



**Dr. Maya Götz**  
Leiterin des Internationalen  
Zentralinstituts für das  
Jugend- und Bildungs-  
fernsehen (IZI) und  
des PRIX JEUNESSE  
INTERNATIONAL

Märchen geben Kunde von wundersamen Begebenheiten, die es wert sind weitererzählt zu werden. In unserer Vorstellung spielen sie in einer lang vergessenen Zeit, voller Königshäuser und magischer Gestalten, erzählen oft plakativ und nicht selten grausam von den Herausforderungen des Lebens. Unser Märchenbegriff wird dabei vor allem durch die Arbeiten der Gebrüder Grimm geprägt, ihre Titel dominieren das Märchenverständnis von Kindern.

Doch wer meint, Märchen seien in erster Linie für Kinder geschrieben, der irrt, wie Hans-Heino Ewers eindrücklich nachzeichnet. Es handelt sich dabei auch weder um »echt hessische« Geschichten, noch zogen die späteren Professoren Grimm durch das Land, um bei alten bäuerlichen Geschichtenerzählerinnen die Märchen zu sammeln (Rölleke).

Aus heutiger Sicht ließe sich sagen: Die beiden jungen Männer schufen ihre eigene Idee vom Märchen, und durch sehr geschicktes Marketing entstand eine Marke mit hoher Nachhaltigkeit, die im In- wie im Ausland als Genre urdeutscher Kultur gilt. Dass sie dies nicht sind, lässt sich an Märchen wie *Aschenputtel* oder dem *Froschkönig* eindrücklich zeigen (Wienker-Piepho), dass ihre Frauenfiguren in bestimmten Rollen verharren, ist wahrzunehmen (Gobrecht).

Gleichzeitig hat das Geschick der Gebrüder Grimm ein Genre ermöglicht, das trotz existenzieller Gefahren, grausiger und drakonischer Strafen auch heute noch aus der Kinderkultur nicht wegzudenken ist. Märchen tragen so auf vielfältige Weise zur psychischen Gesundheit von Kindern bei (Wilkes) und eröffnen diverse Chancen für die Identitätsarbeit (Barthelmes). Welche Märchen und Märchenfiguren ein Kind bevorzugt, hat viel mit der jeweiligen Identität zu tun, wodurch Märchen sich kulturübergreifend für projektive Persönlichkeitstestverfahren eignen (vom Orde). Nicht zuletzt zeigt dies, wie tief Märchen Kinder in ihrer Seele ansprechen können, wenn sie in Familien vorgelesen werden und durch Verfilmungen ihren Weg in die Wohnzimmer finden. Dass dies in den letzten Jahren wieder vermehrt geschieht, hängt mit den Märchenverfilmungen von ARD und ZDF zusammen, die insbesondere an Feiertagen das Fernsehprogramm prägen. Welche Herausforderungen den Redaktionen bei den aktuell 53 Märchenverfilmungen begegneten und wie Kinder mit den verschiedenen Varianten umgehen, davon handelt diese Ausgabe. Denn nicht zuletzt zeigt die Repräsentativstudie des IZI: Märchen sind auch heute noch für Kinder aktuell. Inwieweit es gelingen wird, diesen Schatz in seinem Wert zu erhalten und für stets neue Kindergenerationen zu beleben, obliegt u. a. dem Qualitätsverständnis und Geschick der Fernsehschaffenden. Ähnlich wie die Gebrüder Grimm wählen sie gezielt aus, verändern und inszenieren die alten Geschichten für Kinder und Familien heute. Welche Überlegungen und Anliegen sie hierbei im Detail zu ihren Entscheidungen bewegten, erzählen sie in dieser TelevIZion.

### Seit wann brauchen Kinder Märchen?

Dieser historische und literaturwissenschaftliche Einblick in die Entstehung von Märchen beschäftigt sich mit der Frage, inwiefern Kinder (und Erwachsene) Märchen brauchen.

Lesen Sie weiter auf Seite 4

»Eine Seele hat, wer wirklich liebt«

Lesen Sie weiter auf Seite 24

### Märchen und ihre Pendants in aller Welt

Die Autorin beschreibt aus literaturwissenschaftlicher und volkskundlicher Perspektive anhand von den 2 Beispielen *Aschenputtel* und *Der Froschkönig*, welche Motive Märchen kulturübergreifend aufweisen.

Lesen Sie weiter auf Seite 32

### INTERVIEW

Sabine Preuschhof  
»Frau Holle ist für mich das Märchen der Märchen« ..... 10

Brigitta Mühlenbeck  
»Wichtig ist der erzählerische Kern des Märchens« ..... 16

Patricia Vasapollo  
Märchen und Schönheitskult ..... 18

Astrid Plenk/Christa Streiber  
»Eine Seele hat, wer wirklich liebt« ... 24

Irene Wellershoff  
»Womit sie nicht gerechnet hat, ist, dass sie sich in der Zeit in das Biest verlieben würde« ..... 29

# TELEVIZION

## MÄRCHEN

### FORSCHUNG

Hans-Heino Ewers  
Seit wann brauchen Kinder Märchen? .... 4

Heinz Rölleke  
Wo kommen eigentlich die (Grimm'schen) Märchen her? ..... 12

Barbara Gobrecht  
Von schönen Prinzessinnen, klugen Mädchen und bösen Hexen ..... 20

Sabine Wienker-Piepho  
Märchen und ihre Pendants in aller Welt .. 32

Jürgen Barthelmes  
Aschenputtel – wo liegen die Chancen der Märchen für Kinder? ..... 36

Johannes Wilkes  
Was Märchen zur psychischen Gesundheit von Kindern und Jugendlichen beitragen ..... 50

Maya Götz/Andrea Holler  
»Der sieht aus, als ob er mich fressen kann« ..... 59

Maya Götz  
Aschenputtel ist das beliebteste Märchen bei Mädchen – Hänsel und Gretel bei Jungen ..... 65

### PROGRAMMFORSCHUNG

Maya Götz/Ina Innermann  
Herausforderung Märchenverfilmung ... 26

Lothar Mikos  
Opferrolle und Glücksversprechen ..... 38

Andrea Holler  
»Dass sie nie aufgibt und dann versucht weiterzumachen« ..... 42

### INFORMATION

Heike vom Orde  
Der FTT Märchentest ..... 56

Impressum ..... 58

»Womit sie nicht gerechnet hat, ist, dass sie sich in der Zeit in das Biest verlieben würde.«

Lesen Sie weiter auf Seite 29

### »Dass sie nie aufgibt und dann versucht weiterzumachen«

In einer qualitativen Studie des IZI wurden 130 Kinder dabei gefilmt, wie sie die aktuelle ARD- oder ZDF-Verfilmung von *Aschenputtel* bzw. den DEFA-Klassiker *Drei Haselnüsse für Aschenbrödel* sahen, und anschließend intensiv zu ihren Eindrücken befragt.

Lesen Sie weiter auf Seite 42

### Aschenputtel ist das beliebteste Märchen bei Mädchen – Hänsel und Gretel bei Jungen

Märchenverfilmungen haben in Deutschland Hochkonjunktur – doch welche Märchen bevorzugen die Kinder in Buchform oder im Fernsehen? Welche Märchen sind besonders beliebt bei Mädchen, welche bei Jungen? Eine repräsentative Studie mit 3- bis 13-Jährigen liefert Antworten.

Lesen Sie weiter auf Seite 65

### INTERVIEW

Monika Gröller  
»Etwas finden, was in einen Wohlfühlfilm passt« ..... 48

Margret Schepers  
»Dieses Kind, das die Sterne vom Himmel holt« ..... 54

Michaela Herold  
Kleiner Sender, großes Märchen ..... 63