange handpop van mohair uit 1965 met een heel gecompliceerde beschildering. Andere zeldzame rariteiten werden voor reclamedoeleinden of als exclusieve artikelen vervaardigd voor selecte detailhandelaars. Onder hen bevinden zich een leeuw en een lam, die in 1958 werden gemaakt voor Reed & Barton. Eveneens op de lijst met zeldzame rariteiten staan een walrus en een vos “Xorry” in smoking uit 1962, die naar aanleiding van het kerstfeest voor het 100-jarig jubileum voor FAO Schwarz werden vervaardigd.

“Uit de jaren 60 en 70 zijn die twee laatstgenoemde mijn lievelingspoppen. Niet alleen omdat ze extreem zeldzaam zijn, maar vooral ook omdat ze tot in het kleinste detail en heel gecompliceerd zijn uitgewerkt en een grappige uitdrukking hebben,” droomt Karin Houben weg.

Boven en rechtsboven: de introductie van dralon – een synthetische vezel van acryl – maakte nieuwe handpoppen mogelijk, tot groot genoegen van kinderen en ouders. De kinderen waren dol op de grappige en kleurige karikaturen van hun favoriete dieren, terwijl ouders hun wasbaarheid waardeerden.

Rechts: vindt u het extreem zeldzame artikel op deze foto uit het tijdperk van de handpoppen met de plastic hoofden?

Hij heet Clowny en bevindt zich aan het einde van de bovenste rij. Clowny werd alleen in 1967 geproduceerd. Wanneer tegenwoordig een exemplaar opduikt, is de hoed vaak weg.

“Speelgoed van Steiff heeft altijd al een grote aantrekkingskracht op me gehad. Maar als jonge vrouw te beginnen met het verzamelen van Steiff was niet gemakkelijk, vooral wegens de ontbrekende financiële armslag,” vervolgt ze. “De poppen waren echter betaalbaar – duidelijk voordeliger dan de “volwaardige speelgoeddieren” – hoewel ze precies dezelfde gezichten hadden. Op die manier ontdekte ik de handpoppen van Steiff, die in geen enkel boek voor verzamelaars waren afgebeeld, zoals bijvoorbeeld de reeds genoemde reclamepoppen,” besluit ze haar betoog.

Uit het oogpunt van een kind: een lid van de familie Steiff denkt terug aan de productie van poppen in de jaren 60.

In de loop van de 140-jarige historie van de onderneming hebben veel familieleden van Steiff in de fabriek in Giengen gewerkt. Claire Steiff Meisel, de kleindochter van Richard Steiff, de uitvinder van de teddybeer, had als jeugdige meisje de unieke gelegenheid

om de productie van edel speelgoed van vlakbij mee te maken. In haar herinneringen houdt ze de sfeer en de dynamiek van deze unieke tijd bij Steiff vast.

Deze catalogusfoto toont de complete veelzijdigheid van moderne handpoppen van Steiff: oude en nieuwe types, conventionele en moderne materialen. Het eerste artikel, het aapje Jocko, is sinds zijn debuut in 1911 praktisch niet veranderd. Net als het meer dan vijf decennia oudere origineel bestaat hij nog steeds uit mohair. Nummer vier daarentegen, Froggy de kikker, is een nieuw type met een voorgevormde plastic kop en een lijf van katoenen fluweel. Froggy was van 1968 tot 1978 in het assortiment te vinden.

“Als kind in 1965 wilde ik beslist aan het werk. Daarom vroeg ik ‘s zomers – toen mijn moeder en ik in Giengen waren – om werk in de fabriek,” herinnert Claire zich. “Eerst kreeg ik de nogal ondankbare taak om suikerklontjes in de kantine te tellen, door mijn moeder ingericht voor de medewerkers. Na de eerste dag wilde ik echt werk hebben,” lacht ze. “Dus kwam ik terecht op de poppenafdeling, die echt gigantisch groot was. Daar zaten vrouwen aan lange, brede tafels. Ze droegen schorten over hun meestal nogal trieste kleren, met hun hoofden diep over het werk gebogen. Ze keken me allemaal nieuwsgierig aan,” denkt ze terug.

“Ik ging zitten naast Maria, die geen Engels kon. Maria was de voorwerkster voor de vrouwen. Mijn tante Margarete Steiff Gerold (dochter van Hugo Steiff) was haar leidinggevende. Maria leerde me een pop uit een grote stapel handpoppen te nemen, die al binnenstebuiten waren gekeerd. Vervolgens werd lijm op de binnenkant van het hoofd gedaan en op een dik papieren buisje, waarin het kind bij het spelen met de pop zijn vinger zou steken. Daarna werd het buisje op zijn plaats geschoven. Doordat de stevig gestopte hoofden een precies uitgespaarde zone hadden voor het papieren buisje, moest ik erg m’n best doen om het buisje perfect aan te brengen. De hele dag door vielen steeds meer plakkerige houtspaanders op m’n borst. Aan het eind van de dag liep ik in een pullover die volledig was bedekt met houtspaanders. Zo liep ik terug naar het oude bijgebouw op de heuvel. Wanneer ik kon, ging ik iedere dag op dezelfde tijd naar de fabriek. Soms kwam ik een beetje later, omdat ik bij een van mijn vele tantes was uitgenodigd voor wat koffiepraat en waar ik taart met verse slagroom kreeg,” herinnert ze zich nog. “Maar ik wilde op die spannende plek zijn waar ik me nuttig kon maken. Toen al, in mijn jonge jaren, was het een grote eer voor mij om in de firma van mijn familie te werken.”

Pagina 44-45

15 jaar Steiff Museum

Rond het 140-jarig jubileum van Steiff viert ook het Steiff Museum verjaardag.

Wanneer Margarete Steiff GmbH in 2020 haar 140-jarig jubileum viert, heeft ook het Steiff Museum een veelbetekenende mijlpaal bereikt. De geliefde toeristenattractie op het bedrijfsterrein in Giengen is nu alweer 15 jaar open!

In tegenstelling tot veel musea die statische tentoonstellingen bevatten van historische voorwerpen, is het Steiff Museum een land vol avontuur, waarbij je interactieve belevenissen als het ware op de huid zit. Natuurlijk worden alle belangrijke en onbetaalbare vondsten uit het verleden gepresenteerd. Maar het museum heeft nog eindeloos veel meer te bieden voor kinderen en volwassenen.

Twee speciaal voor het museum gecreëerde figuren – een teddybeer die naar de naam Knop luistert en een pop met de naam Frieda – nemen de bezoekers mee op een avontuurlijke reis op zoek naar de allereerste teddyberen van het bedrijf (met de aanduiding PB 55). Ze werden ingescheept naar Amerika, maar verdwenen op mysterieuze wijze voordat ze de kust van de Verenigde Staten bereikten.

Tegen de achtergrond van dit thema beleven de bezoekers de historie van Steiff op een fantasievolle, innovatieve, amusante en onvergetelijke manier. Met een zwevend platform vliegen de bezoekers naar de wereld der fantasie en zien de ene na de andere ruimte adembenemende expositiestukken uit het verleden en uit de tegenwoordige tijd. De weg leidt naar een kinderboerderij met levensgrote studiodieren en een gigantische glijbaan in de vorm van een slang, die van de ene naar de andere verdieping kronkelt. Bovendien is er een demonstratie van de productie bewonderen met gedetailleerde informatie over het produceren bij Steiff. In de Steiff Museumshop kunnen bezoekers uit een groot aantal artikelen hun absolute lieveling uitzoeken of in de Factory Outlet met zijn gigantische assortiment naar koopjes zoeken.

De bouw en de opening van het Steiff Museum vielen samen met het 125-jarig jubileum van de onderneming. De eerste voorbereidingen vonden plaats op 29 maart 2004 en de grondsteen werd op 12 mei 2004 gelegd. In het fundament werden een replica van het “Elefäntle”, een replica van de eerste teddybeer ter wereld (PB 55 van Richard Steiff), een exemplaar van het boek “100 jaar Steiff-teddyberen”, twee actuele kranten, een paar munten en een oorkonde ingegoten.

Na voltooiing van de bouwwerkzaamheden werd op 30 augustus 2004 het bereiken van het hoogste punt gevierd. Het Steiff Museum opende zijn poorten op 23 juni 2005 in het kader van het Steiff Festival en stond in het middelpunt van de festiviteiten omtrent het 125-jarig bedrijfsjubileum.

Met een expositieruimte van 2.400 m² verdeeld over drie etages is het museum net zo indrukwekkend als het historische fabrieksgebouw vlak in de buurt. Te oordelen naar de duizenden bezoekers die het museum de afgelopen 15 jaar bezochten, wordt deze attractie op het bedrijfsterrein met open armen begroet.

“Sinds de opening anderhalf decennium geleden wordt het Steiff Museum regelmatig geactualiseerd. Op die manier kunnen de bezoekers telkens weer iets nieuws en boeiends ontdekken,” zegt Simone Pürckhauser. Zij geeft leiding aan het Steiff Museum en is verantwoordelijk voor toerisme en PR. “Het museum is ontworpen als een ‘droomwereld’ voor bezoekers van alle leeftijden. Een bezoek aan deze betoverende omgeving moet elke fan van Steiff ooit aan den lijve beleefd hebben.”

Pagina 46-47

De grote teddyberenjacht Aaibare metgezellen verspreiden vreugde en hoop in de pandemie.

Al generaties lang is de teddybeer voor de meeste kinderen de eerste “beste vriend”. Ook vandaag de dag, 118 jaar na de creatie door Richard Steiff. Kinderen houden van teddyberen omdat ze vreugde, vriendschap en troost bij hen vinden. Volwassenen verzamelen ze omdat ze onze harten vervullen van geluk, hoop en mooie herinneringen.

Gezien de mondiale pandemie die begin dit jaar zijn aanvang nam, is het geen grote verrassing dat mensen van alle leeftijden opnieuw oog krijgen voor dit hoopgevend symbool van een eenvoudiger en veiliger tijd. In huizen op alle continenten duiken ineens spontaan weer overal teddyberen voor de ramen op – als een bron van kracht en zekerheid voor iedereen die ze ziet.

Hoewel het idee achter de internationale “teddyberenjacht” eigenlijk was kinderen afleiding te bieden van de sombere berichtgeving over de uitbraak van COVID-19, biedt de actie intussen plezier aan jong en oud.

Het is niet helemaal duidelijk waar de beweging #teddybearhunt oorspronkelijk begon. Via Twitter verspreidde het idee zich echter razendsnel en media van München tot Milaan, Tokio tot Tel Aviv en van New York tot New-Delhi deden er uitgebreid bericht over. Miljoenen kinderen konden het nauwelijks afwachten dagelijks door de straten in hun buurt te wandelen en te tellen hoeveel beren ze ontdekten.

Volgens de BBC was het kinderboek “Wij gaan op berenjacht” van de Britse auteur Michael Rosen inspiratiebron voor de jacht. Een Indische nieuwszender maakte bekend: “De teddyberenjacht is op dit moment, terwijl vele miljoenen mensen in zelf opgelegde isolatie gaan, wereldwijd een geliefd tijdverdrijf. Het motto van het boek – “Wij zijn niet bang!” – heeft veel mensen aangespoord.”

Kranten in Nieuw-Zeeland wisten te melden dat zelfs premier Jacinda Arden de actie ondersteunt en twee beren in het raam van haar huis in Wellington heeft gezet. Ook een Canadese journaliste, moeder van een kind van vier, was onder de indruk van de wereldwijde beweging. Zij twitterde: “Aan de ouders (want het moeten ouders geweest zijn) die op dit idee gekomen zijn: BEDANKT. Een kind te moeten zeggen dat het niet meer met anderen buiten mag spelen, is hartverscheurend. Daarom biedt ons de “berenjacht” tijdens onze wandelingen de afleiding die zo dringend noodzakelijk is.” Een Facebook-groep in Sydney met de naam “We’re Going On A Bear Hunt Australia” kreeg meer dan 17.000 nieuwe leden, allemaal op jacht naar beren. Zelfs de onwrikbare New York Times had oog voor de wereldwijde trend en meldde dat “in de afgelopen weken in minstens 13 landen – waaronder Japan, Australië, Duitsland, Schotland en alle 50 staten van de VS – pluche dieren werden waargenomen.

Hoewel niet iedere teddybeer bij de jacht over de hele wereld een “knop in het oor” heeft, doet dat niets af aan het effect van de beweging. Het doet ook geen afbreuk aan de altijd blijvende vreugde die Richard Steiff de mensheid schonk toen hij in 1902 zijn opmerkelijke uitvinding presenteerde. Hij zou stellig heel trots geweest zijn op de continue aanmoediging en vriendschap die de teddybeer mensen uit alle landen en van elke leeftijd zowel in goede, alsook in slechte tijden schenkt.

“Een mondkapje is voor mij vanzelfsprekend! Zo bescherm ik ook mijn overgrootmoeder.”

Foto: Ursula Kleinwächter

“In de tijd van corona beschermen zelfs mijn beren zich als ze wc-papier kopen!”

Foto: Margit Zirngibl

De Club-pagina

Doe een lidmaatschap cadeau, werf een nieuw lid of verleng uw lidmaatschap heel gemakkelijk.

Als Clublid weet u welke voordelen het lidmaatschap u biedt. Misschien vindt u hier echter nog een paar details die u had vergeten, of wilt u een lidmaatschap cadeau doen, dan wel een nieuw lid werven. We zouden ons daarover verheugen!

UW VOORDELEN

- »» Exclusieve Clubedities
- »» Het Club Jaarcadeau
- »» Uitnodigingen voor Club Events
- »» Het Steiff Club Magazine gratis in huis
- »» Actuele productinformatie
- »» Gratis toegang in het Steiff Museum

De Steiff Club-ledenkaart

Met uw ledenkaart krijgt u gratis toegang tot het Steiff Museum in Giengen. Maar u profiteert ermee ook van speciale condities bij diverse Steiff Events.

Het Steiff Club Magazine

In het Steiff Club Magazine vindt u alle wetenswaardigheden en nieuwtjes rondom Steiff en de Club. U ontvangt hem twee keer per jaar gratis (in februari en augustus).

De Club Events

Bij de Steiff Club Events ontmoeten gelijkgezinden elkaar, babbelen met experts en bespreken van alles met vrienden. Ze leren de noviteiten van Steiff kennen en kunnen alleen hier de gelimiteerde Event Teddybeer aanschaffen.

Online aanbiedingen

Op steiff.com vindt u in het menupunt van de Steiff Club bijv. de ruilbeurs, downloads en nog veel meer.

De exclusieve Club Edities

Als lid kunt u in het bezit komen van exclusieve Club Edities. Dit doet u bij een Club-handelaar bij u in de buurt, door rechtstreeks te bestellen per post, fax of op steiff.com.

Het Club Jaarcadeau

Het lidmaatschapsjaar gaat in op 1 februari, 1 mei, 1 augustus of 1 november. In elk nieuw jaar als Clublid ontvangt u een hoogwaardig Steiff-artikel. U ontvangt het na verlenging van uw lidmaatschap nog in dezelfde maand. Leden die hun lidmaatschap met meer dan één jaar verlengen, ontvangen hun jaarcadeau bij de eerste verzending van de Steiff Club begin februari

Onze actuele premies voor het werven van leden (elk een artikel naar keuze; levering zolang de voorraad strekt):

voor een lidmaatschap van 1 jaar:

Mini-teddybeer geluksbrenger, 9 cm, art.-nr. 039836
Cosy, de beer van het jaar 2020, 34 cm, art.-nr. 113475
Herkules Yorkshire-terriër, 24 cm, art.-nr. 076923

voor een lidmaatschap van 2 jaar:

Rieke, het speelse reetje, 35 cm, art.-nr. 070433
Lenny de teddybeer, 40 cm, art.-nr. 109508
Back in Time Baerlie de bruine beer, 28 cm, art.-nr. 069420

voor een lidmaatschap van 3 jaar:

Starly, de buigzame eenhoorn, 35 cm, art.-nr. 015045
Paddington Bear™, 28 cm, art.-nr. 690204
Hangertje Elefäntle, 5 cm, art.-nr. 034350

of een cadeaubon voor de Steiff Online Shop t.w.v. 75 EUR (alleen geldig in Duitsland, Frankrijk, Oostenrijk, de Benelux en Groot-Brittannië).

Aanmeldingsformulier

- Ik wil lid worden van de Steiff Club
 Ik wil een lidmaatschap van de Steiff Club cadeau doen
 Ik ben al lid en wil een nieuw lid werven
(Schenking niet te combineren met werving.)

Gegevens nieuw lid: Mevrouw Meneer

Voor- en achternaam, alstublieft goed leesbaar in blokletters invullen!

Adres, huisnummer

Postcode, woonplaats

Land

Telefoon

E-mailadres

Geboortedatum

Uw Clubhandelaar (indien bekend)

Gegevens aanmeldend lid: Mevrouw Meneer

Voor- en achternaam

Adres, huisnummer

Postcode, woonplaats

Land

Telefoon

E-mailadres

Geboortedatum

Lidmaatschapsnummer (enkel bij ledenwerving)

Het eerste exemplaar moet worden verzonden aan:

- de ontvanger van het cadeau
 ik persoonlijk

Mijn wenspremie (geldt alleen bij ledenwerving, niet bij lidmaatschap als cadeau)

Artikelnr.

Aanduiding

Thuisbezorging, zolang de voorraad strekt. De premie wordt ca. 4 tot 6 weken na ontvangst van de betaling voor het nieuwe lid verzonden.
Voor de waardeboncode van € 75 ontvangt u een kennisgeving met de post of via e-mail.

Een contante uitbetaling is niet mogelijk. Geen correspondentie mogelijk.

Plaats/datum Handtekening cadeaugever of aanwervende en nieuw lid

Het lidmaatschap kost voor

- één jaar (50 EUR / 60 CHF / 42 GBP)
 twee jaar (90 EUR / 100 CHF / 75 GBP)
 drie jaar (130 EUR / 150 CHF / 105 GBP)

Landen buiten Europa, excl. VS:

- één jaar: 100 EUR
 twee jaar: 180 EUR
 drie jaar: 250 EUR

Ik betaal:

- gemakkelijk met automatische incasso (binnen Europa in EUR, tot nader order)

Rekeninghouder

bankinstituut

IBAN

BIC

- door overschrijving op het volgende rekeningnummer

Deutsche Bank AG, Heidenheim,
IBAN: DE 21 6137 0086 0202 7530 02, BIC: DEUT DESS 613

Zwitserland: Neue Aargauer Bank AG, Lenzburg,
IBAN: CH04 0588 1013 3966 9100 0, BIC: AHHBCH2256A

Duur van het lidmaatschap: het persoonlijke lidmaatschapsjaar begint bij ontvangst van de aanmelding in het eerste kwartaal op 1 februari, in het tweede kwartaal op 1 mei, in het derde kwartaal op 1 augustus en in het vierde kwartaal op 1 november. Het lidmaatschap wordt automatisch met een jaar verlengd wanneer na ontvangst van het bericht over de verlenging niet wordt opgezegd vóór de hierin vermelde termijn. Een lidmaatschap dat cadeau is gedaan, wordt niet automatisch verlengd. Na afloop van het persoonlijke lidmaatschapsjaar kan het lidmaatschap zelf worden verlengd door het betreffende lid en de persoon die de aanmelding heeft ingediend.

Recht tot herroeping: u kunt de ingediende aanmelding voor een lidmaatschap binnen twee weken schriftelijk herroepen. Richt u hiertoe op tijd tot het volgende adres: Steiff Club, Margarete Steiff GmbH, Postbus 15 60, 89330 Giengen an der Brenz, Duitsland

Informatie over de gegevensbescherming: door uw ondertekening hieronder geeft u toestemming dat de bovengenoemde gegevens mogen worden verwerkt door Margarete Steiff GmbH, de Steiff Club en uw Steiff Clubhandelaar. De gegevens worden vertrouwelijk verwerkt overeenkomstig de voorschriften voor gegevensbescherming van de Steiff Groep en de EU-DSGVO, de BDSG en overige wettelijke voorschriften. De gegevens worden uitsluitend in het kader van de afwikkeling van deze overeenkomst aan derden verstrekt, zoals bijv. voor de gekozen betalingsprocedure, het toezenden van Clubinformatie en uitnodigingen voor Club Events. Mocht u vragen, suggesties, opmerkingen of een verzoek om informatie betreffende uw gegevens hebben, neem dan alstublieft contact op met de Steiff Club, Margarete Steiff GmbH, Postbus 15 60, 89330 Giengen an der Brenz in Duitsland.

Datum Handtekening cadeaugever of nieuw lid

U kunt uw aanmelding als volgt indienen: knip het formulier uit of kopieer het en stuur het dan met de post aan de Steiff Club, Margarete Steiff GmbH, Postbus 15 60, 89330 Giengen, Duitsland
of per fax aan: +49 (0) 7322 131-476
Nog eenvoudiger functioneert de online aanmelding op steiff.com
(Deze aanvraag is geldig tot 10-12-2020.)

De nieuwste avonturen van Knop en Frieda

“Hallo Knop. Ik ben het, Frieda! Ik bel je op om een belangrijke vraag te stellen. Weet jij welke dag het vandaag is?”

“Natuurlijk weet ik dat,” antwoordt hij. “Het is 23 juni 2020!”

“En waarom is dat een bijzondere dag?” vraagt Frieda.

“Doe niet zo dom,” lacht Knop. “Vandaag is het precies 15 jaar geleden dat onze geschiedenis in het museum in de ‘Avonturenwereld’ leven werd ingeblazen.”

“Ik ben blij dat jij je daar nog aan kunt herinneren! Want ik heb een heel speciaal cadeau voor jou. Zien we elkaar vanmiddag in het museum?” stelt Frieda voor.

“Ja, tot later. Ik ben echt heel benieuwd,” reageert Knop opgetogen.

Als de kerkklok twaalf slaat, staan de twee vrienden voor de avonturenwereld van Steiff.

“Ik heb het gevoel alsof gisteren pas geopend werd,” mijmert Frieda bedachtzaam. “Onze avonturen worden zo prachtig verteld. Ik vind dat al die acteurs die onze rollen spelen echt geweldig hun best doen. Ze zien er precies zo uit als wij,” merkt ze lachend op en brengt ook Knop aan het giechelen.

“Omdat de opening vandaag precies 15 jaar geleden was, heb ik een heel speciaal cadeau voor je meegenomen. Het zit in mijn zak,” glimlacht Frieda.

“Wat is het? Mag ik het nu al uitpakken?” vraagt Knop nieuwsgierig.

“Nog niet,” antwoordt Frieda. “Laat ons eerst ter ere van de goede oude tijd een rondje door het museum maken. Laten we nog een keer onze avonturen beleven toen we op zoek waren naar de verdwenen teddyberen PB 55 en over de hele wereld reisden.”

“Dat klinkt in elk geval heel erg leuk,” stemt Knop in. “Trouwens, als je me mijn cadeautje niet meteen wilt geven, kunnen we het best meteen met onze rondgang beginnen. Hoe vroeger we klaar zijn, des te sneller kom ik te weten wat jouw verrassing is!”

De twee vrienden stappen eerst de naaikamer van Margarete Steiff binnen, het eerste station op hun rondgang. Wanneer de beer PB 55 begint te vertellen, zijn ze net zo enthousiast als toen ze het verhaal voor het eerst hoorden.

Al snel vergeten ze allebei de tijd. Ze blijven telkens weer ergens staan om de kleurrijke displays te bewonderen, glijden met grote pret door de gigantische slangenglijbaan, maken selfies met de levensgrote dieren en laten zich door de magie van het speelgoed van Steiff meeslepen naar een ver verleden. Na afloop van de rondgang gunnen ze zich nog een stukje taart in de bistro.

“Nu is het eindelijk zover,” zegt Frieda en grijpt in haar zak. “Ik ben blij jou...” Maar plotseling stopt haar stem. Van het ene op het andere moment verandert haar gezichtsuitdrukking van vreugde in bezorgdheid. “Het is er niet! M’n cadeau voor jou is weg! Terwijl het iets heel bijzonders was. Het was de allereerste entreekaart die ooit werd verkocht voor de avonturenwereld. Ik heb hem 15 jaar lang bewaard! Hij moet ergens uit mijn zak gevallen zijn. We moeten hem absoluut weer terugvinden!”

Frieda dringt erop aan dat ze allebei de hele weg terug door het museum afleggen en in alle hoeken en gaten zoeken. Maar de entreekaart is en blijft weg. “Ik ben zo ontzettend droevig dat ik je mijn aandenken aan deze zo ontzettend bijzondere dag niet kan geven. Het was een van mijn meest waardevolle bezittingen en ik wilde dat jij het kreeg,” treurt Frieda met dikke tranen in haar ogen.

Daarop steekt Knop zijn hand uit en omarmt zijn liefste vriendin. De frons op het gezicht van Frieda maakt plaats voor een voorzichtig lachje. “Ik ben vandaag hierheen gekomen om jou een heel bijzonder cadeau te geven. Maar nu ben ik degene die het allermooiste cadeau heeft gekregen.”

“Hoe bedoel je?” vraagt Knop verbaasd. “Ik heb je toch alleen maar virtueel omhelsd? We moeten in deze tijden wel voorzichtig blijven.”

“Precies”, glimlacht Frieda. “Maar iedereen weet dat een omhelzing door een teddybeer – ongeacht of die virtueel of echt is – altijd het allermooiste geschenk op de hele wereld is.”