

Der Klassiker des deutschen Kinderfernsehens: *Die Sendung mit der Maus*

EIN GESPRÄCH MIT SIEGMUND GREWENIG UND BRIGITTA MÜHLENBECK*

Die Maus ist das bekannteste Kinderformat in Deutschland. Wie ist es damals dazu gekommen?

Grewenig: Als die *Maus* 1971 ins Leben gerufen wurde, war ich kurz vor dem Abitur und Brigitta Mühlenbeck auch noch im Gymnasium. Das heißt, wir reden über eine Zeit, die wir nicht aktiv miterlebt haben, sondern die wir nur aus Erzählungen kennen. Es gab als Vorlage 3 Sachgeschichten, bevor am 7. März 1971 die Fernsehpremiere der *Lach- und Sachgeschichten* stattfand. Der Titel ließ sich aber so schlecht behalten, dass alle sagten »Diese Sendung mit der Maus«. So kam der Name sozusagen aus Volkes Stimme und die Sendung lief unter diesem Namen zum ersten Mal im Januar 1972 über den Bildschirm.

Was ist der Kern der Sendung mit der Maus?

Grewenig: Die *Sendung mit der Maus* ist eine Mischung aus 3 Elementen: Das eine Element ist das dokumentarische Erzählen mit einer bis heute sehr ungewöhnlichen Bildsprache. Das zweite Element waren grafische Geschichten und das dritte Element kurze Spots – anfangs nur mit der Maus. Damit hatte man schon 1972 den Grundstein gelegt für das, was später geschah. Durch dieses Magazin-konzept, das eine große

Offenheit hat und trotzdem eine klare Strukturierung – nach jedem Beitrag kommt immer die Maus –, hat der Zuschauer immer eine klare optische Orientierung. Dieses offene Konzept ist eines der wesentlichen Geheimnisse für den bis heute anhaltenden Erfolg der Sendung.

Das Wichtigste aber ist etwas, was sich als »Philosophie der *Maus*« bezeichnen lässt: Wir erzählen Geschichten, die immer einen guten Ausgang haben, und wir brauchen das Aha-Erlebnis. Und die Sendung ist immer mehr als die Summe der Teile. Es wird versucht, sie wie ein Menü anzurichten. Das heißt, dass die verschiedenen Teile, gut miteinander kombiniert, ein rundes Fernseherlebnis möglich machen.

Wie setzt sich das konkret um? Was macht die Maus über so lange Zeit erfolgreich?

Grewenig: Da sind wir erstens bei den Maus-Spots als Ursache dafür, dass die Sendung so erfolgreich ist. Als Zweites ist es natürlich die Art der Erzählung und die Stimme von Armin Maiwald, der die Sachgeschichten in seiner lakonischen, kurzen Form sehr geprägt hat. Jede Sachgeschichte hat einen Erkenntniswert, den jeder Zuschauer mitnehmen kann. Und dann ist da die Emotionalität, die für Kinder ganz wichtig ist. Sehr früh

wurde der Maulwurf eingekauft. Er war die erste voll animierte Zeichentrickserie neben den Disney-Formaten, die im deutschen Fernsehen wirklich Fuß gefasst hat. Und nach und nach konnten wir dann selbst eigene Marken kreieren, wie den *Kleinen Eisbär* oder etwa *Trudes Tier*.

Zur *Maus* gehören immer wieder auch die verschiedenen Nebenaktivitäten. Da ist zum einen das Merchandising, denn jede Plüschpuppe ist immer auch eine Erinnerung an das Programm. Auch die Jubiläumsveranstaltungen gehören dazu. Die größte war 1996 mit Stefan Raabs *Hier kommt die Maus*, mit dem Mausoleum und mit dem Mausfest auf dem Roncalli-Platz in Köln. Und heute gibt es immer am 3. Oktober den »Tag der offenen Tür«.

Auch hier wird an den Community-Gedanken angeknüpft. Wir versuchen, Menschen zu finden, die es Kindern ermöglichen, hinter sonst verschlossene Türen zu gucken. 2015 haben über 600 Firmen und Einzelpersonen, Museen und Institutionen dies ermöglicht. Von daher ist die *Maus* immer auch, und das ist wichtig, über das Fernsehen hinaus ein öffentliches Ereignis und in dieser Form wirkt sie. Die *Maus* gehört damit zum deutschen Kulturgut und zum kollektiven Erfahrungsschatz vieler Generationen.

Mühlenbeck: Was durch die Community, durch die vielen Zuschriften und Anrufe und durch Posts auf Facebook deutlich wird, ist, dass bei der »Maus-Gemeinde« ein hohes Bedürfnis nach Klärung von Sachverhalten besteht. Wenn Hochwasser ist, machen wir etwas zu der Frage »Wie entsteht Hochwasser und wie geht man mit Hochwasser um?«. Aktuell haben wir die Flüchtlingssituation in Deutschland, das heißt, wir haben eine Familie gesucht, die sich mit vielen Kindern auf die Reise gemacht hat, und begleiten diese Familie auf ihrem Weg in die deutsche Gesellschaft. Neben diesen Inhalten ist dann etwas, was ich als »Verankerung« bezeichnen möchte, wichtig. Wenn wir gesellschaftliche Ereignisse und Entwicklungen aufgreifen, also beispielsweise im Rahmen der Themenwoche »Arm und Reich« der Frage »Was ist Kinderarmut in Deutschland?« nachgehen, dann sind das beunruhigende Themen. Für die *Maus*-Zuschauer muss am Ende der Sendung aber immer deutlich sein: »Ja, das ist schwierig, das müssen wir uns anschauen«, »Damit muss man sich auseinandersetzen«, aber es ist nicht so, dass ich nicht mehr weiß, wo mein Platz ist, sondern die Sendung entlässt mich dann auch wieder gut in meinen Sonntag. Dieses Grundprinzip, einerseits komplexe Themen oder Phänomene des Alltags verstehbar auf-

bereitet zu bekommen und gleichzeitig immer zu wissen, insgesamt entlässt mich die Sendung immer mit einem wohligen Sonntagsgedanke, hat sicherlich einen großen Anteil am Erfolg.

Als Sie jeweils die Maus in der redaktionellen Verantwortung übernommen haben, was war Ihnen persönlich besonders wichtig?

Grewenig: Für mich war es ein unfassbar großer Schatz, den ich da erbe. Und ich hatte das Glück, dass ich früh und sorgfältig vor allem von Dieter Saldecki eingeführt worden bin. Für mich war wichtig, von dem Konservengedanken wegzukommen. Die *Maus* wurde damals in Staffeln gefertigt, 6 oder 13 Folgen auf einmal. Ich regte dann an, dass wir die *Maus* sehr viel zeitnaher fertigen, dass wir Zuschauermeinungen aufnehmen können und mit unserem Publikum in Kontakt sind. Und das sind wir bis heute. Wir beantworten jeden Brief und jede E-Mail, die an die *Maus* geschrieben werden. Und so ist schon zu sehr frühen Zeiten eine Gemeinschaft entstanden, ein treuer Fan-Kreis, den man heute als »Community« bezeichnet. Eine großartige Basis beim Aufbau der App. Das Zweite war der Ausbau der Animation. In den 90er-Jahren war die Trickfilmindustrie in Deutschland so weit, dass wir eigene Figuren (oft

aus Bilderbüchern) animieren lassen konnten. Und zusätzlich kamen dann irgendwann *Käpt'n Blaubär* als Puppenzeichentrick-Serie und später *Shaun das Schaf* dazu, eine Knet-Koproduktion mit Aardman in England.

Mühlenbeck: Ich bin in die *Maus*-Redaktion gekommen mit dem Auftrag, die Balance zwischen Tradition und Erneuerung weiterzuführen und aktuelle Neuerungen mit besonderer Obacht zu begleiten. Das habe ich sehr ernst genommen. Ich war ja in einer Situation, die etwas anders war als die aller vorherigen RedakteurInnen, die *Die Sendung mit der Maus* geleitet haben: Ich hatte nie in der *Maus*-Redaktion gearbeitet. Das heißt, ich musste anfangen zu fragen: »Warum ist das so?« Wenn einer sagt, »Das ist nicht

Maus«, musste ich fragen: »Warum nicht?« Durch dieses Fragen und diese Neugierde, die ich da entwickelt habe, wurden alle KollegInnen, die schon lange in der *Maus*-Redaktion arbeiteten, veranlasst, sich noch einmal bewusst zu machen, was sie da tun, warum sie das so tun und wie sie dies dann auch mit den Autoren, den kreativen Beteiligten besprechen. Dies hat viele redaktionelle Entscheidungen noch einmal geschärft. Als Magazinformat bietet *Die Sendung mit der Maus* eine große Freiheit, etwas zu gestalten, wirklich frei zu sein, anarchisch zu sein, spontan zu sein. Mit diesem Neuen, Überraschenden immer wieder zu arbeiten, das macht allen Beteiligten sehr viel Spaß und ist sicherlich auch ein wichtiges Merkmal der *Maus*, insofern als auch das Ungewöhnliche, das Frische immer wieder zu finden ist.

Wie entstand dann die Sendung Wissen macht Ah!?

Grewenig: Sie entstand aus dem Impuls, dass wir aus dem, was wir jeden Montag, Dienstag, Mittwoch lesen durften, nämlich die Zuschauerpost, ein Spin-off

aus der *Maus* machen wollten, unter dem Titel *Maus-Club*. Es entstand eine Studio-Show mit Einspielern vor Kinderpublikum. Hier konnten Fragen geklärt werden, die man zum Teil in der *Maus* nicht erklären kann, weil sie zu »klein« waren und weil man sie filmisch nicht gut genug darstellen konnte. Es stellte sich relativ rasch heraus, dass im *Maus-Club* vor allem die Einspielfilme funktionierten. Musik, Gesang und Tanz fanden weniger Interesse. Das führte dazu, dass wir die Stärken und die bereits gedrehten Filme des *Maus-Clubs* bestehen ließen und ihn von denen moderieren ließen, die es können. Das waren dann Ralph Caspers und Shary Reeves. Und siehe da, aus »Wir machen jetzt eine intelligente Resteverwertung« wurde ein bis heute laufendes großartiges Wissensformat.

Wie kam es zur Sendung mit dem Elefanten?

Grewenig: Das kam zu der Zeit, als man sagte, »Die *Maus* ist ja kein Kleinkinderprogramm mehr«. Das war sie vielleicht mal am Anfang, aber selbst da auch nicht, wenn man sich die Beiträge heute ansieht. Es war ein Programm, was auch kleinen Kindern zugänglich war, aber im eigentlichen Sinne kein reines Kleinkinderprogramm. Das war es eigentlich nie. Spätestens als dann die Tausenderjahre angingen und man sah, dass es im Kleinkinderbereich eher

Die Sendung mit der Maus

- Erstausstrahlung: 7. März 1971 (als *Lach- und Sachgeschichten*)
- Eine Koproduktion von WDR, RBB, SR/SWR
- Sendungslänge: 30 Minuten
- Über 2.000 Folgen, diverse Spezialsendungen, Sommerreisen etc.

Wissen macht Ah!

- Erstausstrahlung: 21. April 2001
- Eine Produktion des WDR, Produktionsfirma TVision
- Sendungslänge: 26 Minuten
- 377 Folgen in 12 Staffeln

Die Sendung mit dem Elefanten

- Erstausstrahlung: 10. September 2007
- Eine Produktion des WDR
- Sendungslänge: 25 Minuten
- 370 Folgen, 8 Specials, 15 Best-ofs

zu wenig Angebote gibt, ging die Bitte und der Auftrag an Heike Sistig, auf der Basis der *Sendung mit der Maus* etwas mit dem Elefanten zu entwickeln. Erst einmal war das Ziel, einen Piloten zu machen. Daraus wurde mit vielen Ideen, mit viel Forschungsarbeit, viel Experimentieren dann ein Kleinkinderprogramm im KiKA, das einen Ganzjahresplatz erobern konnte.

Wie ist die große Entwicklungslinie über alle 3 Sendungen, wie hängen sie zusammen?

Mühlenbeck: Ich würde es mal so fokussieren: Die *Sendung mit dem Elefanten* ist eine Sendung, die die Neugierde von Kleinen begleitet. Neugierde auf das Leben wird vom Elefanten aufgegriffen, in Form von Filmen, die die Altersgruppe versteht. In der *Sendung mit der Maus* versuchen wir dem Grundschulkind Dinge zu zeigen, die es wissen kann, wissen könnte, sollte, die es wissen will. *Wissen macht Ah!* leistet sich quasi die Kür, das ist dann wie-

derum eine etwas ältere Gruppe, die auch angesprochen werden soll. *Wissen macht Ah!* hat ja ganz stark auch mit dem Begriff »Klugscheißen« einen Akzent gesetzt, auch Themen zu belegen, die in der *Sendung mit der Maus* nicht so den rechten Platz finden konnten. Also »Warum muss ich pupsen?«, »Was passiert, wenn ich rülpsen?«. Es dürfen also auch mehr schräge Themen rein. Es sind Themen, mit denen man auf dem Schulhof punkten kann, man braucht sie im Leben nicht unbedingt, es ist aber gut, wenn man darüber Bescheid weiß. ■



* Sigmund Grewenig ist Leiter des Programmbereichs Unterhaltung, Familie und Kinder im WDR.

* Brigitta Mühlenbeck ist Leiterin der Programmgruppe Kinder und Familie im WDR.