

Literatur für "kleine Kopfhörer"

Kindertonträger: Produktionsbedingungen und Marktentwicklung

von Horst Heidtmann

Aus:

Renate Raecke (Hrsg):

Kinder- und Jugendliteratur in Deutschland

Arbeitskreis für Jugendliteratur: München 1999, S. 254-261.

Nach dem Fernsehen sind Tonträger das von Kindern am zweithäufigsten genutzte Medium. Fast die Hälfte aller Kinder zwischen drei und dreizehn Jahren hört täglich MCs oder CDs. Die Konkurrenz neuer, kinderorientierter (nicht nur privater) Fernsehprogramme sowie der Computermedien hatte zwar Umsatzenschwankungen und zeitweise drastische Umsatzeinbrüche auf dem Kindertonträgermarkt zur Folge, doch durch Umstrukturierungen des Angebots konsolidiert sich der Markt seit Mitte der 90er Jahre wieder. Kindertitel halten knapp vier Prozent Anteil am gesamten Tonträgerumsatz, erreichen ein Volumen von knapp 200 Millionen Mark (1997), was annähernd einem Siebtel des Kinder- und Jugendbuchumsatzes in Deutschland entspricht.

Tonkassetten sind das erste Medium über das Kinder frei sowie in der Regel von den Eltern ungestört und unkontrolliert verfügen können. Kinderhörspiele eröffnen relative Freiräume, in die sie sich zurückziehen und träumen können. Tonträger werden bereits von Kleinkindern vorrangig zur Unterhaltung gehört, sie vertreiben schlechte Stimmungen, Traurigkeit oder verstärken gute Laune, Wohlbefinden. Die meisten Kinder gehen neben dem Kassettenhören noch anderen Tätigkeiten nach, Spielen, Malen, Lesen oder machen Hausaufgaben, gebrauchen das Medium zur "akustischen Raumgestaltung."

Kinderhörspiele werden zudem intensiver als die meisten anderen Kindheitsmedien genutzt, Kinder hören die gleiche Kassette oft mehrfach hintereinander, erfahren ein Gefühl der Sicherheit durch die Bestätigung von Erwartungen.

Seit 1929 erscheinen in Deutschland Schallplatten für Kinder. Dabei handelte es sich um zunächst um Lieder sowie kurz gefaßte Märchen. In den 30er Jahren produzierte die Grammophon als erster Hersteller kürzere Hörspiele, u.a. Übernahmen von Kasperlstücken aus dem Rundfunk. Nach dem zweiten Weltkrieg lag der Schwerpunkt des Kinderplatten- und nach 1969 dann Kassettenprogramms auf den Klassikern der Kinder- und Jugendliteratur sowie auf den anspruchsvolleren zeitgenössischen Autoren. Der deutsche Kindertonträgermarkt war bis in die frühen 70er Jahre elitär ausgerichtet, zielte vor allem auf das Bildungsbürgertum und besser Verdienende. Mit der Einführung von Musicassette und Kassettenrecordern steht seit 1969 ein preisgünstiges und leicht handhabbares Trägermedium zur Verfügung, Voraussetzung für das Entstehen eines Massenmarktes. Kassettenabspielgeräte gehören seit zwei Jahrzehnten zur Grundaustattung deutscher Kinderzimmer.

Im Verlauf der 70er Jahre überschwemmen neue Anbieter mit Kinderkassetten zum Niedrigpreis den Markt. Beliebte Kinderbuchserien von Enid Blyton, Kinderdetektivserien wie *TKKG*, Soundtracks von populären TV-Trickserien (Biene Maja), Märchen- und Fantasykassetten werden wie Markenartikel beworben und in Millionenstückzahlen abgesetzt. Der Kindertonträgermarkt boomt bis in die 80er Jahre, erreicht zeitweise Marktanteile von 10 Prozent am gesamten Tonträgerabsatz, entwickelt sich als Massenmarkt, der fast vollständig von den Niedrigpreislabels und Serienproduktionen dominiert wird.

In den frühen 90er Jahren bricht für die phonographische Industrie die TV-Serienvermarktung weg. Die bisherigen Kernzielgruppen, Kinder im Grundschulalter bis etwa zu 12 Jahren aufwärts, befriedigen ihre Bedürfnisse nach Spannung und Action zunehmend durch Zeichentrickserien der privaten Fernsehanbieter sowie durch Computer- und Videospiele. Das in den 80er Jahren mit Action- und TV-Begleitserien marktführende EUROPA-Label der Bertelsmann Music Group hatte dadurch fast drei Viertel seines Umsatzes einzubüßen.

Wenden sich Kinder heute einerseits immer früher vom Hörspiel ab (und dem "Teenie-Pop" oder "Boygroups" zu), so hat sich andererseits auch das Einstiegsalter für Kindertonträger weiter nach unten verlagert. Ihren ersten Recorder erhalten Kinder heute durchschnittlich im Alter von 2,1 Jahren. Die deutschen Hersteller konzentrieren ihr Angebot deshalb auf drei Zielgruppen:

- Kleinkindalter (zwei bis vier Jahre),
- Vorschulalter (vier bis sechs Jahre)
- sowie frühes Grundschulalter (sechs bis acht Jahre).

Für Ältere lassen sich allenfalls Stoffe für Mädchen oder popmusikorientierte Kinderlieder in größerem Umfange absetzen.

Trotz dieser Einschränkungen hat sich dies Marktsegment mit einem jährlichen Umsatzwachstum zwischen 10 und 20 Prozent (seit 1995) wieder konsolidiert, so daß sich auch die Major Companies wie PolyGram, BMG oder Sony um einen neu akzentuierten Marktauftritt bemühen, zumal bei ihnen die Umsätze mit Klassik und Popmusik seit Mitte der 90er Jahre stagnieren oder sogar rückläufig sind.

PolyGram-Gruppe

Mit Marktanteilen von 40 Prozent ist die Hamburger PolyGram-Gruppe, zu der u.a. die Deutsche Grammophon, Karussell Musik & Video sowie die Labels "Kinderwelt" und "Musik für Dich" gehören, in den 90er Jahren führend im Kindertonträgermarkt. Nach dem zweiten Weltkrieg war die Deutsche Grammophon der erste große Produzent, der sich (ab 1958) nachhaltig im Kinderrepertoire engagierte. Der Schwerpunkt lag und liegt bis heute auf den Klassikern der Kinder- und Jugendliteratur sowie auf anspruchsvolleren, bereits arrivierten zeitgenössischen Autoren. Eine 1987 begonnene Astrid-Lindgren-Hörfest-Edition ist auf über 50 CDs/MCs angewachsen. Von Erich Kästner liegt fast das gesamte Werk für Kinder auf MC und CD vor, von wichtigen Gegenwartsautoren exemplarische Tonträgeradaptionen. Die Österreicherin Christine Nöstlinger hat ihre Geschichten vom Franz selbst gelesen, mit denen sie überzeugend kindliche Alltagserfahrung verdichtet und eine Alternative zu stereotyper Serienunterhaltung bietet. Von Paul Maar erscheinen nach erfolgreichen Hörspieladaptionen der Sams-Stoffe MCs mit realitätsnahen Alltagsgeschichten

über die fünfeinhalbjährige Anne, auf denen der Autor durch sein Einfühlungsvermögen in Gefühle und Sichtweisen kleinerer Kinder auch als Sprecher überzeugt.

Zusammen mit dem Panama Jazz-Ensemble hat Franz-David Baumann als Komponist und Trompeter einen "Käse-Krimi" gestaltet: Inspektor Maus. Der Titelheld muß einen schweren Fall von Käsediebstahl aufklären. Die Spur führt in den Gorgonzola-Club, wo gerade die "Rockfours" spielen. Die vier leidenschaftlichen, aber wenig erfolgreichen Musiker haben sich, wie der Inspektor herausfindet, von ihrer Käseleidenschaft hinreißen lassen. Mit Ironie und Charme adaptiert und zitiert Baumann Motive aus amerikanischen Krimis der hardboiled school sowie aus Filmen der Schwarzen Serie. Die Geschichte, eine Art heiter-verspielter Hommage an Klassiker des Kriminalgenres, harmoniert überzeugend mit den Musikstücken, teils coolen, teils beschwingtem Jazz im Geiste der 40er und 50er Jahre.

Den deutlich größten Anteil am Kindertonträgerumsatz der PolyGram-Gruppe bringt das Konzern-Label "Karussell". Hier erscheinen zum Niedrigpreis literarische Hörspielreihen nach Astrid Lindgren oder Michael Ende neben konventionellen Serien- und Medienverbundstoffen (Pumuckl, Asterix). Wichtigster Umsatzbringer sind Soundtracks, Höradaptionen und Weitererzählungen von Disney-Filmen. Das Disney-Programm allein erreichte vor wenigen Jahren noch über 12 Prozent Anteil an den gesamten deutschen Kindertonträgerverkäufen.

Musikalische Erfolge hat die PolyGram mit dem Kinderliedermacher Rolf Zuckowski, der allein 1997 für verkaufte CDs/MCs 12 mal mit Gold und Platin ausgezeichnet worden und damit der mit Abstand erfolgreichste Interpret auf dem deutschen Musikmarkt gewesen ist. Gemeinsam mit Kindern und Profimusikern, "Rolf und seine Freunde", interpretiert Zuckowski professionell "gute Laune"-Lieder, deren Arrangements traditionelles Kinderlied, klassischen Schlager und sanften Rock mischen.

Karl Blatz-Gruppe

Seit Jahren belegt die Berliner Karl Blatz-Firmengruppe mit Marktanteilen von über 20 Prozent den zweiten Rang auf dem Kindertonträgersektor. Ihre KIOSK-Kassetten danken anhaltenden Erfolg den Endlosserien Benjamin Blümchen und Bibi Blocksberg. Die von der Berliner Autorin Elfie Donnelly entwickelte Figur des sprechenden Zooelefanten hatte 1978 ihren ersten Marktauftritt zu niedrigem Preis und mit Millionenwerbeaufwand. Mittlerweile

kann Benjamin Blümchen auf 86 Hörspielfolgen, 45 Millionen verkaufte MCs und 4 Millionen Videos zurückblicken. Die Hörspiel-MCs wurden 94mal mit Gold für jeweils 250.000 und 47mal mit Platin, für je 500.000 verkaufte Exemplare eines Titels ausgezeichnet. Das ebenfalls von Elfie Donnelly geschaffene pfiffige Hexenmädchen Bibi Blocksberg steht den Erfolgen ihres Elefantenkollegen kaum nach.

Als Megahit der deutschen Kinderkultur ist der Dickhäuter populärer als die Micky Maus oder Pippi Langstrumpf: 96 Prozent aller Kinder im Alter zwischen 3 und 12 Jahren kennen Benjamin. Der sprechende Zooelefant in roter Jacke und blauer Hose bietet das Bild eines großen, starken Freundes, wie ihn sich fast alle Kinder wünschen. Sein Freund Otto, ein normaler Junge, eignet sich als Identifikationsangebot für junge Hörer. Die erwachsenen Nebenfiguren hingegen verfügen nicht nur über sprechende Namen (Zoodirektor "Tierlieb"), sondern oft auch über kindliche Naivität, was sehr junge Hörer als komisch empfinden und was ihnen darüber hinaus Bestätigung vermittelt. Das Serienkonzept ist synthetisch, auf Erfolg und beliebige Verlängerbarkeit hin konzipiert. Hinter dem Ensemble der Blümchen-Charaktere wird nur die 'Tapete', das Szenarium gewechselt, Benjamin agiert dann als Lehrer in der Schule oder mittelalterlicher Ritter.

Mit Benjamin Blümchen und Bibi Blocksberg ist es erstmals gelungen, Hörspielkassetten als Ausgangsmedium für Medienverbundsysteme zu nutzen. Benjamins Abenteuer werden im Kinder- und Bilderbuch, als Motivvorlage für Spiele und Comic-Zeitschriften sowie für Fernsehen, Kino und Video reproduziert.

BMG Ariola Miller

Mit dem Kauf des erfolgreichsten deutschen Niedrigpreislabeleuropas hatte der Bertelsmannkonzern auch im Kindermarkt mit Actionserien für ältere Kinder eine der Marktführerpositionen übernommen. Nach anhaltenden Umsatzeinbrüchen konnte die BMG mittlerweile ihre älteren Serien wieder im Markt positionieren, die jetzt von nachgewachsenen Kindergenerationen im frühen Grundschulalter gehört werden, Detektivklassiker wie TKKG, Die Drei ??? und Enid Blytons Fünf Freunde. Ergänzt wird das Repertoire durch Hörspiele zur TV-Gruselserie Gänsehaut (nach R.L.Stine), die lediglich die

Tonspuren der deutschen TV-Synchronfassung durch einen (mit Worthülsen durchsetzten) Erzählerkommentar ergänzen. Damit kommt die BMG wieder einen Marktanteil von 22 Prozent (1997).

Menschenkinder

Mit Liedern, die Kindern Fluchträume, eine heile Welt bieten wollen, oder die religiöse Bekenntnisse und Erfahrungen thematisieren, hat sich der Menschenkinder Verlag vor allem in Kindergärten und religiösen Einrichtungen ein festes Publikum erschlossen. Der Verlag bietet zu seinen Liedersammlungen zusätzlich Spiel- und Singanleitungen, die den pädagogischen Einsatz erleichtern. Musikalisch setzt er auf bewährte Muster und Klischees, überwindet Grenzen zum Kitsch. Nach der Übernahme des Kassettenvertriebs durch den Sony-Konzern hat Menschenkinder an Markpräsenz deutlich zugelegt. Ältere Titel mit Spiel- und Bewegungsliedern von Detlev Jöcker, wie 1, 2, 3 im Sauseschritt sind für herausragende Verkäufe mehrfach mit Gold und Platin ausgezeichnet worden. Mit einem Marktanteil von etwa 10 Prozent ist Menschenkinder gegenwärtig der viertgrößte Kindertonträgeranbieter, erreicht damit allein genausoviel Umsatz wie alle nachfolgenden kleineren und größeren Anbieter zusammen.

Sonstige Programme

Als gemeinsame Tochter großer Buchverlage (Klett-Cotta, Hanser, Suhrkamp u.a.) nimmt der Münchner HörVerlag mit einem literarisch engagierten Programm und anspruchsvoller, aktueller Unterhaltung unangefochten die Marktführerschaft bei den Hörbüchern für Erwachsene ein. Mit Höradaptionen engagierter, oft wenig konventioneller zeitgenössischer Jugendliteratur hat er auch im Kindertonträgersektor Wegmarken setzen können. Ökonomischen Erfolg verbuchte der HörVerlag mit der 15teiligen Hörspielfassung von Sofies Welt nach Jostein Gaarder, deren künstlerische Qualität über die Buchvorlage hinausweist, weil sie u.a. den Text, theoretische Ausführungen zugunsten von Handlung und Dialog zurücknimmt und durch Geräusche sowie eigens komponierte Musik eine dichte Atmosphäre schafft.

Hinter den Major Companies hatte sich der Düsseldorfer Patmos Verlag zu einem der wichtigsten Kindertonträgeranbieter entwickelt, mit Liedermachern wie Klaus W. Hoffmann

und Frederik Vahle, der für die Entwicklung des deutschsprachigen Kinderlieds wichtige Impulse gegeben hat. Vahles neuere Produktionen zielen auf ein immer jüngeres Publikum, für das er beschwingte 'Bewegungslieder' zum Mitmachen und Mitsingen vorträgt. Ähnlich erfolgreich sind bei Patmos heute Produktionen von Dorothee Kreuzsch-Jakob, die mit ihren Melodien und Rhythmen der Hektik des modernen Medienalltags das Stille und Beruhigende entgegensetzen, Kindern Möglichkeiten zum Abregnen und Abschalten geben will. Dabei orientiert sie sich an Esoterik und autogenem Training, nimmt Elemente aus Jazz oder Samba, Kammermusik und internationaler Folklore auf (Sieben kleine Siebenschläfer). Im Hörspielsektor pflegt Patmos zeitgenössische Autoren wie Rudolf Herfurtner oder in einer eigenen Edition die 'Klassiker der Kinderliteratur' mit Titeln von Kurt Held, Joachim Ringelnatz oder Hans Fallada.

Herausragend ist die mediengerechte Musical-Fassung des Bilderbuchbestsellers Vom kleinen Maulwurf, der wissen wollte, wer ihm auf den Kopf gemacht hat. Auf der Suche nach dem Übeltäter geben die einzelnen Tiere dem Maulwurf mit spezifischen musikalischen Mitteln Auskunft darüber, wer sie sind und wie sie's machen. Ihre Lieder parodieren erkennbar musikalische Stilmittel wie Rap und Techno, passend zu den Tiergestalten, zitieren Ländler, Musical, Marching Band oder Moritat. Durch Ironie und Pathos seiner Texte verstärkt der Autor Werner Holzwarth Komisches auf der sprachlichen Ebene. Das zentrale Thema des Musicals, die Knöllchen und Häufchen werden - zum besonderen Vergnügen junger Hörer - akustisch durch Musikinstrumente hörbar gemacht, die tierartgemäß klackern, kleckern oder klotzen.

Die künstlerische Qualität mancher großer Firmen übertrifft mittlerweile der Hamburger Jumbo Verlag, der binnen weniger Jahre ein beeindruckend vielfältiges Kindertonträgerprogramm unter seinem Dach vereint hat. Gemeinsam mit dem Österreichischen Rundfunk ORF gibt Jumbo eine Edition mit Hörspielen und inszenierten Lesungen österreichischer Autoren heraus. Christine Nöstlingers Hörspielserie mit den Erlebnissen der sechsjährigen Mini arbeitet mit humorvollen Überzeichnungen und komischen Situationen, gibt Kindern im Vor- und Grundschulalter Beispiele für Zivilcourage sowie Hilfestellung bei der Bewältigung des Alltags. Elisabeth Arzbergers Kater Adalbert bietet eine originell-einfühlsame Katzengeschichte, die menschliche Stimmen lautmalerisch

verfremdet, Aussagen durch die Stimmung sprachlich erzeugter Tön vermittelt und damit zur Erweiterung kindlicher Hörerfahrung beiträgt.

Neben Einschlaf- und Kuschelgeschichten für die Allerkleinsten akzentuiert Jumbo das ambitionierte Kinderlied, u.a. mit Titeln des Liedermachers und Produzenten Ulrich Maske.

Literarisch oder musikalisch originelle, eigenständige Programme bieten ansonsten die Verlage ucello (u.a. mit Stoffen des Autors und Zeichners Martin Baltscheit), die (ehemals unter dem Namen schumm) traditionsreiche Hörbuchedition Steinbach Sprechende Bücher (u.a. mit Autorenlesungen von Peter Härtling), die auf Interpreten aus den neuen Bundesländern spezialisierte Buschfunk Vertriebsgesellschaft (u.a. mit eigenwilligen Einspielungen des Liedermachers Gerhard Schöne) sowie die Dortmunder Verlagsgesellschaft Aktive Musik mit den IGEL-Records (auf denen u.a. das kinderliterarische Werk von Uwe Timm versammelt ist).

Mit Einzelproduktionen belegen auch namhafte Buchverlage sowie christliche und etliche Kleinverlage immer wieder ihr Interesse am Medium.

Übergreifende Marktentwicklungen

Die Hauptumsätze werden auf dem deutschsprachigen Kindertonträgermarkt zwar immer noch mit konventionellen Serienproduktionen getätigt, diese dominieren aber nicht mehr den Markt wie noch vor einem knappen Jahrzehnt. Das Kinderlied (einschließlich Kinderpop und Klassik für Kinder) erreicht gegenwärtig einen Umsatzanteil von knapp 40 Prozent, Hörspiele und Lesungen kommen also auf gut 60 Prozent.

Stark zugenommen haben bei vielen Verlagen Lesungen von zeitgenössischer Kinderliteratur, teils mit dem Autor selbst, teils durch einen oder mehrere Sprecher und zunehmend häufiger als inszenierte, mit Musik und Geräusch unterlegte Lesungen. Die weitaus kostenaufwendigere Eigenproduktion von Hörspielen ist zum Ausnahmefall geworden, allenfalls für Serienhörspiele noch kostendeckend realisierbar, ansonsten übernehmen immer mehr Firmen ihre Hörspiele aus den öffentlich-rechtlichen Rundfunkprogrammen.

Da die Produzenten heute auf das gesamte Spektrum der zeitgenössischen Kinderliteratur zugreifen, können Eltern, Pädagogen, Bibliothekarinnen, Vermittler aus einem

Kindertonträgerangebot wählen, das sich fast so facettenreich und umfassend darbietet wie der aktuelle Kinderbuchmarkt.

Tonträger

- Arzberger, Elisabeth: Kater Adalbert. Hamburg, Jumbo 1996.
- Baumann, Franz-David: Inspektor Maus. Hamburg, Deutsche Grammophon 1997.
- Gaarder, Jostein: Sofies Welt. München, Der HörVerlag 1995.
- Holzwarth, Werner: Vom kleinen Maulwurf, der wissen wollte, wer ihm auf den Kopf gemacht hat. Düsseldorf, Patmos 1998.
- Jöcker, Detlev: 1, 2, 3 im Sauseschritt. Münster, Menschenkinder 1991.
- Kreusch-Jakob, Dorothee: Sieben kleine Siebenschläfer. Düsseldorf, Patmos 1997.
- Nöstlinger, Christine: Geschichten vom Franz. Hamburg, Deutsche Grammophon, 1996ff.
- Nöstlinger, Christine: Mini-Geschichten. Hamburg, Jumbo, 1997ff.

Literatur

- Benjamin Blümchen. Für die Kleinen der Größte. Berlin, hör + lies Verlag 1998.
- Finkbeiner, Anke: "Zur Bedeutung des Hörspiels im Medienalltag von Kindern", in: Beiträge Jugendliteratur und Medien H. 2, 1997, S. 66-81.
- Germann, Heide u.a.: Hören-Lesen-Hören. Kassetten für Kinder. Verzeichnis-Annotationen-Kommentare. Ausgabe 1997. Bad Homburg, Mensch & Leben 1997.
- Heidtmann, Horst: Kindermedien. Stuttgart, Metzler 1992.
- Heidtmann, Horst: "Die Medienfreunde unserer Kinder. Ergebnisse einer Umfrage", in: Beiträge Jugendliteratur und Medien H. 4, 1995, S. 194-201.
- Kinderhörspiel, Grundschule (Themenheft) H. 7-8, Braunschweig 1993.
- Marktanteil Kindertonträger (Markterhebungen der GfK). Nürnberg 1998 (im Manuskript). Phono Press 1998. Jahresheft für den Tonträgermarkt. Hamburg 1998.
- Schill, Wolfgang u. Dieter Baacke (Hg.): Kinder und Radio. Zur medienpädagogischen Theorie und Praxis der auditiven Medien. Frankfurt/M., GEP 1996.
- Treumann, Klaus Peter; Dorothee Schnatmeyer u. Ingrid Volkmer: 'Mit den Ohren sehen'. Die Toncassette - ein verkanntes Medium. Bielefeld, GMK 1995.