

Brillebjørn: die »resiliente Stimme« der Kinder

EIN GESPRÄCH MIT NILS STOKKE* ÜBER BRILLEBJØRN

Brillebjørn (Bo Bär) ist eine 26-teilige Live-Action-Serie um einen Teddybären. Jede der 5-minütigen Folgen beschäftigt sich mit einer Alltagssituation, vor der eines der mitwirkenden 3-jährigen Kinder Angst hat oder die ihm Schwierigkeiten bereitet. Wenn Bo Bär mit den Pfoten klatscht, geschieht etwas Magisches (sog. »Imagination«), das es dem Kind einfacher macht, seine Angst oder Schwierigkeit zu überwinden. *Brillebjørn* ist Gewinner des PRIX-JEUNESSE-INTERNATIONAL-2018-Themenpreises »Resilienz«.

Wie kamen Sie auf die Idee für *Brillebjørn*?

Stokke: Es begann 2014, als ich mit Edy Syvertsen gerade meine Firma Spark gegründet hatte. Wir wollten eine Qualitätsserie für Vorschulkinder machen. Schnell war klar, dass es Live-Action und nicht Animation werden sollte. Außerdem sollte das Kind im Zentrum stehen, d. h. eine Sendung mit so wenig Erwachsenen wie möglich, wirklich aus der Perspektive des Kindes. Dann fragten wir uns: Was ist die jüngst mögliche Altersgruppe? 5-Jährige? Haben wir schon gemacht. Wie wäre es mit 4? Oder ginge sogar 3 Jahre? Wir sagten: Gut, 2-Jährige können wir nicht schaffen, aber 3-Jährige sind eine Herausforderung. Lass es uns versuchen! Also haben wir überlegt, was wir mit 3-jährigen als Hauptcharakteren

machen können. Und dann haben wir, wie wir es immer tun, mit einer grundlegenden Recherche angefangen: Was interessiert 3-Jährige, wovor haben sie Angst, was mögen sie, was macht sie wütend, glücklich, traurig? – um eben für diese Zielgruppe spannende Geschichten zu erzählen.

Wer ist Bo Bär?

Stokke: Wir brauchten eine Art Sidekick. Wir recherchierten also unzählige Tiere und kamen schließlich auf Bo Bär, einen Brillenbären, der seine Heimat ursprünglich in den südamerikanischen Anden hat und nur Pflanzen frisst – keine Kinder. Er sollte mit seinem verschlissenen Fell ein Alltagst Teddy sein, wie alle Kinder ihn kennen. Bo Bär ist verspielt wie ein/e 3-Jährige/r, aber er hat mehr Wissen. Und wenn er mit seinen Pfoten klatscht, passiert etwas Magisches, das es den 3-jährigen einfacher macht, eine ihrer alltäglichen Schwierigkeiten zu überwinden. Wir nennen das »Imagination«. Bo Bär unterstützt die Kinder immer. Er weiß nicht genau, was sie brauchen, aber mit seinen magischen Kräften kann er

die Situation in der Fantasie der Kinder so verändern, dass es ihnen hilft, die Situation, mit der sie gerade konfrontiert sind, zu bewältigen. Und es ist wie im Comic *Calvin und Hobbes*: Wenn nur das Kind und der Bär anwesend sind, ist der Bär lebendig. Sobald ein Erwachsener dazukommt, wird er ein ganz normales Stofftier.

Wie hilft der Bär den Kindern, stark zu werden und mit Herausforderungen, emotionaler Unausgeglichenheit und Krisen im Alltag umzugehen?

Stokke: Ich denke, wir treffen hier genau den Kern von Resilienz, denn jede Folge beschäftigt sich mit etwas, das jedes Kind im Alter von 3 Jahren erlebt. Sei es, dass es weiter im Garten spielen möchte, statt mit dem Vater einkaufen zu gehen, oder dass ein neuer Babysitter kommt und es nicht weiß, wie es mit der Situation umgehen soll.

In einer Folge spielt das Mädchen Ruby mit ihren Murmeln. Sie rollt eine Murmel zu weit, hinter den Hund ihrer Oma (Abb. 1). Sie weiß eigentlich, dass es ein freundlicher Hund ist, und natürlich ist er angeleint, aber dennoch ist es ein

Hund und sie hat ein wenig Angst. Sie muss an ihm vorbei, um ihre Murmel wiederzubekommen, und weil es ihre Lieblingsmurmeln sind, will sie sie auch unbedingt wiederhaben. Bo Bär ist in der ganzen Situation dabei und als Ruby sich gar nicht traut, verwandelt er den Hund in einen Frosch. Der Hunde-Frosch beginnt zu quaken, was ihn für Ruby weniger angsteinflößend



Abb. 1: Rubys Lieblingsmurmeln rollt hinter den Hund ihrer Oma

macht (Abb. 2). Sie traut sich, am Hund vorbeizugehen und die Murmel zu holen. Eine kleine, aber für jedes 3-jährige Kind sehr bedeutungsvolle Geschichte.

Inwiefern fördert diese Folge Resilienz?

Stokke: Sie handelt von Mut und zeigt, dass wenn du etwas wirklich willst, du es auch schaffen kannst. Natürlich verpacken wir das in eine Geschichte, in der der

Hund freundlich und angeleint ist. Es geht also nicht um die reale Angst, von einem Hund oder anderen Tier angegriffen zu werden, aber es ist dennoch ein fremdes Tier und Ruby weiß nicht genau, wie sie es einschätzen soll. Man könnte sagen, der Bär ist die »resiliente Stimme« der Kinder. Der Bär entfacht durch die »Imagication« die Fantasie des Kindes. Die »Imagication«, das magische Geschehen, geschieht nur in den Köpfen der Kinder und lässt sie die Herausforderung mit anderen Augen und aus einem anderen Blickwinkel sehen, sodass sie feststellen: Ach, das ist ja gar nicht so schwierig, wie ich dachte!

Was haben Sie vom Dreh mit 3- und 4-Jährigen gelernt?

Stokke: Natürlich wussten wir, dass 3-Jährige keine normalen SchauspielerInnen sind. Sie wissen gar nicht, was schauspielern ist. Wir haben also viel Zeit darauf verwendet, ihre Spielzone zu gestalten, in der sie die Charaktere und Situationen, die ihnen der Regisseur gezeigt hat, gespielt haben. Wir haben ihnen nie die ganze Geschichte erzählt. Sie wussten also nie, was passieren wird, denn wir wollten die authentischen Reaktionen der Kinder einfangen, v. a. wenn es zur Imagication kam. Sie sahen die magische Wandlung nie, z. B. als wir den Hund in einen Frosch verwandelten. Oftmals vollzieht sich die Imagication auch am Kind, aber sie bekamen die Kostüme



Abb. 2: Bo Bär verwandelt den Hund in einen Frosch und nimmt Ruby so die Angst vor dem Tier

oder sonst etwas vor dem Dreh nicht zu Gesicht.

Wir lernten auch schnell, dass das Team so klein wie möglich gehalten werden muss. Bei großen Teams werden Kinder oft ganz nervös. Sie haben das Gefühl: »Oh, ich bin in einem Raum mit 15 Menschen und deren Job hängt davon ab, wie ich spiele. Ich weiß nicht wirklich, was von mir erwartet wird.« Dann wird es ihnen schnell zu viel, sie fangen an zu weinen und wollen nicht mehr. Also brauchten wir ein kleines und konstantes Team und einen wirklich guten Kameramann. Das klingt vielleicht komisch, aber es war so hilfreich, dass wir einen mit Erfahrung im Reality-TV fanden. Er war es gewohnt, mitten in der Situation zu sein und nicht erst eine halbe Stunde lang die Szene auszuleuchten. Er war mit der Kamera immer da und konnte so die echten Emotionen der Kinder einfangen, viel besser als ein klassischer guter Kameramann. Das hat sehr geholfen. Und natürlich: kurze Drehtage und kein Zucker am Set – nur Obst (lacht). Ich könnte einen ganzen Vortrag über die Arbeit mit Kindern halten, das waren jetzt nur ein paar Punkte.

Was war Ihnen beim Casting wichtig?

Stokke: Auf jeden Fall wollte ich mehrere Kinder. Jetzt haben wir 6 Kinder, was an sich nicht geplant war, es hätten auch 5 oder 7 sein können. Ich wollte auch mehr Folgen mit Mädchen als mit Jungen. Wenn du mindestens 6 Kinder

hast, ist es einfacher, eine breitere Vielfalt an Charakteren, Kulturen und Familienumfeldern etc. abzubilden. Das war mir wichtig, denn im Fernsehen und in Filmen casten sie meist nur die expressiven, überbegeisterten und immer gut gelaunten Kinder. Ich wollte auch die schüchternen Kinder. Nicht weil ich als Kind selbst schüchtern war, sondern weil ich eine

große Bandbreite an Kindern wollte. Ich wollte, dass sich jede/r ZuschauerIn in einem der 6 Kinder wiederfinden kann. Es gibt nun mal auch schüchterne Kinder und ich wollte genau diese »normalen Durchschnittskinder«, an die die ZuschauerInnen anknüpfen können. Ich glaube, das ist einer der Hauptgründe, warum *Brillebjørn* in Norwegen so erfolgreich ist.

Ist Ihre Sendung ein Erfolg?

Stokke: Ja, ich würde sagen, sie ist erfolgreich. Sie hat wirklich hohe Einschaltquoten auf NRK und ist ein Riesenerfolg im Netz: Zwei Drittel der ZuschauerInnen schauen die Sendung online und nicht übers Fernsehen, was bedeutet, sie suchen es gezielt und wollen es dann wieder und wieder anschauen. Das ist das Großartige bei Kindersendungen: Wenn du etwas machst, das den Kindern gefällt, wollen sie es immer und immer wieder anschauen. Und das beschert auch sehr hohe Quoten. Außerdem haben wir kürzlich den ersten *Brillebjørn*-Kinofilm rausgebracht und er ist sehr erfolgreich gelaufen. Über Wochen waren wir in den Top 5 der Kinohits. ■

* Nils Stokke ist Gründer und CEO der Produktionsfirma Spark, Norwegen.

