

Siegmond Grewenig

Die Sendung mit der Maus

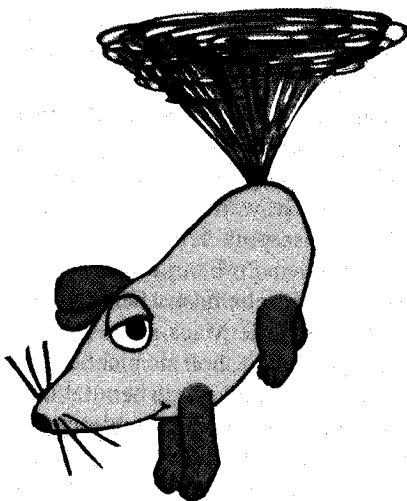
Sie ist seit 20 Jahren eine der erfolgreichsten Sendungen für Kinder (und Erwachsene). Und zwar deshalb, weil Redakteure, Produzenten und Autoren sich einer klassischen Dramaturgie unterwerfen, von der es keinerlei Abstriche gibt. Höchstens manchmal.

Das weiß doch jeder: »Die Sendung mit der Maus« ist ein Magazin, das aus vielen Geschichten besteht. Grafische und dokumentarische Teile wechseln sich ab, ein Maus-Elefanten-Spot kommt nach jedem Beitrag, es gibt einen Vor- und einen Nachspann. Das ist der Rahmen, in dem jeden Sonntag andere Bilder, andere Geschichten, andere Gäste stecken.

Das wußte ich auch, als ich 1985 im Kinderprogramm des WDR anfang. Aber worin liegt das Geheimnis des Erfolgs der »Sendung mit der Maus«? Ich fragte meine Vorgesetzten, die auch meine Vorgänger als »Maus«-Redakteure waren. Alle antworteten: »Weil sie ‚mouselike‘ ist.« Wie bitte? Die Maus brauchte ich nicht zu fragen; bekanntlich kann sie nicht sprechen und bewahrt so ihr Geheimnis für sich.

Da mußte ich es also selber rauskriegen beim Machen, was ‚mouselike‘ ist. Meine Antwort: »Mouselike heißt, daß nicht nur jeder einzelne Beitrag eine eigene Dramaturgie hat, sondern auch jede Folge und sogar die ganze Sendereihe.« Und auch hier bestätigen die Ausnahmen die Regeln.

Zuerst möchte ich die Dramaturgie der Geschichtentypen ansprechen. Dann wird schnell klar, daß die »Maus« nicht ein Flickerlteppich aus Pausenfüllern ist. Die »Maus« ist komponiert – wie eine Zirkusvorstellung. Christoph Biemann hat einmal einen anderen interessanten Vergleich gewählt: den zwischen einem



Magazin und einem Menü.¹⁾ Der Vergleich scheint sinnvoll.

Der Vorspann als Aperitif:

Seit 18 Jahren ertönt die bekannte Titelmusik von Hans Possegga, es taucht die Maus auf, in immer wieder den gleichen Bildern in 12 Variationen. Seit 18 Jahren liest Günther Dybus die Speisekarte vor: »Lach- und Sachgeschichten, heute mit...« Und dann folgen sehr sorgfältig ausgewählte Bilder und Aufzählungen. Die Zusammenstellung muß gut sein, denn sie wiederholt sich optisch noch einmal zu der seit 15 Jahren üblichen Tradition des zweiten Vorspanns in Türkisch, Sächsisch und in anderen Sprachen – oder rückwärts.

Dann folgen die *Aufmacher*, die Hors d'œuvres:

Kleine 7er oder 13er Zeichentrick-Serienstaffeln, die wiedererkennbare Identifikationsfiguren vorstellen: Hops, den Hund; Zirpp, die Grille, und bald Lars, den kleinen Eisbär. Am besten schaffen es die 24 Maulwurf-Filme von Zdenek Miler zu symbolisieren, was mausgemäßes Erzählen an diesem Platz bedeutet: Humor ohne Verdummung, Spaß ohne Rasanz, Konfliktlösung ohne Brutalität.

Dies alles mit Mitteln europäischer

Ästhetik und in einem anderen Tempo als die amerikanischen Trickserien à la »Tom und Jerry«. Inhaltlich geht es um mehr als »Fressen und Gefressenwerden«.

Das 1. Sorbet:

Jetzt erscheint sie: *die Maus*.

Sie ist der Dreh- und Angelpunkt der Sendung. Nicht umsonst wurden die »Lach- und Sachgeschichten« im zweiten Jahr (1972) umbenannt in »Die Sendung mit der Maus«.

Die Spots, in denen die Maus alleine ist, funktionieren wie eine Art »dramatisierter Witz«. Jeder Konflikt wird von ihr auf überraschende und phantastische Weise gelöst. Im Gegensatz dazu die Elefanten-Spots: Hier schafft nicht mehr die Tücke des Objekts die Konflikte, sondern das Vorhandensein des Partners.

Alle Maus- und Elefantengeschichten sind abgeschlossen und könnten auch für sich alleine stehen.

Im Magazin selber hat die Maus die Stelle des Moderators, der von Beitrag zu Beitrag überleitet. Und da konsequent nach jedem Beitrag ein Spot läuft, hat die Sendung auch einen klaren formalen Aufbau und mit der Maus eine Identifikationsfigur für groß und klein.

Das Hauptgericht: die *Sachgeschichte*

Jetzt ist die Zeit für etwas Handfestes, für die erste Sachgeschichte. Ein Begriff, der für die in der »Maus« entwickelte Form dokumentarischen Erzählens geprägt worden ist. Hier ist der Platz, wo Herstellungsprozesse oder Arbeitsbeobachtungen gezeigt werden: Vom Aalfang bis zum Zylinderhutmacher. Sozusagen der erste Hauptgang: Informationen, die den älteren Kindern und Erwachsenen Begegnungen mit der Welt ermöglichen. Hier finden sie Antworten auf klassische Kinderfragen: »Warum ist die Banane krumm?«, »Wie kommen die Löcher in den Käse?«.

Was für Fragen! Und was für eine besondere Art der Antwort! Anhand einer Geschichte muß versucht werden, das Wesentliche eines Gegenstands zu erfassen. Zahnpastaherstellung z.B. kann ganz schnell langweilig werden, die Frage »Wie kommen die Streifen in die Zahnpasta?« ist dagegen spannend. Der Aufhänger ist gefunden.

Zudem muß innerhalb von 30 Sekunden klar sein, worum es geht: Das Stellen der Frage und dann die Entdeckungsreise, die Suche nach der Antwort. Oft wirken die Geschichten wie nacherzählte Recherchen, denn die Erzählhaltung ist wichtig: Sie ist an der Seite des Zuschauers und will ihn einbeziehen und mit auf die Reise nehmen, anstatt ihn zu belehren. Dazu die reportagenhafte Kommentierung aus dem Stegreif, lebendig und locker. Dieses Hauptgericht hat die »Maus« bei den Eltern berühmt gemacht. Denn hier finden sie die Antworten, die sie selber immer schon mal gerne gewußt hätten, sich aber nie danach zu fragen trauten. So gesehen sind die »Sachgeschichten« das Herzstück für alle größeren Zuschauer (ab 6 Jahren).

Das 2. Sorbet:

Als Minute zum Atemholen und Verdauen des Ganzen: wieder *die Maus!*

Der Zwischengang:

Danach folgt meistens die *Bildergeschichte*. Hier ist der Platz für fiktive Geschichten, die mit stehenden Grafiken erzählt werden. Bei Bildergeschichten bewegt sich die Kamera, nicht die Figuren. Inhaltlich geht es um Schweine, die Hochzeit feiern wollen, um Wunderkissen oder um den Tod eines Dachses: soziale, phantastische, poetische oder komische Geschichten von Menschen, Tieren oder belebten Dingen. Hier ist der Platz für die phantastischen Welten, für die Ängste und Sehnsüchte der Kleinen. Hier wird versucht, die Ästhetik des Bilderbuchs ins Fernsehen zu übertragen.

Publizierte und in Auftrag gegebene Geschichten, Grafiken von den besten Bilderbuchkünstlern der Welt, ausgesuchte Sprecher(innen) und ei-

gens dazu komponierte Musik: die Bildergeschichte, die ursprünglich als ins Fernsehen umgesetztes Vorlesen anfang und eine Art »Arme-Leute-Gericht« war, ist heute zu einer eigenständigen Form gewachsen.

Auch hier ist das Geschichtenerzählen wichtig: Sind die Mäusespots Minidramen von 30 Sekunden bis 1'30", so sind die Bildergeschichten 5-Minuten-Dramen, auch mit Konflikten, die auf möglichst ungewöhnliche Weise gelöst werden sollen.

Die Mäusespots fangen mit einem realistischen Problem an und enden mit einer phantastischen Lösung (z.B. wenn die Maus nicht aus dem Graben kommt, holt sie nicht einfach eine Leiter, sondern sie benutzt ihren Schwanz als Propeller und schwebt als Hubschrauber davon).

Die Bildergeschichten hingegen entstehen aus einer phantastischen Konstellation. Oft spielen vermenschlichte Tiergestalten eine Rolle, enden aber durchaus mit einer realistischen Lösung (z.B. die Kuh Marie, die Moped fahren will, aber nicht geradeaus fahren kann und deshalb im Misthaufen landet).

Die Bildergeschichte ist von ihrem Tempo her auch am ehesten für die ganz Kleinen zugänglich, die in den lange stehenden Grafiken auf Entdeckungsreise gehen können.

Das 3. Sorbet:

Es braucht nicht betont zu werden: danach *die Maus!*

Das 2. Hauptgericht nach dem Zwischengang: die *Sachgeschichte II*.



In der zweiten Geschichte mit realen Bildern geht es eigentlich gar nicht um Sachen, um Herstellungsprozesse. In diese Kategorie fällt z.B. ein Film wie »Brücken«, in dem Christoph Biemann auf zehn verschiedene Arten versucht, über einen Fluß zu kommen. Hier steht eine Geschichte wie Armin Maiwalds »Mit dem linken Fuß aufgestanden«, der Filmtricks vorführt. Hier stehen Reportagen genauso wie Tier- und Pflanzengeschichten. Hier ist der Platz für Experimente, für Lachgeschichten und neue Erzählformen. Aus dieser Kategorie ist auch die Figur »Christoph« entstanden. Der Regisseur als sein eigener Darsteller. »Er fällt auf die Nase, damit es die Kinder nicht mehr tun müssen... ein Antiheld im drachengrünen Sweatshirt, so komisch wie Buster Keaton und genauso melancholisch.«²⁾ Dazu kommt ein Kommentar aus dem Off von Armin Maiwald oder Elke Heidenreich, die mit der Figur sprechen, als seien sie die Riesen und Christoph der Gulliver bei ihnen auf der Hand.

Hier ist auch der Platz für die optischen Entdeckungsreisen, die die Maus antritt: In vielen extremen Zeitlupenaufnahmen wurden schon Aha-Erlebnisse gemacht, z.B. daß ein Hund beim Trinken seine Zunge zu einer Mulde formt. Hier versucht die Dramaturgie den speziellen Augenblick zu finden: Ein Schwan landet, ein Hammer trifft einen Nagel.

Das 4. Sorbet:

Es folgt: *die Maus!*

Als Dessert: *das Kinderlied*

Am Ende folgt das Dessert: Etwas ganz anderes als der Rest, etwas, das Lust macht aufs Wiedersehen, etwas mit Tempo und Pfiff. Im Augenblick ist das eines der vielen Kinderlieder, die – von Kindern gesungen – kleine Balladen in zum Teil gewagten Reimen erzählen: von Teichpiraten, dem Hasen Gustav Miller oder Professor Hühnerbein. Und das in allen musikalischen Genres vom Rap bis zum Schunkellied. Das Lied ist der I-Punkt auf der Folge.

Der Digestif:

Als letztes folgt der *Nachspann*, der

noch einmal wie in der klassischen Kreisdramaturgie den Vorspann verkürzt wiederholt und auf Musik ganz schnell die optischen Höhepunkte Revue passieren läßt.

Als ich den Menü-Vergleich fand, dachte ich: das ist es! Das ist »mouse-like«. Aber das alles – ist es auch noch nicht. Denn es fehlt:

Der *Rhythmus*. Nach einem längeren Beitrag von z.B. 7 Minuten muß Tempo gemacht werden. So variieren wir oft nach Sendeminuten (und oft auch nach dem subjektiven Eindruck: lang- oder kurzweilig). Dabei gilt eigentlich die 7-Minuten-Länge als Obergrenze für Beiträge. Eigentlich...

Und was fehlt noch?

Das *Jahreszeitengefühl*. Den Beitrag »Spargel« senden wir tunlichst nicht im Dezember und die Bildergeschichte vom »Schneefresser« nicht im August.

Es fehlt immer noch etwas: Das Verhältnis zwischen *Neuproduktionen* und *Wiederholungen* aus dem Stock der 4000 Geschichten. Viele Beiträge sind veraltet, seien es Verkehrssspots oder Beiträge, die heute technisch überholt sind.

Am wichtigsten ist jedoch das veränderte Umweltbewußtsein. Der Zeitgeist steckt auch in den Details der »Maus«. Erreicht wird meist ein Neualt-Verhältnis von 4:1 bis 3:2 – wobei wir aus dem hohen Wiederholungswert vieler Beiträge wissen, daß Kinder es lieben, schöne Geschichten wiederzusehen. Dies alles muß berücksichtigt werden. Dann ist es »mouse-like«.³⁾ Na endlich!

Und dann? Wenn die zuvor beschriebene »Maus« die »Klassische« ist, dann sind monothematische Sendungen die Ausnahme. Sie waren uns immer ein Graus – sie sind schnell langweilig. Es fehlt die Überraschung. Trotzdem gibt es etwa ein- bis zweimal pro Jahr eine »Maus«, die ganz anders ist, die einen Namen hat: Die »Atom-Maus«, die »Nachkriegs-Maus«, die »Erdöl-Maus«, die »40-Jahre-ARD-Maus« und bald auch die »Moskau-Maus«. Es sind (oft preisgekrönte) Versuche, komplexe Zusammenhänge für die kleinen und

großen Zuschauer aufzuarbeiten. Aber natürlich mit der »Maus«.

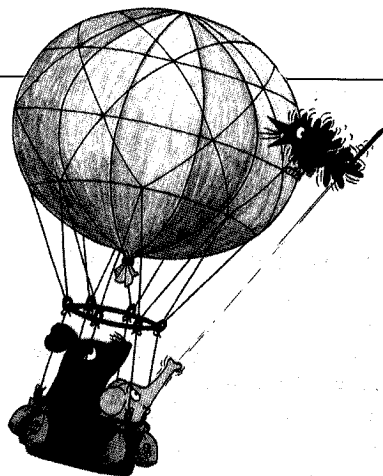
»Mouselike« ist also die Überraschung im Gewohnten, die Spannung zwischen Vertrautem und Neuem.

So waren es gelungene Überraschungen, als dann statt der erwarteten Sachgeschichte zwei kurze Spielfilme auftauchten (»Flaschenpost«, »Verliebter Mond«) und es wird sicher eine dicke Überraschung werden; wenn ab Oktober »Käpt'n Blaubär« in Serie auftauchen wird, eine gemischte Puppen-Legetrick-Produktion, wo doch sonst Puppen seit vielen Jahren nicht mehr in der »Maus« vorkamen.

Als Redakteur bin ich dafür verantwortlich, wie die Serie im Fernsehen präsentiert wird: Starke Folgen müssen in die einschaltquotenstarken Monate gelegt, schwache Folgen versteckt werden. Entscheidend zum Erfolg der Sendung trägt die regelmäßige Ausstrahlung auf dem prominenten Platz »Sonntag, 11.30 Uhr« bei. Seit 1988 heißt es jeden Sonntagmorgen »Lach- und Sachgeschichten...«, und so konnten Gewohnheiten geschaffen werden, die die Sonntags-»Maus« zum festen Tagesablauf werden ließ (»Tagesschau für kleine Kinder«).

Als Redakteure bestimmen wir auch die Präsentation nach außen: Es müssen Ereignisse geschaffen werden, die die Sendung bei Presse und Publikum im Gespräch halten: Zum 18jährigen Geburtstag 1989 zeigten wir, wie ein »Maus«-Aufkleber hergestellt wird. Anschließend forderten wir auf: Jeder, der einen solchen haben möchte, möge doch einen frankierten Rückumschlag schicken. Es kamen mehr als eine halbe Million Briefe... Zum 20jährigen Geburtstag in diesem Jahr fand eine 60-Minuten-Sondersendung (eine »Geburts-tags-Maus«) statt. Noch heute kommen viele Glückwunschkarten.

Unser Star ist die Maus. Sie altert nicht. Doch der Zeitgeist fordert heute noch andere Hauptprotagonisten: Stars, die interviewt werden können, die repräsentieren können, die man anfassen kann. So haben sich im Laufe der letzten Jahre zwei Leute hervorgetan, die – jeder auf seine Weise



– zu Stars neben der Maus in der »Maus« geworden sind: Armin Maiwald, der ungewöhnliche Reporter mit der markanten Stimme und dem Aussehen eines Onkels, der viel weiß, und Christoph Biemann, der mit »Christoph« im grünen Pullover eine Sonntagmorgen-Kultfigur geschaffen hat.

Zwanzig Jahre lang haben alle »Maus«-Macher ein sehr persönliches Verhältnis zu den Zuschauern aufgebaut, ein Familiengefühl erzeugt. So ist es kein Wunder, daß die Ansprüche an die Sendung steigen. Die Zahl der Zuschriften nimmt zu, die »Maus« ist zur Institution geworden. Briefe mit der Frage »Woher kommt Gott?« gehen dann allerdings über unsere Kompetenz. Wünsche nach Brieffreundschaften mit der Maus sind keine Seltenheit mehr. Und das bei einem Programm, das noch nicht einmal Merchandising mit seinen Figuren betreibt. Oder vielleicht gerade deswegen? ■

ANMERKUNGEN

¹⁾ Christoph Biemann: *How to construct a magazine or better: how to compose a menu.* (Unveröffentlichte Rede, gehalten im März 1988 auf dem EBU-Workshop in Oxford.)

²⁾ Hilke Rosenboom: *Das Geheimnis der Maus.* Stern TV 11791 vom 7. 3. 1991, S. 8.

³⁾ Viele dieser Fragen werden ausführlich in Dirk Ulf Stötzels Dissertation: »Das Magazin: Die Sendung mit der Maus«, Wiesbaden 1990, behandelt.

Viele Hinweise verdanke ich Professor Hans Erlinger, Uni Siegen; Gabriele Kiefer und Dieter Saldecki, WDR.

DER AUTOR

Siegfried Grewenig ist Redakteur beim Kinderfernsehen des Westdeutschen Rundfunks und seit 1988 als federführender Redakteur zuständig für die Sendung mit der Maus (eine Koproduktion zwischen WDR, SWF, SR).