



Aus: *Bulletin Jugend und Literatur* H. 6, 2002

Sie ewig zu binden:

Die Post-Doomsday-Soap *The Tribe*

„Wenn ich *The Tribe* sehe, kann ich mich in eine andere Welt flüchten. Dann bin ich ein Mall-Rat.“ Lisa aus Dresden (13 J.) auf der KI.KA-Homepage.

Mit seinem werbefreien, pädagogisch etwas ambitionierteren Programm erreicht der öffentlich-rechtliche Kinderkanal (KI.KA) über Tag bei den 3- bis 13-jährigen Kindern einen Marktanteil von 15,9 Prozent (lt. GfK für 2000) und ist damit - nach Super RTL (19,6 Prozent) - der zweitbeliebteste Sender bei dieser Altersgruppe. Allerdings lässt bei den über 10-Jährigen das Interesse drastisch nach, bei Jugendlichen und älteren Kindern (ab 12) taucht der KI.KA in der Rangliste der beliebtesten TV-Sender nicht mehr auf. Bei älteren Kindern und Jugendlichen sind Daily Soaps, vor den intentionalen Kinderprogrammen, noch vor Cartoons und Musiksendungen das beliebteste TV-Format (besonders bei Mädchen ab 10 J.).

Um ältere Kinder und in Sonderheit die Altersgruppe 10 bis 16 anzusprechen und dauerhaft an den Sender zu binden, zeigt der KI.KA seit dem Frühjahr 2001 auf einem Sendeplatz vor der abendlichen Soap-Invasion eine neuseeländische TV-Serie, die Elemente aus Soap und Adventure vereint: *The Tribe* bietet an jedem Wochentag (von 16:55 bis 17:20) eine bunte Mischung aus *Mad Max* und *Herr der Fliegen*, *Gute Zeiten*, *schlechte Zeiten* und *TKKG*. Die Serie wird seit 1999 in Neuseeland von Cloud 9 in Staffeln zu 52 Folgen produziert und ist nicht nur in den englischsprachigen Ländern ein großer Erfolg. Die Produktion der 4. Staffel wurde im Dezember 2001 abgeschlossen, im KI.KA lief im März 2002 bereits die 140. Serienfolge.

Die Story

Eine Post-Doomsday- oder Endzeit-Geschichte: Ein Virus hat alle Erwachsenen auf der Erde getötet. Die Zivilisation ist weitgehend zerstört, die Katastrophe haben nur Kinder und Teenager überlebt. Sie hausen in Geisterstädten - Chaos und Faustrecht regieren die Straße. Die Jugendlichen haben sich zu Banden zusammengeschlossen, den Tribes, die sich durch grelle, archaische Kriegsbemalungen und absonderliche Kostümierungen voneinander unterscheiden. Die Tribes kämpfen gegeneinander um die Herrschaft in den verlassenen Stadtvierteln. Auf der Suche nach Nahrung, Benzin oder Opfern rasen die Kids auf Rollerblades oder in defekten Autos durch die Straßen. Es gibt keinen Strom mehr, um Maschinen oder Geräte anzutreiben. Kinder müssen selbst für ihr Überleben sorgen, sie müssen neue Technologien erfinden oder die vergessenen wiederentdecken. Sie müssen lernen zu kooperieren, Lebensmittel und Ressourcen zu teilen.

Eine kleine Gruppe von Jungen und Mädchen unterschiedlichen Alters findet in einer verlassenen Shopping Mall, einem weitgehend geplünderten Einkaufszentrum einen Zufluchtsort. Sie schließen sich zu einem Tribe zusammen und nennen sich selbst die Mall Rats, denn Ratten handeln clever, wenn es um das Überleben geht. Die Mall Rats müssen sich gegen brutale Gangs wie die Locos oder die Demon Dogs verteidigen, diese bekriegen sich in Mad Max-Manier, streben nach Anarchie oder Weltherrschaft. (Die bösen Locos brüllen zudem Parolen wie „nie wieder Schule!“ und verbrennen Bücher.) Das Mädchen Amber wird (in der 1. Staffel) zur Anführerin der Mall Rats. Sie und andere Jugendliche ihres Stammes wollen die Schwächeren schützen und die Werte der Zivilisation bewahren, vielleicht sogar eine bessere neue Welt aufbauen. Probleme werden in der Gruppe diskutiert und Entscheidungen per Abstimmung getroffen. Aber in der Praxis scheitert auch bei den Mall Rats guter Wille immer wieder am Egoismus der Kids.

Neben den allgemeinen Post Doomsday-Problemen spielen die persönlichen Probleme der Protagonisten eine gewichtige Rolle. Trotz der ungewöhnlichen Situation sind sie auch normale Kinder und Teenager, die in einer Welt ohne Erwachsene erwachsen werden. Sie müssen sich in außergewöhnlichen Situationen bewähren, sie verlieben sich, haben Beziehungsprobleme, sind eifersüchtig, einige werden sogar schwanger.

Charaktere

Zu den wichtigsten Figuren der 1. Staffel gehört Amber (gespielt von Beth Allen, 17 Jahre), die „edle Anführerin“ der Mall Rats. Sie ist die geborene Führerin, sie genießt Autorität und ist - im Gegensatz zu den anderen - stets bereit, Verantwortung zu übernehmen. Lex (Caleb Ross, 19 J.) ist im Stamm der Gegenspieler von Amber; er ist ein Kämpfer, aggressiv, arrogant, machtbesessen und war früher selbst Anführer einer kleinen Gang. Er hat sich eher widerwillig Ambers Stamm angeschlossen und hält sich selbst für den besseren Anführer. Zweite wichtige Antipodin ist Ebony, die „böse Anführerin“, zunächst bei den Locos und dann zeitweise bei den Mall Rats, wohin sie mit Bray, dem geheimnisvollen, einsamen (und schönen) Helden fliehen musste. Zu den weiteren wichtigen Mitwirkenden gehören Jack, das Technik-Genie (‚Pumuckl meets Einstein‘), Tai-San, die asiatische Mystikerin und ‚Stammesschamanin‘, Cloe, das tierliebende Straßenkind, Zandra, der konsumgeile Teenager, Ryan, der starke, aber dumme Kumpel, sowie Trudy, die 14-jährige, depressive Mutter.

Bedeutsam für die Charakterisierung der Figuren sind Äußerlichkeiten. Man trägt zwar nicht die aktuelle Markenbekleidung, legt aber Wert auf eine möglichst eigenständige Kostümierung, z.B. durch Uniformersatzstücke. Mit phantasievollen Kriegsbemalungen und aufwendigem Frisurenstyling versuchen die Stammesmitglieder sich gegenseitig zu übertrumpfen.

Ungereimtheiten

Die neuseeländischen Produzenten haben ihre Endzeitsoap - im Vergleich mit deutschen Daily Soaps - ambitioniert und aufwendig in Szene gesetzt, aber im Detail nicht unbedingt stringenter durchdacht: Der Mangel an Nahrungsmitteln ist ein zentrales Thema, dennoch sieht man die Kinder ständig beim gemeinsamen Essen. Das Wasser ist rationiert, doch alle haben aufwendig gestylte, stets gut gepflegte Frisuren. Vor der Shopping Mall liegen Autoreifen, die offenkundig wo

chenlang brennen und ununterbrochen dekorativen Rauch absondern. Und nicht zuletzt: wenn alle Erwachsenen binnen kürzester Zeit gestorben sind, wo liegen dann die vielen Leichen?

Erfolgsmuster

Die Serie wird weitgehend linear, fortlaufend erzählt (mit gelegentlichen Rückblenden in die Vorkatastrophenzeit); die zentralen Figuren erhalten eigenen Erzählstränge, wobei Handlungen mit älteren (und attraktiveren) Darstellern mehr Raum eingeräumt wird. *The Tribe* arbeitet - wie die daily soaps - mit einer Gruppe von Hauptfiguren unterschiedlichen Alters, die ein relativ breites Spektrum von Charaktereigenschaften und -stereotypen bieten, und die damit unterschiedliche Zuschauerbedürfnisse nach Identifikation oder emotionaler Annäherung abdecken. Attraktiv für ältere Zuschauerinnen sind wiederkehrende Romance-Motive, erste Liebe und Eifersucht: Bray liebt Amber, mag es aber nicht eingestehen, und Amber denkt, das Bray in Trudy oder Ebony verliebt ist... Attraktiv für ältere Jungen sind Science Fiction- oder Action-Motive, für kleinere sind es Rätselgeschichten, in denen wie bei *TKKG* Geheimnisse aufgeklärt werden.

Bieten bereits die populären Daily Soaps Szenarien, in denen Erwachsene nur noch am Rande vorkommen und die Jugendlichen selbstbestimmt und materiell unabhängig agieren, so nimmt *The Tribe* noch stärker juvenile Wunschvorstellungen von einer Welt ohne Erwachsene auf. Die Erwachsenen können Kindern und Jugendlichen keine Vorschriften mehr machen, Lehrer und Eltern haben nichts mehr zu bestimmen, die Jugendlichen nutzen - mit Einschränkungen - bisherige Privilegien des Erwachsenseins, sie wohnen in Einkaufszentren, fahren Autos, machen rund um die Uhr Abenteuerferien.

Bei genauerer Betrachtung widerspiegelt sich in dieser Zukunftssoap jedoch - mit entsprechenden Brechungen und künstlerischen Überzeichnungen - die aktuelle Erwachsenenwelt. Die positiv besetzten Figuren wollen die Strukturen der bisherigen Erwachsenenwelt wiederherstellen, sie propagieren konsensfähige moralische Werte (Verantwortung, Engagement, Kreativität), Kinder übernehmen Erwachsenenverhaltensweisen, agieren wie kleine Erwachsene.

Gleichwohl eignet sich *The Tribe* für jugendliche Rezipienten besser als viele andere Stoffe der populären Jugendkultur zur Abgrenzung gegenüber der Erwachsenenkultur. Die spezifischen Lifestyleangebote, „Wilde Schminke“ und „flippige Klamotten“, haben für 10- bis 15-Jährige Kultcharakter. An Wettbewerben über das beste Tribe-Outfit oder -Makeup beteiligen sich Tausende von Fans (auch männliche). Für den letzten „Foto-Contest“ des KI.KA haben mehr als 20.000 Tribe-Fans online ihre Stimme abgegeben (1. Preis: ein Tag mit Lex, Ebony, Jack und Salene in München).

Vermarktung im Medienverbund

Der KI.KA hat es binnen weniger Monate geschafft, mit diesem neuartigen Soapformat bei der Kernzielgruppe der 10- bis 13-Jährigen Marktanteile von etwa 25 Prozent zu erreichen. Neben einem Online-Angebot für Tribe-Fans auf der Homepage des KI.KA (www.kika.de) bietet eine gesonderte Fanpage ein umfassendes Informationsangebot zur Produktion und zu den Stars, Inhaltsangaben aller Folgen der Serie, Interviews mit allen Hauptdarstellern, Produzenten, Autoren sowie Merchandisingangebote (www.tribeworld.de).

Im Herbst 2001 hat die Ravensburger Tochter RTV Family Entertainment zwei Videokassetten mit den ersten Folgen (1-4 und 5-8) der Serie auf den Markt gebracht sowie vier Tonträger (als MC und CD) mit jeweils zwei TV-Episoden. Da das gesamte RTV-Video- und Tonträgerprogramm die Umsatzerwartungen des Mutterverlags wohl nicht eingelöst hat, werden die Tonträger seit Anfang 2002 von der Universal Music vertrieben, die dafür die *Tribe*-Hörspiele neu aufgelegt hat. Die Hörspiele bieten die Hörspur der ersten TV-Episoden, mit soliden Synchronsprechern, ergänzt durch einen ruhigen, überschauenden Erzählerkommentar (wie man es auch aus den gängigen Kinderkrimiserien kennt), und dürften vorrangig für ältere Grundschulkinder von Interesse sein.

Im Frühjahr 2002 hat der Stuttgarter Dino Verlag zwei Begleitbücher zur Serie herausgegeben, in denen jeweils der Handlungsverlauf der 1. und 2. Staffel (je 52 Folgen) auf rund 150 Seiten zusammengefasst worden ist. Band 1 befasst sich vor allem mit Amber und den zentralen Figuren der Mall Rats. Nebenhandlungsstränge werden ausgespart, die Haupthandlungslinien stark verdichtet, zentrale Situationen und Konflikte sind gleichwohl mit viel (am Drehbuch orientierten) Dialog umgesetzt worden. Der Autor nutzt - als literarischen ‚Kunstgriff‘, - ein fiktives, von Amber verfasstes Tagebuch, um einerseits aus ihrem Blickwinkel Handlungen zusammen zu fassen, und andererseits die Innensicht - und damit auch Emotionen - dieser Zentralfigur wiedergeben zu können. Im zweiten Band, in dem Amber gleich zu Anfang stirbt, dient an Stelle des geschriebenen ein Videotagebuch der Handlungskomprimierung: in einem Videozimmer sprechen jeweils Bray, Lex, Tai-San oder Ebony ihre Sicht und ihre Eindrücke in die Kamera.

Fans der Serie können also in komprimierter Form die Handlung Revue passieren lassen, anders als im Fernsehen beschreibt das Buch immer wieder auch die Gefühle und Gedanken der Protagonisten: „Amber...steht einem Fremden gegenüber. Er hat ihre Größe und sieht - wie sie sich insgeheim eingesteht - zum Verlieben aus.“ (Bd. 1, S. 37) Auch die zentralen moralischen Sentenzen werden über die Innensicht zentraler Figuren ausformuliert, z.B. wenn der Chef der Locos resigniert feststellt: „Für eine Weile war es ja ganz lustig gewesen, sich nicht mehr anhören zu müssen, was die Eltern einem zu sagen hatten. Keine Verbote, keine Ermahnungen! Aber inzwischen ist der Spaß vorbei. Der ‚Ernst des Lebens‘, von dem seine Eltern immer gesprochen hatten, ist viel zu früh in sein Leben getreten.“

Die literarische Qualität der *Tribe*-Bände entspricht den bei Begleitbüchern des Dino Verlages üblichen Standards: einfache, leicht verständliche Sprache; kurze Sätze, viel direkte Rede. Da viel Handlung zusammengefasst wurde, bleibt wenig Raum für Milieu, Atmosphäre, Stimmungen oder Figurenzeichnung. Die Bücher zielen also auf Fans der Serie, vorrangig Mädchen, die mit den Figuren und Szenarien weitgehend vertraut sind, die also das als angenehm empfundene TV-Ereignis nochmals wiederholen wollen.

Mit *The Tribe* haben die Produzenten ein neues Fernsehformat kreiert, in dem Genres der intentionalen Kinderkultur mit der Popularkultur für Erwachsene verschmelzen, was offensichtlich den Bedürfnissen von Kindern entgegenkommt, die heute in immer früherem Alter auf die gesamte Erwachsenenunterhaltung zugreifen. Die Serie vermittelt eine für die Zielgruppen konsensfähige Moral, plädiert für Eigenverantwortlichkeit von Kindern und Jugendlichen und bemüht sich erkennbar

Geschlechtsrollenklischees zu vermeiden. Da Mädchen geistig reifer und sozial kompetenter sind, werden die meisten Stämme von Mädchen geführt. Und wenn ein Macho wie Lex zum Führer wird und den Mädchen „alle typischen Hausfrau-entätigkeiten aufbrummt“ (Bd. 1, S. 59), dann ist sein Scheitern absehbar. Der Kl.KA hat mit *The Tribe* erstmals nachhaltig ältere Kinder und Jugendliche an den Sender binden können; auf die Fanpage www.tribeworld erfolgen gegenwärtig bis zu 860.000 Nutzerzugriffe in der Woche.

Horst Heidtmann (Mitarbeit Torsten Hachtel)

The Tribe

VHS-Videos:

- Der Beginn (Folge 1 = TV-Serienepisoden 1-4)

- Das Geheimnis (Folge 2 = TV-Serienepisoden 5-8)

jeweils ca. 90 Min., Ravensburg/München: RTV-Family Entertainment 2001 (zur Zeit nicht lieferbar).

MCs und CDs:

- Die Zuflucht / Freund oder Feind (Folge 1 = TV-Serienepisoden 1-2)

- Die Abstimmung / Die Geburt (Folge 2 = TV-Serienepisoden 3-4)

- Wo sit Bray? / Das Geheimnis (Folge 3 = TV-Serienepisoden 5-6)

- Ist Bray ein Verräter? / Der Unfall (Folge 4 = TV-Serienepisoden 7-8)

jeweils ca. 50 Min., Hamburg: Karussell/Universal Music 2002; je MC Eur 5,10; je CD Eur 7,10.

Bücher:

- Ralph Sander: Schöne neue Welt (Bd. 1: ISBN 3-89748-598-2)

- Ralph Sander: Zwischen Hoffen und Bangen (Bd. 2: ISBN 3-89748-597-4)

jeweils ca. 155 S., Stuttgart: Dino entertainment 2002; je Eur 7,95