

Birgit Weidinger

Der Retter aus Dingsda

Lang, lang ist's her – ich erinnere mich: In beruflichem Auftrag wanderte ich durch einen der schönen, alten, eingewohnten Bezirke der Münchner Innenstadt. Der Wind pfiff, die Sonne schien und ließ die Reste einer Schneelandschaft glitzern, soweit sie nicht vom Straßenstaub und den Auspuffgasen des Verkehrs schmutzbesprenkelt waren. Mein Ziel hieß: St.-Anna-Schule im Lehel.

War ich nicht selbst wieder auf dem Weg in die Schule, fragte ich mich, als ich das schwere Eingangstor aufschob. Kein Pausenlärm herrschte zu dieser Stunde, es war Unterrichtszeit; Schulgerüche wehten in die Nase, dieses typische Gemisch aus Heizungsluftschwaden und dem Odeur von Garderoben, erzeugt durch Mantelberge und abgestellte Winterstiefel.

Vorbei an Hinweisschildern, Klassentüren, am Direktorat. Der gestrenge Geist des Gebots »Lebe, lerne, leiste was, dann hast du, bist du, kannst du was« schwebte heran, und auf einmal sah ich auch wieder die Eintragung von Lehrerhand im Poesiealbum vor mir: »Dein höchstes Glück. o Menschenkind, o denke doch mitnichten, daß es erfüllte Wünsche sind, es sind erfüllte Pflichten«. Ein kleiner Schauer lief mir über den Rücken: Es war ja durchaus so gewesen, daß wir seinerzeit das Lachen, das eigene Aufbegehren vor der Schulpforte abstreiften wie überflüssige Kleidungsstücke, wie Teile von uns, die da nicht hineindurften. Bis wir dann, fünf, sechs Stunden später, angefüllt mit »Pensum«, knurrendem Magen, trotz der Pausen, leerem Gehirn, diese unsere Teile wieder »aufsammeln«. Die alten Alpträume. Bin ich nun vergangenheitssüchtig aus der Gegenwart abgewandert und habe meinen eigentlichen Auftrag aus den Augen, aus dem Sinn verloren? Nein, ganz und gar nicht.

Immer häufiger geben Dritte Fernsehprogramme die regionale Fohlenweide für das Erste ab. Hier werden Sendungen entwickelt und getestet, die möglicherweise später, unter den Bedingungen großer Zuschauerzahlen, abends Karriere machen könnten. So ist es diesem, äh, Dingsda, ergangen – das ist eine deutsche Game Show nach britisch-amerikanischem Vorbild, die sich, nach Meinung von Kennern und Liebhabern, durch entspannende Unaufgeregtheit auszeichnet. Die Grundidee ist einfach, weil sie auf einem uralten Kinderspiel beruht – Erwachsene an der Nase herumführen: Ich weiß was, was Du nicht weißt. Die Ausführung kommt an, weil sie die Heiterkeit der Kinder ernsthaft und den Ernst der Erwachsenen ironisch reflektiert. Zwischen alledem vermittelt ein höchst präserter Moderator, dessen Anwesenheit aber nicht weiter stört. Dingsda kommt gut an, weil es gut ist. Bloß, warum eigentlich?

Die Wanderungen in die Vergangenheit haben alle mit dem Gegenstand dieses Artikels, mit *Dingsda*, zu tun. Dieses *Dingsda* ist nämlich eine Sendung von und mit Schul- (und Kindergarten)kindern, und es hat sehr viel mit dem Geist der Schule und dem Geist jener Schulhalte zu tun, die ja bekanntlich »fürs Leben« vermittelt werden sollen. In *Dingsda* gibt das Schulkind – auf seine spezifische Weise – Wissen weiter, und es vermittelt indirekt vieles davon, was es die Lehrer lehren und was es zuhause von den Erwachsenen hört. Die Sendung zeigt, wie »aufmüpfig« oder angepaßt Kinder sein können, sein müssen; sie kann aber auch freimütige, freche Fröhlichkeit auf die Bildschirme bringen, den Erwachsenen zugleich einen Spiegel vorhalten und den gestrengen Geist des Ortes Schule auflockern. Solche Auflockerungstendenzen ma-

chen *Dingsda* so erfolgreich – und sie geben gleichzeitig für manchen Zeitgenossen Anlaß zur Kritik.

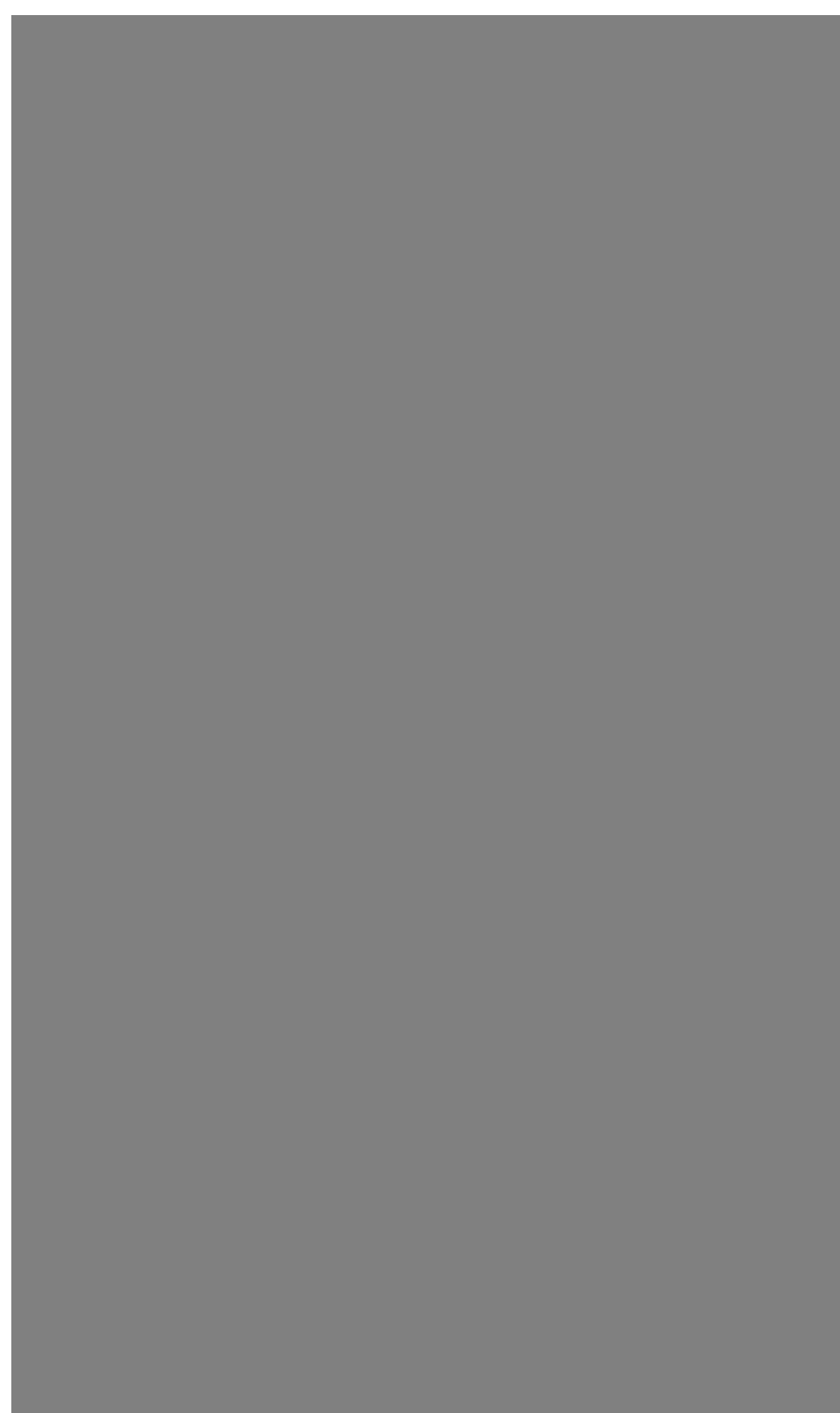
Weil *Dingsda* in Schulen stattfindet, muß alles seine Ordnung haben, und zur Ordnung gehört die Genehmigung der Schulleitung für die Dreharbeiten, die Zustimmung der Eltern dazu, daß ihre Kinder mitmachen und wie sie mitmachen. Wobei wir endlich ordentlich und der Reihe nach berichten wollen, wie *Dingsda* wurde, was es heute ist.

Eine ausführliche Vorstellung der Sendung, so, wie sie sich derzeit allmonatlich im Deutschen Fernsehen, eingebracht vom Bayerischen Rundfunk (BR), eine dreiviertel Stunde lang präsentiert, erübrigt sich wohl. Bekannt ist, daß hier Kinder aus Schulen (und Kindergärten) von ihren Bänken und Stühlen und Tischen aus, einzeln oder zu zweit, Erwachsenen Begriffe zum Raten aufgeben, die sie aus einem von der Redaktion erstellten Vorrat selbst auswählen. Das zu erratende Wort darf natürlich nicht ausgesprochen werden.

Die Münchner Produktionsfirma »Megaherz« reist durch die deutschen (und österreichischen) Lande, besorgt die Aufnahmen, und wenn sich Kinder als besonders gewandt, spitzbübisch/-mädisch erweisen, kommen sie auch mal öfters dran – dies erklärt, weshalb sich »alte Bekannte« in den Sendungen vorstellen. Man will keine Wunderkinder züchten, aber die Talentsucher nutzen natürliche Talente. Eine Auswahl der in den Schulen aufgezeichneten Videoaufnahmen wird dann von der Redaktion des Bayerischen Rundfunks für die jeweilige Sendung getroffen. Die Aufzeichnungen werden einer sorgfältig ausgewählten Runde von – zumeist prominenten – Gästen vorgeführt und als Ratestoff »aufgegeben« – von Fritz Egner, dem populären Mann mit Herz, der so echt ist, wie er sich gibt.

Der Zuschauer als Voyeur seiner selbst. Wie ausgeprägt die kindlichen Begabungen sein können, unter Einsatz von Körpersprache, Stimmlage und Formulierungskunst – gedreht, gewendet, um sechs Ecken herum oder sehr direkt – an die zu definierende Sache heranzugehen (oder stracks an ihr vorbei), der Charme des Spiels besteht darin, dies zu beobachten. Ein Dressurakt, auf den die beteiligten Kinder hingetrimmt werden? Nein – sie lassen sich nicht ausnützen. Wenn sie nichts sagen wollen, dann tun sie es nicht. Wie manche sich vor der Kamera bewegen und wie sie reden, hat viel damit zu tun, wie die Kinder erzogen werden: Erstaunlich – und mitunter erschreckend – wie die Prinzipien der »Großen« in die Denkströme und die Phantasie des kindlichen Gemüts hineingeraten und sich darin herumtreiben.

Es kommt durchaus vor, daß die Grenzen zwischen Erwachsensein und Kindsein verlaufen, daß mit einem Mal ein ganz »alter« junger Kluger zu wichtigtuersicherer Erklärung onkelhaft anhebt. Als Kontrast dazu gibt es aber auch den anarchischen Formulierungskünstler, der die Worte der Erwachsenen aufs Korn nimmt und seine eigene Interpretation wählt: den »Großen« wird ein Spiegel vorgehalten. Manche Kritiker finden das »voyeuristisch«. Wer weiß? Vielleicht sind diese Kritiker einfach nur zu erschrocken darüber, daß ihnen die eigene Freimütigkeit in dieser Form längst abhanden gekommen ist. Es gibt, so berichtet Uschi Stahn von der verantwortlichen Redaktion Unterhaltung im BR, auch Proteste darüber, daß die Sendung zu frech sei. Unlängst meldeten sich Beamte und erhoben Einwände, weil in der Definition ihres Berufsstandes das Wort vom »Büroschlaf« vorkam. Man reagiert auf solche Vorhaltungen freundlich, gelassen, aber bestimmt. Nie-



mand braucht sich beleidigt zu fühlen, wenn er es nicht selbst möchte. *Dingsda* genießt das Vertrauen des Hauses, schon allein, weil es auf beständiges und positives Zuschauer-echo trifft. Die Sendung erfüllt jetzt schon alle Voraussetzungen für einen Longseller, wie ihn die Fernsehmacher eigentlich am liebsten mögen. Die beständigsten Fans der frechen Kids sind die – äh, *dingsda* – frühen Senioren – Erwachsene zwischen 50 und 60 Jahren. Forderungen, die Sendung ins Kinderprogramm auf den Nachmittag zu verschieben, sind mit hin wenig sinnvoll. Nicht, daß Kinder *Dingsda* etwa überhaupt nicht schätzten. Kinder amüsieren sich durchaus auch über den Sprachwitz ihrer Altersgenossen. Sie sind ihnen aber noch nahe genug, irgendwie selbst vom gleichen Witz beseelt. Für sie ist der Überraschungseffekt also keineswegs so groß wie für Erwachsene, denen im Benimmkampf des Alltags die naive Tollkühnheit abhanden gekommen ist, von der diese Sendung lebt.

Daß man den Reiz solcher Unbeschwertheit für ein Sendekonzept nutzen könnte, darauf sind wir ernsthaften Deutschen nicht selbst gekommen. Wie so oft haben uns die Ameri-

kaner/Engländer mit ihrem spezifischen Talent und Blick für handfesten Humor als Ideenträger gedient. Sie haben bekanntlich eine ganze Reihe von Spielmustern für »Game Shows« entwickelt. *Was bin ich*, der alte Dauerbrenner des BR, stammt ebenso aus dieser Quelle wie etwa der neuere aktuelle Hit *Herzblatt*.

Für den Vertrieb dieser Spielideen ist Anthony (Tony) Gruner zuständig, ein ehemaliger Journalist, der im Londoner Stadtteil Camden Town lebt und arbeitet. Tony Gruners Unternehmen ist die »Talbot Television« – »The World's Leading Independent Game Show Company«. *Child's Play*, wie *Dingsda* in England heißt, ist der Exporthit der Company, das Muster wurde auch an Holland und Norwegen verkauft. Tony Gruner sorgt sich um *Child's Play* wie ein ehrgeiziger Vater um den Sprößling. Nur nicht aus der Bahn geraten: Bei Besuchen in München sieht er sich an, was die Deutschen daraus gemacht haben und hält auch mit Kritik nicht hinterm Berg. Schließlich hat er auch einen Ruf als Wanderprediger zu verlieren; kaum ein internationaler Medienkongreß, auf dem Gruner nicht seine Thesen von der zentralen Rolle der Unterhaltung verkündet. Er schwört auf gut gemachte Game Shows, auf deren ernsthaften professionellen Anspruch, der für sie ebenso gelte wie für das Drama oder das Fernsehspiel.

Eine zentrale Rolle fällt dabei dem Moderator zu. Er, der Gastgeber, so Tony, müsse ein Mann sein, den man gern zu sich nach Hause auf eine Tasse Tee einladen würde. Er müsse die Ausstrahlung eines gelassenen Menschen haben, der mit sich und der Welt im reinen ist. Der Moderator muß – wie ein Gastgeber (engl.: host) – Leute mögen und gern mit ihnen reden. Er hat keine bestimmten Favoriten und spricht mit jedem, etwa wie ein freundlicher Pfarrer mit

Der Retter aus Dingsda

seiner Gemeinde. Seine Intelligenz beweist er unaufdringlich, etwa dadurch, daß er gut zuhört und seine Gesprächspartner nicht unterbricht. Vor allem muß der Moderator sich im Studio auskennen, wissen, wo es lang geht, nicht nur örtlich...

Wir haben so einen. Der Egnor Fritz, um eine bayerische Umdrehung des Vornamens und Nachnamens zu gebrauchen, die auch auf den Beliebtheitsgrad eines bekannten Menschen hinweist, dieser Egnor Fritz also, Gastgeber, Moderator von *Dingsda*, berichtet auf seine ganz und gar ungekünstelte Weise, worin für ihn der Erfolg von *Dingsda* beruht und weshalb er die Sendung gerne mag: »Zum allererstenmal unterhalten Kinder im Fernsehen Erwachsene.«

Egnor bestätigt, daß sich die Erwachsenen in den Kindern wiederfinden – wenn sie dazu bereit sind und es aushalten (siehe Interview S. 7). Er muß sich, so sagt er, als Moderator so

»Zum allererstenmal
unterhalten Kinder im
Fernsehen Erwachsene.«

zurücknehmen, daß die Hauptrolle den Kindern vorbehalten bleibt, dann erst kommen die Gäste.

Die Kinder dürften bei ihren Erklärungsversuchen keineswegs unter Druck gesetzt werden, keine Wettbewerbssituation dürfe entstehen; eine Gefahr der Ausbeutung sei dann gegeben, wenn Gedankengut vermarktet wird, wenn zum Beispiel die Definitionsversuche der Kinder, wie Stilblüten, isoliert »gehandelt« werden. Dagegen wehrt er sich strikt. Der Charme der Sendung gehe damit verloren, und der Kontext, der zur Entstehungsgeschichte gehöre, sei nicht mehr nachvollziehbar. »Kinder sind keine Politiker, denen man gern die handfesten Zitate aus dem Munde nimmt...« Nach fast siebzig Sendungen läßt sich in den kindlichen Reaktions- und Ausdrucksweisen immer

wieder Neues entdecken. Langweilig, sagt Egnor, werde es nicht. Allerdings könnte er sich durchaus auch für *Dingsda* eine schöpferische Pause vorstellen. Wie in England und Amerika.

Ein unaufhörliches *Dingsda* findet auch Redakteurin Uschi Stahn nicht unbedingt erstrebenswert. Egnor und sie sind überzeugt, daß die ideale Sendezeit für *Dingsda* 25 Minuten sind, wie das ursprünglich beim 14tägigen Rhythmus im Dritten Programm des Bayerischen Rundfunks der Fall war. Auch Tony Gruner findet das 45-Minuten-Format im Ersten zu lang. Der Witz der Game Shows liegt nach der Meinung der Experten in der Kürze. Nun müsse man die Prominentenbefragungen etwas künstlich strecken, und andere Verlängerungstricks üben, denn flexiblere – in diesem Fall kürzere – Sendezeiten gibt es im ARD-Apparat eben nicht. Also muß *Dingsda* mit der Länge leben – an Talentnachschub fehlt es nicht, auch an Definitionen-Vorräten ist kein Mangel. Dennoch ist nicht zu hoffen, daß Fritz Egnor im weißen Haar und Uschi Stahn als betreuende Großmutter immer noch *Dingsda* machen. Jeder Dauerlutscher ist irgendwann abge-

zuzelt. Doch davon kann im Augenblick noch keine Rede sein.

An Gästen im Studio wird es nicht fehlen. Sie kommen in der Regel gern und schnell, sagt Uschi Stahn, denn die meisten von ihnen schätzen diese Runde wegen der freundlichen, unverkrampften Atmosphäre – trotz der manchmal etwas bemühten Fragen. »Wenn eine Game Show gut ist, sagt Tony, »muß sie dem Zuschauer ein besonders großes Maß an Eingebundensein vermitteln, er muß sich an allem, was vorgeht, beteiligt fühlen...« Das ist es, was zählt und was dazu beiträgt, daß Erinnerungen wie die eingangs geschilderten nach langen Jahren anlässlich einer *Dingsda*-Sendung wach werden: Sie können das anarchische Kind, das im Erwachsenen vielleicht – hoffentlich –, doch noch ein bißchen schlummert, wieder aufwecken. Wenigstens für eine kleine Weile.

DIE AUTORIN

Birgit Weidinger ist Redaktionsmitglied der Süddeutschen Zeitung und arbeitet vor allem als Reporterin und Kritikerin für die Medienseite.