

**Bücher zu Disney-Filmen -  
Vergleich von ausgewählten Filmen und  
ihrer Umsetzung in Buchform**

**Diplomarbeit**

im Fach Kinder- und Jugendmedien  
Studiengang Öffentliche Bibliotheken  
der  
Fachhochschule Stuttgart –  
Hochschule der Medien

**Anne Linder**

Erstprüfer: Prof. Dr. Horst Heidtmann

Zweitprüfer: Prof. Dr. Manfred Nagl

Bearbeitungszeitraum: 15. Juli 2002 bis 15. Oktober 2002

Stuttgart, Oktober 2002

## Kurzfassung

Die Filme der Walt Disney Company sind nach wie vor erfolgreich, doch nicht nur die Filme. Die Umsetzung dieser filmischen Stoffe in Buchform ist ebenfalls äußerst beliebt. In der hier vorliegenden Diplomarbeit wird das Angebot von Büchern zu Disney-Filmen, vornehmlich die des Egmont Franz Schneider Verlags, anhand ausgewählter Beispiele untersucht und mit ihrer Vorlage verglichen. In diesem Zusammenhang wird die Besonderheit, Bedeutung und die Beliebtheit der Filmbücher allgemein und im Speziellen herausgestellt. Um die Bedeutung zu unterstreichen, widmet sich die Arbeit abschließend in einem literatur- und kulturkritischen Resümee der Leseförderung.

**Schlagwörter:** Filmbegleitbuch, Walt Disney, Zeichentrickfilm, Egmont Franz Schneider Verlag, Leseförderung

## Abstract

Films, produced by the Walt Disney-Company, are still successful, but not only the films. The adaptations of their cinematic materials into books are popular as well. Accompanying movie books to Disney animated cartoons, primarily those of the publishing company/house Egmont Franz Schneider, compared with Disney films, is being presented in this diploma theses, but set out only on few examples. In this context the peculiarity, popularity and the importance of accompanying movie books will be outlined in a general and specific way. To emphasize the peculiarity of accompanying movie books will be finally found a literary and cultural critique, which is concentrated of the promotion of reading and literacy.

**Keywords:** accompanying movie books, Walt Disney, animated cartoon, Publishing company/house Egmont Franz Schneider, promotion of reading

## Inhaltsverzeichnis

<b>Kurzfassung .....</b>	<b>2</b>
<b>Abstract .....</b>	<b>2</b>
<b>Inhaltsverzeichnis .....</b>	<b>3</b>
<b>1 Einleitung.....</b>	<b>5</b>
<b>2 Marktüberblick .....</b>	<b>7</b>
2.1 Kinomarkt.....	7
2.2 Video-/DVD-Markt.....	9
2.3 Buchmarkt.....	13
<b>3 Vom Film zum Buch.....</b>	<b>17</b>
3.1 Bambi.....	17
Der Film .....	17
Die Bücher .....	20
3.2 Toy Story.....	24
Der Film .....	24
Die Bücher .....	26
3.3 Tarzan.....	31
Der Film .....	31
Das Buch .....	33
3.4 Ein Königreich für ein Lama .....	36
Der Film .....	36
Das Buch .....	39
3.5 Zwischenfazit .....	41
<b>4 Disney-Filmbegleitbücher .....</b>	<b>43</b>
4.1 Geschichtlicher Hintergrund.....	43
4.2 Egmont Franz Schneider Verlag .....	44
4.3 Begriffsbestimmung und Charakteristika.....	46
Organisatorisches .....	47
Formale Gestaltung .....	48
Sprachliche und stilistische Gestaltung.....	50
Inhaltliche Gestaltung/Motive .....	51
4.4 Rezeption.....	52

---

<b>5</b>	<b>Ansätze für die medienpädagogische Arbeit .....</b>	<b>57</b>
	... in der Schule .....	59
	... im Elternhaus .....	61
	... in der Bibliothek .....	62
	<b>Anhang: Antwortschreiben von Edith Hoyer (Egmont Franz Schneider Verlag), 13. September 2002 .....</b>	<b>65</b>
	<b>Mediographie .....</b>	<b>66</b>
	Bibliographie .....	66
	Filmographie: .....	73
	<b>Erklärung .....</b>	<b>75</b>

## 1 Einleitung

Walt Disney, der am 5. Dezember 2001 hundert Jahre alt geworden wäre, ist mit Figuren und Geschichten, die mit seinem Namen unmittelbar in Verbindung gebracht werden, in allen Medienarten, auf der ganzen Welt präsenter als je zuvor. Das dominante Auftreten der gleichnamigen Company beschränkt sich längst nicht mehr nur auf Filme. Das vom Film mitgezogene Merchandising-Produkt Filmbegleitbuch tritt konsequent und behauptend auf dem deutschen Kinder und Jugendbuchmarkt auf. Gemeinsam mit anderer Medienverbundliteratur übt es inzwischen deutlich Einfluss auf das Leseverhalten von Kindern und Jugendlichen aus.

In der vorliegenden Arbeit habe ich diese Tatsache zum Anlass genommen, mich mit der Thematik Filmverbuchungen zu beschäftigen, exemplarisch mit den literarischen Adaptionen zu abendfüllenden Disney-Zeichentrickfilmen. Im direkten Vergleich wurden ausgewählte Filme ihren Umsetzungen in Buchform gegenübergestellt und untersuchend problematisiert.

Die Auswahl an Beispielen, die ich innerhalb des eingegrenzten Bereichs traf, wurde im Wesentlichen von zwei Faktoren bestimmt: zum einen habe ich Filme gewählt, die mir in ihrer Art als besonders wichtig und typisch für Disneys Produktionen erschienen, zum anderen, in wieweit es dazu Filmbegleitbücher gibt, die sich möglichst voneinander unterscheiden. Als diese Arbeit Formen annahm, entschloss ich mich jedoch, die Anzahl der Vergleiche auf weniger Beispiele zu beschränken als zuerst geplant, da sich ständige Redundanzen in einer wissenschaftlichen Arbeit nicht als besonders gewinnbringend zeigen.

Bevor ich mich mit dem Vergleich beschäftige, stelle ich im Marktüberblick die momentanen Entwicklungen und Gegebenheiten im Bereich Kino, Video beziehungsweise Digital Versatile Disc (DVD) und Buch dar, um die Wichtigkeit und Aktualität des Themas herauszustellen und eine bessere Einordnung in den Gesamtkontext zu ermöglichen. Im vierten Kapitel habe ich den Fokus nicht nur auf Disney-Filmbegleitbücher gelegt, wie es die Überschrift andeutet, sondern auch ganz allgemein das eigentliche Phänomen Filmbegleitbuch thematisiert, etwa von der Geschichte und der Begriffsbestimmung her, ihrer Charakteristika und weiter in ihrer Rezeption. Die Ergebnisse der Film-Buch-Untersuchung sind darin berücksichtigt worden. Ein kurzes Portrait über den Egmont Franz Schneidere Verlag wird im vorletzten Kapitel eingeschoben, da dieser vornehmlich, berechtigt durch den Besitz der Lizenz, mit der Herausgabe der Disney-Filmbegleitbücher betraut ist und folglich öfters von mir erwähnt und angespro-

---

chen wird. Bevor im Abschluss meiner Diplomarbeit medienpädagogische Ansätze in der Leseförderung gesucht werden, wird der Frage nachgegangen, warum Kinder und Jugendliche in so starkem Maße auf Bücher mit filmischen Vorlagen zugreifen.

## 2 Marktüberblick

Die heutige Situation auf dem Medienmarkt ist gekennzeichnet durch eine hohe Präsenz von Disney-Produkten. Dies zeigt sich sowohl bei der Betrachtung der Kinolandschaft, als auch auf dem Gebiet des Video- und DVD-Marktes und im Bereich der Buchproduktion. Die Disney-Company dürfte in der multimedialen Verwertung ihrer Zeichentrickfiguren und –stoffe, die weit mehr Medien umfasst, als hier berücksichtigt und erwähnt werden, von niemandem überboten werden.

### 2.1 Kinomarkt

Die Walt Disney-Company schafft es seit Jahren, generationsübergreifend jung und alt anzusprechen und sehr nachhaltig den deutschsprachigen Kinomarkt zu dominieren.

Seit 1988 (Eisner 1999 S. 218) bringt sie beginnend mit *Oliver & Co.* mit zunächst wachsendem Erfolg stetig neue, aufwändig produzierte Zeichentrickfilme in die Kinos, im Regelfall Märchenstoffe für die ganze Familie. Mit dem alljährlichen Erscheinen eines abendfüllenden Kinofilms, der in den USA zu Beginn der Sommerferien, in Europa in der Vorweihnachtszeit anläuft, (Heidtmann 2001b S. 9) erreicht sie fast durchweg die ersten Plätze der Top-Ten der deutschen Kino-Charts. (Schneider 2000 S. 24) So zum Beispiel *Arielle, die Meerjungfrau*, *Die Schöne und das Biest*, *Aladdin* oder *Hercules*. (Heidtmann 1998 S. 1) Absoluter „Abräumer“ war *Der König der Löwen*; er erreichte mit 11.278.184 Kinobesuchern (Schneider 2000 S. 24) 1994 den ersten und 1995 den zweiten Platz in den deutschen Kino-Charts (Heidtmann 1998 S. 1) und gehört seitdem nicht nur in Deutschland zu den bestbesuchten Kinofilmen Walt Disneys, sondern überhaupt „zu den zehn kommerziell erfolgreichsten Filme aller Zeiten“. (Platthaus 2001 S. 18) Diesem Erfolg konnten sich die nachfolgenden Weihnachtsfilme bis heute bei weitem nicht annähern. Die Filme der letzten Jahre wurden von „lediglich“ jeweils zwischen drei und sechs Millionen gesehen. (Heidtmann 1994 S. 67/Schneider 2000 S. 24)

Die von Disney ausgegangene Erneuerung des Genres und das derartige Interesse an Zeichentrickfilmen, das vor allem durch den Erfolg von „Der König der Löwen“ beim Publikum geweckt wurde, hat den Wettbewerb in den Kinos in den letzten Jahren verschärft. Sowohl Warner Bros., als auch Twentieth Century Fox engagieren sich im Zeichentrickfilmgeschäft. Konkurrenz zum einstigen

Monopolisten im Bereich des abendfüllenden Zeichentrickfilms haben ab Mitte der 1990er Jahre außerdem Steven Spielberg, David Geffen und der frühere Disney-Kreativdirektor Jeffrey Katzenberg entstehen lassen, die das Studio DreamWorks gegründet haben. (Eisner 1999 S. 501) Seither ist die Disney-Company nicht mehr das einzige Studio, welches Zeichentrickfilme fürs Kino produziert. (Platthaus 2001 S. 17)

Mit *Antz* (1998), *Der Prinz von Ägypten* (1998) und *Spirit* (2002) hat DreamWorks ambitionierte lange Zeichentrickfilme geschaffen, die teilweise durchaus auch Anklänge an Disney-Produktionen erkennen lassen, das heißt, sie könnten auch aus den Disney-Studios stammen und sind daher Disney-kompatibel. Während sich andererseits Spielbergs *Shrek* (2001) mit Charakteren, die fröhlich mit den Vögeln des Waldes singen, über die Disney-Klischees der 1930er, 1940er und 1950er Jahre lustig macht, haben sich die Disney-Studios nicht auf die alten Erfolgskonzepten versteift. In John Lasseters Produktionsfirma Pixar hat sie einen Kooperationspartner gefunden, der auf das Gebiet der dreidimensionalen Computeranimation spezialisiert ist. Die beiden *Toy Story*-Filme (1995/1999) sowie *Das grosse Krabbeln* (1998) sind aus dieser Zusammenarbeit entstanden. Disney steht nicht nur damit immer noch ästhetisch und kommerziell mit ihren Produktionen einzigartig da.

„Der Markt für schlichten, sauberen Humor, für eine sentimentale, süßliche Darstellungsweise, für den vom Schurken leicht unterscheidbaren Helden, für entzückende Tiere und Kinder – dieser Markt hat Bestand“ (Schickel 1997 S. 21)

Angesichts der geringen Konkurrenz wird die Disney-Company auch in Zukunft zweifellos fast alleine einen äußerst lukrativen Markt bedienen.

Die Dominanz der Disney-Company als einziger Produzent wird noch deutlicher wenn man bedenkt, dass deren Einzelfilme Umsatzanteile am gesamten deutschen Kinogeschäft zwischen fünf und zehn Prozent erreichen. („Im Vergleich dazu: rund 50 deutsche Kleinverleihe teilen sich in Regelfall gerade ein Prozent des Marktes.“) (Heidtmann 1998 S. 1f)

Bis auf wenige Ausnahmen sind in Deutschland die meisten der in den Lichtspielhäusern gezeigten und bestbesuchten Filme amerikanische Produktionen. Die großen US-Filmkonzerne, die so genannten Major Companies, zu denen die Disney-Company ohne Frage dazugehört, haben über Jahre gesehen einen Marktanteil von etwa 80 Prozent. (Bessler 2000 S. 62)



## 2.2 Video-/DVD-Markt

Die Dominanz der Disney-Company setzt sich auf dem Video- und DVD-Markt fort. Sie wird in diesem Kapitel aufgezeigt.

Zur erfolgreichen Absatzpolitik der Disney-Company gehört neben dem üblichen Schritt in der Verwertungskette, neu erschienene Kinofilme nach einer genau festgelegten Zeit als Kaufvideo herauszubringen, im regelmäßigem Turnus von sieben Jahren auch noch die meist überarbeiteten Versionen der Disney-Klassiker auf den Markt zu bringen. Dabei werden aber immer nur einzelne Titel im Kino wie auf Kassette bzw. DVD vermarktet, die nach einem genau determinierten Zeitraum wieder vom Markt genommen werden. (Heidtmann 1998a S. 4) Damit ist es dem Unternehmen möglich, den Absatzmarkt stets gleichmäßig zu bedienen und so im Gespräch zu bleiben. Das Käuferinteresse kann damit außerdem auf einige wenige Disney-Produkte gelenkt werden. Und in der Tat bricht Disney mit dem Wiedereinsatz älterer Filme auf Video hierzulande alle Rekorde:

Allein von dem im Herbst 1993 herausgebrachten Video *Das Dschungelbuch* hat Disney noch im selben Jahr 4,6 Millionen Stück verkauft, von *Die Schöne und das Biest* 1,7 Millionen. Der im März 1994 ausgelieferte Titel *Bambi* verkaufte sich innerhalb der ersten Woche 1,5 Millionen mal, womit die bis dahin aufgestellten Rekordumsätze überboten wurden. (Heidtmann 1994 S. 67) Mit vier Titeln und jeweils mehr als einer Million verkaufter Videos stand Disney 1997 an der Spitze der Verkaufs-Charts. (Heidtmann 2000a S. 3) Diese Erfolge lassen sich auch für die darauf folgenden Jahre konstatieren. Die meistverkauften Kindervideos in Deutschland waren 2001:

Tabelle 1: Kindervideo-Charts 2001 – die meistverkauften (o.V. 2001b S. 1)

Rang	Titel/Label/Vertrieb
1	<b>Ein Königreich für ein Lama Disney/Buena Vista</b>
2	<b>Disneys Donosaurier Disney/Buena Vista</b>
3	<b>Schneewittchen und die sieben Zwerge Disney/Buena Vista</b>
4	<b>Das Dschungelbuch Disney/Buena Vista</b>
5	<b>Susi und Strolch, Teil 2: Kleine Strolch Disney/Buena Vista</b>
6	Das letzte Einhorn Concorde Home Edition/Euro Video
7	Der Weg nach Eldorado/Universal
8	Tom & Jerry – Ihre größten Jagdszenen/Warner

9	Der kleine Eisbär/Warner
<b>10</b>	<b>Pocahontas Disney/Buena Vista</b>

Der seit Jahren boomende Videokassettenmarkt im deutschsprachigen Raum wird, wie aus der Tabelle zu entnehmen ist, deutlich von Disney dominiert. Die Disney-Company kann für sich sechs Plätze, davon die ersten fünf beanspruchen. „Die Spitzentitel gehen alle mit Auflagen zwischen 500.000 und zwei Millionen über die Ladentheken.“ (Heidtmann 1998 S. 2)

Nicht wesentlich anders sieht es bei den Kinder-DVD-Charts desselben Jahres aus:

Tabelle 2: Kinder-DVD-Charts 2001 – die meistverkauften DVDs für Kinder (o.V. 2002h S. 1)

Rang	Titel/Label/Vertrieb
<b>1</b>	<b>Ein Königreich für ein Lama Disney/Buena Vista</b>
<b>2</b>	<b>Disneys Donosaurier Disney/Buena Vista</b>
<b>3</b>	<b>Schneewittchen und die sieben Zwerge Disney/Buena Vista</b>
<b>4</b>	<b>Das Dschungelbuch Disney/Buena Vista</b>
<b>5</b>	<b>Susi und Strolch, Teil 2: Kleine Strolch Disney/Buena Vista</b>
6	Pokémon 3 – Im Bann der Icognito!/Warner
7	Der kleine Eisbär/Warner
8	Rudolph mit der roten Nase Intertainment/Warner Vision Vertrieb
9	In einem Land vor unserer Zeit, Teil 7/Universal
10	Emil und die Detektive UFA/BMG Video

Im Jahr 2000 stellten Kindertitel, mit einer Überlegenheit von Zeichentrick und Kinder(literatur)klassikern, ungefähr fünf Prozent des DVD-Marktes, „Disney engagiert sich – wie die anderen Majors – im DVD Kindersegment eher vorsichtig.“ (Heidtmann 2000a S. 7). Die Company hat sich im März 2000 erstmals mit einer gleich sieben Titel umfassenden Kollektion auf den DVD-Markt eingebracht. Die Auswahl der „Titel umfasst exemplarisch die verschiedenen Schaffensphasen des Disney’schen Zeichentrickwerkes“ (Lukas 2002): *Pinocchio*, *Susi & Strolch*, *101 Dalmatiner*, *Das Dschungelbuch*, *Arielle*, *die Meerjungfrau*, *Hercules* und *Mulan*. (ebenda) Die DVD-Produkte, die Disney bisher anbietet sind sehr ambitioniert gestaltet. Sie nutzen die Möglichkeiten des neuen Medi-

ums aus, das heißt sie sind keine bloße 1:1 Kopie der VHS-Kassette, was keineswegs üblich ist. Die „Pocahontas“-DVD bietet zum Beispiel neben dem eigentlichen Hauptfilm zum Thema passend den alten Disney-Kurzfilm „Kleines Adlerauge“, die Videoclips der Filmsongs und vieles andere mehr.

Hitlisten der meist verkauften Videokassetten bzw. DVDs 2002 zeichnen bisher ein ähnliches Bild wie die des Vorjahres ab. Wiederum ist die Disney-Company mit einem bunt gefächerten Angebot an neuen und alten Filmen wie beispielsweise *Atlantis*, *Cinderella 2 – Träume werden wahr*, *Ein Königreich für ein Lama*, *Schneewittchen und die sieben Zwerge*, *Der Glöckner von Notre Dame 2*, etc. gut vertreten. Beim Blick in die Charts der Monate Januar bis August zeigt sich Disney mehrmals auf den entscheidenden ersten zehn Plätzen.

Nach Heidtmann lagen in den Umsatzstatistiken der vergangenen Jahre die Kindervideos mit einem Marktanteil von 40 Prozent konstant auf den vordersten Rängen. „Der Umsatzanteil am gesamten Kaufvideoabsatz lag für Kindertitel 1998 bei rund 300 Millionen D-Mark.“ (Heidtmann 2000a S. 4) Das wichtigste Segment des Kindervideomarktes bilden weit vor anderen Gattungen und Genres die Zeichentrickfilme mit etwa 80 Prozent Marktanteil. (Heidtmann 1990 S. 427) Davon verkaufen sich seit Jahren die Disney-Filme am Besten. Die Größe und die Wachstumsraten des Videogeschäfts, das Disney betreibt, sind schwindelerregend. Insgesamt wurden zum Beispiel unter dem Label Disney in den Jahren 1996 bis 1999 mehr als 440 Millionen Videokassetten, angeführt von den Zeichentrickfilmen, verkauft. „Das sind zwei für jeden Mann, jede Frau und jedes Kind in Amerika.“ (Eisner 1999 S. 501)

„Für die Filmindustrie ist die Vermarktung ihrer Produktionen auf dem Videomarkt zunehmend wichtiger geworden und erbringt – nach Branchenschätzungen – heute 40 – 50 % des Gesamtgewinns bei der Verwertung von Filmen“ (Heidtmann 1990 S. 428)

Im Falle der Disney-Company wird dies wohl auch zutreffen, was die oben angedeutete Verkaufszahlen vermuten lassen. Diese Form der Distribution von Filmen dürfte für das Unternehmen Walt Disney eine ungeheure Rentabilität darstellen und ihr die Möglichkeit bieten, den Markennamen zu verbreiten.

Genau wie auf dem Kinomarkt beherrschen in Deutschland die großen US-Filmkonzerne auch das Verleihgeschäft von Videos und DVDs. Disney erreicht mit seiner eigenen Verleihfirma seit Jahren etwa 20 bis 30 Prozent Marktanteil. Geringfügige Verschiebungen an der Spitze gab es im Jahr von „Titanic“ (1998) (Heidtmann 2000a S. 3) und wird es vermutlich auch in den nächsten Jahren geben, wenn die Kinoblockbuster „Harry Potter“ und „Herr der Ringe“ auf Video und DVD herausgebracht werden.

Dabei besteht das Videogeschäft der Disney-Company erst seit dem Ende der 1980er Jahre. Damals wurde lange und kontrovers darüber diskutiert, ob dem Unternehmen dadurch nicht ständige Einnahmequellen aus dem zusätzlichen Kinogeschäft mit älteren Zeichentrickfilmen, die Millionen einbrachten, entgehen würden.

„Die Klassiker jetzt herauszubringen [auf Video, d. Verf.] würde bedeuten, dass zukünftige Generationen kein Geld mehr dafür bezahlen, um sie in den Kinos zu sehen. Damit würden wir letztendlich unserer Vormachtstellung schaden. [...] Damit töten wir womöglich das Huhn, das uns die goldenen Eier legt.“ (Eisner 1999 S. 218)

Dieses Hauptargument gegen die Herausgabe des disneyschen Filmbestands auf Video war durchaus berechtigt, denn die Vermarktung auf Video war zu dieser Zeit ein noch relativ unbedeutendes Geschäft. Der Markt war vorrangig auf Leihvideos ausgelegt, da Kaufkassetten noch sehr teuer waren. (Grover 1992 S. 202) Die Vermögenspotentiale des Unternehmens konnten aber, entgegen den Bedenken mancher, mit Videokassetten ausgeschöpft werden, wie sich nach wie vor zeigt.

Um die Abhängigkeit von anderen Verleihfirmen zu umgehen, gründete die Disney-Company 1953 seine eigene Verleihfirma Buena Vista. Die Vorteile liegen klar auf der Hand: Kosten für die Distribution konnten gespart werden, darüber hinaus hatte das Management der Company die Kontrolle über den Einsatz seiner Filme und konnte selbst bestimmen, wann welche Filme in die Kinos oder in den Video(verleih)markt kamen. (Hellriegel 1989 S. 6)

Der Wettbewerbsdruck bei Zeichentrickfilmen ist eine natürliche Folge des enormen Langzeiterfolgs. Neben den nicht aus dem Hause Disney stammenden aufwändig gemachten Trickfilmen, die den Videomarkt bestücken und ihren Absatz finden, gibt es auch eine große Anzahl meist lieblos und schnell gezeichneter Plagiate, die die Disney-Filme nach sich ziehen. (Heidtmann 2000a S.4) Vor allem der Motivbereich Märchen und Sagen überschwemmt den Markt mit Sonderangeboten. (Heidtmann 1990 S. 428) Um sich weiterhin zu behaupten, begann Disney in den 1990er Jahren einen neuen Geschäftsbereich zu erschließen: lediglich für das Videogeschäft produzierte Zeichentrickfilme. Mit der entwickelten Strategie wurden aber nur erfolgreiche Filme fortgesetzt. Die ersten beiden waren *Dschafars Rückkehr* und *Aladdin und der König der Diebe*, die auf *Aladdin* basieren. Weitere Nachfolger gab es von *Der König der Löwen*, *Bernhard und Bianca*, *Die Schöne und das Biest*, (Eisner 1999 S. 501) *Susi und Strolch*, *Toy Story*, *Der Glöckner von Notre Dame 2*, *Cinderella 2* (o.V. 2001a S. 19) und nicht zuletzt *Peter Pan*, dessen Fortführung von der Disney-Company

für so gut gehalten wird, dass *Peter Pan. Neue Abenteuer in Nimmerland* ab 19. September 2002 ausnahmsweise in die Kinos gebracht wird. (o.V. 2002b S. 83) Ansonsten ist die Weiterentwicklung bekannter Filme nicht fürs Kino gedacht. Sie wandern stattdessen sofort auf die heimischen Bildschirme.

Der aufgezeigte „Werbefeldzug: ‚Bring Disney Home für Good‘-Kampagne (‚Hol dir Disney für immer ins Haus‘)“ (Grover 1992 S. 202) ist fest in das Programm-schemata integriert. Auch für 2003 und 2004 soll es unter der Dachmarke Disney neue Video- bzw. DVD-Produkte geben. Dafür setzt man vor allem weiter auf Bestseller, denn Titel wie zum Beispiel *Der König de Löwen* und *101 Dalmatiner* haben einen sehr hohen Bekanntheitsgrad. Hohe Marken und Themenbekannt-heit haben auch die Vorgänger von *Mulan 2*, *Das Dschungelbuch 2* sowie, *Tar-zan 2* und *Dumbo 2*. Diese weitergeschriebenen Geschichten sind die anstehenden Neuveröffentlichungen auf Video und DVD der nächsten beiden Jahre. (o.V. 2001a S. 19)

### 2.3 Buchmarkt

Für gerade bewiesene breite Zuschauerkreise – und für nicht ganz so breite Leserkreise – garantiert der Name des amerikanischen Medienproduzenten Walt Disney-Company. Nicht ganz so bedeutsam wie die Disney-Zeichentrickfilme auf dem Video- und DVD-Markt, aber dennoch wichtig, sind die Disney-Filmbegleitbücher in den vergangenen Jahren für die Verleger von Kinder- und Jugendbüchern, vorrangig für den Egmont Franz Schneider Verlag.

Neben der Sekundärverwertung auf Videokassette und DVD schaffen es die Film- und Fernsehstoffe allgemein medienübergreifend in den Buchmarkt. Zu fast jeder Vorabendserie und jedem erfolgreichen Film gibt es eine schriftliche Version, sei es zu einem Hollywoodspielfilm, einem Animationsfilm oder einem deutschen Feiertagsmehrteiler. Der Einfluss der audiovisuellen Medien ist in diesem Bereich unübersehbar. Die Nachfrage nach Kinder- und Jugendbuchtiteln wird stark von ihnen bestimmt. Stoffe, die im Vermarktungsverbund mit o-der nach Vorlagen aus anderen Medien entstehen, haben allerbeste Chancen, verkauft zu werden. Film- und Fernsehbegleitbücher haben sich „zur meistverkauften Form von Belletristik für junge Leser entwickelt“ und „erreichen sechs-bis siebenstellige Umsatzzahlen“. (Bischof/Heidtmann 2000a S. 1) So weisen auch die von der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) zusammengetrage-nen Titellisten ganz oben „Titel aus medialen Verbänden mit den höchsten Ver-kaufszahlen“ aus. (Heidtmann 1997a S. 7) Der Markt für Film- und Fernsehbe-gleitbücher boomt. Unter den jährlich ca. 4500 Novitäten auf dem Kinder- und Jugendbuchmarkt (o.V. 2002g S. 66f) finden sich, Tendenz steigend, ein großer

Anteil an Film- und Fernsehbegleitbüchern. „Nach Branchenschätzungen werden gegenwärtig etwa 20 bis 25 Prozent des Wertumsatzes mit lizenzierte Literatur [...] erwirtschaftet.“ (Bischof/Heidtmann 2002 S. 1) Wenn man dabei den Anteil des Gesamtwertes der in Deutschland im Jahr 2000 verkauften Kinder- und Jugendbücher von etwa einer Milliarde D-Mark (Heidtmann 2002 S. 1) ausrechnet, wird spätestens dann deutlich, welches bemerkenswerte und elementare Segment die so genannten Verbuchungen mittlerweile bilden. „Man ist geneigt zu sagen: Kinder- und Jugendbücher leben heutzutage vor allem dank der Medien!“ (Sahr 2001 S. 87)

Zu Lasten des überproportionalen Umsatzwachstums dieser Bücher ist die konventionelle Kinder- und Jugendliteratur, das heißt die sie behandelnden tradierten Unterhaltungsgenres wie Abenteuer, Krimi und Science-fiction tendenziell, schon seit mehreren Jahren rückläufig. (Heidtmann 1994 S. 64) Die Segmentverschiebung und Akzentverlagerung hält als kontinuierlicher Prozess schon seit bereits zwei Jahrzehnten an und beweist, dass es sich hier keineswegs um ein modisches Phänomen, sondern um einen grundlegenden Strukturwandel handelt. (Bischof/Heidtmann 20002 S. 1) Film- und etwas später auch Fernsehbegleitbücher gibt es schon seit den 1920er Jahren und haben dort ihre Anfänge. Aber die heutige Dichte und Menge nahm die Kinder- und Jugendliteratur erst in den 1970er Jahren an, mit ansteigender Mediatisierung der Kinderkultur. In immer größerem Umfang hat sie Stoffe und Figuren aus anderen, vornehmlich aus filmischen Medien aufgenommen.

Knapp über 100 Verlage befassen sich in Deutschland mit der Produktion von Kinder- und Jugendliteratur. „Da von der Unternehmensgröße her für die meisten Jugendbuchverlage keine Publizitätspflicht besteht“, halten sich die Verlage „mit Umsatz- und Auflagenzahlen (aus Konkurrenzgründen) bewusst“ zurück. (Heidtmann 1993 S. 3) Fixieren lassen sich aber zumindest die Marktführer mit dem von „Buchreport“ erstellten Ranking der Kinder- und Jugendbuchverlage. Zum wichtigsten Anbieter zählt, mit einem Jahresumsatz von 173,7 Mio. DM im Jahr 2001 (o.V. 2002k S. 1) auf dem ersten Platz, weit abgeschlagen die Egmont Holding, zu der neben Ehapa, Pestalozzi, vgs, Horizont auch der Münchner Franz Schneider Verlag gehört. (Rehr 2001 S. 19) In der Liste der 100 größten deutschen Buchverlage findet sich die Verlagsgruppe schon weiter hinten, nämlich auf dem 20. Rang. (o.V. 2000j)

„Auffällig an diesem Ranking ist u.a., dass etliche Verlage, deren Titel von Kritik, Feuilleton, Vermittlern, Wissenschaftlern am meisten Aufmerksamkeit erfahren, hier erst weiter hinten angesiedelt sind, überwiegend sogar völlig fehlen; dass andererseits beim Umsatz Verlage dominieren,

deren Produktion von der Kinder- und Jugendbuchkritik, von der Literaturwissenschaft [...] ignoriert werden.“ (Heidtmann 1993 S. 4)

Die durch vielfältige Medienpräsenz beworbenen und keine Beratung erfordernden Disney-Filmbegleitbücher haben dem Egmont Franz Schneider Verlag, der im Besitz der entscheidenden Lizenzen ist, unter anderem diese Vormachtstellung ermöglicht. Sie stehen im Kinderbereich vor allem zahlenmäßig im Vordergrund. (Gruber 1999 S. 3) Die Mehrfachvermarktung der Disney-Filme in Büchern findet bei Kindern und Jugendlichen großen Anklang. Sie gehören mit zu den wichtigsten Nebenprodukten der Filme. Der Erfolg der Disney-Filme schlägt sich in den Verkaufszahlen der sie begleitenden Filmbücher nieder. 1993 standen, bedingt durch hohe Verkaufszahlen, auf dem vierten und siebten Platz der für den Buchhandel in den neuen Bundesländern erhobenen Kinderbuchbestsellerlisten Disney-Titel aus dem Franz Schneider Verlag. (Heidtmann 1994 S. 64) Die damit ausgedrückte Beliebtheit setzt sich fort in den schon angesprochenen Kinder- und Jugendbuchcharts der GfK. Dort stehen etwa Titel wie *Aladdin* und *Arielle* (Bischof/Heidtmann 2000a S. 1) ganz oben, die mit je 400.000 Exemplaren verkauft worden sind. (Heidtmann 1998 S. 14) „In den Jahren 1992 und 1993 stieg die Zahl der verkauften Bücher deutlich mit der Zahl der Kinobesucher an“. (Schneider 2000 S. 24f) Von dem großen Kinoerfolg *Der König der Löwen* profitierte der Verlag enorm. Mit dem Verkauf von über 900.000 Exemplaren der gleichnamigen Buchausgabe wurde fast die Millionengrenze erreicht, und brachte dem Verlag am Jahresende anteilig eine Umsatzsteigerung von 10 Prozent ein. (ebenda) Das ist sehr viel, wenn man bedenkt, dass aus verlegerischer Sicht ein *normales* Kinderbuch schon dann als Bestseller gilt, wenn es mit mindestens 50.000 Exemplaren innerhalb eines Jahres nach seinem ersten Erscheinen verkauft wurde. (Haas 1987, zit. n. Tabbert 1999 S. 7) Seit mehreren Jahren führt also der Egmont Franz Schneider Verlag mit Abstand die auflagenstärksten Kinderbücher. Obwohl diese Aussage nicht mit neueren Zahlen unterstützt werden kann, ist dies auch für die letzteren Jahre anzunehmen.

Mit den Disney-Titeln reiht sich also der Egmont Franz Schneider Verlag in die Reihe der Verlage ein, die sich mit Film- und Fernsehcharakteren, mit Lizenztiteln und Plagiaten an aktuelle Medienerfolge anhängen und diese vorrangig über Kaufhäuser, Versandhandel und Supermärkte verkaufen. Im Bereich der Kinder- und Jugendbücher finden sich einige Verlage, die sich auf Medienverbände spezialisiert und ihr Profil darauf ausgerichtet haben. Der Medienverbund ist ein großes Geschäft, an dem man gut verdienen kann. Im Regelfall stellen sich die erhofften Umsatzzahlen ein. Die Verlage befinden sich aber in einem

deutlichen Abhängigkeitsverhältnis. Mit der Popularität und Präsenz der Stoffe, die adaptiert wurden, fällt und steigt der Absatz.

„Auch wenn die Attraktivität von Disney-Stoffen gegenwärtig in Deutschland in allen Medien rückläufig ist“ (Heidtmann 2001b S. 9), so sehen doch bislang allein in Deutschland Millionen von Kindern (und Erwachsenen) die alljährlich neu in die Kinos kommenden Disney-Animationsfilme, kaufen Millionen die Videokassetten mit diesem Film und mehrere Hunderttausend die Bücher zum Film. Daneben liefern die mit Hilfe eines ausgeklügelten Productplacements im Wiedereinsatz herausgebrachten Filme auf Video und DVD und die sie begleitenden Bücher gewaltige Umsätze. Damit ist der Unterhaltungskonzern Disney immer noch eines der ertragsreichsten und wichtigsten Hollywood-Studios.



## 3 Vom Film zum Buch

Umsätze in den Dimensionen wie sie Disney generiert, können aber nicht allein aufgrund findiger Unternehmensstrategien, allein mit Marketing kontinuierlich erwirtschaftet werden. Es müssen auch angebrachte Stoffe vermarktet werden. Welche Inhalte die Walt Disney-Company in ihren Filmen anbietet, wie sie umgesetzt sind, wie sie wirken und wie sie verbucht sind, wird an vier ausgewählten Beispielen untersucht.

### 3.1 Bambi

#### Der Film

Mit der Nachricht über die Geburt Bambis wird der ganze Wald in helle Aufregung versetzt. Alle Tiere wollen das gerade frisch geborene Rehkitz sehen. Nach großem Zulauf stehen sie dicht gedrängt um Mutter und Kind, begrüßen und bestaunen es.

Der anfangs noch etwas wackelig auf den Beinen stehende Bambi findet in dem ebenfalls jungen Hasen Klopfer und dem Stinktier Blume seine besten Freunde. Jung und unerfahren macht er sich mit Klopfers Hilfe mit der Welt im Wald vertraut, lernt Pflanzen und die anderen Tiere kennen. Bei einem ersten Gang auf die Wiese, gemeinsam mit seiner Mutter, macht Bambi mit anderen Rehen Bekanntschaft, darunter mit dem Rehkitz Feline und dem Herrscher des Waldes, einem großen und mächtigen Hirsch, der sein Vater ist. Doch er erfährt auch zum ersten Mal, welche Gefahr von den Jägern, das heißt von den Menschen droht.

Zu seinen ersten Wintererlebnissen wird Bambi von Klopfer aufs Eis geführt und animiert, es selbst mit rutschen zu versuchen, was aber nicht unbedingt gleich klappen will. Doch schon bald vergeht die Freude an der weißen Pracht, denn Bambi lernt nicht nur zum ersten Mal Hunger kennen, er erfährt auch tiefen Schmerz. Auf der Suche nach den ersten Grashalmen der Wiese, die aus dem Schnee herausspitzen, werden sie von Jägern überrascht. Schüsse fallen. Bambi hetzt, aufgefordert durch seine Mutter ins sichere Versteck in den Wald, kommt dort aber nur alleine an. Die Kugel hat seine Mutter getroffen. Der auftauchende Leithirsch gibt dem völlig hilflosen und verzweiferten Bambi die letzte Gewissheit, dass seine Mutter nicht wiederkommt. Seine unbeschwerte Kindheit ist damit vorbei, er muss von nun an lernen alleine zurecht zu kommen.

Die Zeit vergeht und der Frühling kommt wieder. Bambi hat nun schon ein kleines Geweih und auch seine Freunde sind gewachsen. Als die weise Eule den Dreien von den Frühlingsgefühlen erzählt, schwören sie sich, nie etwas für die Liebe übrig zu haben. Aber dann erwischt es zunächst Blume, sodann findet Klopfer eine attraktive Hasenfrau und noch ehe Bambi mit Kopfschütteln fertig ist, trifft er auf Feline, die er aus früheren Tagen kennt. Um Felines Gunst muss er aber mit einem Rivalen im Zweikampf ringen, den er schließlich gewinnt.

Das Zusammenleben mit Feline wird im Herbst gefährdet. Wieder greift der Mensch in sein Leben ein. Während Bambi die Hundemeute der Jäger abwehrt und Feline zur Flucht verhilft, wird er selbst durch einen Streifschuss verletzt. Das gleichzeitig außer Kontrolle geratene Feuer im Lager der Jäger setzt den Wald in Brand und bringt den geschwächten und liegen gebliebenen Bambi in zusätzliche Not. Der Leithirsch bringt Bambi dazu, sich aufzurappeln und die Flucht zu ergreifen. Auf einer Insel im Fluss, auf die sich noch andere Tiere gerettet haben, finden sich Bambi und Feline wieder.

Im nächsten Frühling bekommen die beiden Nachwuchs: zwei Rehkitze. Von allen Seiten strömen die Tiere herbei, um die Kleinen zu bewundern. Damit schließt sich am Ende der Kreis. Anstelle des alt gewordenen Leithirschs, der sich schweigend in den Wald zurückzieht, wird Bambi nun „König des Waldes“.

*Bambi* ist ein Klassiker. Der anrührende Film ist bis heute eine der populärsten Arbeiten der Disney-Studios. Die noch, über 50 Jahre nach der Entstehung, ungebrochene Beliebtheit der reizenden Tierkinder hat auch etwas mit seiner filmgeschichtlichen Bedeutung zu tun, die der Film aufgrund seines Realismus erlangte. Dieser Realismus gilt primär den möglichst perfekten, flüssigen Bewegungen der Tiere, nicht der Geschichte. Um das möglich zu machen, wurden für die Zeichner

„im Studio ein eigener Zoo mit Rehen, Hasen und anderem Getier eingerichtet. Wie Bambi und Feline im Film, wuchsen auch im Studio zwei Rehkitze auf, und die Zeichner studierten sie in allen Phasen der Entwicklung.“ (Reitberger 1987 S. 100, 101)

In gestalterischer Hinsicht sind die Hintergrundmalereien der künstlerische, sowie der optische Höhepunkt des Films. Kongenial wird der Wald durch die Zeichnungen in einen fassbaren Bildraum verwandelt. Der „Gang in die Bilder“ ist mit dem Einsatz der technischen Neuerung Multiplan-Kamera möglich. (Kothenschulte 1991 S. 20) Besonders die Eingangsszene, in der in den Wald *eingetaucht* wird, wirkt *echt*. Dort weichen die Zweige scheinbar vor der Kamera zurück und verschwinden in Unschärfe. Die Natur zu imitieren zieht sich aber weit über den Filmauftakt hinaus und erstreckt sich über den gesamten Film.

*Bambi* gehört zu den ersten Filmen, in denen Disney es mit Hilfe dieser Technik schaffe, Zeichentrickfilmen an Tiefenschärfe und Perspektive zu verhelfen und sie somit dem Realfilm anzunähern.

Für die ungebrochene Beliebtheit ist aber nicht nur das Optische ausschlaggebend, genauso trägt die Geschichte selbst, beziehungsweise ihre Umsetzung, die Art wie sie erzählt wird, wesentlich dazu bei, dass der Film seit 1942 mehr als nur für Zustimmung bei den Kindern, Generation für Generation sorgt.

*Bambi* lebt vor allem auch durch seinen naiven Charme, den die Geschichte ausstrahlt. Er wird vorzugsweise durch Harmonie erzeugt, die heile Welt bei den Tieren. Sie kämpfen nur miteinander, wenn es das Lebensgesetz vorsieht, beispielsweise in der Brunftzeit, wo Bambi um Feline kämpft und einen Konkurrenten ausschlagen muss. Sonst ist ihnen Negatives wie Neid, Habgier und ähnliches fremd. Der Unterhaltungswert ergibt sich weiter aus der Erzählperspektive. Die Geschichte wird völlig aus der Wahrnehmung der Tiere erzählt und nimmt so den Betrachter für sich ein. Zugänglicher werden sie noch durch die leichte, im Gegensatz zu sonstigen Disney-Filmen zurückgenommene Antromorphisierung, Vermenschlichung und Verniedlichung. Trotzdem werden die Tiere relativ naturgetreu dargestellt. Die Schilderungen sind naturnah, aber nicht naturalistisch. Das Werden und Wachsen in der Natur steht im Zentrum, es wird auch nicht ausgespart, dass alles was wächst, auch vergehen muss. Das Thema wird aber nicht bis zum Darwinismus ausgereizt, wonach sich nur der Stärkere durchsetzt. Das wäre viel zu düster für einen Kinder- beziehungsweise Familienfilm. Hauptthema ist der zum Darwinismus abgemilderte Kreis des Lebens, Kreislauf der Natur und die Liebe. „Liebe ist mehr als nur ein Wort“ sagt schon das Eingangslied. Die Lieder greifen allgemein die Themeninhalte auf und haben damit auch dramaturgische Absichten. Das Pathetische ist aber manchmal fast schon entsetzlich und hat deutliche Tendenzen zum Kitsch.

Ein weiteres Qualitätsmerkmal, das diesen Film auszeichnet und wegen seiner Bewährung auch immer wieder in den ihm nachfolgenden Filmen kopiert wird, ist seine Familientauglichkeit. Es gibt ganz offensichtlich eine Ebene für Kinder und darüber hinaus spielen einige Episoden und Teile der Handlung auf einer für Erwachsene zugänglichen Metaebene, so beispielsweise das Reflektierende und die Parodien, wohingegen die Situationskomik für Kinder ist. Der meiste Humor erwächst aus der komischen Figur. Seit *Schneewittchen und die sieben Zwerge*, dem ersten abendfüllenden Zeichentrickfilm überhaupt, werden in der Regel komische, etwas schräge Nebenfiguren geschaffen. Hier wird Bambi hauptsächlich Klopfer zur Seite gestellt. Dieser lustige, vorlaute Charakter lockert die Handlung auf und wird fast zur wesentlichen Hauptfigur. Ohne ihn wäre *Bambi* langweilig und eindimensional. Klopfer ist aber für die eigentliche Ge-

schichte nicht wichtig. Manchmal sind solche Nebenfiguren in den literarischen Vorlagen, die Disney für seine Filme fast ausnahmslos braucht, bereits schemenhaft angelegt, die dann nur noch passend umgeformt werden müssen. Das ist der entscheidende Kunstgriff, der für Disney typisch ist und seinen Filmen Beliebtheit verleiht.

Durch die „Disneyanisierung“ wird die Geschichte zeitlos. Durch die Farbmetaphorik und die Musik büßt die Zeitlosigkeit aber doch etwas ein, vor allem letztere wirkt antiquiert. Keinesfalls aber tut dies heute dem Unterhaltungswert von *Bambi* einen nennenswerten Abbruch.

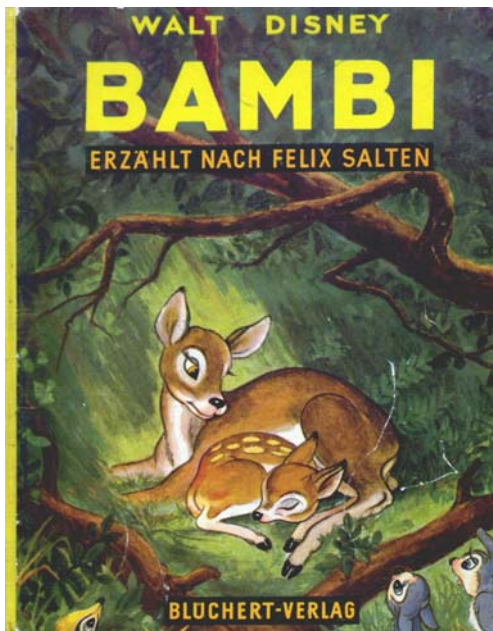
Das Spezifische des Films liegt auch in der Dramaturgie. Der Spannungsaufbau ist auf mehrere kleine, aufeinander aufbauende Konfliktgeschichten zusammengesetzt, bis er kurz vor Schluss seinen absoluten Höhepunkt erreicht und zum Happy End abfällt. Zu diesen Spannungshöhepunkten und den dramatischen Momenten des Films gehören zum Beispiel die Begegnungen mit den Menschen. Die Jäger zerstören die Idylle des Waldlebens. Dadurch, dass sie nie im Bild gezeigt, sondern höchstens nur durch ihre Jagdhunde oder mit dramatischer Musik angekündigt werden, wirkt die Gefahr umso nachhaltiger und eindringlicher. Aber bevor der (kindliche) Zuschauer in morbide Gedanken und negative Stimmung versinkt, geht die Geschichte mit einer fröhlichen Szene weiter, zum Beispiel dem Frühlingserwachen. Der Film ist also nicht allein von Aktion, sondern ebenso von sehr ruhigen und beschaulichen Sequenzen bestimmt. Nicht zuletzt für diese wurde der schon erwähnte technische Aufwand betrieben. Der Film nimmt sich Zeit für den Aufbau von Stimmungen und Atmosphäre. Die Filmerzählung setzt auf den Stimmungsgehalt der ästhetischen Form des dargestellten Umrands. Das Abwechseln von Spannung und Entspannung macht schließlich die Rezeption angenehm. (o.V. 2000/2001; Manthey 1993 S. 23-25)

### **Die Bücher**

Die Figuren und Stoffe aus den Märchenfilmen der Disney-Company nehmen in der Kinderkultur einen festen Platz ein. So gehört *Bambi* seit über 50 Jahren weltweit zu den beliebtesten Figuren nicht nur im Film, sondern auch in Büchern.

Die Buchausgabe von Felix Saltens *Bambi*, die als Vorlage für Walt Disneys Filmbearbeitung diente, konnte Ende der 1950er Jahre ihre höchsten Verkaufsaufgaben erreichen, nur bedingt durch den Erfolg des Kinofilms. (Heidtmann 1998 S. 1) Sie wird aber hier in diesem Zusammenhang selbst keine Be-

achtung finden und nicht in den Vergleich aufgenommen werden, da sie von der Definition her kein Filmbegleitbuch ist.



**Walt Disney Bambi. Erzählt nach Felix Salten (1950). Stuttgart: Blüchert.**

Stark angelehnt an den Film, aber auch an die Filmvorlage, ist das erste Filmbegleitbuch, wie schon aus dem Titel hervorgeht. Es erschien 1950 im Stuttgarter Blüchert Verlag.

Inhaltlich hält sich die Geschichte stärker an die des Disney-Zeichentrickfilms als an Saltens Vorlage. Sie übernimmt dessen Figurenarsenal, also auch Klopfer und Blume, die bei Salten nicht als ausgestaltete Charaktere vorkommen. Allerdings werden

auch vereinzelt und leicht abgeändert die anderen sprechenden Tiere, die Salten verwendet, übernommen, zum Beispiel in der Eingangsszene die geschwätzige Elster. Sporadisch und kaum auffallend werden Szenen, die aus dem Originalbuch stammen, eingefügt. Auch von der Intention her ist das Filmbegleitbuch näher an der Aussage des Films. Die düstere Stimmung und stark auf Gesellschaftskritik abzielenden Aussagen Saltens werden außen vorgelassen. Es ist vielmehr eine humorvolle freundliche Geschichte, die aber nicht ganz so stark überzeichnet und verniedlicht ist, wie im Film.

Aus Saltens Buchfassung wird dagegen eher die formelhafte Sprache übernommen. Einige Satzfragmente sind fast wortwörtlich übernommen, beispielsweise:

„Tief im Gebüsch ist nämlich Bambi auf die Welt gekommen, in einer der vielen kleinen geheimen Kammern des Waldes, die scheinbar nach über allhin offen, aber doch ringsum geschützt sind.“ (S. 5)

„ ‚Warum rufst du?‘ fragt er ihn leise. [...] ‚sie kommt nie wieder. Der Mensch hat sie dir genommen. Du mußt lernen, allein für dich zu sorgen. Komm, mein Sohn, ich will dich lehren, was du nun wissen mußt.‘ “ (S. 36)

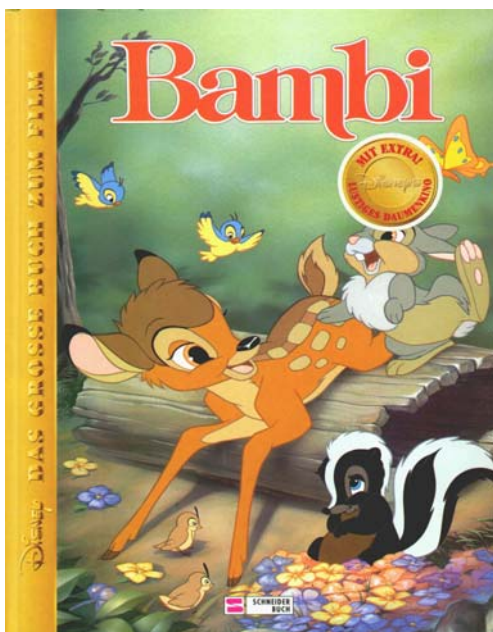
Die gesamte Handlung wird vorrangig über den im Präsens gehaltenen Text erzählt, das heißt, er übernimmt den hauptsächlichen Teil der Kommunikation zum Leser. Dabei liefert er mit sprachlichen Mitteln alles was benötigt wird, um

die Geschichte in der Phantasie lebendig werden zu lassen, also Beschreibungen zu Personen, Orten und Schauplätzen und zur Atmosphäre.

Unterstützt und veranschaulicht werden die Texte mit kleinen oder ganzseitigen farbigen, sowie zahlreichen schwarz-weiß Illustrationen, „die nach Einzelbildern, Einzelmotiven oder Vorstudien zum Film entstanden sind.“ (Heidtmann 1991 S. 5) Besonders die Grafiken, die für sich allein die ganze Seite einnehmen, sind mit Bildunterschriften versehen. Offenbar vertraut man nicht auf ihre alleinige Aussagekraft, und dies teilweise zurecht. Nicht immer werden die Abbildungen stimmig zum Text eingebracht, das heißt, das Gelesene kann in Einzelfällen nicht im Bild auf der gleichen Seite entdeckt werden. Auf Seite 14 sind etwa



Bildszenen zu sehen, die sich noch auf die ersten Erkundungstouren von Bambi mit Klopfer beziehen, während der Text bereits den Aufenthalt mit der Mutter auf der Wiese zum Gegenstand hat. Im Verhältnis ist der Anteil von Text und Bild ausgeglichen. Durch den genügend vorhandenen Text, der gleichberechtigt neben den Bildern steht, ist dieses Buch auch ohne Kenntnis des Films leicht verständlich. Es bleibt von seiner Wertigkeit aber künstlerisch nichts Eigenständiges, sondern nur eine Kombination aus Film und literarischer Filmvorlage.



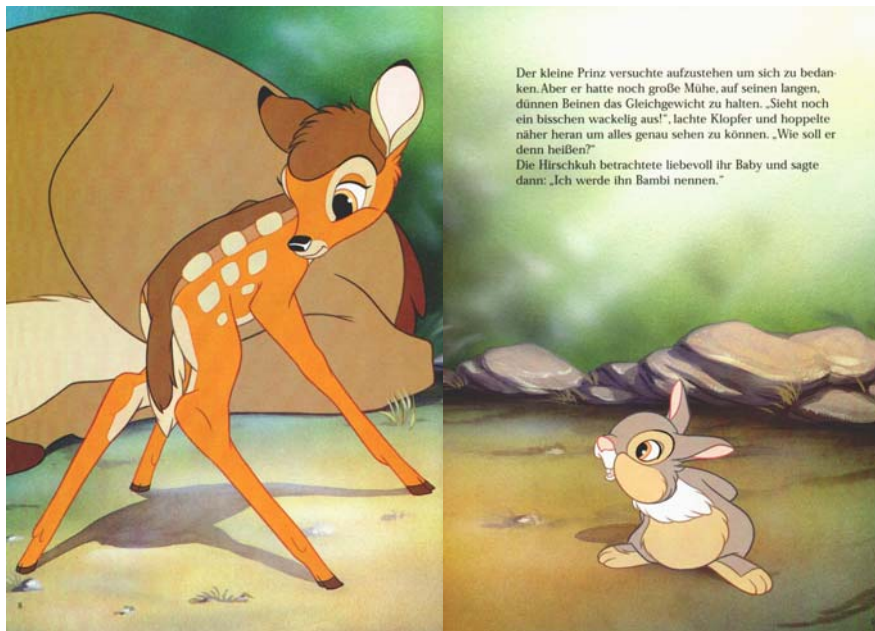
**Bambi (1999). München: Egmont Franz Schneider. (Disney Das grosse Buch zum Film).**

Schon allein das Titelbild weist auf die Verwandtschaft und die enge Beziehung des Buches zum Film hin. Dort sind nämlich die drei Freunde Bambi, Klopfer und Blume abgebildet, wie sie Disney stilisiert und zeichnerisch festgelegt hat. Die völlige Ausrichtung auf den Film zieht sich im gesamten Buch fort.

Das Buch übernimmt nicht nur ausschließlich farbige Szenenfotos, sondern

beschränkt sich auch inhaltlich aufs Kopieren. Gestützt auf die zum Teil wortwörtlich übernommenen Filmdialoge wird mit einem hierfür neu geschaffenen Erzählerkommentar versucht, die Verbindung zwischen den Dialogen herzustellen und die Zusammenhänge deutlich zu machen. Dabei werden die sprachlichen Möglichkeiten nicht ausgereizt, um die fehlenden filmsprachlichen Mittel zu kompensieren. Es bleibt bei einer oberflächlichen Beschreibung, die nicht auf Details und Einzelheiten aufmerksam macht. Die Geschichte ist auf das Erzählen der wesentlichen Handlungsstränge fokussiert. Situationen, die im Film für Komik sorgen, werden zwar mit wenigen Worten angerissen, ihnen wird aber zu wenig Beachtung geschenkt, so dass sie es nicht schaffen zum Schmunzeln zu verleiten, sie bleiben wirkungslos. Die größte Attraktivität des Films für Kinder, die Anlässe lachen zu können, kommen in diesem Filmbegeleitbuch nicht zum Tragen und reduziert somit den Charme der Geschichte. So zum Beispiel Klopfers vorlaute erste Begegnung mit Bambi ist im Buch auf folgende zwei Sätze beschränkt:

„ ‚Sieht noch ein bisschen wackelig aus!‘, lachte Klopfper und hoppelte näher heran um alles genau sehen zu können. ‚Wie soll er denn heißen?‘ “ (S. 9)



Die im Film nahezu perfektionistisch verfolgte Ausfeilung der tierischen Bewegungsabläufe, findet keine besondere Beachtung. Dagegen werden nur gewöhnliche Floskeln gebraucht wie: „hoppelte näher heran“ (S. 9), „aber er hatte noch große Mühe, auf seinen langen, dünnen Beinen das Gleichgewicht zu halten“. (ebenda) Dem Leser wird beim Aufbau der gedanklichen Bilder nur wenig Information gegeben und bleibt somit auf die Erinnerung an den Film angewiesen. Selbst die großflächig abgedruckten Filmfotos sind keine große Hilfe.

Dort bleiben die Figuren starr. Da immer nur ein Bild zu einem Handlungsabschnitt gezeigt wird, kann der Leser nicht einmal selbst das Ablaufen der Bilder in Gang setzen. Die märchenhafte Stimmung kann mit einer etwas poetisch angehauchten Erzählweise erhalten werden. Die Atmosphäre verschaffende Geräuschkulisse und die Musikuntermalungen bleiben lückenhaft aus. Auch ihre dramaturgischen Funktionen werden für das Buch nicht anderweitig ersetzt. Welche Gefährdung und Bedrohung das ausgebrochene Feuer für die Tiere des Waldes und vor allem für den verletzt liegen gebliebenen Bambi hat, bleibt aus. Diese Situation, die im Film zum Spannungshöhepunkt zählt und mit hektischer Musik, vielen Schnitten und anderen nervös machenden visuellen Reizen ausgearbeitet ist, bleibt im Buch mit Worten fast nüchtern, erzeugt kaum Emotionen.

„Ein Schuss streckte Bambi zu Boden und er hatte keine Kraft mehr wieder aufzustehen. Dann nahm er auch noch wahr, dass um ihn herum der ganze Wald brannte.“ (S. 82)

Es wird stark auf die Wirkung des Visuellen gesetzt. Bilder sind das zentrale Element des Buches. Der in der Vergangenheit geschriebene Text ist gegenüber den Bildern zurückgenommen. Die Bilder müssen hauptsächlich für sich sprechen.

Das vorliegende Disney-Filmbegleitbuch zu *Bambi* übernimmt den Film an den Stellen, wo es ohne großen Aufwand möglich ist. Durch das Ausbleiben vor allem sprachlicher Aufbereitung, schafft es das Buch nicht zur gelungenen Adaption, sondern bleibt eine klägliche Kopie. Die attraktiven Attribute gehen bei der Übertragung ins Medium Buch verloren. Vor allem vom Witz bleibt in den Büchern nicht viel übrig, aber genau den zeichnen die Disney-Filme aus und werden von den Zuschauern auch in den Büchern erwartet. Die zentrale Funktion dieses Filmbuches ist die Erinnerung, die durch die eindrucksvollen Filmbilder wach gehalten werden, beziehungsweise wieder geweckt werden sollen. Kenntnis des Films ist Voraussetzung zum Lesen dieses Buches.

## 3.2 Toy Story

### Der Film

Die Spielzeuge im Kinderzimmer des kleinen Jungen Andy erwachen unmerklich von den Menschen zum Leben, sobald sie unter sich sind. Andys Lieblingsspielzeug Woody, die Cowboy-Puppe, ist der unbestrittene Chef und sorgt als Anführer der bunt zusammengewürfelten Spielzeug-Gemeinschaft für ein



friedliches Miteinander. Doch mit der Geburtstagsfeier ihres Besitzers, die wegen dem geplanten Familienumzug vorgezogen wird, wird die Harmonie getrübt. Denn neu geschenkte Spielzeuge könnten ihren Platz einnehmen und sie ablösen. Die Spielsachen beobachten also nervös das Auspacken der Geschenke. Das befürchtete Übel steckt im letzten Paket: eine Buzz Lightyear-Puppe. Woody verliert seine privilegierte Stellung an den Neuen, der sich zudem auch noch mit seiner Überheblichkeit als behauptender echter Weltraum-Ranger, mit protziger Technik, bei ihm unbeliebt macht. Eifersüchtig versucht er kurzerhand den lästigen Konkurrenten loszuwerden. Doch das Vorhaben misslingt. Buzz fällt aus dem Fenster und gerät somit in die gefährliche Situation der Außenwelt. Woody muss, um bei den anderen Spielsachen sein verlorenes Prestige zurückzugewinnen, Buzz retten. So geraten beide nach einigen unglücklichen Vorfällen in die Fänge des bösen Nachbarsjungen Sid, der alle Spielzeuge zerlegt. Um der Gefahr zu entkommen, müssen die beiden Rivalen zusammenarbeiten. In den zu bestehenden Schwierigkeiten erkennen sie, dass sie aufeinander angewiesen sind. Zudem wird sich Buzz bewusst, dass er nicht der tatsächliche furchtlose Verteidiger des Universums ist, sondern nur eine Spielzeugfigur. All dies lässt sie zu Freunden werden. Die Freundschaft bewährt sich auf der Flucht nach Hause, wo sie unterstützt durch die bereits von Sid drangsalierten und übel zugerichteten Spielzeuge, den fiesen Jungen in Angst und Schrecken versetzen und entkommen können. Doch zum geplanten Umzug kommen sie zu spät. Die Familie, sowie der Lastwagen mit Möbeln und Spielzeugkisten sind bereits abgereist. Nach einer dramatischen und temporeichen Verfolgungsjagd können Woody und Buzz schließlich versöhnt in die Gemeinschaft von Andys Spielzeugen zurückkehren.

*Toy Story* ist der erste komplett am Computer gestaltete Trickfilm in abendfüllender Länge überhaupt. Er wurde 1995 von der Disney-Company, in Zusammenarbeit mit dem Pixar Animation Studios herausgegeben. Der Film ist ein Spektakel wenn man sich allein nur den technischen Aufwand vor Augen führt: in vierjähriger Produktionszeit wurden mit rund 800.000 Computerstunden an 110 Computern die 110.064 Einzelbilder des Films generiert. Ein Terabyte Speicherkapazität beanspruchen sämtliche digital erfassten Bestandteile des Films. Für die Entwicklung und Anwendung der Technik erhielt der Regisseur John Lasseter einen Spezial-Oscar. Der durch Computertechnik entstandene Film wirkt aber nicht kühl und abweisend, er fällt der technischen Virtuosität nicht zum Opfer. Er ist synthetisch, doch durch die vorgeführte Realität wird die Künstlichkeit glaubwürdig.

Eine wirkungsvolle Erzählung wird bei aller technischen Brillanz nicht übergangen. Mit der gelungenen Synchronisation durch bekannte deutsche Schauspie-

ler (Peer Augustinski u.a.) und in der Animation, gelangen die Figuren wirklich zum Leben. Durch die flüssigen und echt wirkenden Bewegungsabläufe nehmen die Spielzeugfiguren menschliche Züge an. Die einzelnen Figuren haben ausgeprägte Charaktere, sind individuell, widersprüchlich und nicht wie gewöhnlich für Disney-Filme, stereotyp. Auf die eindeutige schwarz-weiß Malerei wurde verzichtet. Im Gegensatz dazu lässt die Figurengestaltung von Andy und den anderen wirklich menschlichen Figuren ästhetisch zu wünschen übrig. Sie sehen unnatürlich aus.

Der Reichtum an winzigen Details, sein Sinn für Humor, der das Wortspiel immer beabsichtigt, die Running Gags, die Pointen, die Persiflagen, die Ironie machen den Film in seiner Gesamtheit stimmig, indem sie regelmäßig wieder aufgenommen und neu verknüpft werden. Es wird amüsant und vielschichtig erzählt, so dass der Film nicht nur Kinder und Jugendliche anspricht, sondern auch Erwachsene. Die Geschichte ist spannend, actionreich und besonders zum Schluss sehr rasant inszeniert. Die Dramaturgie lässt nach spannenden Szenen Entspannungsphasen folgen, ein Zugeständnis an den (jungen) Zuschauer, um sich nach heftigen und gruselnden Situationen, beispielsweise in Sids Zimmer, zu erholen. Originell wurde die *Kamera* eingesetzt. Die wechselnden Perspektiven und besonders die Kameraführung sind ungewöhnlich und extrem. Sie nehmen oft die Sicht der Figuren ein und geben den Eindruck, am Geschehen direkt beteiligt zu sein. So zum Beispiel mit dem Einsatz der *subjektiven Kamera*. Mit dieser Kamerafahrt wird mit gewollt verwackelndem Bild den handelnden Figuren durch den Raum gefolgt.

Szenen zu Beginn schlagen das Hauptthema an: es geht um Verlustängste, die Sorge um die Identität und seinen Platz in der Welt, aber auch Freundschaft und gegenseitiger Respekt. Höchst menschliche Probleme, die hier parabelhaft in der Psyche von Spielzeugen verlagert werden. Zu Recht wurde *Toy Story* in der Kategorie: Bestes Drehbuch für den Oscar nominiert. Außerdem wurde seine Filmmusik und der Titelsong *You've got a friend* von Randy Newman vorgeschlagen, aber nicht prämiert. (Smith/Clark 2001 S. 173; Bischof/Heidtmann 1997a S. 226f; o.V. 2000/2001)

## Die Bücher

### **Toy Story (1996) München: Franz Schneider (Walt Disney classics 22).**

Wie zu erwarten wurde auch der Stoff der *Toy Story* vom Egmont Franz Schneider Verlag in seiner Disney-Filmbegleitbuchreihe *Walt Disney classics* herausgegeben. Dem Impressum nach wurde die amerikanische Konzeption übernommen und für dieses Buch nur übersetzt.



Im DIN A4-Format wird auf 96 Seiten die Geschichte präsentiert. Doppelseitige Bilder, die allesamt so genannte Screenshots sind, also Abzüge aus dem Film, füllen den gesamten Platz auf dem Papier, der jeweils aufgeschlagenen beiden Seiten aus. Auffällig ist bei der Auswahl der Bilder, die Berücksichtigung extremer Blickperspektiven von unten oder oben, beziehungsweise der Zoom. Damit wird dem Betrachter aber leider kaum die Möglichkeit gegeben das Geschehen zu überblicken. Anders als im Film, wo diese wagemutigen und gewöhnungsbedürftigen Kameraeinstellungen angenehm wirken

und für Sympathie zu den Figuren sorgen, wirken sie im Buch eher befremdlich. Wer die Geschichte nicht kennt wird anhand der Bilder die Zusammenhänge und den Rahmen der Handlung nicht verstehen und somit auch keine Beziehung zu den Figuren aufbauen können.



„Gefällt es dir?“ fragte Mrs. Davis.  
 „Es ist super!“ rief Andy mit leuchtenden Augen.  
 Während er spielte, schmückte seine Mutter das Wohnzimmer.  
 Sie hängte bunte Luftballons und Girlanden auf. Über der Eingangstür verkündete ein großes Spruchband: „Happy Birthday, Andy!“  
 „Hat deine kleine Schwester“, Mrs. Davis lüchelte, „deine Freunde können jeden Augenblick da sein!“

Ein wenig Hilfe bieten allenfalls die kurzen Texte. Die wenigen Zeilen sind in hell unterlegten Textboxen, leicht durchlässig über die Bilder gelegt, die wiederum meist am Rand untergebracht sind, wo sie das Betrachten nicht „stören“. Sie sind stark dialoglastig. Einige Sprüche sind identisch mit denen im Film. Sporadisch werden sie mit einem auktorialen Erzählerkommentar ergänzt, der versucht die Handlungssprünge zwischen den Bildern zu überbrücken, und

teilweise die Interaktionen und Befindlichkeiten der Figuren zu interpretieren. Einmal wird der Leser vom Erzähler direkt angesprochen:

„Wir haben ja keine Ahnung davon, dass Spielsachen, wenn sie allein sind ... lebendig werden! Das ist ein streng gehütetes Geheimnis!“  
(S. 10)

Diese unvermittelte Anrede wirkt merkwürdig, zumal sie ohne Einbindung zwischen dem vorangegangenen und nachfolgenden Satz steht, damit nicht verbunden ist und somit wie *eingeflickt* vorkommt.

Grundsätzlich sind die textlichen Aussagen in den Bildern zu entdecken, das heißt Bild und Text erzählen parallel. Wobei nur die wesentlichen zentralen Aspekte der Handlung aufgenommen und äußerst knapp nacherzählt werden. Es bleibt im Buch zwar die Geschichte im Wesentlichen erhalten, doch die zentralen Themen Neid, Freundschaft und Identitätskonflikt laufen nebenher, werden kaum in der Weise problematisiert wie es der Film tut. Den inneren Konflikt beispielsweise, den Buzz durchmacht nachdem er erkennt, nur eine Spielfigur zu sein, findet sich im Buch lediglich in den folgenden Worten wieder:

„Ich weigere mich, diesen Unsinn zu glauben! Ich bin ein echter Welt-  
raumheld, und ich kann fliegen!“ Mit diesen Worten stieß er sich in die  
Luft ab, wie er es in Andys Zimmer gemacht hatte. Nur knallte er dieses  
Mal auf dem Boden auf und büßte einen Arm ein. Da kam Sids Schwester  
Hannah vorbei. Sie hob den einarmigen Buzz auf und freute sich über  
ihre neue ‚Puppe‘.“ (S. 60)

Auch auf den folgenden Seiten erfährt der Leser beziehungsweise der Betrachter nichts von der Wandlung. Im Film dagegen thematisiert, Disney-typisch, ein eingeschobenes Lied die inneren Zerwürfnisse.

„... mir ist klar, ich werd' nie mehr fliegen können ...“ (45. Minute)

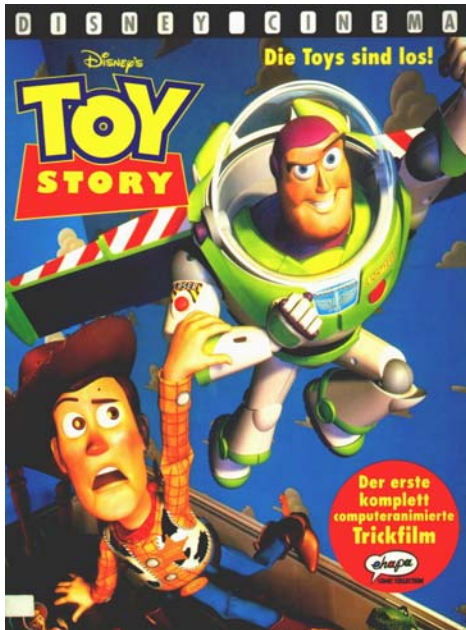
Und dann sagt der der Gebeutelte selbst:

„... alles dahin, alles ist dahin – bye bye, tschüüüß ...“ (46. Minute)

Allein seine Haltung, sein Gang, die Mimik, die Intonation drücken die Verlorenheit aus. Davon wird nichts in das Medium Buch hinübergerettet. Das Thema Neid wird vergleichsweise besser dargestellt. Die Dialoge der Spielfiguren kündigen nicht nur die bevorstehende Geburtstagsparty an, sondern sprechen auch die Angst an, vom möglichen neuen Spielzeug ersetzt und ausgetauscht zu werden. Um die entscheidenden Wörter auch ja nicht zu überlesen, sind sie sogar kursiv gedruckt:

„... Aber einer von uns wird vielleicht *ausgetauscht!*“ (S. 16)

Dem Buch gelingt es folglich nur den Haupthandlungsfaden des Films nachzu-erzählen. Die verschiedenen Dimensionen, die Tiefen des Films, die mit Witzen oder ironischen Andeutungen beispielsweise entstehen, sowohl in Bild als auch mit Sprache, und den Charme desselben ausmachen, gehen bei der Verbuchung leider verloren, man sucht vergeblich danach. Während man beim Schauen des Films fast schon Mühe hat, die kleinen Gags am Rande nicht zu verpassen, wird man beim Lesen des Buches nur eindimensional unterhalten. Die Geschichte von Woody und Buzz und all den anderen Spielzeugen wird im Buch eigentlich nur dann lebendig und attraktiv, wenn man es mit dem Film im Hinterkopf, liest und betrachtet. Zur Wiederholung oder Auffrischung des Film-erlebnisses dürfte dieses Filmbegleitbuch, mit Einschränkungen, nützlich sein und seine Funktion finden. Stark nachgefragt wird es dennoch allemal, da der Film selbst auch ein großer Erfolg in den Kinos war.



### **Toy Story (1995) Stuttgart: Ehapa (Disney Cinema).**

Gleichzeitig zum Filmstart brachte der ebenfalls zur Egmont-Gruppe gehörende Ehapa Verlag auch ein Filmbegleitbuch heraus. *Toy Story* ist der erste Band des Verlags zu seiner Reihe *Disney Cinema*. Das in Softcover eingebundene Heft ist, laut dem Erscheinungsvermerk, ebenso eine Kopie der amerikanischen Vorgängerversion, wobei sich die Übersetzung nach der deutschen Film-Synchronfassung gerichtet hat.

Das merkt man auch ganz schnell mit dem Lesen der ersten Sprechblasen. Diese Verbuchung wurde in der verlagstraditionellen Comic-Form erstellt. Die Handlung wird im Buch ohne offensichtliche Verstehenslücken, fast genauso dicht erzählt wie im Film. Nicht alle, aber einige Witze und amüsierenden Teile sind wieder zu finden. Die Nacherzählung muss ganz nahe am Drehbuch geschrieben worden sein, denn mit diesem Filmbegleitbuch kann man, im wahrsten Sinne des Wortes, den Film begleiten, das heißt mitlesen. Lieder wurden mit sinngemäßen Worten zusammengefasst und eingefügt und somit ihre Intention festgehalten. Neue Handlungselemente sind aber nicht hinzugefügt worden. Auch andere Interpretationsansätze blieben aus. Mit den durchschnittlich etwa sechs bis neun kleinen Einzelbildern, die auf jeder der insgesamt 48 Seiten abgebildet

sind, ist es möglich, die Geschichte ohne Vorkenntnisse aus dem Film gewinnbringend zu lesen und unterhalten zu werden.

Alle Bilder sind hier ebenfalls direkt von der „Kinorolle“ gezogen, und ausnahmslos farbig abgebildet. Die vom Film bekannte aufwändige Dreidimensionalität kann bewahrt bleiben, auch wenn die Bildqualität, speziell im Halbdunkel oder mit vielen Schatten, die Brillanz des Filmbilds nicht erreicht. Durch die Vielzahl der Bilder und ihre übersichtliche Aneinanderreihung, können die Figuren auch auf dem Papier lebendig werden. Gerade durch die Menge von Bildern ist es möglich, das im Film technisch hervorragend ausgearbeitete Minenspiel, festzuhalten. In Ruhe können die so eingefrorenen Augenblicke vom Leser betrachtet und studiert werden, was beim Schauen des Films meist gar nicht möglich ist, da durch schnellen Bildwechsel und häufige Schnitte, die Bilder rasant vorbeiziehen.



Text kommt, wie bei Comics allgemein üblich, in verkürzter und verknappter Form vor. Die typischen Onomatopöien, die lautmalenden Worte, fehlen auch hier nicht. Um Aussagen zu unterstreichen, Spannungen aufzubauen oder einfach nur um den Lesefluss zu unterstützen und zu lenken, werden die Worte in den Sprechblasen und Kästen mal mehr, mal weniger, zum Beispiel mit Fettdruck, hervorgehoben.

Die „Literaturform der gezeichneten Bilderfolge“ (Heidtmann 1992 S. 13) hat bei Kindern und Jugendlichen einen überdurchschnittlich hohen Stellenwert. Comics, als Form visu-

sierter Literatur, als Verbindung von Bild und Text, gehören zu den populärsten Lesestoffen. (Heidtmann 1992 S. 13-24) Die Comic-Adaption des Disney-Trickfilms *Toy Story* hat, anders als das Filmbegleitbuch des Egmont Franz Schneider Verlags, eindeutig die Voraussetzung zur Eigenständigkeit erfüllt. Sie kann die Erwartungen nach Entspannung und Unterhaltung befriedigen und erfüllen auch ohne die Kenntnis des Films. Sie eignet sich aber durchaus auch um sich den amüsanten und abenteuerlichen Film noch einmal zu vergegenwärtigen.

### 3.3 Tarzan

#### Der Film

Nach einem Schiffbruch strandet ein Ehepaar mit seinem Söhnchen an der afrikanischen Küste. Der Sturm-Katastrophe als einzige entkommen, bauen sie sich zum Schutz vor dem Dschungel in den Bäumen ein Haus. Als die Eltern aber doch von dem Leoparden Sabor getötet werden, lassen sie ein hilfloses Baby zurück.

Das Gorilla-Weibchen Kala, welches gerade ihr Junges verloren hat, findet das Menschenkind und bringt es vor der Raubkatze in Sicherheit. Der Leitgorilla Kerchak weist das bleiche, unbehaarte, nicht seiner Gattung entstammende Wesen zurück, das Kala adoptieren will. Sie setzt sich jedoch mit ihrer Mutterliebe durch und zieht das Baby auf. Der Junge, genannt Tarzan, wächst mit anderen Affenkindern heran, fühlt sich aber durch ihre Hänseleien stets als Außenseiter. Obwohl er rasch lernt sich mit seinen Möglichkeiten so schnell wie die Affenjungen an den Lianen zwischen den Urwaldbäumen hindurch zu schwingen und sich zu bewegen, bleibt ihm von früher Zeit an sein Anders-sein bewusst. Gefährten und Freunde findet Tarzan aber in Terk, dem Gorillamädchen und dem Elefantenjungen Tantor, mit denen er lustige und aufregende Abenteuer erlebt. Vergeblich versucht er den Respekt seines Ziehvaters zu gewinnen, der stets befürchtet, dass Tarzan einmal zu seinesgleichen zurückkehren wird. Eines Tages begegnet der inzwischen erwachsen gewordene Tarzan tatsächlich anderen Menschen, die für eine Expedition in den Urwald eingedrungen sind. Der Naturforscher Professor Porter und dessen Tochter Jane sind in Begleitung des ungestümen Großwildjägers Clayton. Tarzan rettet die junge Jane vor einer sie verfolgenden Horde Affen. Durch diesen Zwischenfall kommen die beiden sich näher und verlieben sich ineinander. Von nun an lernt Tarzan die Welt der Menschen kennen, ihre Sprache, ihre Kultur und ihre Lebensweise. Um Jane, die kurz vor der Abreise steht, zum Bleiben zu überreden, nimmt Tarzan den Rat Claytons an und zeigt ihnen die gewünschten Forschungsobjekte: die Gorillas. Er bringt mit dem Überschreiten des Gebots, sich nicht den Menschen zu nähern und mit dem Verrat des geheimen Aufenthaltsortes der Gorillas, die Affengemeinschaft in Gefahr, besonders Kerschak, der von Clayton im Kampf getötet wird. Zu spät erkennt Tarzan, dass er mit seiner Verliebtheit und Gutmütigkeit auf die List des hinterhältigen Clayton hereingefallen ist, der nur die Absicht hatte auf Tierfang zu gehen und Trophäen zu erlegen. Tarzan begreift seine moralische Verfehlung und verteidigt die Tiere, die für ihn seine Familie geworden sind. Die Auseinandersetzung mit Clayton endet für letzteren tödlich, aber ohne Tarzans Schuld. Honoriert wird sein Einsatz mit

der Ernennung zum Nachfolger Kerschaks, also zum Herrn des Dschungels. Gekrönt wird das Happy End mit dem Bleiben der beiden Porters.

Inhaltlich bietet der Film kaum Neues. Wurde die Geschichte des Jungen, der im Dschungel von Gorillas großgezogen wird und dessen Stoff im fast gleichnamigen Roman von Edgar Rice Burroughs seine Vorlage hat, doch schon annähernd schon 50 Mal verfilmt. Disney setzt mit seiner Zeichentrickfassung erzählerisch auf Einfachheit. Viele Erzählstränge der Vorlage werden nicht zuletzt aus Rücksicht auf das Zielpublikum weggelassen, beziehungsweise neue eingefügt. Ein neu hinzugekommenes Element, das sich schon immer bei Disney-Filmen bewährt hat, ist das der komischen Figuren. Bei *Tarzan* finden sie sich in Terk und Tantor wieder, doch anders als gewöhnlich sorgen sie nur spärlich für Humor. Die witzigen Seitenhiebe wirken größtenteils verkrampft und auf kindliche Komik gedrillt, auch als Gegenpol zur dramatischen Handlung sind die neu eingebrachten lebenswerten Figuren kaum nötig. Denn der Bösewicht ist nicht nur uninteressant, sein Plan wird dem Zuschauer so spät mitgeteilt, dass für den Aufbau von Spannung gar keine Zeit bleibt. Es bleibt aus, Clayton als Widersacher, der den Helden wirklich in Gefahr bringen könnte, darzustellen. Als Freund und Begleiter des Helden sind das Affenmädchen und der Elefantjunge dennoch von Belang. Ein weiterer schwacher Punkt sind die menschlichen Figuren, die zeichnerisch auf der Strecke bleiben. Kritikwürdig ist nicht die Unvollkommenheit allgemein, oder der Mut zur Hässlichkeit, sondern, dass die wie Karikaturen anmutenden Gesichter es kaum zulassen, Jane und Tarzan *anzunehmen*. Davon abgesehen, bleibt dem Zuschauer kaum Gelegenheit zu beurteilen, wie schön oder hässlich sie sind, denn der Film wird in einem so irrwitzigen und rasanten Tempo erzählt, dass ein längeres Betrachten einzelner Szenen gar nicht möglich ist. Das nicht besonders ausgefeilte und solide Handlungsgerüst wird durch die Hektik der Bilderfolgen zu kaschieren versucht. Der Zuschauer bekommt durch sie eine Hochspannungsdramaturgie geboten. Die Akzentuierung auf die formalen Elemente lassen den Inhalt und die Handlung in den Hintergrund rücken. Die Reizung, das Bombardement mit Visuellem sticht heraus. Der Wechsel zwischen dramatischen und ruhigen Szenen, der die meisten bisherigen Disney-Filme sonst auszeichnete, wird in *Tarzan* weitgehend abgelegt und folgt damit dem allgemeinen Trend.

Zeichnerisch, beziehungsweise trickfilmtechnisch ist der Film innovativ und eindrucksvoll, denn wie schon immer bei Disney war man auch hier bestrebt, dem gezeichneten Bild räumliche Tiefe zu geben. Die Bildtiefe wirkt beeindruckend realistisch. Die Dreidimensionalität kommt besonders bei den Szenen zum Tragen, in denen Tarzan (einmal auch mit Jane) rasant und akrobatisch über die Baumäste surft und sich im Urwaldgestrüpp von einer Liane zur anderen

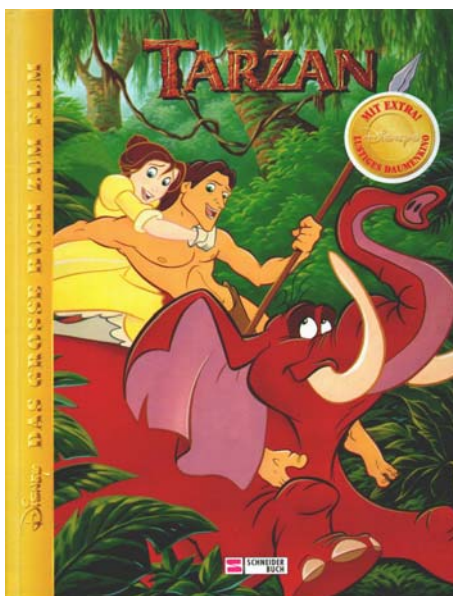


schwingt. Allerdings wird der Effekt dieser dynamischen Sequenzen durch die vielen Wiederholungen und Variationen überstrapaziert, die kaum enden wollen und den Zuschauer ermüden. Gerade mit der Trickfilmtechnik kann die Geschichte näher am Original bleiben, als dies Realfilmen je möglich wäre. Die Technik kann die fehlende inhaltliche Ausgereiftheit aber nicht ganz kompensieren, so ergibt diese Tarzan-Verfilmung keine gelungene Einheit.

Dieser 37. lange Disney-Zeichentrickfilm fügt sich nahtlos in die Thematik der letzten ein, nämlich den Vater-Sohn-Konflikt, beziehungsweise die Thematik der missverstandenen Hauptfigur, die hier zudem hin- und hergerissen ist zwischen der Tier- und der Menschenwelt, die erst im Laufe der Zeit die wahre Bedeutung von Familie kennen und schätzen lernt. Die Familie für Tarzan ist vor allem seine Zieh Mutter, bei ihr ist er wohlbehütet und umsorgt. Sie bietet ihm absoluten Schutzraum, auch wenn die Umwelt noch so feindlich gesinnt ist.

Das Hauptmotiv Familie findet sich auch musikalisch wieder, was fast schon ein ehernes Gesetz bei Disney-Zeichentrickfilmen ist. Zum ersten Mal kommt die Musik aber nur aus dem Off, die Figuren selbst singen nicht. Die Kompositionen sind also nur als Hintergrundmusik integriert. Der englisch lautende Filmsong *You'll Be in My Heart* wurde 1999 mit einem Oscar ausgezeichnet. (o.V. 2000/2001) Wie bei Disney üblich geht es mit übertriebenem Pathos neben dem Thema Familie und Mutterliebe, um Völkerverständigung. Phil Collins hat es sich nicht nehmen lassen, die bedeutungsschwangeren Liedtexte auch auf Deutsch einzusingen. Durch den deutlich herhaushörbaren englischen Akzent ist vom Text allerdings nicht viel zu verstehen, außer dem alles entscheidenden Wort: „... Familie ...“.

## Das Buch



**Tarzan (1999). München: Egmont Franz Schneider. (Disney Das grosse Buch zum Film).**

Interessant ist es nun herauszufinden, wie dieser Film, der so stark auf visuelle Reize und Animation setzt, verbucht wird. Im Egmont Franz Schneider Verlag ist in der Reihe *Disney Das grosse Buch zum Film* das entsprechende Disney-Filmbegleitbuch erschienen.

Gleich auf den ersten Blick stechen die satten und farbenprächtigen Grafiken heraus, die wie es scheint nicht extra angefertigt wurden, sondern direkte Abzüge aus dem Film und genau so in irgendeiner Einstellung zu sehen sind. Sie wurden nicht einmal nachbearbeitet um beispielsweise Bewegung anzudeuten. So bleiben die Figuren auf den abgedruckten Bildern starr und unlebendig. Besonders Tarzan, der im Film so wahnsinnig schnell, wie ein moderner Skateboard-Fahrer, die gigantischen Äste hinunterfährt, dass man mit den Augen kaum *hinterherkommt*, ist eingefroren, was komisch und unverständlich wirkt. Aus dem Buch erfährt man nichts über seine geniale Art der Fortbewegung. Selbst der Text versucht es nicht zu beschreiben, spart es dagegen ganz aus:

„Der Pavianfamilie gefiel es nicht, was Jane da mit dem Kleinen machte. Wütend gingen sie auf die junge Frau los und jagten sie durch den Dschungel. Zu ihrem Glück erschien Tarzan und brachte sie vor den Affen in Sicherheit.“ (S. 44)



Mit keinem Wort wird, wie der hier zitierte Text beweist, die Gefährlichkeit angedeutet und es wird keineswegs beschrieben, wie schwer es ist die Affen abzuschütteln. Angsteinflößende und spannungsgeladene Film-Szenen werden bis zur dramaturgischen Unbrauchbarkeit heruntergefahren. Dazu wird nur floskelhaft und mit abgedroschenen Wendungen das allernötigste in Worte gefasst, wobei selbst das immer nur aus der Sicht eines nicht beteiligten und über allem stehenden Erzählers geschieht. Dieser wiederum bringt nur dann innere Gefühle der einzelnen Figuren zum Ausdruck, wenn es absolut offensichtlich ist und sich dem Leser auch allein aus den Bildern erschlossen hätte. Nicht einmal die wörtlichen Reden können die personale Sicht erzeugen, es ist somit nur schwer nachzuvollziehen, was in den einzelnen Figuren vorgeht. Insgesamt wird die

Geschichte nur vordergründig in linearer Abfolge getreu der Filmversion nach-erzählt. Ausgespart wird alles, was nicht unmittelbar zur Handlung gehört. Dazu zählen sämtliche humoristischen Szenen mit Terk und Tantor. Der Ausspruch Tantors vor dem Baden:

„Mami, ist das Wasser auch wirklich keimfrei? Es kommt mir ziemlich suspekt vor!“ (DVD-Kapiel fünf)

der auf Situationskomik angelegt ist und für Kinder und Jugendliche, wie auch für Erwachsene den Unterhaltungswert ausmacht, fehlt im Buch. Auch die anderen Witze und Wortspielereien sucht man vergebens, sie werden auch nicht durch Neue ersetzt. So bleibt die Geschichte nüchtern und ohne jeden Spaß – jedenfalls für die Leser, die die Gags zu den Situationen nicht aus dem Gedächtnis abrufen können.

Spannung und Unheil werden in den Kapitelüberschriften angekündigt. Das gibt Kindern beim Lesen Sicherheit. Verwendet wurden etwa folgende:

„Sabor greif an“ (S. 33)

„Claytons heimtückischer Plan“ (S. 60)

„Tarzan sagt Lebewohl“ (S. 70)

Positiv auffallend ist die Lösung für den Zeitsprung, das heißt das Heranwachsen des Babys bis zum jungen Mann. Tarzans Entwicklung wird im Buch, genau wie im Film, nicht einfach übergangen sondern dem Leser, bzw. Betrachter in einem collagenartigen Bild präsentiert. Der Wechsel zwischen der vorherigen und der nachfolgenden Szene ist damit nicht so abrupt und erleichtert den Perspektivenwechsel.

Die bildlichen Abdrucke nehmen großflächig ausnahmslos auf allen Seiten den meisten Platz ein. So ergibt sich eine wesentliche Gemeinsamkeit von Film und Buch: Das was man sich mit den Augen erschließen kann, hat absoluten Vorrang. Text, der im Kopf der Leser erst in Bilder decodiert werden muss, wird nur spärlich eingesetzt. Die höhere Wertigkeit der Bilder gegenüber dem Text wird schon allein durch die Anordnung zum Ausdruck gebracht. Die Textzeilen sind dicht an den Rand gedrängt, während das Bild zentral ausgerichtet den gesamten Platz einnimmt.

Seit längerem lässt sich die Tendenz beobachten, dass immer mehr Zeitschriften und auch Bücher mit Fancy-Artikeln ausgestattet sind, die genau auf die Zielgruppen zugeschnitten sind und die Attraktivität des reinen Produkts erhöhen. Bei dem hier vorliegenden Buch hat der Egmont Franz Schneider Verlag ein zusammenbastelbares Daumenkino mit Tarzan und Kala beigelegt.

Die Autoren, beziehungsweise der Verlag holt auch für dieses Filmbegleitbuch sein längst schon erstelltes und, nach den Verkaufszahlen zu schließen, bewährtes Konzept aus der Schublade und presst den reduzierten und verdichteten Filmstoff in bekannter Manier hinein.

### **3.4 Ein Königreich für ein Lama**

#### **Der Film**

Fun und Groove bestimmen das Leben des arroganten und egomanen Inka-Kaiser Kusco inmitten des südamerikanischen Bergkönigreichs. Der kurz vor dem achtzehnten Geburtstag stehende junge König, der sich für beliebt und vergöttert hält, genießt das Leben mit all seinen Vorzügen. Er führt in seinem Palast ein dekadentes Luxusleben. Für ihn ist nichts wichtiger als sein eigenes Wohlbefinden, seine Genüsse und seine Launen. Sein Regieren ist genauso ausgelegt. Es dreht sich in erster Linie nicht um das Wohl des Volkes, sondern um sein persönliches Wohlergehen. So eröffnet er beispielsweise dem aus der Provinz kommenden Pacha, nachdem dieser ihn, zunächst nichts ahnend, über den schönen Sonneneinstrahl auf das Dorf informiert hat, die Baupläne für sein überdimensioniertes Sommerhaus Kuscotopia, das dann genau an dieser Stelle errichtet werden soll. Für dieses Geschenk, das der Herrscher sich selbst zur Volljährigkeit machen will, muss das Dorf rücksichtsvoll weichen.

Die königliche Beraterin Isma, die selbst gerne an seiner Stelle wäre, neidet ihm das angenehme Leben. Sie versucht, indem sie den von Kusco kaum wahrgenommenen Pflichten nachkommt, das Reich in ihrem eigenen egoistischen Sinn zu regieren. Als Kusco wieder einmal dahinter kommt, kündigt er der von ihm wenig geschätzten Isma. Damit nimmt sein bisher unbeschwertes Leben eine plötzliche Wendung, denn die entlassene Beraterin rächt sich aus Herrschsucht und Machtgier. Anstatt ihn aber, wie geplant, mit Gift umzubringen, wird Kusco, durch die Schusseligkeit des Assistenten Kronk, mit einer gemischten Tinktur in ein Lama verwandelt. Zum niederträchtigen Nutztier verkommen und aus dem Palast in den Urwald verschleppt, muss er nun allein und verlassen in einer Welt überleben, die ihm ziemlich fremd ist. Der herzengute Bauer Pacha, auf den er trifft, bietet ihm die einzige Möglichkeit zurück in seinen Palast zu kommen. Das ungleiche Paar begibt sich auf den Weg zurück. Durch all die nur gemeinsam zu bestehenden Gefahren und Schwierigkeiten wird Kuscos Sicht der Welt, die bisher voller Egoismus und Rücksichtslosigkeit ist, bekehrt. Er lernt die Bedeutung von Hilfsbereitschaft kennen, erfährt was Freundschaft heißt und lernt sie zu schätzen. Nach einer gewonnenen und glücklich über-

standenen abenteuerreichen Verfolgung, die Isma aufgenommen hat, kann er geläutert und mit dem entsprechenden Elixier zurückverwandelt auf seinen Thron zurückkehren.

Die ursprünglich auf präkolumbischen Legenden beruhende und eher ernst und dramatisch angelegte Geschichte wurde mitten in der Herstellung wieder aufgegeben und gegen die jetzige realisierte, spritzige und witzige Geschichte eingetauscht. (Platthaus 2001 S. 245) Die überdrehte Inszenierung fällt aus dem Rahmen der sonst zum Disney-Repertoire zählenden betulichen, süßlichen und niedlichen Zeichentrickfilme. Doch die Verfolgung einer neuen erzählerischen Konzeption wurde gleichfalls mit hohen Zuschauerzahlen honoriert. Dieser Film vom Jahr 2000 ist einer der bislang letzten Höhepunkte des Disney-Zeichentrickwerks.

Die frische originelle Komödie „Ein Königreich für ein Lama“ ist aberwitzig und rasant erzählt. Das Komödiantische hat in dieser Produktion absoluten Vorrang. Es reicht von zynischen und sarkastischen Kommentaren, pointierten Bemerkungen über turbulente Slapstickszenen bis zur komischen Ironie. Die größte Überraschung, die diesen Film zu einem ganz eigenen Stil verholfen hat, ist die für Disney absolut untypische, nicht lineare Erzählweise. Die Hauptfigur Kusco wechselt von einer Lebensform in eine andere, und das erlaubt ihr, das eigene Leben aus einer anderen Perspektive zu sehen. Im Grunde ist es die Geschichte über jemanden, der aus der Distanz seine Entwicklung begleitet und reflexiv kommentierend erzählt. Der verzogene junge Kaiser, der noch nie in seinem Leben auf die Idee kam, auch an andere zu denken und nicht nur immer an sich selbst, ändert durch die ihm widerfahrenen Geschehnisse seine Lebenseinstellung. Um den Zuschauer aber nicht mit einer gewöhnlichen Entwicklungsgeschichte zu langweilen, beginnt der Film mitten im Handlungsverlauf. So erfolgt der Einstieg nicht mit dem feudalen königlichen Leben im Palast, sondern mit der Situation, in der der bereits verwandelte König als Lama ganz einsam und verlassen, nass und ängstlich mitten im Urwald zusammengekauert und so gar nicht königlich liegt. Mit einem voice-over-Kommentar spricht der Protagonist den Zuschauer selber an und erklärt ihm die Situation. Um die von ihm gemachten paradoxen Aussagen zu beweisen (nämlich ein wirklicher König zu sein) und die gesamten Zusammenhänge aufzuzeigen, wird das bereits Geschehene mit einer als Dia-/Filmprojektor- aufgemachten Rückblende erzählt, allerdings aus der momentan aktuellen Situation, also als im Urwald liegendes Lama. Während des Handlungsverlaufs vermischt sich dieser muntere, manchmal sehr zynische, aber auch selbstironische Plauderton mit dem Gesprochenen in der gerade vorgezeigten Situation. Dadurch hat der Erzähler und gleichzeitige Protagonist die Wahl zwischen den verschiedenen Erzählperspektiven und

kann die Handlung lenken, wie auch eine stärkere Fokussierung zum Beispiel auf einzelne Personen und Gegenstände einbauen. Stark in den Vordergrund nimmt sich der Erzähler natürlich selbst. So wird beispielsweise eine absolut handlungsferne Einstellung, in der ein käferfressendes Äffchen gezeigt wird, folgendermaßen kommentiert:

„Ähm, hallo?! Was soll das mit dem Äffchen und dem Käfer? Entschuldigung, hier geht's um mich!“ (26. Minute),

aus dem Bild geworfen und verbannt. Die nächsten Bilder zeigen dann wieder Kusco oder das, was ihn betrifft oder mit ihm zu tun hat. Die manchmal nicht übereinstimmende, das heißt divergierende Einheit Bild-Gesprochenes und die darauf unmittelbar erfolgende Abqualifizierung aus dem Off ist nur ein Teil des humoristisch-witzigen Kompendiums des Films. Für zunächst verduztte, dann sicher schmunzelnde Zuschauer sorgt gewiss auch die 31. Minute, die die gerade dargestellte Szene noch überbietet: Pacha kehrt von der Audienz in sein Dorf zurück, bringt es aber nicht übers Herz, seiner Frau davon zu erzählen, dass sie sich bald eine andere Heimat suchen müssen, weil der Kaiser für diesen Ort andere Pläne hat. Bedrückt und tief traurig setzt er sich neben seinem Karren auf eine Bank vor dem Haus. Plötzlich wird der Film abrupt angehalten und diese Situation wird nur noch als verblasstes Standbild eingeblendet. Das Lama Kusco taucht davor auf und meint:

„Ääh, hallo ... ich bin's ... dauert nicht lang ... Ähm, ich bin immer noch auf dem Wagen, wisst ihr noch? Hier geht es um mich“ (kreist mit einem Markierstift den Sack auf dem Wagen ein, in dem er steckt) „– nicht um ihn“ (malt ein X über Pacha). „Okay?! Alles klar! Gut, dann machen wir jetzt weiter und ich halte still.“ (geht aus dem Bild, taucht dann doch wieder auf und malt dicker über die Stelle an der der Bauer zu sehen ist, schaut verduzt in die Kamera) „äääh ...“ (grinst und tritt endgültig ab, der Film läuft weiter)“

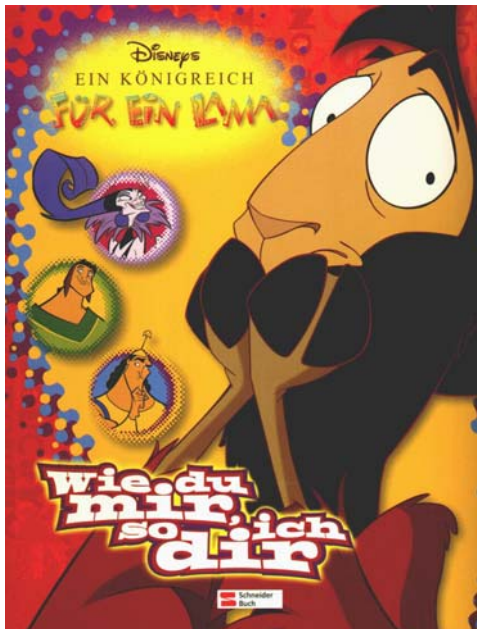
Das Eingreifen in die zeitliche Abfolge, die verdrehte und vermischte Schichtung der Zeitebenen sorgt nicht nur für Situationskomik, sondern hilft vor allem jüngeren Zuschauern, mit der teilweise rückwärtsgewandten Erzählung zurecht zu kommen und sie zu verstehen. Außerdem wird das Publikum so dazu gebracht, von Anfang an mit Kusco zu fühlen, obwohl er arrogant ist, da man schon weiß, dass er ziemlich bald von allen herumgestoßen wird und dass er noch nie einen echten Freund hatte.

Damit der Zuschauer die Wandlung vom egoistischen zum rücksichtsvolleren Kusco auch „live“ erlebt und nicht nur erzählt bekommt, fällt der im Hintergrund

sprechende Kusco ab der 59. Minute weg, also sobald die Handlung an der Ausgangssituation angelangt ist.

Der Film lebt von seinen Charakteren, insbesondere dem des selbstüchtigen Lamas. Ganz besonders für diese Figur wurde mit Michael Herbig eine erstklassige prominente Stimme für die deutsche Synchronisation gefunden. Der Humor des Films entspringt aus seinen verschiedenen Charakteren. Lachen und Humor besitzen einen hohen Stellenwert in den Erwartungen der Kinder an einen Film. Sie kommen hier zu genüge vor, doch die Redewendungen und die Zeitgeistspielungen erschließen sich eher einem erwachsenerem Publikum als Kindern. Diese Metaebene spricht für die Qualität von *Ein Königreich für ein Lama*.

### Das Buch



**Ein Königreich für ein Lama. Wie du mir, so ich dir. (2001). München: Egmont Franz Schneider.**

Vom konventionellen Filmbegleitbuch des Egmont Franz Schneider Verlags hebt sich die folgend untersuchte Verbuchung deutlich ab, indem sie die nahezu gleichen Inhalte in moderner Verpackung transportiert. Beispielsweise dienen die poppige äußere Aufmachung, das Softcover und das Aufgreifen comic-hafter Gestaltungselemente als oberflächige Verpflichtung gegenüber dem juvenilen Rezipienten. Die Anregung zu dieser Idee kommt aus dem Film selbst,

der „mit Versatzstücken vor allem aus den Cartoons der vierziger Jahre spielt.“ (Platthaus 2001 S. 245)

Das Heft hält sich bei Figurenanlage und Schauplätzen detailgetreu an die Vorlage, löst jedoch die Erzählweise des Films auf und passt sie in einem neu geschaffenen Konzept den Erfordernissen des Mediums an. Eine kurze Beschreibung der Charaktere findet sich auf dem hinteren Umschlag des Hefts. Die Haupt- und Nebenfiguren besitzen identische Eigenschaften und auch die Konstellation der Figuren wurde nicht verändert. Ein wesentliches Leistungsmerkmal dieses Filmbegleitbuchs ist der Dialog beziehungsweise der Vortrag. Ausgehend vom Protagonisten wird hier ebenfalls rückwärtsgewandt von König Kusco erzählt, dessen Geschichte eigentlich erst, wie es der Untertitel schon

andeutet, durch die Rache Ismas begann. Doch anders als im Film sind hier die vier Personen um dem Zuschauer *versammelt*, der öfters direkt angesprochen wird

„Ihr glaubt bestimmt, es wär locker, König zu sein. ...“ (S. 2)

„Aber **meine** Idee war das mit dem Gift NICHT, liebe Leser!“ (S. 18),

um die komplette, abgeschlossene, bereits stattgefundene Geschichte zu erzählen. Dabei soll, so ist es angeblich vereinbart, jeder der vier die Chance haben, seine Version der Begebenheiten darzustellen. Natürlich halten sie sich nicht streng an die Abmachung und reden dem gerade Erzählenden dazwischen, revidieren seine Aussagen mit der eigenen Sichtweise, ... etc. Trotzdem gelingt es die Handlung dem Leser einigermaßen chronologisch zu berichten. Negativ auffallend ist die starke Straffung der letzten, alles entscheidenden Szene, in der das Lama mit Isma um die Mensch-werden-Tinktur kämpft und in allerlei andere Tiere verwandelt wird, bevor es zum Happy End kommt. Einerseits habe ich den Eindruck, den Autoren ist zum Schluss der Platz ausgegangen und mussten deswegen kürzen und lassen es Kusco wie folgt begründen:

„Aber den Rest der Story sollten wir ein bisschen STRAFFEN, oder? Ich meine, wen interessiert's schon, wie wir im Palast das Geheimlabor und die vielen Fläschchen mit den Tier-Extrakten fanden? Oder wie wir sie alle austesteten und dabei in lauter Tiere verwandelt wurden ...“ (S. 61)



Andererseits ist der Inhalt der Geschichte für das Buch dramaturgisch gesehen nicht so wichtig, wie er es für den Film ist. Auf der Freundschaftsgeschichte zwischen Kusco und Pacha liegt wesentlich mehr Gewicht, diese wird daher auch gut zum Ausdruck gebracht.



„... Da wusste ich, dass Patcha mein einziger Freund war. Immerhin wäre ich ohne ihn nicht mehr am Leben gewesen.“ „Vielen DANK mein **FREUND.**“ (S. 61)

Der Witz wird ausschließlich durch die Gesprächssituation erzeugt, aber das sehr effektiv. Daneben kann das Buch durch die Dialoge eine präzise, atmosphärisch dichte mehrdimensionale Charakterisierung von Personen liefern, die diesen eine andere Wertigkeit als im Film verleiht. Damit werden einige Akzente verschoben. Die Charakterisierung von Orten und Schauplätzen bleibt mit sprachlichen Mitteln aus, wird höchstens mit den visuellen Mitteln geleistet. Das ist nicht unbedingt ein Defizit, denn so wie die Geschichte erzählt wird, ist diese Charakterisierung nicht unbedingt notwendig und wird daher nicht vermisst.

Text wird durch Sprechblasen, Blockkommentare oder lautmalerische Schriftgraphik in das collagenartig zusammengesetzte Bild integriert. Um die Sprechblasen zuordnen zu können, sind jeweils klein daneben die typischen Kopfbedeckungen, beziehungsweise die Kleidungsstücke abgebildet, sofern nicht die ganze Person zu sehen ist. Die schon aus dem Film bekannte lockere Sprechweise mit umgangssprachlichem Wortschatz wird hier fortgesetzt, passt sich optimal in die restliche Gestaltung ein und macht das Filmbegleitbuch als Comic stimmig. Eine kleine Disharmonie gibt es allerdings: die Namen werden in zwei unterschiedlichen Schreibweisen verwendet. So zum Beispiel „Kusco“ und „Kuzco“, „Pacha“ und „Patcha“.

„Ein Königreich für ein Lama. Wie du mir, so ich dir“ ist ein Buch, das nicht dicht an der Vorlage des Films klebt, sondern davon gelöst die gleiche Geschichte auf interessante Weise erzählt. Es trifft mit Sicherheit den kindlichen und jugendlichen Publikumsgeschmack und trägt ihm Rechnung.

### 3.5 Zwischenfazit

Durch den Vergleich verschieden alter und erfolgreicher Filme konnten bestimmte Gesetzmäßigkeiten, Regeln und Tendenzen für Filmbegleitbücher festgestellt werden.

Die Vielfältigkeit der Literaturform Filmbegleitbuch konnte nur ansatzweise aufgezeigt werden. Wirklich gelungene Adaptionen, sind seltene Einzelfälle. Überwiegend finden sich auf dem Markt mit Büchern zum Disney-Zeichentrickfilm wenig ambitionierte und lieblos gemachte Kopien, deren Spannungsstruktur nur auf die allernotwendigste Handlung reduziert ist, denen Humor fehlt – die einen niedrigen künstlerischen Standard haben. Sie können nur sehr eingeschränkt für sich allein bestehen, erhalten ihre Existenzberechtigung allein durch den

Film. Die Bücher werden dennoch stark nachgefragt, wird doch auf der Minmalebene des Rezeptionsvermögens gearbeitet, was widerstandsfreien Konsum ermöglicht, zusätzlich motiviert durch die Freude an den Bildern. Filmbegleitbücher, in Form unkomplizierter Übernahme filmischer Stoffe, können als Vereinigung von Bild und Text wirken, sie ermöglichen Wiederholung und Nachvollziehen. Die Geschichte kann sich aber eben nur dann akzeptabel und verständlich entfalten, wenn der Leser während der Lektüre die Filmbilder als Folie zum spärlich dialogorientierten Text abspulen kann. Die Disney-Filmbegleitbücher sind also zusammengefasst meist trivial und haben nur begrenzten Gebrauchswert.

Die ursprünglich eingeplanten Vergleiche zu den Filmen *Schneewittchen und die sieben Zwerge*, *Arielle*, *die Meerjungfrau*, *Der König der Löwen*, *Aladdin* und *Pocahontas* ... etc. wurden daher wieder aus meiner Konzeption genommen, da sie alle nur von Büchern begleitet werden, die in der Art, in ihrer Aufmachung und ihrer Funktion nicht anders sind, als die, die ich hier besprochen habe. Sie sind alle ebenfalls aus dem Egmont Franz Schneider Verlag in der Reihe *Disney Das grosse Buch zum Film* oder in *Walt Disney classics* erschienen und unterscheiden sich nur inhaltlich, d.h. von der Geschichte her. Und dies vornehmlich darzulegen ist nicht Thema dieser Arbeit.

## 4 Disney-Filmbegleitbücher

### 4.1 Geschichtlicher Hintergrund

Ausschlaggebend und Voraussetzung für die Entstehung von Film- und Fernsehbegleitbüchern war zweifellos die Erfindung des Films und dessen Weiterentwicklung zum Fernsehen sowie der stetige Konsum dieser Medien. Die Verbindung und die Beziehung zwischen Kinoindustrie und Buchmarkt kam schnell zustande und war von Anfang an nicht einseitig. Genauso wie Filmproduzenten daran interessiert sind, besonders erfolgsträchtige Literatur als Stofflieferanten für ihre Filme zu benutzen, so haben die Verlage bereits früh die Chance wahrgenommen, an dem Erfolg eines Films mit dem „Buch zum ...“ oder „nach dem gleichnamigen Film“ zu partizipieren. Die ersten so etikettierten Buchausgaben der 1920er Jahre, die nach Filmen erschienen versuchten so, gezielt an den Erfolg eines Filmes anzuknüpfen. Sie enthielten zunächst den teils gekürzten originalen Text und wurden überdies meist zusätzlich mit Filmfotos ergänzt. (Gfesser 2001 S. 7f)

Mit dem weltweiten Erfolg der Trickfilmfiguren aus dem 1927 gegründeten Studio Walt Disney Productions (o.V. 2000/2001) entstanden die ersten Disney-Bücher. Die Geschichten der Filme werden Mitte der 1930er Jahre auch für deutsche Kinderbücher bearbeitet. Neben dem reinen Nacherzählen entstanden ebenso neue Erzählungen mit den aus den Filmen bekannten Figuren. (Baumhauer 1993 S. 39) Das vermutlich erste deutsche Disney-Buch titelt *Micky Maus – Ein lustiges Filmbildbuch* und erschien 1931 im Berliner MAN-Verlag. Abgesehen von den Bilderbüchern begegnete man der Micky Maus in schriftlicher Form noch in Comics und in Zeitschriften, die die amerikanischen Zeitungsstrips abdruckten. (Pätzold 2001 S. 10)

Nach Kriegsende wurde in den 1950er Jahren der Film zum attraktivsten Unterhaltungsmedium in Deutschland, ausgelöst durch die amerikanischen Unterhaltungs- und Familienfilme, die Massen von jungen und alten Zuschauern in die Kinos zogen. Damit nahm der Film zum ersten Mal einen höheren Stellenwert als die Printmedien ein. Aus diesem Grund stieg wohl auch die Zahl der Kinderbücher, die nach Vorlagen der Filme entstanden.

„Eine spezifische Form sind Sammelbideralben, von Margarine-, Zigaretten-, Haferflockenfirmer herausgegeben, die ihren Produkten entspre-

chende Einzelbilder mit Zeichnungen nach oder Fotos aus Filmen beilegen.“ (Heidtmann 1991 S. 4)

Diese Alben erzählen entweder den Film knapp nach und enthalten dazu kurze Bildunterschriften oder es wird auf einen zusammenhängenden (Nacherzähl-) Text verzichtet und die Abbildungen werden stattdessen mit ausführlichen Bildunterschriften versehen. Zur gleichen Zeit entstehen aber noch weitere Arten von Filmverbuchungen. Verlage beginnen damit, neu geschriebene Kinderbücher nach Filmen herauszugeben, wie sie heute im Trend liegen. Vorrangig handelt es sich dabei um Übersetzungen aus dem Amerikanischen. Dominierend waren bereits damals Titel, die auf die Zeichentrickfilme von Walt Disney zurückgehen. (Heidtmann 1994 S. 64) *Alice im Wunderland*, *Robin Hood*, *Cinderella*, *Schneewittchen* (Gruber 1999 S. 9) und das im Kapitel 3.1 (vgl. S. 22f) bereits vorgestellte Buch *Bambi* brachte der Stuttgarter Blüchert-Verlag seit 1950 in großen Auflagen als Buchreihe heraus. (Heidtmann 1993 S. 10) Die Filme werden darin knapp nacherzählt, angereichert mit ganzseitigen farbigen sowie zahlreichen schwarz-weiß Illustrationen.

Das stark nachgefragte Disney-Material veranlasste den Ehapla Verlag, die abendfüllenden Disney-Trickfilme in seiner Kinderzeitschrift *Mickyvision* als Comic-Fassungen zu veröffentlichen. So kamen 1962 bis 1964 neben den üblichen Micky Maus-Geschichten, unter anderem *Pinocchio* und *Bambi* zum Abdruck. (Harsch 1992 S. 13)

Der Trend zum Film- und Fernsehbegleitbuch war in der Geschichte noch nie so groß wie heute und nimmt seit den 1970er Jahren immer größere Ausmaße an. (Heidtmann 1994 S. 64) In den vergangenen Jahren zeigte sich, dass der Markt von Film- und Fernsehbegleitbüchern beständig wächst. Was auf der Leinwand oder auf dem Bildschirm ausgestrahlt und womöglich (großen) Erfolg hat, wird meistens auch als Printausgabe gut verkauft. Film und Fernsehen, letzteres vor allem durch sein überreiches Serienangebot, bieten ein großes Spektrum an Möglichkeiten, Stoffe und Figuren auszuwählen, sowie diese in Buchform zu übernehmen.

## 4.2 Egmont Franz Schneider Verlag

Da der Film als Ausgangsmedium einen Stoff bereits so stark popularisiert, dass weitere Werbung eigentlich nahezu überflüssig ist, sind Bücher nach Filmen für die Verlage in den vergangenen Jahren als leicht verkäufliche Ware immer wichtiger geworden. Als Käufer finden sich vor allem Kinder und Jugendliche, die intensiv und zeitaufwändig durch audiovisuellen Medien sozialisiert worden sind. (Heidtmann 1991 S. 6) Ihr Blick ist bei der Auswahl von Literatur

daher vornehmlich auf bereits Bekanntes gerichtet. Somit ist für Verlage im Kinder- und Jugendbuchsektor das Verbuchen von Filmen und Fernsehstoffen notwendig, wenn nicht sogar die einzige Möglichkeit, sich einen möglichst großen Marktanteil am gesamten Kinder- und Jugendbuchumsatz zu sichern. Die Hoffnung liegt auf dem Vorzug des problemlosen und überdurchschnittlichen Profits. Verständlich, dass immer mehr Kinderbuchverlage auf die Verzahnung mit audiovisuellen Medien setzen. Sie sind bereit, immer höhere Lizenzgebühren für die Nutzung von Motiven aus Filmen zu zahlen. Es gilt daher für Verlage, sich möglichst schnell und dauerhaft die Lizenzen zu sichern, die am erfolgsversprechendsten sind.

Gerade Disney garantiert seit Jahrzehnten Dauererfolg und gewaltige Umsätze. Alle Produkte der Company haben sich mittlerweile fast zu Selbstläufern entwickelt. Die Eigendynamik erklärt sich auf dem Hintergrund der etablierten Marke. Die Buchrechte wurden in Deutschland – „einmalig wie längerfristig – an verschiedene lizenznehmende Verlage vergeben“. Der Fischer Verlag in Göttingen und der Horizont Verlag „bieten jeweils etliche Titel mit Disney-Charakteren“ so beispielsweise *Micky und sein Rennwagen* an. (Heidtmann 1993 S. 11) Die Lizenzen aber für die Begleitbücher zu den abendfüllenden Disney-Zeichentrickfilmen befinden sich, was den deutschsprachigen Kinderbuchmarkt betrifft, seit dem 1. Juli 1992 exklusiv im Besitz des Egmont Franz Schneider Verlags. (Schneider 2000 S. 22) Mit dem Erwerb dieser Lizenz hat der Verlag die Option auf alle zukünftigen Walt Disney Zeichentrickproduktionen für sich sichern können. Der Egmont Franz Schneider Verlag nimmt damit erstmals Medienverbundliteratur in sein Programm auf und räumt ihr als deklarierten Schwerpunkt einen festen Platz ein. (ebenda) Nicht zuletzt durch dieses Privileg hat sich der Verlag unter anderem zum Marktführer im Bereich der Film- und Fernsehbegleitbücher entwickelt, beziehungsweise avancierte zum führenden Kinder- und Jugendbuchverlag.

Gegründet wurde der Verlag am 1. April 1913 in Berlin durch Franz Schneider senior (Gruber 1999 S. 13) und etablierte sich bereits in den 1920er Jahren im Kinder- und Jugendbuchbereich. Bis in die 1970er Jahre hinein produzierte der Verlag schwerpunktmäßig klassische Kinder- und Jugendromane. Unter Vertrag hatte man Autorinnen wie Berte Bratt, Marie Louise Fischer und Enid Blyton. Dieses Programm, das immer schon durch eher triviale Titel gekennzeichnet war, wurde mit Serien wie *Burg Schreckenstein* von Oliver Hassemcamp ausgebaut und erweitert. Der prägende Slogan „Kinder lieben SchneiderBücher“ (Schneider 2000 S. 11, 13) blieb nicht nur ein Werbespruch. Der Verlag zeichnet sich nach wie vor durch einen hohen Bekanntheitsgrad bei Kindern und Erwachsenen aus.

Seit 1985 befindet sich der Verlag im Besitz der dänischen Mediengruppe Egmont, zu dem unter anderen auch der Ehapa Verlag aus Stuttgart und der Pestalozzi Verlag aus Erlangen gehören. Der Egmont Franz Schneider Verlag ist in diesem Verbund aber als rechtlich selbstständige GmbH mit circa 50 Mitarbeitern in München tätig. (Gruber 1999 S. 13/ Schneider 2000 S. 13/o.V. 2002i)

Die anvisierte Kernzielgruppe im Alter zwischen vier und zwölf Jahren wird, wie Kapitel 2.3 gezeigt hat, vorrangig durch die Disney-Bildbände angesprochen und erreicht. Mit den unterschiedlichen Preis- und Buchkategorien, die das Disney-Buchprogramm enthält, werden die jeweils verschiedenen Leserschichten bedient. In der Regel erscheinen folgende drei Typen: *Disney Das grosse Buch zum Film* einem Hardcover-Einband mit 96 Seiten und das etwas kleinere Buch zum Film mit 80 Seiten, das es einmal mit einem Hardcover-Einband, wie auch mit einem Softcover-Einband gibt. Alle Titel werden im Vorfeld in einer hohen Auflage gedruckt, um der zu erwartenden Nachfrage gerecht zu werden. Neben Disney, das nur als ein Standbein gilt, werden heute noch weitere Film- und Fernsehbegleitbücher zu aktuellen TV-Serien und Kinofilmen angeboten und machen etwa einen Anteil von 30 Prozent des Gesamtprogramms aus. Daneben umfasst das Verlagsprogramm vorlagenfreie erzählende Literatur, vorrangig zu den Themenbereichen Mädchen (u.a. *Hanni und Nanni*), Pferde (u.a. *Wendy, Bille und Zottel*) und Abenteuer (u.a. *Grusel-Club* von Thomas Brezina), die von leichter Unterhaltung bestimmt ist und sich vorrangig als reines *Lesefutter* einordnen lässt. Für die jüngere Altersgruppe gibt es Vorlese- und Erstlesebücher. Auf die alleinige Konzentration von Begleitbüchern wollte sich der Verlag nicht verlassen, zu stark abhängig wäre man von den Disney-Zeichentrickfilmen. So verfolgt der Egmont Franz Schneider Verlag die so genannte „Misch-Strategie“ (Schneider 2000 S. 14), und hält mit seinen ungefähr 700 lieferbaren Titel und etwa 150 jährlichen Neuheiten ein Buchprogramm für drei- bis 16jährige bereit. (Schneider 2000 S. 13)

### 4.3 Begriffsbestimmung und Charakteristika

Unter einem Filmbuch versteht man das Buch zum Film. Der Film ist der Stofflieferant, das Buch nimmt die bereits bekannte Geschichte auf und erzählt sie in aller Regel einfach nur nach. In dieser Beziehung ist das Buch das untergeordnete Medium. Es kann sich meist kaum als eigenständige Literatur behaupten, und lebt nur von der durch das Ausgangsmedium ausgelösten Faszination. Vom Grundsatz her ist jedoch auch die Eigenständigkeit denkbar. Sie setzt bei Autor und Verlag allerdings entsprechende Ambitionen voraus, die Bilder mit literaturspezifischen Mitteln in Text zu übersetzen, das heißt, die Dramaturgie

und Erzählweise dem Medium anzupassen und sie eventuell neu zu interpretieren. Adaption heißt also nicht nur eine 1:1 Übertragung der Geschichte von einem Medium in das andere, sie geht weit über die bloße Transformation hinaus. Neben traditionell erzählenden Filmbegleitbüchern gibt es weitere Arten, wie zum Beispiel illustrierte Drehbücher oder Making-Ofs, die über die Vor- und Nachbereitung des Films und dessen Produktion informieren, die einen Blick hinter die Kulissen der Filmemacher gewähren oder ähnliches. Mit solchen Intentionen hat sich bisher leider kein versierter Autor an die Disney-Zeichentrickfilmstoffe gesetzt.

In den neueren Verbundsystemen ist die Literatur zunehmend seltener Rohstofflieferant. (Heidtmann 1997a S. 4) Stattdessen entstehen häufiger Buchfassungen nach der Vorlage von Filmen. Die so genannten Verbuchungen sind eingebettet in einen Medienverbund und dürfen dort nicht fehlen. Filmbegleitbücher sind nur ein Teil in der sich heute immer mehr ausweitenden medienübergreifenden Verwertung, neben Kalendern, Notiz- und Tagebüchern, Postkarten und Briefpapier, die noch dem Publishing-Bereich zuzuordnen sind, sowie Hefen, Spielfiguren, Abziehbildchen, Kuscheltieren, Zahnbürsten, T-Shirts, Tassen, Brettspielen und vielem mehr. „Die Palette prinzipieller Merchandising-Möglichkeiten deckt [...] den gesamten Food- und Non-Food-Markt ab.“ (Malaka 1999 S. 17) Die im Film verwendeten Stoffe und Figuren werden so bekannter gemacht, ihre Popularität wird gesteigert, sie haben die Funktion einer Erfolgstütze. Die Filme, die nur relativ kurze Zeit in den Kinos zu sehen sind, können mit ihrer Hilfe länger präsent gehalten werden. Darüber hinaus werden die Käufer an das Produkt beziehungsweise die Marke gebunden. Als Rückkopplung und Feedback kann das Ausgangsmedium Film höhere oder zumindest gleich bleibende Zuschauerzahlen erwarten.

### **Organisatorisches**

Die Lizenzierung muss frühzeitig geplant werden, damit das Buch zum Film zeitnah mit der Ausstrahlung des Films auf den Markt gebracht werden kann. So überschneiden sich die Konzeption und die Herstellung der Verbundliteratur mit den Dreh- beziehungsweise Zeichenarbeiten des Films. Ein gewisses Flop-Risiko kann nicht ausgeschlossen werden. Für den Egmont Franz Schneider Verlag kann dieses jedoch eingegrenzt werden, denn seit Jahren ist alles, was die Zeichentrickfilm-Abteilung des Disney-Studios herausbringt, ein Erfolg. Disney bürgt mit seinem Namen für Produktionen, die auf jeden Fall ihr Publikum finden. Seine alljährlich neu herauskommenden Kinofilme werden die Erfolgsserie der letzten Jahre kaum unterbrechen.

Der Erwerb einer Lizenz öffnet in diesem Fall zwar das Tor zum Erfolg, ist aber noch kein Schritt in Richtung Umsetzung. Normalerweise sind spezielle Merchandising-Agenturen zwischen den Lizenzgeber und den Lizenznehmer geschaltet. Die Walt Disney-Studios führen aber als einziges großes Hollywoodstudio die Nebenrechtsvermarktung selbst durch. (Niemann 1995 S. 9/s. Anhang S. 65b) Der ausgehandelte Lizenzvertrag enthält Regelungen über die Publikationsform, das Lizenzthema, die Laufzeit und die Lizenzgebühr. (Schneider 2000 S. 5)

Die Kalkulation eines lizenzierten Titels besteht zum größten Teil aus den, im Falle Disney anzunehmenden immens hohen Kosten für die Lizenz. Die eigentlich noch dazu kommenden Lektoratskosten und Autorenhonorare werden vermutlich so gering wie möglich gehalten, um die Gewinnspanne nicht noch weiter reduzieren zu müssen. Sie sind in dieser Berechnung der variable Teil, und noch am ehesten beeinflussbar.

Die Manuskripte für die Verbundliteratur allgemein, wurden zuerst bei internationalem Ausgangsstoff, aus dem Amerikanischen übernommen. Doch die Verlage sind inzwischen dazu übergegangen, die Texte selbst zu schreiben. (Niemann 1995 S. 9) In der Regel werden aber keine professionellen Autoren damit beauftragt, ganz im Gegenteil. Immer mit dem auf die Kostenentwicklung gerichteten Blick, machen sich die Lektoren und Redakteure der Verlage selbst ans Werk, den Stoff aufzubereiten und für die Printversion zu verfassen. Die Möglichkeit der Kosteneinsparung wird wohl der Beweggrund dafür sein. Beim Egmont Franz Schneider Verlag werden die Disney-Filmbegleitbücher vom dänischen Hauptsitz der Egmont-Verlagsgruppe aus konzipiert. Mit den zur Verfügung gestellten Manuskripten und dem Bildmaterial entstehen die Bücher, unter Absprache mit der Disney-Company. Jede davon ausgehende Übersetzung muss jedoch nochmals bei der jeweiligen Disney-Niederlassung in den einzelnen Ländern zur Freigabe eingereicht werden. (s. Anhang S. 65a)

Weitere Einsparpotentiale finden sich in der Werbung. Durch die große Ausstrahlungskraft des Films bewirbt sich das Buch fast von selbst. Werden aber trotzdem Kampagnen für nötig gehalten, lässt sich in Kooperation mit anderen Merchandising-Produkten der Marketingaufwand in Grenzen halten.

### **Formale Gestaltung**

Um die Synergie zwischen Film und Buch deutlich zu machen, werden, wenn es die Lizenz nicht schon einschließt, die Rechte an der Titelgestaltung und dem Logo der Produktionsfirma gekauft. Diese optischen Gestaltungsmittel spekulieren auf den Wiedererkennungseffekt, was den Verkauf fördert und den



Absatz erhöht. An dieser Stelle muss der Einwand kommen, dass sich ein Buch über den Inhalt und nicht über das Cover verkauft – oder etwa doch nicht? Das einheitliche Erscheinungsbild von Film/Video/DVD und Buch ist von entscheidender Bedeutung, da die Emotionen des Gesehenen leichter auf das im Verbund nachfolgende Produkt überspringt. „Die Kaufentscheidung fällt bekanntlich leichter, wenn sie durch positive Konditionierung in die emotionale Welt verlagert wird.“ (Niemann 1995 S. 6f) Der Egmont Franz Schneider Verlag nutzt genau dies für sich. Zentral auf dem oberen Teil des Titelbilds seiner Disney-Filmbegleitbücher steht, in einen Rahmen eingefasst, der weltberühmte Walt-Disney Schriftzug. Plakativ darunter gelegt und sofort ins Auge stechend ist jeweils ein farbiges Bild mit dem Titelhelden. Um die sofortige Verbindung zum entsprechenden Kinofilm herstellen zu können, sind die Umschlagbilder meist identisch mit den Kinoplakaten.

Die Layouts der Disney-Filmbegleitbuchreihen *Walt Disney classics* und *Disney Das große Buch zum Film* aus dem Egmont Franz Schneider Verlag vertrauen sehr auf die Aussagekraft von Bildern. Sie sollen im Wesentlichen die Kommunikation mit dem Leser führen. Auf Text, das heißt beschreibende und erklärende Worte, wird kaum gesetzt. Das Text-Bild-Verhältnis 1:3 geht eindeutig zugunsten der stark kolorierten Illustrationen. Genauso herausstechend sind die große Schrift, der niedrige Seitenumfang und die Verwendung von dickem Papier.

Die Marketingleiterin des Egmont Franz Schneider Verlags schreibt:

„Das Layout der Bücher wurde auf Grund von Marktforschungen entworfen. Sie sollen aber auch die Disney-Zeichnungen zur Geltung bringen und deshalb wird darauf Wert gelegt, dass die Zeichnungen möglichst groß und farbenprächtig sind.“ (s. Anhang S. 65a, 65b)

Bis auf wenige Ausnahmen werden alle untersuchten Titel konventionell, vordergründig, geradlinig, linear-chronologisch erzählt, das heißt, es finden keine Vor- und Rückblenden statt, die den Leser verunsichern könnten. Der Erzählfluss des Films wird damit kopiert, wobei dies nicht vollständig gilt. Die Zeichentrickfilme der Disney-Company sind noch nicht so sehr auf das sequenzielle, punktuelle und situative Erzählen ausgerichtet, wie es inzwischen bei filmischen, digitalen und interaktiven Medien der Fall ist. (Bischof/Heidtmann 2000a S. 1, 2) Zwar steht die einzelne Situation immer im Vordergrund, aber der lineare Ablauf, in dem der Inhalt und die Abfolge der Handlung erzählt werden, ist weiter bedeutend. Die Filme sind (noch) nicht ausschließlich mit schnellen Schnitten und kurzen Spannungsbögen ausgestattet, die die Zuschauer in Atemlosigkeit versetzt. Im Gegenteil. Sie nehmen sich Zeit für Landschaftsbe-

trachtungen, etc., die meistens durch Liederinlagen verstärkt werden. Die Filmbegleitbücher übergehen diese Szenen größtenteils und verdichten die Geschichte mit einer angezogenen Dramaturgie.

Durch Gebundenheit an die Vorgaben des Reihenkonzepts, das neben dem äußeren Erscheinungsbild auch das gesamte Innenlayout mit Seitenraster, Text- und Bildanteilen etc. definiert, wirken manche Bücher wie in einem Zwangskostüm. Inhaltlich wie gestalterisch gibt es keine Möglichkeit für Experimentelles, Neuartiges. Individuelle, auf die Geschichte zugeschnittene Bücher können unter diesen Voraussetzungen gar nicht erst entstehen.

### **Sprachliche und stilistische Gestaltung**

Die Informationen, die der Zuschauer durch Mimik, Gestik und auch durch Kameraeinstellungen, Blenden, Schnittfolge, Musik und andere visuelle filmsprachliche Mittel erhält, müssen in Büchern durch Worte ausgedrückt werden. Ein oft schweres Unterfangen, dessen Herausforderung meistens gar nicht erst angenommen wird. Das charakteristische an Film- und Fernsehbegleitbüchern ist ihre literarisch schlichte, wenige komplexe Form.

Bei den Disney-Filmbegleitbüchern vom Egmont Franz Schneider Verlag wird sogar äußerst spärlich Text verwendet und nur dort hinzugefügt wo es unbedingt notwendig ist. Dort, wo Text verwendet wird, arbeitet er vordergründig mit vielen Dialogen, die bruchstückhaft auch im Film vorkommen und vermutlich anhand der Drehbücher reproduziert werden. Mit der direkten Rede soll dem Leser wohl der Eindruck gegeben werden, die Handlung unmittelbar mitzuerleben. Weiter charakteristisch sind die kurzen Sätze, die meistens mit weniger als zehn Worten gebildet werden. Vornehmlich werden reine Hauptsätze verwendet, die hin und wieder durch höchstens einen Nebensatz erweitert werden. Der eingeschränkte Wortschatz bedient sich der Umgangssprache. Die Grenze zum Sentimental-Pathetischen ist oft unerträglich nahe – die Tendenz zum Kitsch ist in den Büchern, genau wie in den Zeichentrickfilmen unbedingt gegeben. Auf erzählerische Differenzierungen wird verzichtet, nur unaufwändige erzählerische Mittel kommen zum Einsatz.

Die Geschichten werden in einem neutral gehaltenen emotionslosen Stil erzählt. Der auktoriale Erzähler bietet dem Leser keine Chance, sich in die Figuren hineinzusetzen oder gar Bindungen entstehen zu lassen – im Gegenteil – die Beschränkung auf solches Erzählen schafft unangenehme Distanz und nimmt die unterschiedlichen Perspektiven nicht auf. Gedanken und Befindlichkeiten von Figuren werden dem Leser nicht mit Hilfe innerer Monologe oder ähnlichen Möglichkeiten eröffnet, sondern, wenn überhaupt, als Feststellung

vom Erzähler erwähnt. Dem Text gelingt es nicht, Spannung aufzubauen. Es ist eine fast schon als nüchtern zu bezeichnende hastige Erzählweise die alles ausspart, was die Disney-Filme sehenswert macht.

### **Inhaltliche Gestaltung/Motive**

Die Disney-Filmbegleitbücher beschränken sich fast ausschließlich auf die direkte Nacherzählung der Haupthandlungslinie und unterscheiden sich damit nicht vom Gros der sonstigen Film- und Fernsehbegleitbücher.

Stimmungen oder die Beschreibung von Atmosphäre werden zum Teil gänzlich vernachlässigt. Es fehlen oftmals jegliche Charakteristika von Personen und Orten, die jedoch für die Handlung von Bedeutung sind. In die Handlung wird unvermittelt eingestiegen, gleich in den ersten Sätzen treten die Hauptpersonen auf, die größtenteils nicht nur ungenau, sondern überhaupt nicht beschrieben oder eingeführt werden, dadurch eindimensional bleiben und wenig anziehend wirken. Vom Witz und Humor des Films bleibt in den Büchern meist nichts übrig. So werden auch die komischen Figuren neben den Heldinnen oder Helden ausdruckslos und unattraktiv.

Die Sparsamkeit im Umgang mit formalen, sprachlichen und inhaltlichen Ausführungen und die allein auf Andeutungen beschränkten Charakterisierungen von Handlungsorten und Protagonisten reichen nicht aus, auch wenn die Leser mit dem Stoff vertraut sind.

Die *Macher*, einen namentlichen Autoren gibt es bei den vorgestellten Filmbüchern des Egmont Franz Schneider Verlags nicht, bearbeiten den filmischen Stoff in keinsten Weise neu. Weder interpretieren sie ihn, noch verlagern sie Akzente oder nehmen neue Aspekte auf. Filmaussagen, die Intention, das Thema der Filme werden nicht eigenständig gewichtet, sie werden meistens sogar gar nicht oder nur unzureichend erfasst. Das einzige, was mit der Geschichte aus dem Film gemacht wird, ist die komplette Reduktion. Das lässt die Filmbegleitbücher zu keiner ambitionierten eigenständigen Literatur werden, ganz zu schweigen von einer eigenen künstlerischen Handschrift. Sie schöpfen die spezifischen Leistungsmöglichkeiten der Literatur nicht aus und liefern mit Filmbegleitbüchern nicht mediengerechte Literatur.

„Bücher nach Filmen, Filmverbuchungen, sind somit sogar für Leser, die nur triviale oder anspruchslose Unterhaltung lesen, unzureichend, weil auch Trivial- und Gebrauchsliteratur für Printmedien konzipiert ist. (Heidtmann 1991 S. 12)

Die Frage ist, warum so wenig Ambition an die Erstellung von Disney-Filmbegleitbüchern herangetragen wird und warum man keinen Einfallsreichtum

aufgekommen lässt. Vielleicht sind die Gründe in den bereits angesprochenen Kosten zu sehen. Erhofft sich der Verlag von Filmbegleitbüchern nur den schnellen, problemlosen und überdurchschnittlichen Profit? Will man etwa teure Autorenhonorare umgehen? Oder vielleicht finden sich ja auch keine kompetenten Schreiber, denn anders als beispielsweise in den USA, haben in Deutschland versierte (Kinder- und Jugendbuch-) Autoren immer noch ein Imageproblem, Filmstoffe zu adaptieren. (Rehr 2001 S. 27, 28)

Da aber die Disney-Company selbst an dem Schaffensprozess beteiligt ist, oder zumindest jeden Schritt begleitet, verwundert das Ergebnis schon, denn der Anspruch auf Kreativität und Präzision, die für die Disney-Zeichentrickfilme gelten, wird leider nicht im gleichen Maße auf die Filmbücher angesetzt. Vielleicht ist auch ihr Blick eingengt. Sind sie vom filmbestimmenden Arbeiten so auf Bilder getrimmt, dass sie diese einfach in den Mittelpunkt gestellt haben wollen – auch bei Büchern?

Verleger haben offensichtlich keine Probleme mit der geringen literarischen Qualität ihrer Bücher. Ihnen geht es unter anderem vor allem auch darum, Kinder und Jugendliche mit solchen Büchern in ihrer Welt, wo sie sind abzuholen. Sie wollen, dass sie Spaß am Lesen bekommen. Das Anliegen, die Lesefähigkeit der Jugendlichen zu erhalten, ist mit der Kopplung Film-Buch ideal, da der Stoff über den Film hinaus attraktiv ist und anziehend wirkt. Dies gilt trotz der massiven Kritik an den formalen, sprachlichen, stilistischen und inhaltlichen Defiziten.

#### **4.4 Rezeption**

Es wäre wünschenswert gewesen, Interviews mit den Kinder und Jugendlichen zu führen, die die Disney-Filmbegleitbücher lesen. Leider sind Befragungen dieser Art schwierig und zeitaufwändig (Gfesser 2001 S. 17) und hätten den Rahmen dieser Diplomarbeit gesprengt. Des Weiteren stehen „[r]epäsentative Untersuchungen zur Rezeption von Büchern im Medienverbund [...] bislang noch aus.“ (Heidtmann 1994 S. 70) Deswegen können folgenden Ausführungen nicht mit genügend Zahlen, Verweisen und Beweisen untermauert werden. Soweit vorhanden, werden die wenigen Erkenntnisse, vornehmlich zu TV-Serienbegleitliteratur, auf (Disney-)Filmbücher spekulativ übertragen und notfalls relativiert, ohne dass im Weiteren jedes Mal darauf hinweisen wird.

Das starke Bedürfnis nach Filmbüchern beweisen die in Kapitel 2.3 dargelegten hohen Verkaufszahlen. Doch werden die verkauften Bücher auch gelesen? Ei-

ner Studie des Stuttgarter Instituts für angewandte Kindermedienforschung (IfaK) zufolge sind

„[f]ür 80 Prozent der gegenwärtig noch Belletristik lesenden Kinder- und Jugendlichen [...] Film- und Fernsehbegleitbücher eine zentrale Form von Erzählliteratur, fast ein Viertel von ihnen liest ausschließlich Medienbegleitliteratur.“ (Heidtmann 2000b S. 14)

Im Weiteren stellt sich bei den Ergebnissen der angesprochenen Untersuchung heraus, dass die befragten Neun- bis Zwölfjährigen am zweithäufigsten Disney-Bücher wie *Arielle*, *Peter Pan*, *Tarzan* etc. zu ihren Lieblingsbüchern zählen. Bei der Frage nach den beliebtesten Bücher zu Kinofilmen stehen Disney-Bücher sogar auf Platz eins. (Bischof/Heidtmann 2002 S. 2, 3)

„Nach Beobachtungen von BuchhändlerInnen und BibliothekarInnen lassen sich durch diese Filmbücher, Filmverbuchungen in besonderer Weise LeserInnen ansprechen, die von anderen Formen der Kinder- und Jugendliteratur gar nicht erreicht werden, die sonst keine Bücher kaufen.“ (Bischof/Heidtmann 1997a S. 223)

Demnach kann ein Filmstoff so attraktiv sein, dass Kinder und Jugendliche, die sonst als Nicht- oder Wenigleser zählen, Bücher mit Nacherzählungen von Filmen in die Hand nehmen und lesen. Filmbegleitbücher können gerade Leseverweigerer dazu motivieren, auf Bücher zuzugreifen. Sie sind offenbar bestens dazu geeignet, jungen Menschen den Zugang zum Lesen zu öffnen und einen Bezug zu Büchern herzustellen, wenn auch oft nur zeitweilig.

Die Beliebtheit von Film- und Fernsehbüchern allgemein, ist vor dem Hintergrund der Sozialisation der Rezipienten zu erklären. Kinder sind heute mit Medien eingedeckt wie nie zuvor in der Geschichte. (Heidtmann 1999 S. 1) Sie nutzen *neue* Medien schon, bevor sie den Gebrauch des älteren Mediums Buch gelernt haben, nämlich das Lesen. So darf ein Buch die bestehenden Erwartungshaltungen der Leser, die größtenteils durch die Schemata des Fernsehens geprägt sind, nicht grundsätzlich enttäuschen, weil es sonst Gefahr läuft, nicht gelesen zu werden.

„Die Orientierung auf Bilder als Informationsträger wächst. Die Kinderbuchverlage berücksichtigen den Trend zur Bildkultur durch einen wachsenden Anteil von (auch qualitativ besseren) Illustrationen.“ (Heidtmann 1993 S. 21)

Auch der Egmont Franz Schneider Verlag kommt dem Wunsch nach Bildern entgegen. Seine Disney-Filmbegleitbücher, die von ihrer formalen, das heißt ihrer gestalterischen Aufmachung auch als Bilderbücher zu bezeichnen wären,

gebrauchen mehr Bilder als Text. Aber im Vergleich zum Fernsehen müssen die ruhenden, unbeweglichen, actionlosen Bilder doch langweilig für Kinder und Jugendliche wirken. Vielleicht aber auch nicht, denn diese „Standbilder“ verlangen gerade danach vom Betrachter in Bewegung gesetzt zu werden. Das Kind kann selbst, vielleicht zunächst nur nach der Folie und den Requisiten des Films, die Lebendigkeit erzeugen. Die Weiterentwicklung der Geschichte mit eigenen Bildern liegt im Wesen von Kindern nahe. Meinen bisher eher negativen Tenor über die Filmbücher zu den Disney-Zeichentrickfilmen muss ich an dieser Stelle, wenigstens ein bisschen, revidieren. So halten sie doch mit ihren Illustrationen und Zeichnungen eine Möglichkeit bereit, das Phantasie- und Gedankenspiel von Kindern und Jugendlichen anzuregen, sie zu stimulieren. Damit schafft es diese Literatur „Kino im Kopf“ werden zu lassen. Die Hektik und Schnelligkeit der filmischen Bilder kann abgelegt werden. Mit ihrer Rezeption im Buch kann man sich (kreative) Zeit lassen. Allerdings „auch das Bilderbetrachten ist eine Sache, die man nicht einfach kann, sondern etwas, was gelernt werden muss.“ (Sahr 2001 S. 73f) Dies gilt besonders in der heutigen Zeit, wo junge Menschen von der raschen, fast atemlosen Überflutung aus den AV-Medien konditioniert sind auf das flüchtige Hinsehen. Damit sich dies nicht auf die Rezeption von Filmbegleitbüchern überträgt und die Kinder und Jugendlichen nach dem Um- und Weiterblättern „Hungrig-Bleiben“, sollten „erwachsene Mitentdecker“ das Kind bei der (Erst-)Begegnung mit solchen Büchern begleiten. (ebenda)

Kinder und Jugendliche, wie viele Erwachsene auch, schätzen es, durch Bücher den Geschichten und Figuren, vornehmlich aus audiovisuellen Medien, wieder zu begegnen, Erlebnisse zu wiederholen und in spezifischer Weise noch einmal nachvollziehen zu können, die sich bereits beispielsweise in Filmen als Medienereignis realisiert haben. Durch das Nachlesen können eventuelle Verständnislücken zur Problematik oder ähnlichem geschlossen werden, die durch kurzfristige Unachtsamkeit beim Schauen des Films entstanden sind. Nochmals angeregt durch die Lektüre können sie, anders als beim Ausgangsmedium „in produktiver Einsamkeit, Selbstversunkenheit“ ihre „Phantasie schweifen lassen oder sich mit Figuren identifizieren“. (Bischof/Heidtmann 1997a S. 223) Im Nacherleben kann die Geschichte ausgestaltet, umgeformt und erweitert werden. Es lässt den eigenen Einbezug und die Interaktion mit den Figuren möglich machen.

Filmbücher werden weniger wegen ihres ästhetischen Genusses gelesen, sondern um Funktionen wie „Entlastung“, „Entspannung“ und „Abschalten“ zu erfüllen. Ihre Intention, ihr Bestreben liegt allein auf dem Aspekt der Unterhaltung. Kinder und Jugendliche erwarten von Lektüre mehrheitlich keinen „intellektuel-

len Diskurs, Belehrung zu ethischen oder sozialen Problemstellungen“. (Heidtmann 2002 S. 7) Ihre einfache Form der Unterhaltung ist bedeutsam. Die Rezeption von Disney-Filmbegleitbüchern erfordert einen geringen Zeit- und Rezeptionsaufwand und wenig gedanklicher Anstrengung, in den Kosmos der Geschichte einzusteigen. Die Disney-Filmbücher sind nicht nur einfach zu lesen, sie sind auch mit ihrem überschaubaren Umfang leichter und einfacher zu bewältigen als herkömmliche Kinder- und Jugendbücher, vor allem für ungeübte Leser. Die Erwartungen nach Vertrautem werden bestätigt, sie verunsichern und irritieren nicht. Kinder und Jugendliche wissen mit dem Griff zum Filmbegleitbuch, worauf sie sich einlassen.

Filmbegleitbücher bieten Kindern und Jugendlichen eine der souveränsten Arten des Umgangs. Die Handhabung ist unkompliziert: man kann sie weglegen, wiederholt hervorholen und lesen und immer wieder unterbrechen, wann und wo man will und meist ohne die Gefahr von Verlusten, denn sie bieten durch die Bekanntheit des Stoffes beliebig viele Ein- und Ausstiege. Das Durchblättern von Büchern gibt Kindern und Jugendlichen die Möglichkeit, unabhängig von technischen Abspielgeräten oder der Hilfe von Erwachsenen, selbständig zu handeln. Außerdem bietet das Lesen und Betrachten von Büchern allgemein bessere Möglichkeiten sich zurückzuziehen, als dies beim Fernsehen beispielsweise der Fall ist.

Ein weiterer besonderer Gebrauchswert in der Benutzung von Filmbüchern liegt darin, in Erfahrung zu bringen, „ob der Stoff oder die Geschichte interessant genug sind, um den Kosten- und Zeitaufwand für einen Filmbesuch zu rechtfertigen“, (Heidtmann 1994 S. 70) sozusagen zur Vorinformation.

Kinder und Jugendliche, die die einschlägigen Medienereignisse im Kino nicht primär miterleben konnten oder durften, können, um beim Gespräch unter Freunden oder in der Schule nicht ausgeschlossen zu werden, sich den Film mit den entsprechenden Begleitbüchern annäherungsweise rekonstruieren und vergegenwärtigen.

Mit Filmbegleitbüchern kann von dem beeindruckenden Erlebnis des Kinobesuchs zuhause gezehrt werden, als eine Art des Nacherlebens und Verarbeitung einer Situation, von der man beeindruckt worden ist, oder einer Geschichte, die einem gefallen hat. Die Geschichte kann, in Schrift und Bild, in Ruhe und in der selbstbestimmten Geschwindigkeit erlebt werden. Im Gegensatz zum Film, in dem immer „alles schnell weg“ (Bischof/Heidtmann 2002 S. 5) ist, kann man mit den Büchern an den schönen Stellen nach Belieben lange verweilen.

Nicht zuletzt geht die Beliebtheit von Disney-Filmbegleitbüchern auf das Interesse an dem behandelnden Genre zurück. Kinder interessieren sich ge-

schlechtsübergreifend sehr für Märchen. (Heidtmann 2002 S. 5) Die Faszination über die Disney-Zeichentrickfilme liegt sicherlich auch auf der bevorzugten Thematisierung von Märchen- und Mythenstoffen, die sich auf die begleitenden Bücher überträgt. Märchen sind durch ihre Zeitlosigkeit immer aktuell, sie unterliegen kaum den modischen Trends. Ihre dauerhafte Präsenz, ihre Bekanntheit über die einzelnen Kulturkreise hinaus, sorgt für Vertrautheit auch und vor allem bei Kindern. Dem entscheidenden Interesse nach vertrauten Erzählformen wird bei Disney-Filmbegleitbüchern also doppelt nachgekommen. Zum einen bedienen sie sich mit der Bekanntheit der Filme, zum anderen mit der Märchen. Grundstrukturen, Zentralfiguren, die Thematik „Gut“ gegen „Böse“ sind aus beiden vertraut und werden geschätzt. Die Partizipation daran machen die Disney-Filmbegleitbücher wohl so attraktiv.



## 5 Ansätze für die medienpädagogische Arbeit

Zweck meiner Arbeit ist es, nicht im Wesentlichen, dennoch einschließend in die Aufgabenstellung „Bücher zu Disney-Filmen“, die Frage zu klären, welchen Stellenwert die Disney-Filmbücher bei ihren vornehmlich jugendlichen Rezipienten haben. (vgl. Kapitel 4.4) Jetzt soll im nächsten Schritt die große Akzeptanz und Beliebtheit zum Anlass genommen werden, um zu sehen, inwieweit Pädagogen, Literaturvermittler und Bibliotheken auf diese Beliebtheit mit ihrer Arbeit nachkommen und ihr Rechnung tragen.

Noch vor zwei oder drei Jahrzehnten stellten für Kinder und Jugendliche Printmedien, wie Bücher, Romanhefte, Comics oder Jugendzeitschriften die zentralen Erlebnismedien. (Heidtmann 2001 S. 2f) Heute ist das Buch nicht mehr und nicht weniger als ein Medium unter vielen. Es hat, als Teil einer multimedial strukturierten Kinderkultur andere Bedeutungszuweisungen bekommen. Seine Attraktivität als Unterhaltungsmedium hat es zunehmend verloren. Angenehmen Zeitvertreib, Entspannung und Unterhaltung werden längst von anderen Medien auf befriedigendere Art und Weise erfüllt. Film, Fernsehen und Video können den gleichen Stoff durch Bilder und gesprochener Sprache kompakter und weniger zeitaufwändig bieten und sind so intensiver erlebbar. Klare Konkurrenten für das Buch sind somit audiovisuelle Medien. Sie stellen heute für Kinder und Jugendliche die zentralen Erlebnismedien dar. (Heidtmann 1990 S. 446) Mit der Erfindung und Verbreitung neuer Medien sind die schon vorhandenen aber nie verdrängt worden, denn Kinder wollen stets alle Medien nutzen, wobei die Auswahl zum einen situativ bedingt ist. Je nach dem, welches Medium in der jeweils konkreten Situation ihre bestehenden Bedürfnisse am besten befriedigen kann, wird benutzt. Zum anderen strahlen die jüngeren Medien, allein durch ihre Neuartigkeit, einen besonderen Reiz aus, dem Kinder interessiert und meist zeitaufwändiger nachgehen. Mit zunehmender Mediatisierung muss die Freizeit auf immer mehr Medien aufgeteilt werden, so bleibt, bei stärkerer Akzentuierung auf die allerneuesten, für einzelne, vornehmlich *alte* Medien immer weniger Zeit. Das Lesen verliert im Gegensatz zu früher immer mehr die Aufmerksamkeit von Kindern und Jugendlichen, wie von Erwachsenen. (Schneider 2000 S. 47f) Dennoch lesen Kinder und Jugendliche vergleichsweise immer noch viel und sogar mehr und häufiger als andere Altersgruppen der Bevölkerung. (Heidtmann 2002 S. 7) Wenn man allerdings aktuelle Tendenzen der Mediennutzung beobachtet, kommt man zu dem Schluss, dass sich die täglich für Buchlektüre aufgewändete Zeit bei Kindern und Jugendlichen wohl weiter reduzieren wird. (Bischof/Heidtmann 1997a S. 222)

Bei der Auswahl ihrer Lesestoffe wenden sie sich zunehmend denen zu, die in medialen Verbänden präsentiert werden und die sie meist aus audiovisuellen Medien kennen. Verleger haben diese Tendenzen erkannt und reagieren schon seit Jahren mit entsprechenden Angeboten. Film- und Fernsehbegleitbücher dominieren den Kinder- und Jugendbuchabsatz auf den Nichtbuchhandels-schienen und sind fester Bestandteil in den Programmen der marktführenden Verlage. Die Printmedien unterliegen mit der Erfindung und Verbreitung neuer Medien einem Funktionswandel. Sie büßen ihre Vormachtstellung als Leitmedium unter anderem für Unterhaltung ein. Somit haben sich auch die Formen und Funktionen von Literatur verändert. Gleichzeitig übernehmen sie aber neue. (Heidtmann 1990 S. 445)

Diese Funktionsverlagerung der Literatur zeichnet sich schon seit Jahren ab. Es ist daher verwunderlich, dass Literaturvermittler und -kritiker, anhaltend Probleme damit haben, dies zu akzeptieren. (Bischof/Heidtmann 1997a S. 224) Pädagogen müssen zur Kenntnis nehmen und eingestehen, dass der Großteil der Kinder und Jugendlichen heutzutage Geschichten nicht mehr primär von Büchern, sondern von anderen Medien erzählt bekommt, vor allem über Filme und Fernsehproduktionen. Sie müssen auf die veränderte Situation reagieren und können sich nicht länger der Aufgabe verschließen, Kindern und Jugendlichen bei der Rezeption und Verarbeitung von Filmen und Fernsehspielen zu helfen. Gefragt ist heute die „Kompetenz für Contents“. (Heidtmann 2001a S. 16) Die Mediatisierung der Kinderkultur, wie des gesamten Alltags, erfordert heute frühzeitig die Kompetenz im Umgang mit Medien. Um Medieninhalte auf ihre Qualität, ihre Ideologiehaltigkeit und ihre Richtigkeit beurteilen zu können, müssen bei Kindern und Jugendlichen, auf dem Weg zum kritischen Konsumenten, aber zuerst die Grundlagen für die Vermittlung von Medienkompetenz geschaffen beziehungsweise gefestigt werden.

Denn mit der vermehrten Beschäftigung digitaler, elektronischer und audiovisueller Medien und der damit einhergehenden abnehmenden Zuwendung zur Literatur und zu Büchern, nimmt offenbar auch die Fertigkeit des Lesens ab. Dass die Lesekompetenz der jüngeren Generation rückläufig ist, ist nicht erst seit dem Veröffentlichen der PISA-Ergebnisse bekannt. Bereits 1991 zeigte eine OECD-Studie, bei der die Lesekompetenz von Neun- bis 14jährigen verglichen worden ist, dass deutsche Kinder- und Jugendliche sich zu den schlechtesten zählen müssen. (Harmgarth 1999 S. 42) Bestätigt werden dies aktuell mit folgenden Zahlen: „knapp ein Viertel der 15jährigen Schüler [verfügt] über allenfalls elementarste Lesekompetenzen (Heidtmann 2002 S. 1)

Es gilt also zunächst sich der Leseförderung anzunehmen, denn hierin sind offensichtlich die Gründe für dieses Armutszeugnis zu suchen. Die Fähigkeit und

Fertigkeit Texte sinnentnehmend lesen zu können, ist im Informationszeitalter von noch entscheidender Wichtigkeit, als es in der Vergangenheit der Fall war. Die Nutzung neuer Medien setzen Lesen als generelle Schlüsselkompetenz voraus. (Bischof/Heidtmann 2000a S. 8)

Die als allgemein verantwortlich geltenden Aufgabenträger der Leseförderung sind Schulen, Eltern und Bibliotheken. Sie alle sind gefragt, ihren bisherigen Beitrag zu reflektieren, notfalls neu zu akzentuieren und den heutigen Gegebenheiten anzupassen.

### **... in der Schule**

Mit den beiden Wörtern Schule und Literatur assoziieren die meisten sicherlich Goethes *Faust*, Lessings *Nathan der Weise* und vielleicht noch *Homo faber* von Max Frisch. Einmal diese und ähnlich *antiquierte* Werke im Schulunterricht, womöglich noch über Wochen behandelt, nimmt gänzlich die Lust ähnliches zu lesen. Das übliche Schullese weckt bei vielen keine erfreulichen Erinnerungen. Der Deutschunterricht hat ein angestaubtes Image. Doch es geht nicht nur um das Renommee, viel schlimmer sind die Auswirkungen, die damit verursacht werden.

In der Schule wird massiv versucht, das literarische Interesse junger Menschen in Richtung des traditionellen klassischen Lektürekansons zu lenken. Durch die Kanalisierung ist die Schranke zwischen Schullektüre und Privatlektüre verstärkt worden. Sie zu durchbrechen gilt es. Bei allem Respekt vor der klassischen Literatur stellt sich jedoch die Frage, ob sie wirklich heute noch (ausschließlich) dazu verwendet werden sollte, junge Menschen an Literatur heranzuführen. Denn Schüler können mit diesem didaktischen Konzept offenbar kein dauerhaftes Verhältnis zum Buch aufbauen. Nur wenige Menschen finden zum lebenslangen Umgang mit Büchern. Das jedoch kann kaum dem Verdienst der Schule zugerechnet werden. Außerschulische Faktoren sind da sicher die maßgeblicheren. Denn das Beschäftigen mit Texten im Unterricht erstreckt sich bisher nur auf einer eher als steril zu bezeichnenden Übung, in der es darum geht Jamben, Alliterationen oder sonstige sprachliche und stilistische Mittel herauszufinden. Das einseitige Bemühen um Lesefertigkeit durch mechanische Übungen ersticken den Lesebetrieb. Es ist sinnlos, Lesen nur als Hilfsmittel für die Unterrichts- und Bildungsarbeit der Schule einzusetzen.

Die Schule muss sich um eine aktivere Leseförderung bemühen. Die Freude am Lesen in der Schule kommt zu kurz. Neue Unterrichts- und Vermittlungsformen sollten Eingang in die Klassenzimmer finden. Aber nicht nur das. Die Auswahl der Lektüre sollte neu überdacht werden. Befragungsergebnisse der

Bertelsmann-Stiftung haben ergeben, dass viele Schüler sich eine stärkere Einbindung ihrer privaten Lektüre in den Schulunterricht wünschen. (Harmgarth 1997 S. 72) Bisher wurden diese Erwartungen aber kaum aufgegriffen, wenn doch, dann spielen sie nur eine marginale Rolle. Zu große Unsicherheit vor dem Umgang mit der meist sehr trivialen und wenig ästhetischen Lektüre ihrer Schüler wird der Grund sein. Sie erfüllen in keiner Weise die sonst üblich (elitär) gestellten Anforderungen an Literatur. Pädagogen halten zwar immer noch penitent an der schon lange vertretenen Wertung fest, nach dem Lesen als die wertvollste Betätigung gilt. Bei genauerem Besehen ist allerdings nur das Lesen „guter“ Bücher gemeint. Schon das Lesen von Zeitschriften unterliegt einer Minderbewertung. Und wenn etwa Comics gelesen werden, dann wird die Beschäftigung mit ihnen mit abqualifizierenden Attributen versehen. Film- und Fernsehbegleitbücher wären in dieser angenommenen Hierarchie weit unten angesiedelt. Aber nicht nur ihr niedriges künstlerisches Niveau verschafft ihnen Geringschätzung. Das für diese Art von Literatur typische Konglomerat von Buch und Film/Fernsehen ist verhängnisvoll. Gelten Film und Fernsehen doch immer noch bei Pädagogen und Literaturwissenschaftlern als weniger beeindruckende Freizeitbeschäftigungen. Die Wertschätzung stirbt wohl daran, dass Film- und Fernsehbegleitbücher meist nicht eigenständig sind, sondern nur im Medienverbund bestehen können. Die Chance, Film- und Fernsehbegleitbücher der Leseförderung in Schulen dienlich zu machen, ist damit wohl ausgeschlossen. Sie werden, oft zurecht, als trivial und uninteressant abgetan, weder der Analyse von Form und Inhalt, noch der des Produktions- und Wirkungszusammenhangs für wert erachtet. Ungeachtet ihrer Popularität, wird im Unterricht auf sie nicht eingegangen. Gewisse Vorbehalte für die Zurückhaltung sind durchaus verständlich. Aber wenn die Aufgabe der Leseförderung ernst genommen werden soll, und das sollte man angesichts der Entwicklungen, dann muss ein zentraler Aspekt des schulischen Vorgehens, die Beachtung und Einbeziehung der tatsächlich rezipierten Literatur sein, oder wenigstens, die Schüler bei zu geringer Kenntnis bei der Auswahl des Unterrichtsbuches einzuschließen.

„Das Ziel Leseförderung kann am ehesten erreicht werden, wenn an bestehende Lesegewohnheiten und Freizeitgestaltung thematisch angeknüpft wird“ (Harmgarth 1997 S. 101)

Die nahtlose oder unmittelbare Anknüpfung an die bestehenden Gewohnheiten scheint am ehesten gewährleistet, wenn die Schüler selbst Vorschläge machen. Mit den von ihnen ausgewählten Büchern können sie mit Sicherheit einen Bezug aufbauen.

Der nach der PISA-Studie gekürte „Leseweltmeister“ Finnland macht es uns vor. Dort wird in Schulen „eine größere Palette von Lesestoffen“ angeboten,

„aus der jeder Schüler seinen Interessen und seiner Lesefähigkeit gemäß auswählen kann.“ (o.V. 2002| Begleitschreiben)

Heidtmann hat mit einem beispielhaften Konzept aufgezeigt, dass sich sehr wohl auch mit Film- und Fernsehbegleitbüchern eine ergiebige und geeignete Unterrichtseinheit gestalten lässt. Demnach sollen die Schüler unter anderem, in ähnlicher Weise wie es in dieser Arbeit auch gemacht wurde, anhand eines Vergleichs zwischen Ausgangsstoff und Adaption, die spezifischen Leistungsmöglichkeiten der Medien erkennen. (s. Gfesser 2001 S. 42) Mit dieser Konzeption wird ein Thema auf produktive Weise aufgegriffen, das Kindern und Jugendlichen Ergebnisse liefert, mit denen sie im Alltag etwas anfangen können. Damit werden sie und ihre Interessen erst genommen und dort abgeholt, wo sie in ihrer Mediensozialisation stehen. Leseförderung muss vom jeweils vorhandenen Medienvorverständnis ausgehen und dies problematisieren. Die traditionell verstandene Leseförderung, die nicht vom gleichberechtigten Nebeneinander der Medien ausgeht, verstärkt unter Umständen die Vorbehalte von Wenig-Lesern.

Für den Aufbau und die Sicherung der Lesemotivation, die Vermittlung von Lesefreude und Vertrautheit mit Büchern, und die Entwicklung und Stabilisierung von Lesegewohnheiten gibt es viele methodische Möglichkeiten, die im schulischen Rahmen umsetzbar sind. Projekte wie Buchwochen und Autorenlesungen, Durchführung literarischer Exkursionen in Büchereien und Buchhandlungen, Beteiligung an Lesewettbewerben oder an den Aktionen wie „Das lesende Klassenzimmer“, die Gestaltung von Buch- und Lese-Ecken im Klassenzimmer, ...etc sind nur einige wenige.

Entscheidend ist der Weg zum richtigen Leseerlebnis. Leider wurde das von Pädagogen noch nicht (ausreichend) verstanden. Unter der Ignoranz eines veränderten Medienangebots und –nutzens kann die Leseerziehung nicht erfolgreich sein. Deshalb bedarf es vor allem in den Köpfen von Pädagogen einer *Überholung*.

### **... im Elternhaus**

Der außerschulischen Lesewelt kommt eine fast noch wichtigere Bedeutung für die Lesesozialisation zu. Die Zusammenhänge zwischen Lesevorbild der Eltern und der Lesefreude ihrer Kinder ist überdeutlich. Wenn keine fördernden Maßnahmen und positiven Vorbilder aus dem Elternhaus kommen, können oftmals keine Lesekarrieren entstehen. (Harmgarth 1999 S. 29f) „Die Lesegewohnheiten in der Familie haben Vorbildwirkungen für die Entwicklung des eigenen Bezugs zum Lesen.“ (Harmgarth 1997 S. 77) Beste Voraussetzungen zum Leser

zu werden haben Kinder, wenn sie in einer lesefreundlichen familiären Umgebung von Anfang an viel sprachliche Zuwendung von den Eltern geschenkt bekommen, ihnen oft vorgelesen wird, wenn Interesse für ihre Buchlektüre gezeigt wird, von Mütter und Vätern, die Bücher selbst als etwas Wertvolles betrachten und mit ihrem eigenen Lese- und Fernsehverhalten Vorbild sind. Nur das tatsächliche Vorleben kann anstiftend sein, denn das kopieren sie, dem eifern sie nach. Kontraproduktiv dagegen ist der nur auf sich beschränkte mahnend erhobene Zeigefinger. Neben dem aktiven Vorbild ist das Ausmaß, in dem Bücher in der Familie zum Gesprächsthema werden, ebenfalls entscheidend. Das (gegenseitige) Vorlesen, die berühmten Gute-Nacht-Geschichten sind nicht zu unterschätzen, denn „[f]ast alle Befragten, die als Teenager sehr gern lesen, haben früher von ihren Eltern täglich oder wöchentlich vorgelesen bekommen (91“ Prozent). (Harmgart 1997 S. 78) Mündliches Erzählen und Vorlesen finden im Familienkreis heute aber kaum noch statt. Die gemeinsame Medienrezeption ist meist nur auf das Fernsehen beschränkt, Gespräche entstehen häufig ausschließlich durch beziehungsweise über das Fernsehen. (Heidtmann 1997a S. 1)

Zum Leser entwickeln sich Kinder allmählich. Die Heranführung an Bücher und Literatur muss aber frühzeitig beginnen, denn nach Sahr gibt es nur in dem ersten Lebensjahrzehnt

„sensible Phasen, ‚Entwicklungsfenster‘. Nur so lange diese Fenster offen stehen, können sich die entsprechenden Fähigkeiten entwickeln, kann sich so etwas wie ein ‚Leseorgan‘ bilden.“ (Sahr 2001 S. 98f)

Wer daher mit ungefähr 12 Jahren „die Freude am Lesen noch nicht entdeckt und erfahren hat, dem dürfte die Welt der Bücher verschlossen bleiben.“ (ebenda)

Laut Gruber ist bei Eltern von nicht buchnahen Kindern zu beobachten, dass sie gerne zum Einstieg Film- und Fernsehbegleitbücher an ihre Jüngsten verschenken. Eine befragte Mutter begründete dies wie folgt: „Bevor sie gar nicht liest, soll sie diese Bücher lesen“ (Gruber 1999 S. 21)

### **... in der Bibliothek**

Der Bibliothek kommt eine besondere Verantwortung zu, wenn es um Leseförderung geht. Ihre Rolle bei der Mediensozialisation ist insbesondere dann gefragt, wenn die anderen beiden Instanzen, Schule und Eltern durch mangelndes Engagement Defizite entstehen lassen.

Bibliotheken sind von der Begrifflichkeit her eher Mediotheken. Zwar ist der AV-Medien Anteil bestenfalls annähernd bei 20 Prozent, so zeigen sie aber doch

durch ihr Angebot, dass sie die veränderte Medienwelt wahrgenommen haben und sie akzeptieren, ja sie sogar für sich zunutze machen.

Durch das differenzierte Medienangebot, das neben Büchern Spiele, Videos, CDs, CD-ROMs, Internetzugänge, etc. bereithält, sind Bibliotheken nicht mehr nur „Buchquellen“, (Harmgarth 1997 S. 55) und Anlaufstellen für Leser. Sie erreichen heute auch zahlreiche Nicht-Leser, die den Zugang zur Bibliothek durch die audiovisuellen Medien oder den „Möglichkeiten rund um den Computer“ (Harmgarth 1997 S. 102) gefunden haben. „Dieses Potential sollte[n] sie einsetzen, um beispielsweise auch CD-Entleiher oder Video-Nutzer den Umgang mit Lese-Medien näher zu bringen.“ (ebenda). Die dafür wie geschaffene Einstiegsliteratur könnten also Film- und Fernsehbücher sein. Denn mit Büchern aus dem Medienverbund kann man Kinder und Jugendliche, wie Erwachsene, die sich ansonsten für erzählende Literatur kaum oder gar nicht interessieren, erreicht werden. (Heidtmann 1994 S. 68) Sie nehmen eine nicht zu unterschätzende Stellung als Zugangsmöglichkeit zum Buch ein. Mittels der attraktiven Charakteristika dieser leichten Lektüre könnten Nicht-, beziehungsweise Wenig-Leser an das Lesen herangeführt werden. Zumindest einen Anfang in der Leseförderung kann damit gemacht, eine Basis geschaffen werden, auf die dann bei der weiteren Leseförderung zurückgegriffen werden kann.

Heute gehören Film- und Fernsehbegleitbücher fast überall zum festen Bestandteil des Bibliotheksbestandes. Die meisten Bibliotheken halten ein ansehnliches Angebot bereit. Es gibt kaum noch Vorbehalte, diese Art von Literatur anzuschaffen. Die Vorbehalte haben sich unter anderem wohl auch durch den unglaublichen Ausleiherfolg gelegt. Zehn, 15 oder mehr Ausleihen pro Buch in einem Jahr erreichen ansonsten nur Zeichentrickfilme auf Videos oder Kinderhörspiele. *Normale* Kinderbücher werden dagegen durchschnittlich gerade drei Mal ausgeliehen. (Heidtmann 1997 S. 2, 4f)

Entscheidend für den Aufbau des Buchbestandes von Bibliotheken ist es, Lektüre anzubieten, die den Neigungen der jeweiligen Altersstufe entsprechen. Dabei wird auf einen ausgewogenen Bestandsaufbau geachtet. Neben dem „guten Buch“ wird Verbundliteratur angeschafft. Letztere wird aber bislang von Bibliotheken als Anlass für Lesungen oder sonstige Veranstaltungsarbeit nicht genutzt. (Gfesser 2001 S. 45)

Bibliotheken sind offen für die Neuerungen auf dem Medienmarkt. Demzufolge arbeiten sie nachfrage- und zukunftsorientiert und kommen so ihrer Rolle als Literatur- und Medienvermittler befriedigend nach.

Die Anregungen von Lehrern, Eltern, Bibliothekaren und weiteren Verantwortlichen, wie Wissenschaftlern, Autoren, Buchhändlern, Politikern müssen aber als gemeinsame Aufgabe und Anstrengung verstanden werden und sollten nicht für sich separat erfolgen. Leseförderung kann heute nur dann wirksam sein, wenn sie das gleichberechtigte Nebeneinander der Medien anerkennen, mit dem junge Menschen selbstverständlich umgehen. Lesekompetenzen können nur dann erfolgreich vermittelt werden, wenn Zugänge zu den Texten geschaffen werden, die für Kinder und Jugendliche attraktiv sind. Im Mittelpunkt steht also immer die Orientierung auf die Wünsche und Interessen von Kindern und Jugendlichen. Freude am Lesen kann nicht verordnet werden, sondern entsteht von selbst. Sie braucht aber die Stimulation von außen.



**Anhang:**  
**Antwortschreiben von Edith Hoyer (Egmont Franz**  
**Schneider Verlag), 13. September 2002**

## Mediographie

### Bibliographie

#### Primärliteratur

Aladdin (1993). München: Egmont Franz Schneider. (Walt Disney classics 18).

Arielle, die Meerjungfrau (1999). München: Egmont Franz Schneider. (Disney Das grosse Buch zum Film).

Arielle, die Meerjungfrau (1991). München: Franz Schneider (Walt Disney classics 6).

Bambi (1999). München: Egmont Franz Schneider. (Disney Das grosse Buch zum Film).

Bambi. Erzählt nach Felix Salten (1950). Stuttgart: Blüchert.

Der Glöckner von Notre Dame (1996). München: Egmont Franz Schneider. (Walt Disney classics 23).

Der König der Löwen (1994). München: Franz Schneider. (Walt Disney classics 19).

Die Schöne und das Biest (1999). München: Egmont Franz Schneider. (Disney Das grosse Buch zum Film).

Die Schöne und das Biest (1991). München: Franz Schneider. (Walt Disney classics 13).

Disneys Dinosaurier (2000). München: Egmont Franz Schneider.

Dornröschen (1997). München: Franz Schneider. (Walt Disney classics 15).

Ein Königreich für ein Lama. Wie du mir, so ich dir. (2001). München: Egmont Franz Schneider.

Peter Pan (1994). München: Franz Schneider. (Walt Disney classics 9).

Pocahontas (1995). München: Franz Schneider. (Walt Disney Q).

Pocahontas (1995). München: Franz Schneider. (Walt Disney classics 20).

Schneewittchen und die sieben Zwerge (1999). München: Egmont Franz Schneider. (Disney Das grosse Buch zum Film).

Tarzan (1999). München: Egmont Franz Schneider. (Disney Das grosse Buch zum Film).

Toy Story (1996) München: Franz Schneider (Walt Disney classics 22).

Toy Story (1995) Stuttgart: Ehapa (Disney Cinema).

### **Sekundärliteratur**

BAMBERGER, RICHARD (1965): Jugendlektüre. Wien: Verlag für Jugend und Volk.

BARRIER, MIKE (1988): Die phantastische Welt der Disney-Zeichentrickfilme. In: Strzyz, Klaus u. Knigge, Andreas C: Disney von innen. Gespräche über das Imperium der Maus. Berlin: Ullstein. S. 21-41.

BAUMHAUER, JOACHIM F.(1993): Disneyana. Sammelbares aus der Welt der Micky Maus. Augsburg: Battenberg.

BESSLER, HANSJÖRG (2000): Medienmarkt und Medienpolitik. Der Filmmarkt. Vorlesungsskript für den Studiengang Öffentliche Bibliotheken an der Hochschule für Bibliotheks- und Informationswesen. S. 62-79.

BISCHOF, ULRIKE (Hrsg.) (1995): Konfliktfeld Lesen-Fernsehen. Kindermedien zwischen Kunstanspruch und Kommerz. Wien: Österreichischer Kunst- und Kulturverlag (Neue Aspekte in Kultur- u. Kommunikationswissenschaft Bd. 10).

BISCHOF, ULRIKE u. HEIDTMANN, HORST (2002): Leichter lesen? Film- und Fernsehbücher als Lektüre von Grundschulern. Befragung von Schülerinnen und Schülern der 4. Klassen. Manuskript für Beiträge Jugendliteratur und Medien.

BISCHOF, ULRIKE u. HEIDTMANN, HORST (2000a): „Ich will es einfach nochmals erleben ...“ Begleitbücher zu daily soaps. Kinder- und Jugendliteratur im Medienverbund. URL: <http://www.ifak-kindermedien.de/pdf/tvbuch2000.pdf> (Zugriff am 29.08.2002) 9 S.

BISCHOF, ULRIKE u. HEIDTMANN, HORST (1997a): Lebensbewältigung durch Freundschaft. Drei aktuelle Filmverbuchungen im Vergleich, in: Beiträge Jugendliteratur und Medien, H. 4. S. 222 – 227.

BISCHOF, ULRIKE/HEIDTMANN, HORST u. NAGL, MANFRED (1999): Film- und Fernsehbegleitbücher. Kinder- und Jugendliteratur im Medienverbund. Erste Ergebnisse eines IfaK-Forschungsprojektes. URL: <http://www.ifak-kindermedien.de/pdf/Begleit.pdf> (Zugriff am 29.08.2002) 13 S.

BISCHOF, ULRIKE/HEIDTMANN, HORST/NAGL, MANFRED u. BLUM, ASKAN (1999): Film- und Fernsehbegleitbücher. Kinder- und Jugendliteratur im Medienverbund. Ergebnisse einer Trendbefragung. URL: <http://www.ifak-kindermedien.de/pdf/trendbefragung.pdf> (Zugriff am 29.08.2002) 16 S:

- CAPODAGLI, BILL u. JACKSON, LYNN (1999): Disney – Der Mäusekonzern. Zehn Strategien, wie ihr Unternehmen zaubern lernt. München u.a.: Haufe.
- EISNER, MICHAEL D. (1999): Disney ist jeden Tag ein Abenteuer. Stationen einer Karriere. München: Heyne.
- FUCHS, WOLFGANG J. (1996): Die computeranimierten Spielsachen. Toy Story. In: merz, 40. Jg., H. 2, S. 114-115.
- FUCHS, WOLFGANG J. (1991): „Wir möchten, dass unsere Filme lange Zeit zeitlos wirken.“ Gespräch mit Roy E. Disney, in: Kinder- und Jugendfilmkorrespondenz. H. 46, S. 34-36
- GERLE, JÖRG (1999): Musik zu neuen Trickfilmen. In: Filmdienst, 52 Jg., H. 25, S. 36-37.
- GFESSER, OLGA (2001): Film- und Fernsehbegleitbücher in Öffentlichen Bibliotheken. Untersuchungen zu Angebot und Nutzung in der Stadtbücherei Stuttgart. Diplomarbeit an der Hochschule der Medien. Stuttgart.
- GRANT, JOHN (1987): Encyclopedia of Walt Disney's animated characters. Twickenham: Hamlyn.
- GROVER, RON (1992): Die Disney-Story. Wie Micky Mäuse macht. Frankfurt u.a.: Ullstein.
- GRUBER, JULIA (1999): Film- und Fernsehbegleitbücher in Öffentlichen Bibliotheken. Untersuchung zu Angebot und Nutzung im Regierungsbezirk Tübingen. Diplomarbeit an der Hochschule für Bibliotheks- und Informationswesen. Stuttgart.
- HARMGARTH, FRIEDERIKE (Hrsg.) (1999): Das Lesebarometer. Lesen und Umgang mit Büchern in Deutschland. Gütersloh: Bertelsmann
- HARMGARTH, FRIEDERIKE (Hrsg.) (1997): Lesegewohnheiten – Lesebarrieren. Öffentliche Bibliothek und Schule – neue Formen der Partnerschaft. Gütersloh: Bertelsmann
- HARSCH, SIGRUN (1992): Der Ehapla Verlag, Untersuchungen zu Geschichte, Programm und Marktstellung eines Comic-Verlags. Diplomarbeit an der Fachhochschule für Bibliothekswesen. Stuttgart.
- HEIDTMANN, HORST (2002): Lesen und neue Medien. Veränderungen der Lesekultur in der Mediengesellschaft. URL: [http://www.ifak-kindermedien.de/pdf/pisa\\_lesen.pdf](http://www.ifak-kindermedien.de/pdf/pisa_lesen.pdf) (Zugriff am 29.08.2002) 7 S.

HEIDTMANN, HORST (2001a): Multiple Choice? Wie sich die Medienwelten der Kinder verändern. Entwicklungen, Probleme, Perspektiven. URL: <http://www.ifak-kindermedien.de/pdf/multiplechoice.pdf> (Zugriff am 29.08.2002) 17 S.

HEIDTMANN, HORST (2001b): Kinder- und Jugendliteratur im Medienverbund. Veränderungen von Lesekultur, Lesesozialisation und Leseverhalten in der Mediengesellschaft. URL: <http://www.ifak-kindermedien.de/pdf/Richter.pdf> (Zugriff am 29.08.2002) 14 S:

HEIDTMANN, HORST (2000a): Eine breite Palette Videos. Der Videomarkt für Kinder: Angebote, Nutzung, Perspektiven. URL: <http://www.ifak-kindermedien.de/pdf/kindervideo.pdf> (Zugriff am 29.08.2002) 8 S.

HEIDTMANN, HORST (2000b): Wilhelm, Jacob und Simsala Grimm. Medienadaptionen von Volksmärchen. URL: [http://www.ifak-kindermedien.de/pdf/maerchen\\_medien.pdf](http://www.ifak-kindermedien.de/pdf/maerchen_medien.pdf) (Zugriff am 29.08.2002) 17 S.

HEIDTMANN, HORST (1999): Medienkompetenz – Lebenskompetenz? URL: <http://www.ifak-kindermedien.de/pdf/Medkomp.pdf> (Zugriff am 29.08.2002). 3 S.

HEIDTMANN HORST (1998): Herrscher des Waldes und König der Löwen. Die Märchenfilme der Walt-Disney-Company. URL: <http://www.ifak-kindermedien.de/pdf/Disney.pdf> (Zugriff am 29.08.2002) 7 S.

HEIDTMANN, HORST (1997a): Kinderkultur in Deutschland. URL: <http://www.ifak-kindermedien.de/pdf/kinderkultur.pdf> (Zugriff am 29.08.2002).

HEIDTMANN, HORST (1997b): Bedarf an Blyton und Brezina? Kinderbuchserien in öffentlichen Bibliotheken. Ergebnisse einer Umfrage. URL: <http://www.ifak-kindermedien.de/pdf/Serien.pdf> (Zugriff am 29.08.2002) 5 S.

HEIDTMANN, HORST (1995): Die Medienfreunde unserer Kinder. Ergebnisse einer Umfrage. URL: <http://www.ifak-kindermedien.de/pdf/Freunde.pdf> (Zugriff am 29.08.2002) 8 S.

HEIDTMANN, HORST (1994): Der Medienverbund: Das Buch zum Film. In: Börsenblatt für den Deutschen Buchhandel, H. 75, S. 64-70.

HEIDTMANN, HORST (1993): Kinder- und Jugendbuchmarkt. Entwicklungen, Probleme, Prognosen. URL: <http://www.ifak-kindermedien.de/pdf/kibuchma.pdf> (Zugriff am 29.08.2002) 22 S.

HEIDTMANN, HORST (1992): Kindermedien. Stuttgart: Metzler. (Sammlung Metzler Bd. 270).

- HEIDTMANN, HORST (1991): Filmverbuchungen. Kinder- und Jugendbücher nach Filmen. Prinzipien und Probleme der Adaption. URL: <http://www.ifak-kindermedien.de/pdf/Filmverbuchungen.pdf> (Zugriff am 29.08.2002) 13 S.
- HEIDTMANN, HORST (1990): Kindermedien und Medienverbund. In: Reiner Wild (Hrsg): Geschichte der deutschen Kinder- und Jugendliteratur. Stuttgart: J.B. Metzler Verlag, S. 402-454.
- HELLRIEGEL, INGRID (1989): Die Kinder- und Familienfilme der Walt-Disney-Company. Eine Untersuchung ausgewählter Beispiele unter besonderer Berücksichtigung ihrer Einsetzbarkeit in Öffentlichen Bibliotheken. Diplomarbeit an der Hochschule für Bibliothekswesen. Stuttgart.
- KOTHENSCHULTE, DANIEL (1991): Das simulierte Paradies. Walt Disneys ästhetische Utopie – zum 25. Todestag. In: Filmdienst, H. 26, S. 18 – 20.
- KRÜGER, SUSANNE (1999): Die kooperative Kinderbibliothek. URL: <http://www.ifak-kindermedien.de/pdf/Koop.pdf> (Zugriff am 29.08.2002) 7 S.
- LUKAS; CHRISTIAN (2002): Disneys Meisterwerke auf DVD. Ein Streifzug durch Walt Disneys Schaffensperioden, URL: [http://www.amazon.de/exec/obidos/tg/feature/-/29136/ref=ed\\_ra\\_/qid=1027443503/sr=6-6/028-6049785-7693306](http://www.amazon.de/exec/obidos/tg/feature/-/29136/ref=ed_ra_/qid=1027443503/sr=6-6/028-6049785-7693306) (Zugriff am 23.07.2002).
- MALAKA, BERNWARD (1996): Bücher auf der Überholspur. Verlegerische Arbeit mit Fernsehtiteln. In: JuLit, 22. Jg., H. 1, S. 15-20.
- MALTIN, LEONARD (1982): Der klassische amerikanische Zeichentrickfilm. München: Heyne.
- MANTHEY, DIRK (1993): Die Filme von Walt Disney. Die Zauberwelt des Zeichentricks. Ein Filmbuch von TV Spielfilm. Hamburg: Kino Verlag.
- NIEMANN, ROBERT (1995): Hollywood beim Buchhändler. In: Börsenblatt für den deutschen Buchhandel, 162. Jg., H. 14, S. 6 – 9.
- NOWELL-SMITH, GEOFFREY (Hrsg.) (1998): Geschichte des internationalen Films. Stuttgart: Metzler.
- o.V. (2002): URL: <http://www.amazon.de/exec/obidos/tg/br.../ref%3Dmm%5Fdlv%5F/302-154084-4189647> (Zugriff am 23.07.2002).
- o.V.(2002b): Neuheiten Herbst 2002. München: Egmont Franz Schneider. S. 81-99.
- o.V.(2002c): Gesamtverzeichnis 2002. München: Egmont Franz Schneider. S. 72-78.
- o.V.(2002d): Gesamtkatalog 2002. München: Egmont Pestalozzi. S. 68-71.

- o.V.(2002e): Neuheiten 2002. Frühjahr und Ostern. München: Egmont Pestalozzi. S. 46-51.
- o.V.(2002f): Neu. Herbst, Weihnachten 2002. München: Egmont Pestalozzi. S. 42-43.
- o.V.(2002g): Buch und Buchhandel in Zahlen. Jubiläumsausgabe 2002. Frankfurt: Börsenverein des Deutschen Buchhandels.
- o.V. (2002h): Kinder-DVD-Charts 2001. Die meistverkauften DVDs für Kinder. URL: [http://www.ifak-kindermedien.de/pdf/dvd-charts\\_01.pdf](http://www.ifak-kindermedien.de/pdf/dvd-charts_01.pdf) (Zugriff am 29.08.2002) 1 S.
- o.V. (2002i): Egmont Franz Schneider Verlag GmbH. URL: <http://schneiderbuch.funonline.de/421.php> (Zugriff am 24.07.2002).
- o.V. (2002j): Die 100 größten Verlage. URL: <http://www.aktuelllexikon.de/buchreport/Ver100Frame.htm> (Zugriff am 03.09.2002).
- o.V. (2002k): Verlags-Ranking. Die fünf größten Kinder- und Jugendbuchverlage 2001. URL: [http://www.ifak-kindermedien.de/pdf/verlagsranking\\_01.pdf](http://www.ifak-kindermedien.de/pdf/verlagsranking_01.pdf) (Zugriff am 29.08.2002) 1 S.
- o.V. (2002l): Zeitschriften in der Schule. Arbeitshilfen für Schule und Jugendbildung. Mainz: Stiftung Lesen.
- o.V. (2001a): Disneys DVD-/Video-Premieren. Klassiker werden weitergeschrieben. In: Kids Entertainment, H. 4, S. 19.
- o.V. (2001b): Kindervideo-Charts 2001. Die meistverkauften Kindervideos. URL: [http://www.ifak-kindermedien.de/pdf/video-charts\\_01.pdf](http://www.ifak-kindermedien.de/pdf/video-charts_01.pdf) (Zugriff am 29.08.2002) 1 S.
- o.V. (2000/2001): Lexikon des internationalen Films. München: Net World Vision. (CD-ROM).
- o.V. (1994): Die Chronik des Films. Gütersloh u.a.: Chronik Verlag.
- PÄTZOLD, EVA-MARIA (2001): Disney-Bücher. Untersuchungen zur literarischen Adaption populärer Zeichentrickfilme der Walt Disney Company. Diplomarbeit an der Hochschule der Medien. Stuttgart.
- PLATTHAUS, ANDREAS (2001): Von Mann und Maus. Die Welt des Walt Disney. Berlin: Henschel.
- RANK, BERNHARD (1999): Erfolgreiche Kinder- und Jugendbücher. Baltmannsweiler: Schneider Verlag Hohengehren.

REBOUT, LISE (1997): Französische Kinderliteratur in deutscher Sprache: eine Marktübersicht mit Untersuchungen zu Akzeptanz und Relevanz französischer Autoren in Deutschland. Diplomarbeit der Hochschule für Bibliotheks- und Informationswesen. Stuttgart.

REHR, PETRA (2001): Die Egmont vgs verlagsgesellschaft (Köln) Verlagsportrait eines der marktführenden Anbieter von Film- und Fernsehbegleitbüchern für Kinder und Jugendliche. Diplomarbeit an der Hochschule für Medien. Stuttgart.

REITBERGER, REINHOLD (1987): Walt Disney. Reinbek: Rowolt.

RÖDER; ALEXANDER (2002): Ein Mann, die Medien und viele, viele Mäuse. Hoch lebe Disney! URL: [http://www.amazon.de/exec/obidos/tg/future/-/225867/ref=ed\\_ec\\_shop\\_top\\_1\\_1/028-6049785-7693306](http://www.amazon.de/exec/obidos/tg/future/-/225867/ref=ed_ec_shop_top_1_1/028-6049785-7693306) (Zugriff am 23.07.2002).

SAHR, MICHAEL (2001): ABC der Kinder- und Jugendliteratur. Baltmannsweiler: Schneider Verlag Hohengehren.

SCHICKEL, RICHARD (1997): Disneys Welt. Zeit, Leben, Kunst und Kommerz des Walt Disney. Berlin: Kadmos Verlag.

SCHNEIDER, MAIKE (2000): Film- und Fernsehbegleitbücher für junge Leser. Ausgewählte Untersuchungen zum Verlagsprofil vom Egmont Franz Schneider Verlag. Diplomarbeit an der Hochschule für Bibliotheks- und Informationswesen. Stuttgart.

SMITH, DAVE u. CLARK, STEVEN (2001): Disney. Die ersten 100 Jahre. Berlin: Egmont Ehapa.

SPINNER, KASPAR H. (2000): Handlungs- und produktionsorientierter Umgang mit Kinder- und Jugendliteratur. In: Günter Lange (Hrsg.): Taschenbuch der Kinder- und Jugendliteratur. Bd. 2. Baltmannsweiler: Schneider Verlag Hohengehren, S. 978 – 990.

TABBERT, REINBERT (1999): Wie Eisberge in der Bücherflut: Erfolgreiche Kinderbücher. In: Bernhard Rank (Hrsg.): Erfolgreiche Kinder- und Jugendbücher. Baltmannsweiler: Schneider Verlag Hohengehren, S. 7-22.

THEUNERT, HELGA (1996): Begleiter der Kindheit. Zeichentrick und die Rezeption durch Kinder. München: R. Fischer (BLM-Schriftenreihe: Bd. 37).

THEUNERT, HELGA u. SCHORB, BERND (Hrsg.) (1993): Einsame Wölfe und Schöne Bräute. Was Mädchen und Jungen in Cartoons finden. München: R. Fischer (BLM-Schriftenreihe: Bd. 26).

THIELE, JENS (1981): Trickfilm-Serien im Fernsehen. Eine Untersuchung zur Didaktik der Ästhetischen Erziehung. Oldenburg: Isensee.



**Filmographie:**

Aladdin (Aladdin) 1992. Regie: John Musker, Ron Clements; Buch: Ron Clements, John Musker; Produktion: Walt Disney Pictures; Videoedition: Buena Vista, ca. 86 Min. (Walt Disneys Meisterwerk).

Arielle, die Meerjungfrau (The Little Mermaid) 1989. Regie: Howard Ashman, John Musker; Buch: Ron Clements, John Musker; Produktion: Walt Disney Pictures; Videoedition: Buena Vista, ca. 79 Min. (Walt Disneys Meisterwerk).

Bambi (Bambi) 1942. Regie: Walt Disney, David D. Hand; Buch: Larry Morey Perce Pearce; Produktion: Walt Disney Pictures; Videoedition: Buena Vista, ca. 67 Min. (Walt Disneys Meisterwerke).

Der Glöckner von Notre Dame (The Hunchback of Notre Dame) 1996. Regie: Gary Trousdale, Kirk Wise; Buch: Tab Murphy, Irene Mecchi u.a.; Produktion: Walt Disney Pictures; Videoedition: Buena Vista, ca. 87 Min. (Walt Disney Meisterwerke).

Der König der Löwen (The Lion King) 1993. Regie: Roger Allers, Rob Minkoff; Buch: Irene Mecchi, Jonathan Roberts u.a.; Produktion: Walt Disney Pictures; Videoedition: Buena Vista, ca. 84 Min. (Walt Disneys Meisterwerk).

Die Schöne und das Biest (Beauty and the Beast) 1992. Regie: Gary Trousdale, Kirk Wise; Buch: Linda Woolverton; Produktion: Walt Disney Pictures; Videoedition: Buena Vista, ca. 80 Min. (Walt Disneys Meisterwerk).

Dinosaurier (Dinosaur) 2000. Regie: Eric Leighton, Ralph Zondag; Buch: John Harrison, Robert Nelson Jacobs; Produktion: Walt Disney Pictures; Videoedition: Buena Vista, ca. 82 Min.

Dornröschen (Sleeping Beauty) 1959. Regie: Clyde Geronimi; Buch: Erdmann Penner; Produktion: Walt Disney Pictures; Videoedition: Buena Vista, ca. 71 Min. (Walt Disneys Meisterwerke).

Ein Königreich für ein Lama (The Emperor's New Groove) 2001. Regie: Mark Dindal; Buch: David Reynolds; Produktion: Walt Disney Pictures; Videoedition: Buena Vista, ca. 75 Min. (Walt Disney Meisterwerke).

Peter Pan (Peter Pan) 1951. Regie: Hamilton Luske, Clyde Geronimi u.a.; Buch: Ted Sears, Bill Peet u.a.; Produktion: Walt Disney Pictures; DVD-Edition: Buena Vista, ca. 74 Min. (Walt Disney Meisterwerke).

Pocahontas. Eine indianische Legende (Pocahontas) 1994. Regie: Mike Gabriel, Eric Goldberg; Buch: Carl Binder, Susannah Grant u.a.; Produktion: Walt Disney Pictures; DVD-Edition: Buena Vista, ca. 78 Min. (Walt Disney Meisterwerke).

Schneewittchen und die sieben Zwerge (Snow White and the Seven Dwarfs) 1937. Regie: David D. Hand; Buch: Ted Sears, Otto Englander u.a.; Produktion: Walt Disney Pictures; Videoedition: Buena Vista, ca. 80 Min. (Walt Disneys Meisterwerk).

Tarzan (Tarzan) 1999. Regie: Kevin Lima, Chris Buck; Buch: Tab Murphy, Bob Tzudiker u.a.; Produktion: Walt Disney Pictures; DVD-Edition: Buena Vista, ca. 84 Min. (Walt Disney Meisterwerke).

Toy Story (Toy Story) 1995. Regie: John Lasseter; Buch: Joss Whedon, Andrew Stanton u.a.; Produktion: Pixar Animation, Walt Disney Pictures; Videoedition: Buena Vista, ca. 77 Min.

## Erklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Diplomarbeit selbständig angefertigt habe. Es wurden nur die in der Arbeit ausdrücklich benannten Quellen und Hilfsmittel benutzt. Wörtlich oder sinngemäß übernommenes Gedankengut habe ich als solches kenntlich gemacht.

---

Ort, Datum

---

Unterschrift