

Medienverbund: Das Buch zum Film.

(Aus: Börsenblatt für den Deutschen Buchhandel, H. 75, Sept. 1994, S. 64-70.)

von Horst Heidtmann

Weitgehend unbeachtet von der Jugendbuchkritik und den professionellen Literaturvermittlern kommt es auf dem Kinder- und Jugendbuchmarkt zu Segmentverschiebungen und Akzentverlagerungen. Die Nachfrage nach den tradierten Unterhaltungsgenres Abenteuer, Krimi, SF geht zurück, gleichzeitig erreichen Kinderbücher mit Stoffen, die aus anderen Medien übernommen wurden, ein überproportionales Umsatzwachstum. Deutsche Bestsellerlisten verzichten bislang darauf, Kinder- und Jugendbücher gesondert zu erfassen. Der SPIEGEL nimmt sie jedoch auf, wenn die vom Buchhandel gemeldeten Verkaufszahlen in die Größenordnung der 'Erwachsenenbestseller' aufsteigen. Im Sommer 1993 standen - erstmals - mehrere Jugendbuchtitel gleichzeitig und wochenlang in den 'charts': Der amerikanische Autor Mel Gilden dominierte sogar die SPIEGEL-Liste wie keiner vor ihm (z.B. am 28.6.93):

Platz 4: Gilden: Heißkalte Liebe (vgs)

Platz 8: Gilden: Herzklopfen (vgs)

Platz 18: Gilden: Wo bitte geht's zum Strand (vgs)

Platz 22: Smith: Sommerträume (vgs)

Platz 27: Gilden: Leben auf der Überholspur (vgs)

Platz 28: Gilden: Keine geheimnisse (vgs).

Alle Titel erzählen Episoden aus der vom privaten TV-Sender RTL plus ausgestrahlten (im Highschoolmilieu angesiedelten) Serie "Beverly Hills, 90210" nach. Eine separat für den Buchhandel in den neuen Bundesländern erhobene Kinderbuchbestsellerliste (in der "Wochenpost") platzierte zur selben Zeit auf den ersten beiden Plätzen ebenfalls zwei Mel Gilden-Bücher, ferner auf Platz 4 und 7 Disney-Titel aus dem Schneider-Verlag.

Medienverbund im Rückblick

Der Verbund von audiovisuellen und gedruckten Medien ist keineswegs neu: Seit den Anfängen des Kinos dient das Buch als Stofflieferant für den Film. Etliche der herausragenden filmischen Kunstwerke sind Adaptionen literarischer Stoffe. Und umgekehrt profitieren auch Bücher schon seit langem von der Popularität des Filmes: Bereits in den 20er Jahren warb der Berliner Großverlag August Scherl für "verfilmte Romane" und gab - nachdem Fritz Langs aufwendige Verfilmung des Zukunftsromans "Metropolis" 1927 in deutschen Kinos erfolgreich angelaufen war - zusätzlich zur gebundenen Ausgabe eine broschiierte mit gekürztem Text und Filmfotos heraus. Mit weltweitem Erfolg der Disney-Trickfilmfiguren wurden diese Mitte der 30er Jahre auch für deutsche Kinderbücher bearbeitet ("Murz der Kater und die Micky-Mäuschen", Uhlenhorst-Verlag, Hamburg 1935).

Als nach Kriegsende amerikanische Unterhaltungs- und Familienfilme Massen von jungen Zuschauern in die Kinos zogen, begannen mehrere Verlage mit der Herausgabe von Kinderbüchern, die nach Filmvorlagen entstanden. Außer in Zigarettenbilderalben ("Das doppelte Lottchen", 1950, nach der gleichnamigen Kästnerverfilmung) dominierten bereits damals Titel zu Disney-Filmen, "Alice im Wunderland", "Robin Hood" oder "Cinderella" (überwiegend noch mit schwarzweißen Filmbildern illustriert).

Mit zunehmender Mediatisierung der Kinderkultur seit den späten 70er Jahren

übernimmt die Kinder- und Jugendliteratur dann in immer größerem Umfange Stoffe und Figuren aus anderen Medien. Heute prägen die filmischen Medien am nachhaltigsten die Mediennutzungsgewohnheiten und -präferenzen der Kinder, was sich zwangsläufig auf Funktion und Produktion der Printmedien auswirkt. Immer mehr Kinderbücher sind heute Teil medialer Verbundsysteme. Figuren, Geschichten, Requisiten, die in einem Medium populär geworden sind, werden gleichzeitig in anderen Medien vermarktet. Das Ausgangsmaterial für die bislang erfolgreichsten Medienverbundsysteme liefern aufwendige Hollywoodspiel- und Animationsfilme (Spielberg, Lucas, Disney-Company), die z.T. Millionen von juvenilen Zuschauern erreichen, deren Popularität durch ein entsprechendes Werbeumfeld (TV- und Funkspots) noch weiter gesteigert wird.

Aktuelle Marktentwicklungen

Die durch vielfältige Medienpräsenz beworbenen, keine Beratung erfordernden Titel dominieren seit Jahren den Kinder- und Jugendbuchabsatz auf den Nichtbuchhandelschienen. Auch wenn manche Sortimentler - wie auch öffentliche Bibliotheken - Filmbüchern kritisch bis ablehnend gegenüberstehen, so sind diese aus den Programmen der Marktführer nicht mehr wegzudenken, der Medienverbund prägt mittlerweile das Profil etlicher Verlage.

Die vgs Verlagsgesellschaft in Köln, Anbieter der "Beverly Hills"-Bücher, ist sogar zur Verwertung der Nebenrechte von Bildungs- und Jugendprogrammen, also als ein auf Fernsehbegleitbücher spezialisierter Verlag eigens gegründet worden. Nachdem vgs in den 80er Jahren mit Nacherzählungen zu ambitionierten WDR-Kinderserien ("Die Märchenbraut" nach Milos Macourek) oder Begleitbüchern zu Peter Lustigs "Löwenzahn" durchaus achtbare Erfolge zu verzeichnen hatte, liegt der Schwerpunkt im Jugendbuchbereich seit zwei Jahren auf problemfreier Unterhaltung. Umsatzrenner sind die mittlerweile 12 Bände zu der seit Juni 1992 von RTLplus in mehreren Staffeln ausgestrahlten US-Serie "Beverly Hills, 90210", von denen vgs bis zum Sommer 94 mehr als 2,2 Millionen Exemplare verkauft hat. Wöchentlich zur Vorabendzeit erreicht die Serie, die bereits in der Gunst der Zehn- bis Dreizehnjährigen ganz vorn liegt, regelmäßig 4 Millionen Zuschauer. Schauplatz der Geschichten ist eine Highschool in Beverly Hills, im Kalifornien der Reichen und Schönen, mit Sommer, Sonne, Surfen. Im Zentrum stehen die postpubertären Erlebnisse einer Clique von Schulfreunden, die sich verlieben, enttäuscht werden, die sich streiten und mißverstehen, die aber all die banalen Probleme nicht haben, die die Realität ihrer jugendlichen Zuschauer bestimmt. Die überwiegend vom kalifornischen Autor Mel Gilden (in Deutschland bislang nur durch einige SF-Bände vertreten) nacherzählten 'Romane' bündeln drei Serienepisoden. Für besonders geneigte LeserInnen bietet vgs noch Fanbuch, Jahrbuch und Kochbuch ("Coole Drinks & 'heiße' Snacks. Kochen mit den Stars aus Beverly Hills") sowie Biographisches zu den Hauptdarstellern. Allerdings dürfte die "Superserie der Neunziger" den Zenit ihres Erfolges mittlerweile überschritten haben: In "Goodbye West Beverly High" geht die Schulzeit der "coolen Clique" mit Prüfungen und Abschlußball zuende, der aktuelle Band "Aufbruchstimmung" verrät dann noch, wie es nach dem Highschoolabschluß weitergeht.

Mit drei Büchern zur ebenfalls von RTL ausgestrahlten und ebenfalls in Hollywood angesiedelten 'Jugend-Seifenoper' "Melrose Place" sowie einem Band zur italienischen Jugendserie "Ragazzi" (ARD) versucht vgs die Leseinteressen der "Beverly Hills"-Klientel weiter zu bedienen. An Jüngere wenden sich mehrere Bände zu Jim Hensons Puppenserie "Die Dinos", entweder mit etlichen Stand- und Figurenfotos aus der Serie

("Willkommen bei den Sinclairs") oder ausführlicher nacherzählt mit schlichten Schwarzweiß-Zeichnungen ("Bin daaa! Wer noch?"). Und für die Aller kleinsten erscheint im Oktober "Bim Bam Bino", ein belehrend-belustigendes Bilderbuch zum gleichnamigen (bei der Zielgruppe sehr populären) Kindermagazin des Kabelkanals.

Von den Marktführern im Kinder- und Jugendbuchbereich hat sich Loewes in Bindlach mit als erster bei Kino- und TV-Stoffen engagiert. So läßt Loewes seit etlichen Jahren die Feiertagsmehrteiler von ARD und ZDF nacherzählen. Die ZDF-Weihnachtsserie "Anna" löste bei jungen Zuschauerinnen nicht nur einen kaum vorstellbaren Ballettboom aus, sondern verschaffte auch den drei Filmbüchern (sowie einem Bildband) eine Gesamtauflage von 600.000 Exemplaren. Die ZDF-Weihnachtsserie von 93, "Clara und das Glück dieser Erde", bot jungen Zuschauerinnen zwar sowohl Pferde als auch erste Liebe, doch das gleichnamige Filmbuch (ebenfalls von Justus Pfaue) brachte nur einen spontanen Erfolg im 4. Quartal (mit immerhin 50.000 verkauften Exemplaren).

Einen Mega-Erfolg (ebenfalls mit Notierungen in der SPIEGEL-Bestsellerliste) konnte Loewes mit seinen seit 1987 angebotenen Büchern zur "ALF"-Serie verbuchen, die sich durch eine Reihe von Wiederholungen in verschiedenen Programmen über Jahre mit überdurchschnittlichen Verkaufszahlen auf der Backlist gehalten haben.

Daneben verwertet der zu Gondrom gehörende Verlag populäre Nachmittags- ("Turtles" oder "Black Beauty") sowie Vorabendserien. Nach den Drehbüchern der RTL-Seifenoper "Gute Zeiten - Schlechte Zeiten" erzählt Christine Stollberg in bislang zwei Bänden ("Entscheidung gefragt!" und "Was wirklich zählt") jeweils die Lebensgeschichte einer der Hauptpersonen. Die TV-Dauerserie (seit dem 11.5.92 werktags täglich) erzählt in miteinander verschränkten Kurzstepisoden die Geschichte von sieben Schulabgängern, die "früh den Ernst des Lebens kennen lernen". Für die in ihrer Banalität kaum zu unterbietende Mischung aus Liebe, Leidenschaft und Intrigen begeistern sich täglich 4 bis 5 Millionen überwiegend junger Zuschauer (bei den Zehn- bis Dreizehnjährigen Einschaltquoten wie "Asterix"-Filme). Der Buchverkauf bleibt aber weit unter den "Beverly Hills"-Zahlen.

Für Dauererfolg und gewaltige Umsätze garantiert seit Jahren die Disney Company, die in der multimedialen Verwertung von Figuren und Stoffen weltweit von niemandem übertroffen wird. Die neuen, alljährlich in der Vorweihnachtszeit anlaufenden Disney-Animationsfilme (zuletzt "Die Schöne und das Biest", 1992, und "Aladdin", 1993) bringen in Deutschland Jahr für Jahr die meisten Besucher ins Kino (die letzten Filme sahen je 6 Millionen) und werden allenfalls noch von Spielberg-Filmen übertroffen. Auch mit dem Wiedereinsatz älterer Streifen im Kino oder auf Video bricht Disney hierzulande alle Rekorde: Von den im Herbst 1993 herausgebrachten Video "Das Dschungelbuch" hat Disneys Vertriebsfirma Buena Vista noch im selben Jahr 4,6 Millionen Stück verkauft, von "Die Schöne und das Biest" 1,7 Millionen. Von dem seit März 94 ausgelieferten Titel "Bambi" sind innerhalb der ersten Woche 1,5 Millionen Kassetten verkauft (und damit bisherigen Rekordumsätze noch überboten) worden. Disney-Buchrechte wurden in der BRD bislang - einmalig wie längerfristig - an verschiedene Lizenznehmer vergeben. Seit dem 1.7.92 hat der Münchner Schneider Verlag exklusiv die Disney-Filmbuchrechte für den deutschsprachigen Kinderbuchmarkt übernommen, hat Bücher zu älteren Disney-Streifen in Neuauflagen zwischen 50.000 und 100.000 Exemplaren herausgebracht (bisher 19 "Classics"-Bände zu DM 19,80) und verkauft von den aktuellen Disney-Titeln im Verbund mit den Weihnachtsfilmen sogar ein Mehrfaches: von "Die Schöne und das Biest" sind über 320.000 Bücher verkauft worden, von "Aladdin" 380.000 und der neue Weihnachtstitel "Der König der Löwen" (Filmstart im November 94, Buchauslieferung ab Oktober) könnte diese Zahlen noch

übertreffen.

Dank der Disney-Rechte ist der Schneider-Umsatz seit dem letzten Quartal 1992 deutlich gestiegen, Schneider zum Marktführer bei den Verkäufen an Privathaushalte aufgestiegen (Gesamtumsatz 1993: 37,5 Mio.). Der Verlag fächert seinen Erfolg weiter auf, indem er die Disney-Filmstoffe in unterschiedlichen Preiskategorien vermarktet, einschließlich einer niedrigpreisigen "Mini-Bibliothek", und durch weitere Bücher mit anderen Trickfilm-Stars ("Tiny-Toons" oder "Familie Feuerstein") diese "tragende Säule" seines Programms verstärkt.

Der Ravensburger Buchverlag, vom Gesamtumsatz her (1993: ca. 48 Mio.) vor Oetinger und Schneider immer noch deutlich marktführend auf dem Kinder- und Jugendbuchsektor, hat seine Aktivitäten zwar schon seit längerem (u.a. durch die Ravensburger Film + TV GmbH <RTV>) multimedial ausgeweitet, hat bei Film- und Fernsehbüchern bisher aber deutlich Zurückhaltung gezeigt. Dies geändert zu haben ist das Verdienst eines 'passionierten' Geschichtenerzählers, der sich mit seinem Semansgarn (und dank der blühenden Phantasie seiner Autoren) in 'die Herzen' von jung und alt geflunkert hat: "Käpt'n Blaubär", ein blauer Plüschbär, der seinen drei Bärenenkeln abends Lügengeschichten erzählt, als Figur entwickelt vom Comic-Zeichner Walter Moers, in Buchform mit comicartigen Bildergeschichten seit 1990 auf dem Markt ("Käpt'n Blaubärs Semmansgarn: Opachens Mondfahrt"). Der Lügenbär wurde schnell vom Fernsehen entdeckt, in Co-Produktion mit RTV als Animations- und Puppenserie seit 91 innerhalb der "Sendung mit der Maus", seit 92 im ARD-"Frühstücksfernsehen" und seit 93 in einem eigenem Magazin, "Käpt' Blaubär Club", ausgestrahlt. Für das Drehbuch der Fernsehepisoden und die anschließenden Nacherzählungen sind neben Moers vor allem Bernhard Lassahn und weitere Mitautoren zuständig ("Laß das, Hein Blöd!", 92, erzählt von Lassahn, gezeichnet von Matthias Siebert). Außer für die in Buchform vorliegenden Lügenschichten nutzt der Verlag den Blaubären als Titelfigur für ein "Verkehrsbuch", ein "Kochbuch", für Quiz- und Rätselbücher. Mit Serienproduktion und Merchandising verlieren sich zwangsläufig die Originalität und der trocken-scurrile Humor, die die ersten, von Moers selbst erzählten Bände auszeichneten.

Nichtsdestotrotz ragen der blaue Bär und seine Mitstreiter durch insgesamt weniger abgegriffene, differenziert erzählte Stoffe über die konventioneller gestalteten Protagonisten andere Filmbücher hinaus (was ihm bis zum Herbst 94 immerhin eine Gesamtauflage von 350.000 Exemplaren beschert hat).

Fast alle der vorrangig über Kaufhaus, Versandhandel und Supermarkt verkaufenden Verlage hängen sich mit Film- und Fernsehcharakteren, mit Lizenztiteln und Plagiaten an aktuelle Medienerfolge an und erreichen damit in der Regel auch die erhofften Umsatzzahlen. So liegen z.B. 1992 bei den Verkäufen von Unipart das "Dschungelbuch", "Biene Maja" und "Arielle" vorn, bei Horizont liegt das "Dschungelbuch" vor "Peter Pan" und "Bambis erster Winter". Bei W. Fischer sind die "Micky Maus", das "Dschungelbuch", "Nils Holgersson" und der "Pumuckl" Umsatzrenner gewesen. Der umsatzstärkste Verlag für kleinste Leser, Pestalozzi in Erlangen, übernimmt für eine Vielzahl seiner Bilderbücher Medienfiguren ("Benjamin Blümchen und seine Freunde", "Baby Pluto im Bad", "Donald auf dem Bauernhof").

Medienverbund im Taschenbuch

Mindestens so bedeutsam wie für die Jugendbuchverleger sind Filmbücher in den vergangenen Jahren für das Massentaschenbuch geworden. So rubrizieren die Taschenbuchanbieter literarische Filmvorlagen und nachträglich geschriebene Filmbücher in ihren Katalogen gemeinsam als "Romane zu Film und Fernsehen" und stel-

len in ihrer Novitätenwerbung aktuelle Filmtitel vorrangig heraus. Am umfassendsten ist schon seit längerem Bastei-Lübbe mit

"Kino- & TV-Hits" auf dem Markt präsent. Lübbes Filmbücher wenden sich zwar an das Gesamtpublikum, doch wo die Filme ein überwiegend junges Publikum erreicht haben, da dürften auch die Buchfassungen einen ähnlichen Kreis ansprechen. Bei den von Kinder und Jugendlichen (lt. Verlagsangabe) "verschlungenen" Titeln liegen derzeit (mit z.T. 20 bis 30 Auflagen binnen weniger Jahre) an der Spitze: N. H. Kleinbaum "Der Club der toten Dichter", B. Schulz "Dirty Dancing", R. Tine "Bodygard", S. Scheibler "Pretty Woman", T. Strasser "Kevin - Allein zu Haus", A.L. Singer "Kevin - Allein in New York" und H. Friedrichs "Jurassic Park". Ebenfalls weit vorn zwei Bände von Berry Fuger zu "Gute Zeiten - Schlechte Zeiten", die jeweils (auf ca. 600 S.) 100 Episoden der bei Kindern beliebten, täglichen RTL-Seifenoper bündeln.

Von den Filmstoffen im Heyne-Taschenbuch dürften u.a. Romane zur "Star Trek"-SF-Serie sowie vier "Beverly Hills"-Titel junge Leser erreichen (weitere Bände der Highschool-Soap Opera werden von vgs allerdings nicht mehr für das Taschenbuch lizenziert, da die Hardcoverausgaben noch zu gut laufen).

Dem Hochschulleben widmet sich ebenfalls die, mittlerweile mit acht Bänden vorliegende, Reihe "California Highschool" von Beth Cruise in den Goldmann-Taschenbüchern, erzählt nach Episoden der gleichnamigen RTL 2-Serie. Auch hier geht es um "sonnengebräunte Collegemädchen mit wohlgeformten Beinen unter kurzem Minirock", die "verrückt" sind nach "coolen Collegeboys" oder "blonden Charmeurs in ausgebleichten Jeans". Komplexer erzählt ist bei Goldmann die Außenseitergeschichte vom zwölfjährigen Jesse, der den riesigen Orca-Wal Willy aus der Gefangenschaft befreit, "Free Willy. Ruf der Freiheit" (von Jordan Horowitz).

Weiterungen des Medienverbundes

Der Medienverbund bringt aber nicht nur den neu erzählten Filmbüchern hohe Auflagen, sondern steigert auch den Umsatz mit den Buchvorlagen, vor allem, wenn diese als "Filmbuch" oder "Roman zum Film" etikettiert werden. So erschien Bastei-Lübbes derzeit meistverkaufter Filmtitel, "Der mit dem Wolf tanzt" (April 1994 in 30. Aufl.) in den USA zwei Jahre vor dem Film, zu dem Autor Michael Blake dann auch das Drehbuch schrieb. So bescherte 1992 der Steven Spielberg-Film "Hook", der von einem gealterten Peter Pan erzählt, Barries "Peter Pan" bei Dressler einen (nach Verlagsauskunft) "reißen Absatz". Der 1908 erstveröffentlichte Bestseller "Anne auf Green Gables" der kanadischen Autorin Lucy Maud Montgomery wird, nachdem das ZDF 1986 den Stoff zu einem Adventsvierteiler verarbeitet hatte, bei Loewes zum "Hit", der sich zusammen mit fünf weiteren z.T. recht sentimentalen "Anne"-Bänden, bis heute über 600.000 mal verkauft hat.

Aktuelle Film- und Fernseheinsätze von Astrid Lindgren-Verfilmungen bringen bei Oetinger erkennbare Umsatzzuwächse für die Buchvorlagen. Durch die Ausstrahlung von Janosch-Trickfilmen klettern Uralt-Titel dieses Autors in den Verkaufsstatistiken weit nach oben (bei Beltz & Gelberg 1992 z.B. "Post für den Tiger" und "Komm, wir finden einen Schatz").

In der Kinder- wie in der Erwachsenenkultur funktioniert heute der mediale Verbund auch dann, wenn die Popularität realer Charaktere, Medienfiguren, populärer Schauspieler oder Fernsehmoderatoren für die Printmedien genutzt wird. So erreichen in Österreich Kinderbuchserien von Thomas Brezina überdurchschnittliche Auflagen, obwohl die Texte keineswegs origineller oder gar komplexer sind als die jahrzehntealten Unterhaltungsserien von Enid Blyton oder Rolf Ulrici. Doch die anhaltende und gehäufte

Medienpräsenz als freundlicher junger Moderator von Kinderprogrammen im ORF machen den Autor bei jungen Lesern und ihren Eltern in Österreich populärer als mit vergleichbarem Kunstanpruch erzählende bundesdeutsche Serienverfasser.

Medienverbunderfolge lassen sich jedoch nicht völlig synthetisieren oder in jedem Fall vorausplanen. So konnte 1992/93 weder im Zusammenhang der TV-Serie mit Tove Janssons Mumin-Figuren ein prosperierendes Verbundsystem realisiert werden noch für die im Auftrag des ZDF vom Bilderbuchzeichner Helme Heine entwickelte Trickfilmserie "Sauerkraut" (Buch bei Diogenes).

Da zudem für Rechte an populären Film- oder Fernsehstoffen oft hohe Lizenzgebühren zu zahlen sind, muß mit riesigen Verkaufsauflagen nicht unbedingt eine gleichermaßen hohe Rendite einhergehen. So können Buchlizenzen für Hollywoodfilme mehr als 50.000 Mark Garantiesumme kosten (im voraus fällig), so können die Lizenzanteile höher als die - manchmal noch zusätzlich fälligen - Autorenhonorare liegen (8% oder 10%, im Einzelfall bis zu 20% vom Umsatz ausmachen). Es wird also entsprechende Gründe dafür haben, dass sich der dänische Egmont-Konzern kürzlich, nach nur einem Jahr, vom Verlagsleiter seines Franz Schneider Verlages getrennt hat, obwohl der Verlagsumsatz 1993 mit einem Plus von 8% überdurchschnittlich zugelegt hat.

Im Regelfall dürften aber alle Verlage an Filmbüchern hinreichend gut verdienen, da immer mehr Titel auf den Markt kommen und da offenkundig auch die Nachfrage bei Kindern und Jugendlichen immer noch steigt, ungeachtet literarischer Qualitäten.

Verzicht auf literarische Qualität?

Wenn man Filmbücher mit ihrer Filmvorlage (oder den vorangegangenen TV-Serienepisoden) vergleicht, wird man fast immer zu dem Schluß gelangen, dass eigentlich alle Titel die spezifischen Leistungsmöglichkeiten von Literatur nicht ausschöpfen. Anders als Adaptionen literarischer Werke durch einen Filmregisseur, der den Buchstoff kongenial bearbeitet, ihn interpretiert und spezifischen, unverwechselbaren Charakter verleihen kann, beschränken sich Filmbücher zumeist auf eine direkte Nacherzählung der Haupthandlungslinie. Die Autoren sparen fast alles aus, was sich über die visuellen filmsprachlichen Mittel realisiert hat: Mimik, Gestik, Stimmungen und Atmosphäre. Bildsequenzen, die Gefühle oder innere Spannung vermitteln, oft sogar die Charakterisierung des Handlungsortes, die die Filmbilder bei jeder Einstellung mitliefern, fehlen zumeist in den Texten. Die Bücher geben Geschichten und Figuren eindimensional wieder, reproduzieren anhand des Drehbuches die Dialoge, verzichten auf erzählerische Differenzierungen, beschränken sich zumeist auf auktoriales, distanziertes Erzählen, nehmen nicht die unterschiedlichen Perspektiven, Bindungen an Figuren, Distanzierungen oder Brechungen des Filmes auf.

Filmaussagen, die Intentionen von Filmautor- und -regisseur werden keinesfalls neu interpretiert, eigenständig gewichtet, sie werden statt dessen reduziert oder nicht hinreichend erfaßt. Filmbücher beschränken sich auf verkürzende Nacherzählungen, so dass man nicht (wie bei vielen Literaturverfilmungen) von Adaptionen im Sinne von Anpassung, Übertragung sprechen kann. Selbst namhafte und zu originellen Arbeiten fähige Autoren wie William Kotzwinkle (als Nacherzähler von "E.T. der Außerirdische") scheinen Filmbücher als eine Art Auftragsarbeit aufzufassen, die es gilt, mit unaufwendigen erzählerischen Mitteln möglichst rasch zu erledigen.

Vom Grundsatz her ist jedoch auch die eigenständige literarische Adaption eines Filmstoffes denkbar, sie setzt bei Autor und Verlag entsprechende Ambitionen voraus, ist also in ihrer Realisation aufwendiger und damit kostenintensiver. In Rowohlts rotfuchs-Reihe ist im Oktober 93 vorab das Buch zu einem Film erschienen, der erst ab

Spätherbst 94 zum Kinoeinsatz gelangen soll: "Karakum. Abenteuer in der Salzwüste". Regisseur des Films (auch Erfinder der Story und Drehbuchautor) ist Arend Aghte, dem wir bereits mehrere wichtige, realistische Abenteuerfilme für junge Zuschauer zu danken haben. Den "Karakum"-Stoff hatte Aghte bereits vor Jahren gemeinsam mit seinem turkmenischen Kollegen Usman Saparow entwickelt, die Realisation des Filmes, der überwiegend in der Salzwüste Karakum (in der ehemaligen Sowjetrepublik Turkmenistan) gedreht wurde, brauchte jedoch eine mehrjährige Vorlaufzeit. Der Film erzählt die Geschichte zweier Jungen, die auf einem LKW durch die Wüste fahren, dessen Fahrer vom Weg abkommt. Robert, der deutsche, und Murad, der Turkmene, sprechen zwar nicht die Sprache des anderen, schaffen es aber trotzdem, sich zu verständigen. Gemeinsam bauen sie einen Windsegler, auf dem sie der Wüste entkommen. Das Buch zum Film ist vom Regisseur nicht als multimediale, merkantil ausgerichtete Nebenrechtsverwertung gedacht. Vielmehr ging es ihm darum, eine - nicht nur von ihm selbst für gut befundene - Geschichte einem breiteren Publikum auch in Textform zugänglich zu machen. Die rotfuchs-Redaktion konnte als Autor den Deutsch-Sizilianer Mario Giordano gewinnen, der vom Filmstoff so fasziniert war, dass er das Filmteam sogar bei den Dreharbeiten in der Wüste besuchte. Giordano gelingt es, die Atmosphäre der Landschaft, die Schauplätze der Handlung dicht und stimmig wiederzugeben, sich in die Charaktere glaubwürdig einzufühlen. Herausgekommen ist eine solide Abenteuererzählung, von Bewährung und von Freundschaft, die Grenzen überwindet, ein Filmbuch also, das auch ohne den Film wirkt, das sich vor Anlaufen des Filmes (nach Verlagsangaben) zudem überdurchschnittlich verkauft. In einem kurzen Anhang zu "Karakum" (mit etlichen Fotos) erläutert der Regisseur selbst Vorgeschichte des Filmes, Bedingungen und Probleme der Dreharbeiten. Die Realisation eines Kinderfilmes, nur zu Teil erzählerisch aufbereitet, steht im Zentrum eines anderen Filmbuches, das ebenfalls aus dem Rahmen des Üblichen fällt: Bei Friedrich Oetinger erschien bereits 1985 "Ronja Räubertochter. Das Buch zum Film", in dem der Autor und Filmregisseur Tage Danielsson den gleichnamigen Roman Astrid Lindgrens nicht nacherzählen will, sondern in dem er sehr persönlich, sehr anschaulich und für kleine Leser recht unterhaltsam die Dreharbeiten beschreibt, Mitwirkende porträtiert, Filmtricks erklärt. Das opulent illustrierte Kinderbuch bietet ein gelungenes Beispiel dafür, wie sich der Medienverbund auch für medienpädagogische Aspekte öffnen läßt, wenngleich der Markt den Band nicht so angenommen hat wie dieser es verdient hätte (Abverkauf bisher rund 17.000 Exemplare).

Zur Lektüre von Filmbüchern

Repräsentative Untersuchungen zur Rezeption von Büchern im Medienverbund stehen bislang noch aus. Nach übereinstimmenden Auskünften aus Verlagen und auf der Grundlage zahlreicher Gespräche mit Sortimentsbuchhändlern ist es offenkundig so, daß Filmbücher in besonderer Weise LeserInnen ansprechen, die von anderen Formen der Kinder- und Jugendliteratur gar nicht erreicht werden. vgs geht aufgrund von Leserzuschriften, Fanpost und Buchhandelsrückmeldungen davon aus, dass seine "Beverly Hills"-Titel vorwiegend von der Altersgruppe der Zehn- bis Fünfzehnjährigen erworben werden, dass spätestens bei Achtzehnjährigen kein Leseinteresse mehr vorhanden ist, und dass die Bücher überwiegend von Kindern und Jugendlichen gekauft werden, die sonst keine Bücher kaufen oder lesen. Dies deckt sich mit Erfahrungen von BuchhändlerInnen, die, sofern sie "Beverly Hills"-Titel ins Sortiment genommen haben, diese überwiegend an junge Kunden verkaufen, die sonst nie kommen. Ähnlich schätzt man auch bei Loewes oder Bastei-Lübbe die Hauptkäuferkreise der gängigen Filmtitel

ein.

Nicht repräsentative Befragungen von Kindern und Jugendlichen (im Winter 93/94 und Sommer 94), die als Benutzer öffentlicher Kinder- und Jugendbibliotheken durchaus vielschichtige Leseinteressen aufweisen, erbrachte auch bei diesen ein starkes Bedürfnis nach Filmbüchern. Übereinstimmend, wiederkehrend wurde das Fehlen solcher Titel in den Kinderbüchereibeständen kritisiert (wurden insbesondere Wünsche nach Büchern zu Disney-Filmen artikuliert). Jugendlichen Bibliotheksbenutzern diene das Filmbuch nicht nur zum Nachlesen des gesehenen Filmes, sondern auch zur Vorinformation, ob der Stoff oder die Geschichte interessant genug sind, um den Kosten- und Zeitaufwand für einen Filmbesuch zu rechtfertigen.

Das insgesamt wachsende Interesse an Filmbüchern muß auch als Teil eines sich gegenwärtig abzeichnenden Funktionswandels von Kinder- und Jugendliteratur verstanden werden. Kinder schätzen es (wie viele Erwachsene), durch das erzählende Buch Erlebnisse wiederholen, in spezifischer Weise noch einmal nachvollziehen zu können, die sich bereits vorher in Filmen, Fernsehserien oder Computerspielen als Medienereignis realisiert haben. Durch die Lektüre - in produktiver Einsamkeit, Selbstversunkenheit - kann das Kind anders als beim Film seine Phantasie schweifen lassen oder sich mit Figuren identifizieren.

Die Grundfunktion eines Filmbuches beschränkt sich darauf, dass sich etwas nachlesen läßt, was der Rezipient schon kennt, dass dem Leser also Erwartungen bestätigt werden, die in einem anderen, vermutlich dem attraktiveren, Medium geweckt worden sind. Das "Beverly Hills"-Buch realisiert sich im Kopf des Lesers eigentlich nur dann zu einer akzeptablen Geschichte, wenn dieser während der Lektüre als Folie zum aktions- und dialogorientierten Text die Filmbilder abspulen kann. Das Buch zum Film kann also nur sehr eingeschränkt für sich allein bestehen, erhält seine Existenzberechtigung durch den Film. Wer also die Filmvorlage nicht kennt, kann das Buch im Regelfall kaum mit Gewinn lesen.

Resümee

Bücher zu Filmen oder Fernsehserien schöpfen die spezifischen Leistungsmöglichkeiten der Literatur nicht voll aus. Sie liefern meist keine neue, zumindest liefern sie als Buch letztlich keine mediengerechte Literatur. Gleichwohl erreichen wir mit Büchern im Medienverbund Kinder und Jugendliche (und wohl auch Erwachsene), die sich ansonsten für die Printmedien kaum oder gar nicht interessieren. Filmbücher hätten also aufgrund ihrer Bedeutung im aktuellen Lektürekanon mehr Aufmerksamkeit von Produzenten und Vermittlern verdient.

Das Kinderbuch ist heute nicht mehr und nicht weniger als ein Segment einer multimedial strukturierten Kinderkultur. Diese Kinderkultur verzahnt sich zudem immer enger mit der gesamten Popularkultur. Produktion wie Vermittlung von Kinderbüchern müssen von dieser Einbindung ausgehen. Das Buch besitzt als Medium eine spezifische Leistungsfähigkeit, es hat auch für Kinder einen besonderen Gebrauchswert. Andere Medien können aber bisherige Funktionen der Literatur übernehmen. Autoren und Verlage, Buchhandel und Bibliotheken müssen sich mit den veränderten Funktionen auseinander setzen, wenn die spezifischen Wirkungsmöglichkeiten des Kinderbuches weiter massenwirksam genutzt werden sollen.

Literatur zum Thema (vom selben Verfasser):

- Zur Einführung in das gesamte Kindermedienangebot und Aspekte des Medienverbundes vgl.: "Kindermedien" (J.B. Metzler), Stuttgart 1992, Sammlung Metzler Bd. 270.
- Zu detaillierteren Analysen der literarischen Adaption von Filmstoffen vgl.: "Filmverbuchungen: Kinder- und Jugendbücher nach Filmen. Prinzipien und Probleme der Adaption", in: Informationen Jugendliteratur und Medien (Juventa) H. 2, 1991, S.50-63.
- Zur Übersicht über Entwicklungen und Funktionsveränderungen von Jugendliteratur auf der Grundlage aktueller Marktforschungsdaten vgl. "Kinder- und Jugendbuchmarkt - Entwicklungen, Probleme, Prognosen", in: Beiträge Jugendliteratur und Medien (Juventa) H. 3, 1993, S. 146-170.

Bücher:

- Aladdin, Franz Schneider, München 1993 (Walt Disney classics 18).
- Brandenburg, Rainer: Die Dinos: Bin daaa! Wer noch?, vgs Verlagsgesellschaft, Köln 1993.
- Cruise, Beth: Tolle Zeiten. California Highschool, Goldmann, München 1994 (Bd. 8270).
- Danielsson, Tage: Ronja Räubertochter. Das Buch zum Film, Friedrich Oetinger, Hamburg 1985.
- Das Dschungelbuch, Franz Schneider, München 1991 (Walt Disney classics 3).
- Friedrichs, Horst: Jurassic Park. Das Jugendbuch zum Film von Steven Spielberg nach dem Drehbuch von Michael Crichton und David Koepp, Bastei-Lübbe, Bergisch Gladbach 1993 (Bd. 13542).
- Fuger, Berry: Gute Zeiten - Schlechte Zeiten. Der Roman zur RTL-Television-Serie. Drehbuch: Reg Watson. Deutsche Fassung: Huby-Team. Band 2, Bastei-Lübbe, Bergisch Gladbach 1993 (Bd. 12155)
- Gilden, Mel: Heißkalte Liebe. Beverly Hills, 90210, vgs Verlagsgesellschaft, Köln 1993.
- Gilden, Mel: Goodbye West Beverly High. Beverly Hills, 90210, vgs Verlagsgesellschaft, Köln 1994.
- Giordano, Mario: Karakum. Abenteuer in der Salzwüste, Rowohlt, Reinbek 1993 (rotfuchs 721).
- Horowitz, Jordan: Free Willy. Ruf der Freiheit, Goldmann, München 1994 (Bd. 42573).
- Käpt'n Blaubärs Flunkerfunk. Erfunden und aufgeschrieben von Marianne und Bernd Flessner, Ravensburger Buchverlag Otto Maier, Ravensburg 1994.
- Käpt'n Blaubärs Lügengeschichten. Nach Figuren von Walter Moers und Motiven von B. Lassahn, R. Silber u. W. Moers. Erzählt von Bernhard Lassahn. Mit Bildern von Matthias Siebert, Ravensburger Buchverlag Otto Maier, Ravensburg 1994.
- Kleinbaum, N.H.: Der Club der toten Dichter, Bastei-Lübbe, Bergisch Gladbach 1990 (Bd. 11566)
- Der König der Löwen, Franz Schneider, München 1994 (Walt Disney classics 19).
- Moers, Walter: Käpt'n Blaubärs Seemannsgarn. Opachens Mondfahrt, Ravensburger Buchverlag Otto Maier, Ravensburg 1990.
- Pfaue, Justus: Clara und das Glück dieser Erde, Loewes, Bindlach 1993.
- Strasser, Todd: Kevin - Allein zu Haus. Eine Familienkomödie ohne Familie, Bastei-Lübbe, Bergisch Gladbach 1991 (Bd. 11697)