

Hörspielserien wieder im Trend

- Aktuelle Entwicklungen auf dem Kindertonträgermarkt -

von Horst Heidtmann

(Aus: *ekz-Medien-Info, Reutlingen, Heft 7, 1999, S.3-5; Heft 8, 1999, S.3-6, und Heft 9, 1999, S.3-4.*)

Der Gesamtumsatz mit Tonträgern in Deutschland lag 1998 bei etwa 5,3 Milliarden Mark und damit um 1,5 Prozent niedriger als im Vorjahr. Nachdem die Umsätze seit den frühen 80er Jahren stetig gewachsen waren, hatte die phonographische Wirtschaft in Deutschland im Jahr 1998 auch nominal erstmals einen Umsatzrückgang zu verzeichnen. Kindertonträger hingegen, die durch den von anderen Kindermedien ausgehenden Konkurrenzdruck zeitweise auf fast 2 Prozent Marktanteil abgefallen waren, haben 1998 mit knapp 14 Prozent Zuwachs ihren Absatz nochmals überproportional erhöhen können und erreichen jetzt 4,1 Prozent Anteil am Gesamtumsatz (entspricht knapp 220 Millionen Mark).

Damit haben sich die Kindertonträgeranbieter in den vergangenen Jahren neu im Markt positionieren können. Heute wendet sich ein erheblicher Teil der Gesamtproduktion an ein deutlich jüngeres Publikum als noch vor einem Jahrzehnt, zielt bereits auf Kinder ab dem zweiten Lebensjahr. Dabei hat auch das Hörspielsegment wieder an Bedeutung gewonnen. Die Marktführer haben einerseits ihre Hörspielangebote ‚verjüngt‘, andererseits gelingt es ihnen mit den ‚klassischen‘ Serien die nachwachsenden, jüngeren Kindergenerationen zu erreichen. Mit etwa einem Drittel Marktanteil liegt die seit 1998 zum amerikanischen Universal-Konzern gehörende, zuletzt als PolyGram Family Entertainment firmierende Unternehmensgruppe (Mit den Töchtern KARUSSELL, Deutsche Grammophon, Polydor u.a.) bei Kindertiteln vorn; in ihrem „Kinderkatalog“ stellen Hörspiele 50 Prozent des Repertoires. Die Bertelsmann Music Group (BMG) mit ihren Labels EUROPA und Ariola erreicht mittlerweile wieder einen Marktanteil von etwa 25 Prozent und macht als zweitgrößter Kinderrepertoireanbieter 80 Prozent ihres Umsatzes mit Hörspielserien. Auf dem KIOSK-Label der Berliner Karl Blatz-Gruppe (gut 20 Prozent Marktanteil) stellen Serien sogar 95 Prozent des Umsatzes.

Insgesamt wird das Mediensegment Kindertonträger heute zwar nicht mehr, wie in den 1980er Jahren, von den Niedrigpreis-Hörspielserien beherrscht, gleichwohl finden diese bei Kindern wieder wachsenden Zuspruch. Die meistverkauften, vom Bundesverband der Phonographischen Wirtschaft mit Gold oder Platin ausgezeichneten Kindertitel waren auch 1998 überwiegend Serienproduktionen. Von insgesamt 33 Auszeichnungen erhielt allein *Bibi Blocksberg* acht mal Gold und vier mal Platin, der früher noch erfolgreichere Elefant *Benjamin Blümchen* brachte es auf fünf mal Platin und vier mal Gold. Deutlich abgeschlagen folgt der Kinderliedermacher Rolf Zuckowski mit fünf Edelmetallverleihungen.

Voraussetzungen für den Serienerfolg

Serielles Erzählen ist kein neues, durch die audiovisuellen Medien eingeführtes

Phänomen, sondern geht schon früh einher mit der Kommerzialisierung des literarischen Marktes. Um die Unterhaltungsbedürfnisse eines breiten Publikums kostengünstig zu bedienen, werden bereits im 19. Jahrhundert Fortsetzungsromane geschrieben, bieten seit ihren Anfängen Film, Hörfunk und Fernsehen seriell gefertigte Geschichten.

Die Serienform reduziert den kreativen Aufwand auf der Produktionsseite. Autoren müssen nur einmal ein Ensemble von handlungstragenden Figuren gestalten, Figurenkonstellationen entwickeln, die sich für Fortsetzungen übernehmen lassen. Sprecher müssen sich nur in eine - gleichbleibende - Figur einfühlen. Mit einem eingearbeiteten Team lassen mehrere Hörspielfolgen binnen kurzer Zeit inszenieren und aufzeichnen, so dass die Herstellungskosten relativ gering bleiben. Einzelsequenzen, Vor- und Abspann, Titel- und Zwischenmusiken, akustische Effekte lassen sich - einmal produziert - wiederkehrend für neue Folgen verwenden.

Erfolg haben Hörspielserien vor allem dann, wenn sie Versatzstücke, Charaktere, Bilder und Stereotypen aufnehmen, die Kindern aus den Kinder- oder Populärmedien bereits bekannt, vertraut sind. Die bekannten Versatzstücke müssen jedoch neu arrangiert, aktualisiert, modischen Trends angepaßt werden, wobei das Neue weder in seiner Wertigkeit noch in seiner Wahrnehmung das Gewohnte, das ‚Liebgewordene‘, das man aus anderen Medienproduktionen kennt, überlagern darf.

Genauso, wie sich die Konsumgüterindustrie bemüht, durch Markenartikel regelmäßige Käufer zu gewinnen, deren Erwartungen dann von einem Produkt wiederholt, gleichbleibend bestätigt werden, so bemühen sich die marktführenden Kindertonträgerverlage auf einer vergleichbaren Ebene die Kindererwartungen wiederkehrend durch ihre Serien zu bestätigen. Die Hörspielproduzenten streben zudem bereits seit Jahrzehnten eine Vermarktung in medialen Verbänden an. Man übernimmt Figuren und Geschichten aus Hollywoodfilmen oder Fernsehserien, aus Büchern oder Comics, die ihre Beliebtheit bei Kindern schon unter Beweis gestellt haben. Seltener konzipiert man für Hörspielserien eigene Figuren und Geschichten, die dann in anderen Medien, als Film, Video oder Comic weiterverwertet werden. Durch den gemeinsamen Auftritt der Serienfiguren in verschiedene Medien bewerben sich diese wechselseitig.

Die Figuren und Stoffe, die aufgrund anhaltender Medienpräsenz bei den Kindern am bekanntesten sind, bevorzugt auch der Einzelhandel, da er diese schneller und ohne Beratung verkaufen kann.

Aktuelle Marktentwicklungen

Durch die Konkurrenz privater Fernsehanbieter mit einem vielfältigen Trickfilm- und Actionserienangebot sowie durch die wachsende Verbreitung der Computer(spiel)medien ging die Nachfrage nach Kinderhörspielserien um 1990 drastisch zurück. Die älteren Kernzielgruppen wandten sich fast vollständig von den Kindertonträgern ab und nutzten die von ihnen bevorzugten Genres wie Fantasy, Science Fiction, Krimi oder Romance statt dessen als TV-(Cartoon-)Serie oder Computerspiel. So fielen die zuvor jeweils mit Millionenstückzahlen verkauften EUROPA-Serien *Die drei ???* und *TKKG* 1993 und 94 auf weit unter 100.000 zurück, mußten Serien wie *A-Team*, *Airwolf*, *Knight Rider* (alle EUROPA), *Raumschiff*

Enterprise oder *Teenage Turtles* (KARUSSELL) eingestellt werden. Die Hersteller erweiterten daraufhin ihr gängiges Repertoire für Kleinkinder mit Märchenreihen, Kinderliedern oder Gute-Nacht-Geschichten, produzierten ferner neue Serien für das Vorschulalter und konnten darüber hinaus einige der ‚klassischen‘ Krimiserien an eine jüngere Zielgruppe vermitteln.

Bei der PolyGram erweisen sich Kinderreihen, die wie Serien vermarktet werden, als besonders umsatzträchtig. Die mit Gold oder Platin ausgezeichneten Spitzentitel auf dem KARUSSELL-Label waren in den vergangenen Jahren durchweg Disney-Stoffe, zu Hörspielen überarbeitete Soundtracks von Disney-Zeichentrickfilmen, dazu kommen gelegentlich neu erzählte Hörspiel-Episoden mit gleichem Figurenarsenal (*101 Dalmatiner*). Nachdem die Nachfrage nach Disney-Kinderstoffen in Deutschland in allen Kindermedien seit zwei Jahren rückläufig ist, hat die Disney Company fast alle Hörspielrechte an ihren Film- und Fernsehstoffen auf einen neuen Lizenznehmer, die Hamburger Edel Musik-Gruppe übertragen. KARUSSELL promoted stattdessen verstärkt Hörspieladaptionen, Lesungen oder die Übernahme von Filmtönen von Werken namhafter Kinderbuchautoren, als Kurzserien oder mit einheitlichem Cover in Reihenform (Otfried Preußler). Von der *Astrid Lindgren*-Hörfest-Edition bei der Deutschen Grammophon liegen mittlerweile über 50 Titel auf CD und MC vor.

Als konzernunabhängiger Produzent ist das Hamburger edel records-Label seit dem Oktober 1998 mit seiner ersten Hörspielserie *Sailor Moon* erfolgreich in den Massenmarkt eingestiegen. Da Edel zudem seit dem 1.1.1999 die Disney-Charaktere exklusiv vermarkten kann (auf die bis 1995 jährlich etwa 12 Prozent des gesamten Kindertonträgerumsatzes entfielen) und weitere Rechte an Fernsehstoffen hält, zeichnet sich hier auch für das Kinderrepertoire wachsende Marktpräsenz ab. Mit einem nach Marketinggesichtspunkten geschickt konzipierten Programm von Hörspielserien im medialen Verbund engagiert sich mit dem Ravensburger Verlag seit dem Frühjahr 1999 ein weiterer neuer Anbieter im Segment Hörspielserien. Auch kleinere Kindertonträgerverlage wie Jumbo oder Patmos suchen mittlerweile mit - literarisch allerdings ambitionierteren - Kurzserien jüngere Zuhörerinnen an sich zu binden.

Alle Marktführer bemühen sich um die Rechte an erfolgreichen Familienfilmen oder Kinder-Fernsehserien, da sich Hörspiele und Lesungen auch für Kleinkinder besser vermarkten lassen, wenn der Zielgruppe die Figuren aus anderen Medien bereits vertraut sind. Filmstoffe lassen sich bei Bedarf mit neuen Episoden zu beliebig langen Serien verlängern, was gegenwärtig u.a. mit weiteren Abenteuern von *Schweinchen Babe* (KARUSSELL) neu versucht wird.

Gattungen und Genres

Für kleinere wie für größere Kinder werden bereits seit Jahren in vielen Hörspielserien Motive aus unterschiedlichen Genres, aus Märchen und Mythos, aus Krimi und Science Fiction, aus Slapstick oder klassischen Abenteuergeschichten miteinander vermengt. Die bisherigen Grenzen zwischen den unterschiedlichen Genres verschwimmen, auch die Gattungen Hörspiel, Lesung, Kinderlied, Musik werden anders als früher miteinander vernetzt. Es lassen sich also allenfalls grobe

Unterteilungen des Kinderserienangebots vornehmen.

Funnies

Das wichtigste Marktsegment bilden bereits seit etlichen Jahren Serien, die das Komische, Humoristische, die Spaß oder Kalauer mit Spannungselementen verbinden, die dabei auch Märchenhaft-Phantastisches sowie Abenteuerliches integrieren können. Bei Comics und Cartoons hat sich für dieses Segment als Genrebezeichnung der Begriff *Funnies* durchgesetzt, also Spaßiges im weitesten Sinne. Dazu gehören gegenwärtig vor allem Serien mit anthropomorphen Tieren, mit Kobolden oder Fabelwesen. Die meisten dieser Serien arbeiten mit Hauptfiguren, die nach dem Kindchenschema gestaltet sind, die also mit großem Kopf, großen Kulleraugen Sympathie binden und Zuneigung wecken sollen.

Der Megastar des Spaßigen ist nach wie vor *Benjamin Blümchen*. Mehr als 95 Prozent der deutschen Kinder im Alter zwischen drei und 12 Jahren kennen den sprechenden Zooelefanten, der damit hierzulande populärer ist als die *Micky Maus* oder *Pippi Langstrumpf*. Konzipiert wurde die Figur von der Kinderbuchautorin Elfie Donnelly. 1977 hatte der Elefant seinen ersten Hörspielauftritt: er übernahm die Urlaubsvertretung für den Wetterhahn von Neustadt und traf den kleinen Otto, der sein bester Freund wurde. Hatten die *Benjamin*-Folgen anfänglich noch naiven Charme, so scheint zunehmend das Synthetische des (mittlerweile vom Regisseur Uli Herzog auch als Autor fortgeschriebenen) Konzepts durch. Die Serie ist läßt sich beliebig verlängern, da hinter dem vertrauten Figurenensemble lediglich die ‚Tapete‘, das Szenarium gewechselt wird.

In rund 90 Episoden (und 50 Millionen verkauften MCs) agiert Benjamin als Lehrer, Briefträger, Fußballstar oder mittelalterlicher Ritter. Ein Böser bedroht oft Tiere, doch Benjamin hat eine treffliche Idee, durch die am Ende das Problem gelöst wird. Kinder sehen in ihm den starken Freund. Da die erwachsenen Nebenfiguren oft über sprechende Namen (Zoodirektor „Tierlieb“) verfügen und naiver als die zuhörenden Kinder agieren, vermittelt diesen das neben Komik auch Überlegenheitsgefühle, Bestätigung eigener Kompetenzen. Das didaktische Konzept zielt in den neueren Folgen auf immer jüngere Zuhörer (Vorschulalter und darunter), die der Erzähler u.a. dadurch an den Stoff bindet, indem er sie wiederkehrend fragt: „Was passiert wohl jetzt, wie geht es weiter?“ Obwohl die Ermüdungserscheinungen des Serienstoffes unüberhörbar sind, so hat die Karl Blatz-Gruppe es mit vermehrten Marketinganstrengungen geschafft, *Benjamin Blümchen* 1998 wieder an die Spitze der Kindertonträgercharts zu bringen.

Attraktiver präsentiert sich auf dem KIOSK-Label die ebenfalls von Elfie Donnelly entwickelte kleine Hexe *Bibi Blocksberg*. Auch wenn die Hexereien von Bibi nicht immer perfekt sind (und damit manchmal für Situationskomik sorgen), so verfügen sie und ihre Hexenmutter aber über Zauberkräfte, im Gegensatz zu den Männern der Familie Blocksberg, die eben nicht zaubermächtig sind. Dies Konzept wirkt seit 1980 mit 70 Folgen und ähnlich synthetischen Strickmustern wie bei dem Elefantenkollegen vor allem für kleinere Mädchen so attraktiv, dass die kleine Hexe seit 10 Jahren auch noch auf einen Reiterhof geschickt wird. Das vollsynthetische Konzept dieser mittlerweile 35 Folgen umfassenden Serie *Bibi und Tina* charakterisiert der Verlag selbst folgendermaßen: „Zwei unzertrennliche

Freundinnen, Pferde und ein bißchen Hexerei...“

Die PolyGram Gruppe vermarktet bei den Funnies nach Abgabe der Disney-Film- und Fernsehstoffe am erfolgreichsten Preußler-Hörspiele (*Die kleine Hexe*, *Das kleine Gespenst*) sowie Preußler-Lesungen (deren Cover die Audiobook-Gestaltung des München HörVerlags plagiierten). Ähnlich populär sind Lindgren-Hörspiele (teils nach aktuellen Kinderfilmen, teils in etwas veralteten Aufnahmen), Michael Ende-Kurzserien (*Jim Knopf*) oder Janosch-Themen. Ein Werbeschwerpunkt liegt bei KARUSSELL seit 1998 auf der Revitalisierung einer von EMI/Electrola übernommenen *Pumuckl*-Serie, von der über 40 Titel als MC oder CD vorliegen. Bei Kleinkindern erfreut sich die 1965 von Ellis Kaut zu literarischem Leben erweckte Koboldfigur seit Generationen höchster Beliebtheit. Die über 50 TV-Serienfolgen mit Meister Eder und seinem Pumuckl werden aktuell von der ARD und dem Kinderkanal im *Pumuckl-TV* erneut verwertet und dort zusätzlich durch neu von Ellis Kaut (und ihrer Familie) geschriebene Episoden fortgesetzt. Da der Medienverbund um den Kobold durch eine *Pumuckl*-Zeitschrift und vielfältige Merchandising-Produkte aktuell weitere Impulse bekommt, darf die Figur bei der Zielgruppe sogar noch mehr Popularität erwarten. (Vgl. hierzu weiter unten die Empfehlungen für Bibliotheken.)

KARUSSELL bietet noch weitere Hörspielserien im Medienverbund, z.B. eine Neuinszenierung der Abenteuer des *Asterix*, die sich stärker als frühere Adaptionen (bei EUROPA) eng an die Comic-Vorlagen hält, die für die Dialoge fast wörtlich die Sprechblasen der deutschen Comic-Übersetzungen übernimmt, mit rollengerecht besetzten Figuren, professionell agierenden Sprechern. Allerdings gehen in den Hörspielen Ironie und zeitgeistige Anspielungen, die die Spezifik der Bildergeschichten ausmachen, vollständig verloren.

Weitere TV-Klassiker wie die *Biene Maja* oder *Heidi* sind bei KARUSSELL immer noch mit etlichen Folgen präsent, wobei jeweils Fernsehausstrahlungen der Nachfrage nach den Hörspielen Impulse geben. Neu sind Hörkassetten zur aktuell laufenden *Pippi Langstrumpf*-TV-Serie. Pippi wird hier zwar zu einer Cartoon-Figur mit Quäkstimme reduziert, wirkt aber - aufgrund der künstlerischen Qualität des Originals - für kleinere Kinder trotzdem höchst attraktiv.

Auch die einschlägigen Vorschul-TV-Magazine nehmen als (beliebig zusammengestellte) Hörkompilationen mit Geschichten, Kurzhörspielen und Liedern in den Kinderhörspielcharts vordere Plätze ein: *Lieder und Geschichten mit der Maus* (KIOSK), *Sesamstrasse* (EUROPA) oder das *Sandmännchen* (EUROPA).

Als Titelfigur des gleichnamigen Kindermusicals von Peter Maffay ist der kleine grüne Drache Tabaluga bei deutschen Kindern so bekannt geworden, dass das ZDF und der Kinderkanal seit Oktober 97 wöchentlich ein eigenes *Tabaluga tivi*-Magazin ausstrahlen, das nicht minder erfolgreich auf EUROPA-MCs vermarktet wird: Tabaluga hilft den Tieren von Grünland in ihrem Kampf gegen den bösen Herrscher von Eisland, denn Arktos, der Schneemann, will das benachbarte Grünland ebenfalls mit Schnee und Eis bedecken. Dank Tabalugas Flug- und Feuerspuckkünsten lassen sich die Angriffe des Schneekönigs und seiner tolpatschigen Helfer problemlos abwehren. Die Gestaltung der Figuren wie der Handlung orientiert sich an gängigen Vorlagen; die kurzen Episoden mischen Versatzstücke aus Volksmärchen und Fantasy mit mythischen Überhöhungen. Am Anfang wie am Ende jeder Episode stehen Rocksongs von P. Maffay, in denen sich musikalischer

Zeitgeist der 1970er Jahre widerspiegelt. Kindertümelnde Sprecher und die Verwendung von Versatzstücken ermöglichen Kindern ab drei oder vier Jahren den problemlosen Zugang zum Stoff.

Mit seinem neuen Hörspielprogramm greift der Ravensburger Verlag auf seinen multimedial erfolgreichsten Charakter zurück und präsentiert in der Serie *Käpt'n Blaubär Geschichten* eine bunte Mischung von Geschichten und Dialogen aus dem TV-Magazin *Käpt'n Blaubär Club*. (Vgl. die Empfehlungen für Bibliotheken weiter hinten). Zusammen mit der Deutschlandpremiere des gleichnamigen Kinofilms erscheinen bei den Ravensburgern die *Rugrats* (wörtlich: die Ratten von der Babydecke; oder sinngemäß: die Windelbande), eine Hörspielserie zu einer bei Vorschulkindern populären Cartoonserie, die zunächst bei Nickelodeon und danach bei Pro Sieben lief. Jede MC bietet jeweils vier Kurzhörspiele, die um einen Erzählerkommentar ergänzte Synchronfassung der TV-Serie mit Abenteuern aus der Welt der Ein- bis Dreijährigen. Wo der Trickfilm durch Visualisierung von Geschwindigkeit und schräg-grotesken Überzeichnungen besticht, bleibt die Hörspielfassung durch Beschränkung auf das Akustische eindimensional.

Künstlerisch wenig überzeugend ist die ebenfalls von den Ravensburgern vertriebene Serie *Lizzy vom Eichenstern*. Lizzy ist ein kleines Eichhörnchenmädchen, das zusammen mit ihrem Freund Konrad und anderen Hörnchenkindern zusammen auf einem eigenen Planeten, dem Eichstern wohnt, auf dem sich das Leben vor allem um das Nüssesammeln dreht. Der Mond, der in Person auftaucht, gibt ihr die Fähigkeit zum Fliegen, und fliegt mit ihr in jeder Folge auf andere Sterne. Die Sprache verzichtet auf poetische Verdichtungen, gebraucht statt dessen verniedlichender Suffixe, was zusammen mit den idyllischen heile-Welt-Szenarien und den manchmal betulich-belehrenden Dialoge an die Kinderliteratur des späten 19. oder frühen 20. Jahrhunderts erinnert.

Eine noch größere Diskrepanz zwischen Anspruch und Realisierung offenbart die auf dem Label Clever Teddy erscheinende Serie *Familie Fürchterlich*, die von KIOSK vertrieben und gemeinsam mit der Familienzeitschrift *Familie & Co.* als pädagogisch besonders wertvoll angepriesen wird. Mit den heiteren Erlebnissen einer Drachenfamilie soll an die Alltagserfahrungen von Klein- und Vorschulkindern angeknüpft werden, denen man hier aufdringlich moralisierend pädagogische Botschaften und tradierte Geschlechtsrollenklischees gleichermaßen vermittelt.

Kinderdetektivserien

Binnen weniger Jahre haben sich die Verkaufszahlen für das Genre Kinderdetektivserien wieder vervielfacht. Mit über zwei Millionen verkauften MCs konnten sich *Die drei ???* im vergangenen Jahr auf Platz drei der Kindertonträgercharts positionieren (bislang 85 Folgen). Der zweite ‚Dauerseller‘ auf dem EUROPA-Label, *TKKG* (114 Folgen) kam mit 1,4 Millionen verkauften MCs auf Platz fünf der Charts, die dritte EUROPA-Serie, *Fünf Freunde* (31 Titel), immerhin noch auf Rang 14.

Gab es früher mit Justus, Peter und Bob, *den drei ???*, reichlich Schlägereien, lebensgefährliche Situation und handfeste Knocheleien, so wirken die neueren Aufnahmen biederer, verzichten auf Action und Überraschungen. Die Lösung der

Kriminalfälle ist eindeutig, zeichnet sich zudem früh ab. Auch die Neuaufnahmen mit Tim, Karl, Klößchen und Gaby (*TKKG*) wenden sich jetzt gewalt- und atcionreduziert an ein jüngeres Publikum (ab fünf oder sechs Jahren). In beiden Serien wurden Redundanzen verstärkt, Zusammenhänge werden den kleineren Hörern mehrfach erklärt. Spannung wird behauptet: „jetzt wurde es ganz gefährlich, drohte höchste Gefahr...“ etc.

Die *Fünf Freunde*-Serie, deren Verkaufszahlen nach der medienübergreifenden Werbekampagne zu Enid Blytons hundertstem Geburtstag (1996) wieder rückläufig sind, stellte schon bislang weder von den Kriminalfällen (diebische Zirkusartisten) noch von den Szenarien (Wald, Fluss, Burgruine) her sonderliche Anforderungen an die Zuhörer, hat in der Hörspieladaption auch bisher schon jüngere Kinder erreicht als die Buchausgaben.

Deutlich spektakulärer legt der österreichische Vielschreiber Thomas Brezina seine Kinderkrimiserien an. Das dreiköpfige *Tiger Team* (15 Hörspiele bei EUROPA) findet seine Fälle in Ägypten ebenso wie auf Gran Canaria. Die Handlungen (neugierige Kinder mischen sich in Erwachsenenangelegenheiten ein) zerfallen gelegentlich stark in Einzelteile. Andererseits werden die zuhörenden Kinder immer wieder angesprochen, sich an der Lösung des Falles zu beteiligen, mit zu kombinieren. Hauptfigur von Brezinas *Bello Bond*-Serie (8 Folgen, EUROPA) ist ein zum trickreichen Agentenhund ausgebildeter West Highland Terrier, der zusammen mit drei Kindern im Internat Kriminalfälle löst, als kindgemäße *Kommissar Rex*-Variation für Vorschulkinder.

Die gegenwärtig professionellsten Brezina-Adaptionen bietet der Ravensburger Verlag mit neu produzierten *Knickerbocker*-Hörspielen (bislang vier, nicht identisch mit den österreichischen MCs). Mit über 50 Folgen ist die *Knickerbocker-Bande* zugleich die erfolgreichste Brezina-Buchserie. Die Bande besteht aus zwei Jungen und zwei Mädchen im Alter zwischen 9 und 13 Jahren, die in jeder Episode in einen Kriminalfall verwickelt werden, den sie - im Regelfall geschickter als die Erwachsenen - aufklären. In Indonesien wollen sie gefährliche Riesenechsen erforschen und geraten dabei in die Fänge von Black Cat, einer Verbrecherorganisation (*Der Schatz der letzten Drachen*). Auf einer Reise mit dem neugebauten Katastrophenschiff Titanic müssen die Kinderdetektive scheinbare Geisterauftritte und einen Millionen-Kunstraub aufklären sowie den Schiffsuntergang überleben (*Titanic bitte melden!*).

Geschickt erweitert Brezina gängige Genre-Klischees durch Mystery-Elemente sowie durch Versatzstücke und Zitate aus der aktuellen (und Kindern vertrauten) Popularkultur. Die *Knickerbocker* unterscheiden sich von älteren Serien durch größer dimensionierte Kriminalfälle und phantasievoller ausgeschmückte Szenarien. Da inhaltliche Zusammenhänge und schwierige Worte in den Dialogen erklärt werden, erschließen sich die Hörspiele trotzdem bereits Kindern im unteren Grundschulalter.

Science Fiction- und Fantasy-Serien

Science Fiction-Motive können zwar für PC-Spiele und TV-Serien noch wichtige Bedeutung haben, in der Kinder- und Jugendliteratur sind sie seit etlichen Jahren

randständig. Als Hörspielgenre haben sie ebenfalls drastisch an Bedeutung eingebüßt. Gleichwohl versucht 1999 KARUSSELL die bei Eltern und Pädagogen umstrittene, bei Grundschulkindern populäre TV-Serie *Power Rangers* als Hörspiel (Soundtrack mit Erzählerkommentar) im Markt zu plazieren: Teenager können sich mit übernatürlichen Kräften in Weltraumhelden verwandeln, kämpfen wiederkehrend mit asiatischen Kampftechniken und Superwaffen gegen außerirdische Aggressoren und Raumschiffe, die die Erde zerstören wollen.

Am Vorbild der kommerziell erfolgreichen *Power Rangers* orientiert sich eine aus dem Amerikanischen stammende SF-Buchserie, die der Ravensburger Verlag (nach eigenen Angaben „zufriedenstellend“) in deutschen Buchhandlungen vertreibt. Weniger klischeeüberfrachtet und weniger kampforientiert erzählt die *Animorphs*-Serie von fünf Jugendlichen, die von einem notgelandeten außerirdischen Prinzen die Fähigkeit erhalten, sich in zu verwandeln, zu morphen. Die fünf Animorphs müssen feindliche Außerirdische bekämpfen, die wie häßliche Schnecken aussehen, Menschen als Wirte benutzen und unterjochen. Die gesamte Menschheit ist bedroht, die Fünf nehmen tapfer den Kampf auf, bei dem sie sich in immer wieder andere Tiere verwandeln. Die von einem Autorenteam unter dem Pseudonym Katherine Applegate entwickelten Stoffe wirken zwar auch synthetisch, bieten aber zielgruppengerechte, solide produzierte Kinderunterhaltung, professionell und mit hörbarem Aufwand inszeniert.

Ebenfalls in den USA gehörte *Gänsehaut* von R.L. Stine über Jahre zu den meistverkauften Kinderbuchserien. In Deutschland läuft sie in Buchform bei Bertelsmann, als TV-Serie bei Pro7. Auf der deutschsprachigen TV-Fassung basiert die gleichnamige EUROPA-Hörspielserie (6 Folgen) mit jeweils in sich abgeschlossenen Geschichten. Durch unerwartete Pointen sowie den manchmal ironischen Umgang mit Klischees unterscheidet sich diese Grusel-Serie von vergleichbaren Angeboten.

Mit einer Wiederauflage der *Gruselserie* von H.G. Francis aus dem Jahre 1981 und den ersten *Perry Rhodan*-Science Fiction-Hörspielfolgen (von 1983) versucht das EUROPA-Label aktuell (und recht erfolgreich) seine älteren Serien bei den heute jungen Erwachsenen, die als Kind mit diesen Serien aufgewachsen sind, als „kultig“ zu vermarkten.

Vom Erfolg der SF-Endlosserie *Perry Rhodan* möchte auch KARUSSELL mit einer neuen Hörspielserie profitieren, die die Abenteuer des Mausbibers Gucky ins Zentrum stellt, die heiter-abenteuerliche Fantasygeschichten für das Vorschul- und frühe Grundschulalter inszeniert. Bei den Mädchen dieser Altersgruppe konnte sich die seit Oktober 1998 von edel records vertriebene Serie *Sailor Moon* binnen kürzester Zeit als erfolgreichstes Fantasy-Thema etablieren. Auf über über 20 MCs (wie auch parallel in eigenen Cartoon- und Comic-Serien) wird die „Geschichte der Sailor-Kriegerinnen in ihrem unermüdlichen Kampf für Liebe und Gerechtigkeit“ erzählt, die in Japan zu den beliebtesten Manga-(Comic-)Serien gehört.

Abenteuer

Für den Kinderhörspielsektor haben die klassischen Abenteuer-Serien drastisch an Bedeutung eingebüßt. Hier greifen Kinder offenkundig eher auf andere Medien

zurück, nutzen Bücher, Film oder Fernsehen. Immerhin bringt es Enid Blytons klassische *Abenteuer*-Serie auf sieben Folgen bei Karussell, eine neue Hörspieladaption von Karl Mays *Winnetou* auf sechs (beide bei KARUSSELL).

Mädchenserien

Einen akzeptablen Marktanteil erreichen hingegen noch die typischen Mädchenserien, auf die - anders als bei den meisten sonstigen Hörspielthemen - auch noch ältere Mädchen bis zu 12, 13 Jahren zugreifen. Auf Rang 6 der Tonträgercharts vereinen sich bei *Bibi und Tina* (KIOSK) Komisches mit Hexerei, Mädchenfreundschaft und Pferdeabenteuern. Geschichten mit Pferden stehen auch im Zentrum von *Wendy* (knapp 30 Folgen bei KIOSK), einer Hörspielserie, die Episoden der gleichnamigen Pferdecomics von Ehapa adaptiert und auf Platz 13 der Seriencharts rangiert. Die Titelheldin ist genregemäß, konventionell gestaltet, überdurchschnittlich klug und geschickt löst sie Probleme mit Pferden oder verfeindeten Familien.

Zu *Wendy* finden ältere Mädchen kaum Alternativen. Ähnlich konventionell wird auch vom *Reiterhof Dreillilien* (5 MCs bei KARUSSELL) erzählt, der auf eine erfolgreiche Mädchenbuchserie zurückgeht, und von *Hanni und Nanni* (8 MCs bei EUROPA), die zu Enid Blytons Internat-Klassikern gehören.

Soap Operas

In der Fernsehnutzung von Kindern und Jugendlichen haben Soap Operas in den vergangenen Jahren einen immer höheren Stellenwert einnehmen können. Wöchentlich oder täglich ausgestrahlte TV-Serien mit jugendlichen Protagonisten, die Alltagsthemen, Freundschaft, Liebe und Intrigen behandeln, die vor allem Emotionen ansprechen, erreichen bereits bei Kindern im frühem Grundschulalter Spitzeneinschaltquoten. Da sich TV-Soaps kostengünstig produzieren lassen, versuchen Fernsehsender mit solchen Eigenproduktionen ein breites Publikum zu binden. Besonders Mädchen entwickeln in immer früherem Alter ausgeprägte Serienvorlieben und kaufen zu ihren Serien dann entsprechende Verbundproduktionen, Zeitschriften, Bücher, CD-ROMs, Soundtracks und Hörspiele.

Eine Annäherung an die Erzählweisen von Soap Operas, verbunden mit Erlebnissen einer Kindergruppe auf dem Reiterhof, Geschichten von Pferden und Freundschaft, erster Liebe und kleinen Abenteuern im Alltag, bietet die TV-Serie *Neues vom Süderhof*, die sich - mittlerweile Bestandteil des *Tigerenten Clubs* der ARD - seit Jahren bei der Zielgruppe höchster Popularität erfreut. Die Hörspielbearbeitungen des *Süderhofs* (15 Folgen bei KIOSK, neuerdings auch 5 MCs bei KARUSSELL, Buchvorlagen bei Pelikan) brachten es 1998 immerhin auf Rang 12 der Kinderserienhitliste.

Mit einer weiteren TV-Serie, *Die Kinder vom Alstertal* (3 Folgen bei KARUSSELL), versuchen ARD und Kinderkanal an diesen Dauererfolg anzuknüpfen. Das Gut Alstertal ist ein selbstvermarktender Bio-Bauernhof bei Hamburg, mit der patenten Carla als Chefin, ihren Kindern, Oma Ami sowie einer weiteren Familie mit Kindern. In der Folge *Ab in die Ferien* hat sich die alleinerziehende Mutter Carla in den Lehrer

Jan Kruse verliebt, Sohn Timo ist eifersüchtig, rettet aber bei einer Paddeltour einem Opa mit Enkel das Leben. Und alle Kinder vom Gut sind entsetzt, weil Uwe Clement mit dem Mährescher ein Rehkitz verletzt. Die Alstertal-Serie will mit einem altersübergreifenden Protagonistenensemble, von Kleinkind über mittleres Alter, von jungen zu älteren Erwachsenen, möglichst vielfältige Identifikationsmöglichkeiten bieten, für die Kleinen Geschwisterliebe und erster Kuss, für die Älteren Beziehungsprobleme.

Auf die Altersgruppe, die für Vorabend-TV-Soaps vielleicht noch zu jung, für *Hanni und Nanni* aber schon zu alt ist, zielen ARD und Kinderkanal mit ihrer seit 1998 ausgestrahlten Internatsserie *Schloß Einstein* (6 Folgen bei KARUSSELL). Die Hauptfiguren sind Schülerinnen und Schüler der 6. und 7. Klasse eines idyllischen ostdeutschen Internats, aus sozial unterschiedlichen Familien, mit jeweils stereotypen Eigenschaften: besonders klug, experimentierfreudig schräg, reich und arrogant oder dick. Neben Emotionsansprache bieten die Episoden stets Situationskomik; dank der redundanten Erzählerkommentare funktioniert die Hörspielfassung bei kleineren Kindern auch ohne Kenntnis der TV-Serienfolgen.

Mit über 1.600 Folgen ist die Vorabendserie *Gute Zeiten, schlechte Zeiten* (GZSZ) bei RTL die erfolgreichste deutsche daily soap. Täglich verfolgen bis zu 6 Millionen zumeist jugendliche Zuschauer die Erlebnisse einer Clique erfolgreicher, lifestylebewußter junger Protagonisten vor dem Hintergrund einer zeitgeistgerechten Großstadt Berlin. Allein bei den 10- bis 13jährigen Mädchen erreicht GZSZ einen Marktanteil von 60 Prozent. Begleitet von aufwendiger TV-Werbung sind bei KARUSSELL die beiden ersten „offiziellen Hörspiele zur Serie“ erschienen. In der ersten Episode gibt es nach allerlei Turbulenzen in der größten Kirche Berlins die Traumhochzeit von Andy und Flo. In der zweiten Folge finden Cora und Nico nach mancherlei Mißverständnissen zueinander. Beide Hörspiele verdichten jeweils einen zentralen Handlungsfaden, lösen Original-Dialoge aus etlichen Serienfolgen heraus, verbinden diese mit einem neuen Erzählerkommentar, der von einer der beteiligten Hauptfiguren (Andy bzw. Cora) aus der Ich-Perspektive vorgetragen wird. Damit sind diese Hörspieladaptionen mediengerechter als die zumeist übliche Übernahme von TV-Tonspuren.

Kaum weniger erfolgreich ist die im Vorabendprogramm der ARD laufende daily soap *Marienhof*, die im Milieu schöner, zeitgeistorientierter, modebewußter, junger sowie jugendlich gebliebener Menschen in Köln angesiedelt ist. Die bislang (bei KARUSSELL) produzierten Hörspielfassungen wirken allerdings handlungsarm, der ausführliche, redundante Erzählerkommentar erinnert in Tonfall und Sprachkomplexität an Kleinkinder-Serien wie *Biene Maja* oder *Turtles*. Zudem fehlt das Zeitgeistambiente, das die visuelle Attraktivität der Serie ausmacht.

Obgleich sich Soap-Stoffe auch in den Printmedien, durch Fan-Zeitschriften wie durch TV-Begleitbücher bei Kindern seit Jahren erfolgreich vermarkten lassen, bleibt bei den Tonträgeradaptionen bislang der erhoffte Massenerfolg aus.

Zur Dramaturgie der Kinderhörspielserien

Die Dramaturgie der meisten Kinderhörspielserien hat sich den letzten beiden Jahrzehnten den Erzählweisen anderer Populärmedien angenähert. Wie die schnell

geschnittenen Cartoon- oder Actionserien, wie die soap operas oder Videoclips im Fernsehen untergliedern sich auch Hörspieleepisoden in kurze inhaltliche Sequenzen, selten länger als 90 Sekunden. Die Regisseure bemühen sich um eine Hochspannungsdramaturgie, um Spannungshöhepunkte auch in kurzen Einzelsequenzen, wodurch oft genug die Banalität der Handlung überdeckt wird. Da Kinderhörspielserien oft auf der Tonspur einer TV-Serie basieren, liegt die Nähe zu filmischen Erzählweisen nahe. Bei *Tabaluga* und ähnlichen Serien werden die kurzen Dialogsequenzen des Films von einem hektischen Erzählerkommentar ergänzt, um nochmals die Spannung zu steigern.

Bei aufwendigeren Filmstoffen, z.B. Disney-Themen, wird der zusätzliche Erzähler eher sparsam eingesetzt. Auch Hörspiele nach daily soaps arbeiten mit ruhig vortragenden Erzählern. Da in den einzelnen Folgen der soaps oftmals mehrere parallel geführte Handlungsstränge miteinander vernetzt werden, verhilft diese Inszenierungsweise jüngeren Zuhörern zu mehr Übersicht über den Handlungsverlauf.

Die Hochspannungsdramaturgie wird im Regelfall durch den Einsatz von Musik und Geräuschen verstärkt. Wie im Fernsehen sind auch bei Hörspielen immer häufiger die gesamten Dialoge durch Musik unterlegt, die Stimmungen verdeutlichen oder verstärken soll. Zur Spannungssteigerung werden Zwischenmusiken eingesetzt, die sich gelegentlich an Hollywoods Monumentalfilmen zu orientieren scheinen. Eine übertrieben naturalistische Geräuschkulisse, peitschende Schüsse oder Kampflärm, Motordröhnen und Sturmwinde suggerieren ebenfalls äußere Aktionen.

Serienhörspiele als Originalaufnahmen folgen ebenso diesen dramaturgischen Mustern, *Benjamin Blümchen* wie *TKKG* oder neu eingespielte Brezina-Stoffe: kurze Sequenzen, viel Dialog, übertriebene Geräuscheffekte, spannungssteigernde Musikunterlegung. Die in Kinderhörspielen eingesetzte Musik orientiert sich heute mehr am zeitgenössischen, Kindern vertrauten Mainstream, nutzt Techno und Rap, sogar bei der Modernisierung der Altserien.

Wenngleich die marktführenden Massenhörspielserien Verfremdendes oder Irritierendes in ihrer Dramaturgie zu meiden suchen, kann man bei allen größeren Firmen zumindest einen technisch und handwerklich soliden Produktions- und Inszenierungsstandard erwarten. Für die auflagenstarken Serien werden oft namhafte (und teure) Schauspieler eingesetzt. Für die Synchronisation eines Disney-Kinofilmes oder die Inszenierung einer *Blümchen*-Folge stehen mehr Geld zur Verfügung als für die Produktion eines Einzelhörspiels bei kleineren Anbietern. Andererseits wird in fast allen Serien das ästhetische Anspruchsniveau auf einer niedrigen Ebene festgeschrieben, sind die medienspezifischen, künstlerischen Leistungsmöglichkeiten des Mediums allenfalls ansatzweise ausgeschöpft.

Kinder lieben Serien

Kinder greifen bereitwilliger auf Hörspielserien zu als auf Einzeltitel, nicht zuletzt, weil Serien eben fast ausschließlich unterhaltungsbetonte Stoffe bieten. Eindimensional angelegte Charaktere erschließen sich zudem schnell, überzeichnete, leicht identifizierbare Stimmen helfen dabei. Der Handlungsverlauf ist geradlinig, ohne Rückblenden, mit leicht überschaubaren Spannungsbögen und einem

vorhersehbaren happy end. Der rasche Wechsel kurzer Sequenzen vermittelt den Eindruck ununterbrochener Aktion.

Serienproduktionen sollen kleine Hörerinnen und Hörer nicht überfordern, nicht irritieren oder verunsichern, weder inhaltlich noch formal, denn sie müssen längerfristig in großen Stückzahlen verkauft werden. Die Hersteller bemühen sich also um ‚leicht verdauliche‘, ideologisch konsensfähige Unterhaltung, die niemandem weh tut.

Bei jugendlichen wie erwachsenen Zuschauern ist die Serienform beliebt, weil sie den Rezeptionsaufwand reduziert. Nach der zweiten oder dritten Folge sind die Figuren ebenso wie das Szenario vertraut. Der Serienkosmos erschließt sich bei wiederholtem Hören immer einfacher. Bekannte Hörspielfiguren vermitteln Kindern das Gefühl nicht allein zu sein. Im Kreis der ihnen vertrauten Serienhelden finden sie Geborgenheit.

Das Wiedererkennen von Figuren und Konstellationen, Mitsprechen von Redewendungen und Dialogfetzen, die Antizipation von Handlungsteilen, all das kann für Kinder auch positiv zu würdigendes Erfolgserlebnis sein, da sie in ihren Erwartungen und Fähigkeiten bestätigt werden.

Spannende wie lustige Hörspiele lassen Kindern mehr Raum für eigene Vorstellungen als z.B. Zeichentrick- oder Realfilmserien im Fernsehen; die Rezeption von Hörspielen ist assoziativer. Kleinere Kinder können sich also - eingeschränkt auf die akustische Wahrnehmung - selbst besser in eine Geschichte hineinversetzen, sie können sich auch stärker emotional am Geschehen beteiligen. Gleichzeitig können sie die Intensität des Emotionalen steuern. Sie können sich in gruselige Situationen hineinräumen, sie können sich aber jederzeit aus der Situation zurückziehen, die Augen öffnen und den Recorder abstellen.

Da Kassettenrecorder wie CD-Player nicht nur leicht handhabbar, sondern mittlerweile auch zu Taschengeldpreisen erhältlich sind, sind sie seit Jahren das erste Medium über das kleinere Kinder - unabhängig und ungestört von den Erwachsenen - selbst frei verfügen können. Hörspielserien werden also auf absehbare Zeit weiterhin einen hohen Stellenwert in der frühen Kindheit haben.

Empfehlungen für Bibliotheken

Im Medienalltag von Kindern haben Kindertonträger gegenwärtig an Popularität wieder gewonnen. Wenn Bibliotheken sich bei der Arbeit mit Klein- und Vorschulkindern an den Nutzerbedürfnissen orientieren wollen, werden sie die Hörspielserien anbieten müssen, die die Kinder aus anderen Medien kennen, über die in den kindlichen Peergroups geredet wird. Es wird aber in der Regel kaum Sinn machen, die ‚klassischen‘ Endlosserien wie *Benjamin Blümchen* oder *Die drei ???* in vollem Umfang anzubieten oder von ihnen die frühen Folgen nachzukaufen, da die neu produzierten Episoden sich - wie auch neu konzipierte Serien - an den aktuellen, gewandelten Interessen der Zielgruppe orientieren.

Es dürfte zumeist aber auch nicht sinnvoll sein, das Bibliotheken alle neu

angebotenen Hörspielserien übernehmen, da vielfach auch aufwendig realisierte Medienverbundproduktionen floppen, am Markt vorbei produziert werden. Kleinere Kinder sind zwar offen selbst für die allertrivialsten Medienangebote, sie nutzen diese im Normalfall aber ohnehin in hinreichendem Umfang, zumal sich auch in den Kinderprogrammen des öffentlich-rechtliche Fernsehens das Anspruchsniveau kontinuierlich weiter nach unten verlagert.

Wenngleich das ‚Gesetz der Serie‘ u.a. besagt, dass auch der originellste Serienstoff durch den Zwang zur Wiederholung nach einigen Fortsetzungen an Originalität und künstlerischer Qualität einbüßen wird, so bietet ein gegenwärtig recht umfassendes Serienangebot mit Neuproduktionen und Nachauflagen, mit Kurzserien und Mehrteilern den Bibliotheken Gelegenheit, Stoffe und Motivbereiche zu finden, in denen sich objektive wie subjektive Bedürfnisse ihrer jüngsten Benutzergruppen verbinden lassen.

Bei den Massenserien, die bereits seit Jahren im Medienverbund vermarktet werden, läßt sich die jetzt bei KARUSSELL neu aufgelegte *Pumuckl*-Edition (40 Folgen auf CD oder MC) empfehlen. Die Figur des kleinen Koboldes bietet eine gelungene Mischung aus Frechheit und Naivität, aus Neugier und Selbstbewußtsein. Kinder ab drei Jahren haben Gefallen an den überzogenen Albernheiten. Die Inszenierung (TV-Tonspur) lebt von der stimmlichen Präsenz der Sprecher, von Hans Clarin als Pumuckl und dem charaktervollen Gustl Bayrhammer als Meister Eder.

Eine noch schrägere, aber gleichfalls menschlich-zugewendete Großvaterfigur finden Kinder in *Käpt‘ Blaubär*, dessen *Seemannsgarn* früher bei KIOSK vermarktet wurde und jetzt neu in einer Ravensburger Hörspieledition erscheint. Die visuelle Dimension, die oftmals gelungenen Animationen fehlen zwar, doch auch die Hörfassung bietet überdurchschnittliche Unterhaltung für Kinder ab fünf Jahren: Blaubärs Geschichten „aus der Zeit als das Lügen noch geholfen hat“; Hein Blöds „Wunderbare Welt der Wissenschaften, mit absonderlichen Erfindungen; Blaubärs „Kuriose Kombüsenküche“, in der der Küchenchef mit französischem Akzent z.B. unsichtbare Suppe zubereitet. Und in „unglaublichen Nachrichten“ trägt der Kapitän mit Unterstützung seiner Crew Nonsens vor. Die hörbar von unterschiedlichen Autoren stammenden Texte kombinieren (und parodieren) teils abgegriffene, Kindern vertraute Motive, Märchenelemente und Alltäglichkeiten zu neuen Geschichten mit überraschenden Pointen. Professionelle Sprecher (Wolfgang Völz, Edgar Hoppe) sind ebenfalls mit hörbarem Spaß bei der Sache, den Figuren wie ihren jungen Zuhörern zugewendet.

Eine der erfolgreichsten Disney-Serienfiguren geht auf den Kinderbuchklassiker von A.A. Milne zurück, *Pooh der Bär*, der als *Winni Puh*, von Disney-Zeichnern erfolgreich in Trickfilmen und Bilderbüchern mit neuen Handlungen fortgeführt wird. Um die Lizenzrechte an diesen Stoffen wetteifern etliche deutsche Großverlage. Bei KARUSSELL liegen sechs MCs mit neuen Abenteuern von Christopher Robin und seinen Phantasiefreunden vor. Die Erzählstrukturen lehnen sich an das Original an, bieten alltagsnahe und realistische Problemlösungen, Lebenshilfe und Unterhaltung für Kinder ab drei Jahren. Unter dem Titel *Pu der Bär* erscheint außerdem bei der Deutschen Grammophon eine insgesamt vierteilige Hörspieledition (Regie: Charlotte Niemann) nach der Original-Buchfassung; verschiedene andere Verlage vertreiben mehrteilige Lesungen der Originaltexte.

Zu seinem 70. Geburtstag hat KARUSSELL Otfried Preußler und seinen bekanntesten Büchern 1998 eine eigene Edition gewidmet, mit überwiegend mehrteiligen Hörspielproduktionen (*Die kleine Hexe*, *Der Räuber Hotzenplotz* u.a.), die z.T. noch aus den 70er Jahren stammen, sowie neu aufgenommenen Autorenlesungen. Auch wenn nicht alle Inszenierungen künstlerisch gleichermaßen überzeugen, so macht die Edition doch insgesamt Kindern ab drei Jahren einen der wichtigsten deutschen Kinderbuchautoren günstig zugänglich. (Auf Rang 9 der meistverkauften Kinderhörspielserien). Autorenreihen oder Hörspieleditionen mit ambitionierter (nicht immer zeitgeistgerecht inszenierter) Kinderliteratur sind bei der Deutschen Grammophon daneben u.a. Michael Ende, Janosch oder Erich Kästner gewidmet worden, am umfangreichsten (mit über 50 Titeln) ist die *Astrid Lindgren-Hörfest Edition*, mit teils neueren, teils recht alten Hörspielaufnahmen.

Die Grammophon bietet mit Paul Maars *Sams* eine der beliebtesten Figuren der neueren Kinderliteratur als sechsteilige Serie sowie, sehr einfühlsam vom Autor selbst vorgetragen, auf drei MCs Alltagsgeschichten mit der kleinen *Anne*. Ebenfalls an Vorschulkinder wenden sich von der Wiener Autorin Christine Nöstlinger selbst pointiert gelesenen *Geschichten vom Franz* (auf 7 CDs bzw. MCs). Wie beim Franz geht es auch in Nöstlingers noch populärerer *Mini*-Serie (10 MCs bei JUMBO) um den normalen Familienalltag. Kinder im frühen Grundschulalter können sich mit ihren Problemen in diesen leicht ironisch überzeichnenden, mit Gespür für Situationskomik inszenierten Hörspielen wiedererkennen.

Empfehlenswerte Kurzserien finden sich ansonsten eher vereinzelt in den Programmen der kleineren Anbieter. Bei Igel Records treiben *Die unsinkbaren Drei* ihr Unwesen. In diesen für den WDR-Kinderfunk produzierten Piratengeschichten von Wilhelm Nünnerich (6 MCs bzw. CDs) spielt der Autor liebevoll, kalauernd und parodierend mit den Klischees des Genres (ab 5 Jahre). Parodistische Übertreibung und schräger Humor prägt auch die phantastischen Reisen von *Trullo*, *Caracho* und *Lila*. Ein Geist, ein Gespenst, eine adlige Kellerassel und ein kleines Mädchen erleben in der vom Kabarettisten Konrad Beikircher geschriebenen und inszenierten Hörspielserie ungewöhnliche Abenteuer auf dem Mond oder in den Pyramiden (8 Folgen bei Patmos).

Dem Wunsch nach wiederkehrenden Motiven und Figuren tragen fast alle Tonträgerverlage Rechnung. Was erfolgreich verkauft werden kann, findet heute häufig direkt oder indirekt Fortsetzungen. Für Kinderbibliotheken besteht hier die Chance, mit einem vergleichsweise kostengünstigen Medium die Attraktivität ihrer Bestände zu erhöhen.