

Mediengeschichten

Panorama

Harald Weiss (Hg.): 100 Jahre Biene Maja: Vom Kinderbuch zum Kassenschlager

Heidelberg: Winter 2014 (Studien zur europäischen Kinder- und Jugendliteratur/Studies in European Children's and Young Adult Literature (SEKL), Bd.1), 184 S., ISBN 978-3-8253-6378-9, EUR 26,-

Der erste Band einer neuen Buchreihe zur europäischen Kinder- und Jugendliteratur ist einer literarischen Figur gewidmet, die wie kaum eine andere im Medienverbund Karriere gemacht hat sowie mittlerweile zu einer „vermarktbareren und vermarkteten Kindermarke“ (S.142) avanciert ist, wie ZDF-Redaktionsleiter Josef Göhlen in seinem Beitrag über die erste TV-Version anmerkt. Während Waldemar Bonsels, der Verfasser des erstmals 1912 erschienenen Romans *Die Biene Maja und ihre Abenteuer*, heute weitgehend vergessen ist, obwohl er zu den großen Erfolgsschriftstellern der 1920er Jahre zählte, ist sein Geschöpf lebendig wie nie zuvor – hat sich dabei aber von seiner Vorlage ganz und gar abgelöst (so wurden z.B. neue Figuren erschaffen wie der Grashüpfer Flip und der Bienenjunge Willi). Dies ist Tenor der insgesamt zehn Beiträge in der hier vorliegenden, auf einer Ringvorlesung an der Universität Tübingen fußenden, Aufsatzsammlung.

Der Herausgeber, der bereits seine Dissertation *Der Flug der Biene Maja durch die Welt der Medien: Buch, Film, Hörspiel und Zeichentrickserie* (Wiesba-

den: Harrassowitz, 2012) der medialen Vermarktung der Biene Maja gewidmet hat, resümiert einleitend diesen Umstand: Der Roman ist ein Kinderbuchklassiker, obwohl sein ursprünglicher Untertitel *Ein Roman für Kinder* in späteren Auflagen eliminiert wurde und er so zum Exempel für Crossover-Literatur geworden sei (vgl. S.45), wie Bettina Kümmerling-Meibauer in ihrem Beitrag genauer ausführt. Bonsels wurde „vergöttert und vergessen“, wie ein weiterer Beitrag des Herausgebers betitelt ist, der Leben und Werk des Autors skizziert. Bonsels' erfolgreichstes Werk, eben der Biene-Maja-Roman, wurde bereits frühzeitig in andere Medien adaptiert, so 1926 und wieder 1934 als Film. Diesen bisher wenig bekannten filmischen Adaptionen widmet sich Martin Loiperdingers Beitrag. Über weitere, wenn auch nicht realisierte Verfilmungspläne von Bonsels selbst und von Thea von Harbou 1952 informiert ein Beitrag von Weiss.

Gründe und Erklärungen für den fulminanten literarischen Erfolg dieses „Klassikers deutscher Populärkultur“ (S.79), wie ihn Kaspar Maase in seinem

weit ausholenden Beitrag über „Warencharakter, Serialität und Bürgerlichkeit“ (ebd.) nennt, sind naturgemäß verwickelt und nicht eindimensional zu fassen. Der Ansatz, in diesem Roman ein Paradebeispiel „bürgerlicher Populärkultur“ (S.91) zu sehen, die sich dezidiert von niederem „Kitsch und Schund“ (S.93) absetze und insofern Sehnsüchte nach dem „kulturell ‚Höheren‘“ (S.92) befriedige, ist bedenkenswert.

Entscheidend für die jüngere mediale Repräsentation der Biene Maja wurde die deutsch-österreichisch-japanische Koproduktion der Zeichentrickserie, die im Kinderfernsehen des ZDF in zwei Staffeln 1976–1977 und 1979–1980 ausgestrahlt wurde. Mit ihr erfolgte der Ablösungs- und Verselbständigungsprozess der Figur gegenüber der Romanvorlage, verstärkt auch durch die damit einhergehende weitere Vermarktung (Spiele, Spielzeug etc.). Eine per Computer generierte Biene-Maja-Serie wird seit 2012 etwa in Frankreich, seit 2013 auch in Deutschland (ZDF und KiKa)

ausgestrahlt. Bereits die Serie aus den 1970er Jahren ist, wie Heinz Hengst in seinem Beitrag mit Blick auf die „Japanisierung der kommerziellen Kultur“ (S.143) nahelegt, als „Neuanfang“ (ebd.) im BRD-Fernsehen zu werten. Mit der damit erfolgten Schaffung eines „Typus Medienverbund“ (ebd.) markierte er neue Weichenstellungen in der „kommerziellen Kinder(medien)kultur“ (ebd.) und „Populärkultur“ (ebd.) der letzten Jahrzehnte überhaupt.

Die Beiträge dieses mit aufschlussreichen und ansprechenden Abbildungen versehenen Bandes, dessen letzter Aufsatz von Jana Mikota sich der Schulrelevanz des Themas annimmt, gestatten informative und in der Regel einleuchtende Blicke auf ein über den aktuellen Anlass des 100. Geburtstags von Bonsels‘ Biene-Maja-Roman hinaus wichtiges literarisches und mediales Phänomen – hat es doch auch heutzutage noch „ausreichend profitables Potential“ (S.8).

Walter Fähnders (Osnabrück)