

**Zeitschrift:** Schweizerisches Archiv für Volkskunde = Archives suisses des traditions populaires  
**Band:** 97 (2001)  
**Heft:** 1: Thema : Volkskundliche Erzählforschung  
  
**Artikel:** "SimsalaGrimm" : zur Adaptation und Modernisierung der Märchenwelt  
**Autor:** Drascek, Daniel  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-118086>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

**Download PDF:** 13.10.2024

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

## «SimsalaGrimm»

### Zur Adaption und Modernisierung der Märchenwelt

Daniel Drascek

«SimsalaGrimm» – hinter dieser märchenhaften Formel verbirgt sich eine der mittlerweile erfolgreichsten deutschen Fernsehproduktionen. Im Mittelpunkt steht eine Zeichentrickfilmserie mit 26 Folgen grimmscher «Kinder- und Hausmärchen», die von November 1999 an zunächst im Kinderkanal von ARD und ZDF zu sehen waren; die Vorbereitungen für 26 weitere Folgen sind im Sommer 2000 angelaufen.<sup>1</sup> Geworben wird für diese Märchenserie mit einem für europäische Verhältnisse gewaltigen Aufwand. So wurde beispielsweise allein an 28000 deutsche Kindergärten Werbematerial versandt<sup>2</sup> und eine breite Palette an Merchandising-Produkten auf den Markt gebracht. Hinzu kommen TV-Begleitbücher, Kaufvideos, interaktive CD-ROMs und bis zum Jahre 2003 soll ein Kinofilm («SimsalaGrimm – The Movie») mit dem europäischen Rekordbudget von 40 Millionen Mark fertiggestellt werden.<sup>3</sup> Die Sendelizenzen für SimsalaGrimm konnten bisher weltweit 127mal verkauft werden.<sup>4</sup> Damit hat die Märchenserie den bisherigen Spitzenreiter, die Krimiserie «Derrick» (mit zirka 105 Sendelizenzen), deutlich überrundet.

Märchenhaft klingt auch die in Variation kolportierte Entstehungsgeschichte. «Beim Skiurlaub in Saalbach wurde das Produzenten-Trio André Sikojev, Claus Clausen und Stefan Beiten nebst Kindern eingeschneit. In der fernsehlosen Berghütte erzählten die Väter alte Märchen in neuem Gewand: Der Bücherwurm Doc Croc und sein blauer Kumpel Yoyo reisen durch Grimms Welten, um dem tapferen Schneiderlein oder Rotkäppchen unter die Arme zu greifen. Die kleinen Zuhörer hatten grossen Spass und die Väter grosse Visionen: Grimm fürs Fernsehen! Grimm für die Welt!»<sup>5</sup> Die Geschichte fügt sich hervorragend in das Bild, das die Filmproduzenten von ihrem Produkt zu vermitteln suchen. Tatsächlich gründeten etwa ein Jahr nach dem Skiurlaub der Diplomkaufmann Claus Clausen sowie der Autor und Verleger André Sikojev 1994 in München die «Greenlight Media GmbH», wobei «Greenlight» fachsprachlich bedeutet, dass das Finanzierungskonzept steht. Unterstützung fanden sie in der vierjährigen Entwicklungsphase bei Stefan Beiten, der in Amerika als Medienanwalt Erfahrung gesammelt hatte. Noch einmal zwei Jahre (von 1998 bis 1999) benötigte dann die filmische Realisierung unter der Gesamtregie des führenden deutschen Zeichentrickfilmproduzenten Gerhard Hahn, dem Inhaber der Hahn-Film AG in Berlin mit Zweigstudios in Fernost.<sup>6</sup> Entstanden ist auf diese Weise eine «neue Märchenwelt», so verspricht es zumindest das Werbemagazin der Deutschen Bundesbahn.<sup>7</sup>

Wie «neu» die Märchenwelt von SimsalaGrimm wirklich ist und welche Prämissen die filmische Adaption bestimmten, diesen Fragen möchte ich in einem ersten Schritt nachgehen. Im zweiten Schritt geht es um die kontroversen Reaktionen auf

**Simsala Grimm**  
Die Märchen der Brüder Grimm

**NEU**

# Vorhang auf für die neue Märchenwelt!

Mit Yoyo und Doc Croc können Ihre Kinder die bekannten Märchen der Brüder Grimm neu entdecken.

**EUROPA PRIMO**

Lustig, spannend und lehrreich.

**Jetzt auf Kassette, CD und Video.**

The advertisement features two cartoon characters, Yoyo and Doc Croc, in the foreground. Yoyo is on the left, wearing a hat and glasses, and Doc Croc is on the right, pointing towards the background. The background shows a large, dark castle with multiple towers and spires. In the bottom right corner, there are three storybook covers from the 'Simsala Grimm' series, titled 'Der Froschkönig', 'Rotkäppchen', and 'Der Wolf und die sieben Geißlein & Der Däumling'. A 'NEU' (New) badge is in the top right corner, and a 'EUROPA PRIMO' logo is in the bottom left. The main title 'Vorhang auf für die neue Märchenwelt!' is written in a large, stylized font.

Abb. 1: «Vorhang auf für die neue Märchenwelt!» Aus: DBmobil, November 1999, Umschlagrückseite.

die neue Fernsehserie. Vor diesem Hintergrund sollen abschliessend Überlegungen zur Modernisierung der Erzählkultur angestellt werden.

### **Zur filmischen Adaption der grimmschen Märchen**

Welche Aspekte bestimmen also die filmische Adaption und wie wird die Märchenwelt von SimsalaGrimm dadurch beeinflusst? Handelt es sich um eine moderne, realitätsnahe Alltagswelt, eine in der Vergangenheit oder an irrealen Orten angesiedelte fiktionale Märchenwelt oder etwa gar schon um jene vieldiskutierte posttraditionale – durch moderne Informationstechnologie und Globalisierung gekennzeichnete – Gesellschaft?<sup>8</sup> Mir geht es im Folgenden nicht um die Wertung filmischer Qualität, Originalität, Ästhetik oder Authentizität.<sup>9</sup> Vielmehr soll die neu produzierte Märchenwelt von SimsalaGrimm, die allmählich zu einem nahezu weltweiten Sozialisationsmedium von Kindern und Jugendlichen avancieren soll, als Ausdruck unserer Zeit reflektiert werden.

Nun bestimmt sich die filmische Adaption zuvorderst durch ihr Verhältnis zur Vorlage, also konkret zu den Kinder- und Hausmärchen der Brüder Grimm. Die für den Erzählforscher grundlegende Frage, ob bei der Filmproduktion die Erstausgabe von 1812/15, die erzählerisch weit ausgestaltete Ausgabe letzter Hand (1857) oder eine modernisierte Textausgabe zugrunde lag, geht an der Realität völlig vorbei. Filmproduzenten und Mitarbeiter verwandten einfach jene Ausgaben, die sie gerade zur Hand hatten, und bezogen bei ihren Erwägungen auch individuelle Märchenerinnerungen mit ein.<sup>10</sup> Die Filmproduzenten beanspruchen lediglich, die grimmschen Märchen «herausgegeben und neu erzählt» zu haben. Die Aufgabe, festzustellen, ob die Grundzüge von Grimms Märchen erhalten geblieben sind, war an Bernhard Lauer, den Leiter des Brüder Grimm-Museums in Kassel, delegiert worden.

Das Produzententrio strebte nicht grösstmögliche Authentizität, sondern eine zeitgemässe filmische Adaption an, die bei Kindern und Filmeinkäufern weltweit eine möglichst positive Aufnahme findet. Schliesslich basiert das Finanzierungsmodell der enormen Produktionskosten von 22 Millionen Mark auf internationalem Lizenzverkauf und da boten die bereits in etwa 160 Sprachen übersetzten Märchen eine singuläre Ausgangsbasis. Denn weltweit gibt es etwa 300 Filmeinkäufer, die zumeist anhand fünfminütiger Pilotfilme über den Ankauf entscheiden, und dann ist es extrem vorteilhaft, wenn man auf ein Vorverständnis von Käufer und jugendlichen Rezipienten vertrauen kann.

Welche Personen konkrete Veränderungen gegenüber den grimmschen Textvorlagen aufgrund welcher Überlegungen durchsetzten, lässt sich bei der Komplexität der filmischen Realisierung selbst für die drei Filmproduzenten im Einzelfall heute kaum mehr rekonstruieren. Neben dem Produzententrio und ihren Mitarbeitern waren Drehbuchautoren, unterschiedlichste Berater, Redakteure der an der Produktion beteiligten Rundfunkanstalten und Zeichner – zeitweise mehrere

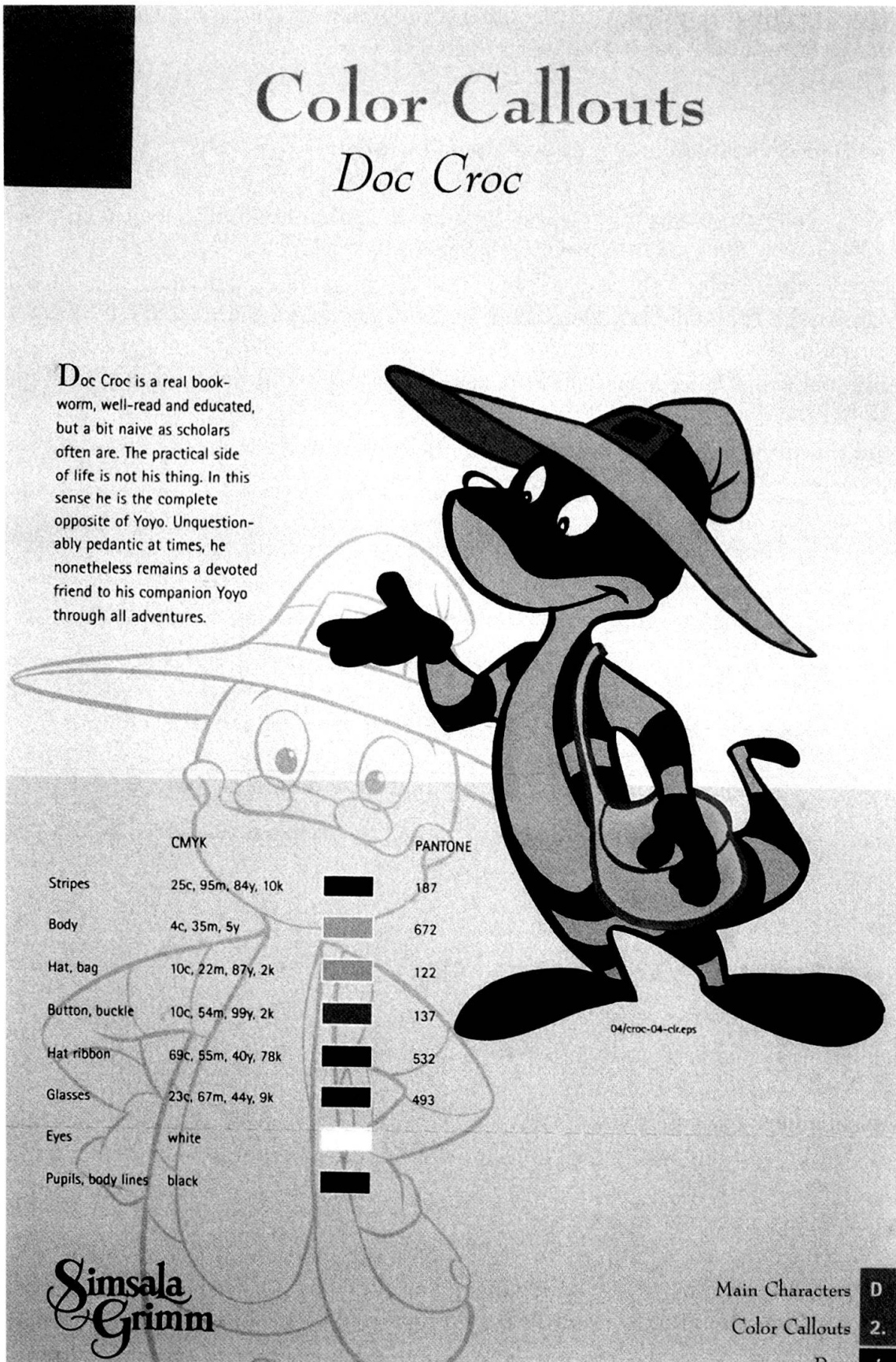


Abb. 2: Doc Croc, «Color Callouts» (exakte Farbanweisungen) aus dem «Style Guide». Simsala-Grimm. The Fairy Tales for the Brother Grimm, ed. by Greenlight, München 1999.



Abb. 3: Hintergrundzeichnung aus dem «Style Guide». Simsala Grimm. *The Fairy Tales of the Brother Grimm*, ed. by Greenlight, München 1999.

hundert Personen gleichzeitig – an der Umsetzung der 26 Folgen mit etwa 400000 von Hand gezeichneten Bildern beteiligt.<sup>11</sup> So beeinflussten nicht nur Kreativität, sondern auch Missverständnisse oder die Weigerung von Rundfunkanstalten, einzelne Episoden abzunehmen, das Endprodukt.

Trotzdem bestimmten natürlich auch systematische Faktoren die Filmproduktion, wie zum Beispiel der Zwang, die Märchen auf ein gleich langes Sendeformat von 26 Minuten zu bringen. Die Neukreation der anthropomorphisierenden Märchenhelden Yoyo und Doc Croc resultiert aus der Absicht, den bei den Grimms nicht vorhandenen Seriencharakter zu kompensieren und auf marketingstrategischen sowie urheberrechtlichen Überlegungen. Dabei verdanken die beiden Helden ihre konkrete Gestalt auch der Beurteilung von Kindern. Denn bei zwei von der BBC eingeladenen Testgruppen von jeweils vierzig Kindern fanden Yoyo und Doc Croc kaum Beachtung, so dass die beiden Serienhelden massiv überarbeitet werden mussten. Die Dimensionen Raum und Zeit sollten einerseits dem Geist und den Sehgewohnheiten heutiger Kinder entsprechen und andererseits möglichst zeitlos sein, damit die Filme auch noch in fünfzig Jahren weitgehend unverändert gesendet werden können.<sup>12</sup> Auch wenn der «Style Guide» das Geschehen ins ausgehende Mittelalter verlegt, ist damit keine konsequent durchgehaltene historische Zeit gemeint.<sup>13</sup> So findet sich ein grosszügiger Mix aus romanischen Architekturelementen, mittelalterlichen Requisiten, an Neuschwanstein erinnernde Schlösser, aber auch der Gebrauch eines Taschenrechners durch Doc Croc und eine an Carl Spitzweg (1808–1885) orientierte biedermeierliche Ästhetik. Örtlich

ist die Märchenwelt nicht konkret zu bestimmen, sondern lediglich durch eine bewusst mitteleuropäische Farbtonalität charakterisiert.

SimsalaGrimm ist bewusst für einen internationalen Absatzmarkt konzipiert. Erstellt wurde zunächst eine englischsprachige Fassung, auf der alle anderen Sprach- und Musikfassungen beruhen. Dies macht sich bei der Namenswahl von Yoyo und Doc Croc bemerkbar, aber auch in Comicheften, wo sich Geräusche wie «Smash», «Snap» oder «Rumble» finden.<sup>14</sup> Grundsätzlich achten die Produzenten darauf, dass die Märchen weder Gewalt verherrlichend, sexistisch, rassistisch noch religiös sind. Christlich konnotierte Märchen schieden deshalb mit Blick auf den internationalen Absatzmarkt zumeist bereits in der Vorauswahl aus. Vereinzelt finden sich Anpassungen an den amerikanischen Markt, wenn beispielsweise der böse Wolf in «Der Wolf und die 7 Geisslein» zum Vegetarier mutiert.

Die oberste Prämisse der filmischen Adaption bildet, bedingt durch immense Produktionskosten, die internationale Vermarktung von SimsalaGrimm. Dabei folgt ein Projekt dieser Grössenordnung keinem stringenten Konzept, sondern erweist sich als ein Zusammenspiel unterschiedlichster Produktionskräfte und Anforderungen von seiten der Rezipienten. Die grimmschen Märchen erfahren hier keine raum-zeitliche Konkretisierung in einem realen kulturellen Zusammenhang, sondern eine Transformation in einen fiktionalen Medienkosmos aus kulturell weitgehend unbestimmbaren Versatzstücken.

### **Zur Rezeption von SimsalaGrimm**

Welche Akzeptanz besitzt die eben charakterisierte Märchenadaption? Wer im Frühjahr 2000 die Diskussionen um SimsalaGrimm verfolgt hat, war womöglich von der Emotionalität der Kontroverse überrascht, die grundsätzlich das Verhältnis von Erzählkultur und Mediengesellschaft tangiert. Überspitzt formuliert sehen die einen in SimsalaGrimm die Gefahr des endgültigen Niedergangs einer tradierten Märchenerzählkultur, die anderen hingegen eine zeitgemässe Wiederbelebung grimmscher Märchen.

Von einer Studie mit 196 Berliner Schulkindern des zweiten Schuljahres abgesehen, die allerdings keine signifikanten Aussagen erlaubt, liegen grössere empirische Untersuchungen, die differenzierten Aufschluss über die Resonanz bei den Vier- bis Zehnjährigen geben könnten, noch nicht vor.<sup>15</sup> Die bisherigen Beobachtungen und Untersuchungen deuten allerdings auf eine tendenziell sehr positive Aufnahme bei Kindern hin.<sup>16</sup> Nach Aussage der Filmproduzenten soll SimsalaGrimm im Kinderkanal eine Sehbeteiligung von bis zu 47 Prozent der anvisierten Zielgruppe erreicht haben – pro Sendung etwa 500000 bis 600000 Kinder zwischen 3 und 13 Jahren und noch einmal so viele ältere Zuschauer<sup>17</sup> –, die durch Wiederholungen noch weiter gesteigert werden soll. SimsalaGrimm trifft anscheinend die Bedürfnisse und die durch internationale Kinderserien geschulten Sehgewohnheiten heutiger Kinder.

Uneinheitlich ist dagegen die Resonanz beim erwachsenen Publikum, soweit sich aus publizierten Artikeln und Leserbriefen entnehmen lässt. Mittlerweile füllen allein die von Greenlight gesammelten deutschsprachigen Beiträge vier Ordner, mit einer Auflage von 180 Millionen.<sup>18</sup> Auf die im Vorfeld des Sendestarts und danach von Greenlights Werbespezialisten lancierten Artikel mit ihrem positiven Grundtenor möchte ich nicht näher eingehen, sondern den Blick auf die Argumentation der Kritiker lenken.

Bei den Kritikern handelt es sich vorwiegend um Pädagogen und Märchenerzähler, die sich vielfach im Umfeld der Europäischen Märchengesellschaft und der Märchen-Stiftung Walter Kahn finden lassen. Beide Märchenvereinigungen haben Tagungen veranstaltet<sup>19</sup>, in denen SimsalaGrimm im Mittelpunkt stand, und ihre Publikationsorgane zu entsprechenden Diskussionsforen gemacht.<sup>20</sup> Zudem richteten sie im Januar 2000 einen offenen Protestbrief an den deutschen Staatsminister für Kultur, Michael Naumann, und an die Kultusminister der Länder.<sup>21</sup> Eine deutliche Zurückhaltung in der Kontroverse ist dagegen bisher bei den führenden Erzählforschern spürbar, die nur vereinzelt einen gewissen Unmut über die Kommerzialisierung und Art der filmischen Märchenadaption durchblicken liessen. So meinte etwa Lutz Röhrich: «Man sollte sich freilich weder vom Verkaufserfolg blenden lassen noch die Sendereihe von vornherein grundsätzlich verdammen und verteufeln [...] SimsalaGrimm ist vielleicht nicht schlimmer als so manche Märchenbearbeitung der Walt-Disney-Company».<sup>22</sup> In der Fachdiskussion wird vor allem zu Bedenken gegeben, dass die Frage heutiger Märchenrezeption, so Karin Richter, nur vor dem Hintergrund eines «gravierenden Wandels innerhalb der Medienlandschaft und der kindlichen Medienwahrnehmung»<sup>23</sup> diskutiert werden kann. Vermisst wird, auch in den Medienwissenschaften, eine umfassendere Wertediskussion. Horst Heidtmann gelangte deshalb zur Einschätzung: «Das Problem unserer Kultur sind nicht einzelne konventionell produzierte Trickfilmserien – wie z. B. SimsalaGrimm, sondern ein durchgängiger Verlust ästhetischer, poetischer, emotionaler Qualitäten in allen Künsten, vorrangig in den Erwachsenenmedien.»<sup>24</sup> Aus dem überschaubaren Spektrum öffentlich diskutierter kritischer Einwände gegenüber SimsalaGrimm sollen die zentralen Argumente kurz vorgestellt werden.

Da ist zunächst der Vorwurf der Verfälschung grimmscher «Volksmärchen» als eines alten deutschen Kulturguts: «Im 19. Jahrhundert ist die Initiative zur Sammlung der Volksmärchen in allen Kulturvölkern von den Brüdern Grimm in Deutschland ausgegangen. Es sollte jeder Interesse daran haben, dass nicht eine Initiative zur Verfälschung der Märchen und ihres Sinnes auch von Deutschland ausgeht.»<sup>25</sup> Für eine Kritikerin, die sich als Märchenforscherin bezeichnet, stellt SimsalaGrimm eine «kolossale Zerfledderung und gnadenlose Zerstörung eines ausgewiesenen, jahrhundertealten Kulturgutes» dar, das sie «auf archaisches Brauchtum» zurückführt.<sup>26</sup>

Ein zweiter Vorwurf geht dahin, die grimmschen Märchen aus kommerziellen Interessen pädagogisch verantwortungslos verändert zu haben. Die «Volksmärchen», so ein Kritiker, seien mehr «als billiger Unterhaltungsstoff für Kinder, der



verantwortungslos nach Belieben verändert werden kann».<sup>27</sup> Ähnlich ein weiterer Kritiker: «Es ist unglaublich, wie skrupellos unter dem Deckmantel der Kinderfreundlichkeit nicht nur die kostbare Sammlung der Brüder Grimm, sondern letztlich auch unsere Kinder gnadenlos kommerziell missbraucht werden!»<sup>28</sup> Die Kreativität der Kinder, so ein emeritierter Pädagogik-Professor, «wird auf pures Gucken reduziert, die Phantasie geradezu erschlagen durch die hektische und unruhige Bildfolge. Besonders geärgert habe ich mich über die aufdringliche und dumme Musik und die pseudokindliche Art, wie die Figuren sprechen».<sup>29</sup> Der «Fränkische Sagen- und Märchenkreis» bescheinigte ein «grauenhaftes Machwerk, ohne ein Wort aus dem Original-Märchentext» und ein «grauenhaftes Durcheinander, äktschen um jeden Preis», wobei vor allem die neu kreierten Serienhelden misbilligt wurden. Die Kritikerin versprach, «alle Hebel in Bewegung [zu] setzen, um die Eltern in der Region aufzuklären und in den Kindergärten weiterhin das lebendige Erzählen zu pflegen».<sup>30</sup>

Eine dritte Position von Kritikern geht grundsätzlich davon aus, dass es nahezu unmöglich sei, Märchen in das Medium Film zu transformieren.<sup>31</sup> Denn jede Visualisierung des Märchens zerstöre dieses und wirke sich negativ auf die Phantasie und Psyche des Kindes aus. Dagegen wird «das lebendige Erzählen»<sup>32</sup> gerade im bewussten Gegensatz zur wirkmächtigen Medienkultur als für die kindliche Entwicklung besonders wertvoll propagiert. So meinte etwa eine Kritikerin: «Gerade das Märchen als deutsches Kulturgut soll doch zu den vielen Videos, Computerspielen usw. als eine Lebensweisheit und Entwicklungshilfe den Kindern erhalten bleiben.»<sup>33</sup>

Die drei gegen *SimsalaGrimm* angeführten kritischen Positionen finden sich häufig miteinander kombiniert und unterschiedlich konkretisiert. Auch wenn es sich bei den öffentlichen Kritikern um eine kleine Minderheit handelt, so werden doch sehr viel weiter verbreitete aktuelle Einstellungen gegenüber den grimmischen Märchen sichtbar. Da ist zunächst die von den Grimms mit aufgebaute Vorstellung von deutschen Volksmärchen, die sie aus einer jahrhundertealten mündlichen Überlieferung vorwiegend aus agrarischem Milieu aufgezeichnet und wortgetreu publiziert hätten.<sup>34</sup> Hier macht sich wieder einmal die von Detlev Fehling diagnostizierte Wirkmächtigkeit des romantischen Paradigmas deutlich bemerkbar.<sup>35</sup> Unkritisch werden Grimms Märchen mitunter gar auf eine archaische Zeit zurückgeführt und mit einem unveränderbaren Bedeutungsgehalt befrachtet, den es gegen fast jegliche Veränderung als festen kulturellen Wert zu verteidigen und an eine jüngere Generation weiter zu vermitteln gilt.

### **Zur Modernisierung der Erzählkultur**

Abschliessend stellt sich die Frage, inwiefern die filmische Adaption der grimmischen Märchen in Gestalt von *SimsalaGrimm* und die divergenten Reaktionen auf die Verfilmung als ein Prozess der Modernisierung verstanden werden können.<sup>36</sup> Märchen waren und sind Bestandteil einer sehr viel umfassenderen Erzählkultur,

die einem steten zeitbedingten Wandel unterliegt. Schon die von den Brüdern Grimm publizierten «Kinder- und Hausmärchen» sind von ihnen bekanntlich zeit- und kindgerecht modernisiert worden.

Analysiert man *SimsalaGrimm* im Hinblick auf aktuelle kulturelle Prozesse, so weist der komplexe filmische Adaptionvorgang eine Reihe charakteristischer Merkmale auf. Dazu gehört ein Finanzierungskonzept, das im vornherein auf eine weltweite langfristige Vermarktung abzielt und damit die konkrete Ausgestaltung der Märchen beeinflusst. Räumlich und zeitlich werden Grimms Märchen nicht mehr in einen realen Kultur- und Traditionszusammenhang gestellt, sondern in eine fiktionale Märchenwelt aus zeitlich und kulturell widersprüchlichen Versatzstücken. Die Art der filmischen Adaption scheint mir gerade im stückhaften Gebrauch divergenter kultureller Traditionselemente und im ambivalenten Changieren zwischen Vergangenheit und Moderne ein charakteristischer Ausdruck unserer Zeit.

Dem entspricht, dass *SimsalaGrimm* bei den Medienrezipienten unterschiedliche Reaktionen auslöst. Bei der eigentlichen Zielgruppe, den Kindern, erfährt die Fernsehserie eine überwiegend positive Akzeptanz. Kinder scheinen durch Inhalt und durch eine ihren Sehgewohnheiten vertraute Ästhetik durchaus angesprochen zu werden. Unübersehbar sind aber auch heftige Kritiken von seiten engagierter Märchenliebhaber und Pädagogen. Sie befürchten den Verlust einer tradierten, weitgehend statisch verstandenen Erzählkultur und damit einhergehend negative Auswirkungen für die kulturelle Sozialisation von Kindern.

*SimsalaGrimm* schürt offensichtlich vor allem bei Erwachsenen, die sich tradierten kulturellen Werten verpflichtet fühlen, Verlust- und Entfremdungsängste, wie sie Modernisierungsvorgänge in der Regel begleiten.<sup>37</sup> Je rigoroser verbreitete Märchenvorstellungen in Frage gestellt werden, umso stärker macht sich eine kulturelle Verunsicherung bemerkbar. Sicher bildet *SimsalaGrimm* weder den Gegenpol zur Moderne noch die Zukunft der Moderne. *SimsalaGrimm* markiert nicht das Ende einer mündlichen Märchenerzählkultur, aber auch nicht den Retter einer ansonsten im Verschwinden begriffenen Märchenkultur. Wohl aber kann *SimsalaGrimm* als zeitspezifische Märchenadaption im Rahmen eines steten Modernisierungsprozesses der Erzählkultur verstanden werden. Bisher wird die Diskussion um *SimsalaGrimm* weitgehend von Pädagogen und Märchenliebhabern dominiert. Gefordert erscheint mir jedoch eine moderne Erzählforschung, die im engeren Verbund mit der Medienforschung verstärkt die laufenden Modernisierungsvorgänge ins Auge fasst.

## Anmerkungen

- <sup>1</sup> Folgende Märchen wurden bisher in zwei Staffeln von je 13 Folgen im Kinderkanal ausgestrahlt: 1. Das tapfere Schneiderlein; 2. Der Däumling («Daumesdick» KHM 37); 3. Hänsel und Gretel; 4. Der Wolf und die sieben Geisslein; 5. Der Teufel mit den drei goldenen Haaren; 6. Die sechs Diener; 7. Der Meisterdieb; 8. Rapunzel; 9. König Drosselbart; 10. Märchen von einem der auszog, das Fürchten zu lernen; 11. Rumpelstilzchen; 12. Der gestiefelte Kater (ab der zweiten Auflage der KHM von 1819 aufgrund der Nähe zu der französischen Fassung von Perraults «Chat botté» nicht mehr abgedruckt); 13. Brüderchen und Schwesterchen; 14. Die Bremer Stadtmusikanten; 15. Rotkäppchen; 16. Tischlein deck dich; 17. Der treue Johannes; 18. Die Kristallkugel; 19. Das blaue Licht; 20. Aschenputtel; 21. Schneewittchen; 22. Dornröschen; 23. Die sechs Schwäne; 24. Die Gänsehirtin am Brunnen; 25. Der Froschkönig; 26. Die Gänsemagd.
- <sup>2</sup> Die «Stiftung Lesen» gab eine Broschüre mit dem Titel «SimsalaGrimm. Die Märchen der Brüder Grimm. Märchen im Medienverbund – Ideen für den Kindergarten» (Mainz 1999) in einer Auflage von 90000 Exemplaren heraus. Zudem wurden 28000 Hörkassetten produziert (vgl. ebd., S. 49).
- <sup>3</sup> Laut Interview vom 4. Juli 2000, geführt – zusammen mit Studierenden der Universität Regensburg – im Münchner Firmensitz mit Claus Clausen (Geschäftsführer der SimsalaGrimm GmbH) und André Sikojev (Vorsitzender des Aufsichtsrats der Greenlight Media AG). Die älteren Arbeitstitel des Kinofilms lauteten «Niklas und der Zauberer» sowie «Lisa und der Zauberer».
- <sup>4</sup> Stand zum Jahresende 2000 laut telefonischer Auskunft durch André Sikojev.
- <sup>5</sup> TV Spielfilm, 22/1999, abgedruckt in: Märchenspiegel. Zeitschrift für internationale Märchenforschung und Märchenpflege, hg. von der Märchen-Stiftung Walter Kahn, Februar 2000, S. 33. Vgl. zudem André Sikojev: SimsalaGrimm – Abenteuer einer Medienmarke. In: Grundschule, Heft 10, Oktober 2000, S. 21f.
- <sup>6</sup> Gerhard Hahn, seit 1983 Professor für Animation an der Hochschule für Film und Fernsehen in Potsdam-Babelsberg, hat schon Figuren wie «Werner Beinhart», «Benjamin Blümchen», «Asterix in Amerika», «Urmel», «Bibi Blocksberg» und «Femina & Walkürax» zum Leben erweckt. Vgl. Starker Auftritt für Dornröschen. In: Stern 36/1999, S. 206f.
- <sup>7</sup> Vgl. DBmobil, November 1999, Umschlagrückseite.
- <sup>8</sup> Vgl. Anthony Giddens: Tradition in der post-tritionalen Gesellschaft. In: Soziale Welt 44 (1993), S. 445–485; ders.: Leben in einer posttraditionalen Gesellschaft. In: Ulrich Beck/Anthony Giddens / Scott Lash: Reflexive Modernisierung. Eine Kontroverse. Frankfurt a.M. 1996, S. 113–194.
- <sup>9</sup> Vgl. die sachkundigen Filmanalysen von Christoph Schmitt, unter Mitarbeit von Dörthe Kriedemann und Conny Schmidt: Goldesel mit Gütesiegel. Die weltmarkterobernde Zeichentrickserie SimsalaGrimm auf dem Prüfstand. In: SimsalaGrimm – Klimbim? Hg. von der Märchen-Stiftung Walter Kahn. Leipzig 2000 (= Umgang mit Märchen, Heft 6), S. 4–18; Neudruck in Kurt Franz / Walter Kahn (Hg.): Märchen – Kinder – Medien. Beiträge zur medialen Adaption von Märchen und zum didaktischen Umgang. Hohengehren 2000 (= Schriftenreihe der Deutschen Akademie für Kinder- und Jugendliteratur Volkach e.V., Bd. 25), S. 120–133.
- <sup>10</sup> André Sikojev deutete im Interview (wie Anm. 3) an, dass man auch «schamanistische Traditionen» berücksichtigt habe.
- <sup>11</sup> Auf dem Symposium in Volkach sprach André Sikojev von «insgesamt zwei- bis zweieinhalbtausend Personen». Mit SimsalaGrimm bewege man sich am «unteren Rand dieser Disney-Produktionen», die bei durchschnittlich 12 Bildern pro Sekunde etwa 720 mit der Hand gezeichnete Bilder pro Minute erfordern. Vgl. Diskussion beim Märchen-Symposium Volkach 2000. In: K. Franz / W. Kahn (wie Anm. 9), S. 197–199.
- <sup>12</sup> Nur bei der Sprachfassung ist an eine laufende Modernisierung gedacht.
- <sup>13</sup> Vgl. [Style Guide] SimsalaGrimm. The Fairy Tales of the Brother Grimm, ed. by Greenlight [München] 1999, bes. die Anweisungen für die «Backgrounds».
- <sup>14</sup> Vgl. Hänsel und Gretel. Leinfelden-Echterdingen 1999 (= SimsalaGrimm. Die Märchen der Brüder Grimm, Heft 1).
- <sup>15</sup> Vgl. Suse Weisse: Simsala versus Grimm? Eine Untersuchung über die Rezeption von Märchen und Märchenzeichentrickfilmen in Berliner Grundschulen, hg. von der Märchen-Stiftung Walter Kahn. Leipzig 2000; dies.: Simsala versus Grimm? Eine empirische Untersuchung über die Rezeption von Märchen und Märchentrickfilm in Berliner Grundschulen. In: K. Franz/W. Kahn (wie Anm. 9), S. 145–157. Ergänzend dazu vgl. Kristin Wardetzky: Märchen als Erzählung und Trickfilm. Eine rezeptionspsychologische Vergleichsuntersuchung. In: ebd., S. 158–170.

- <sup>16</sup> Helge Weinrebe, der zwei Unterrichtsversuche mit Kindern der vierten Klasse unternommen hat, gelangte zur Feststellung: «Fakt scheint zu sein, dass dieses Medium Kinder im Grundschulalter dort abholt, wo sie gerade sind. Witz, Gestaltung und Geschwindigkeit entsprechen den Möglichkeiten und Vorlieben von Grundschulkindern. Das haben die Macher von SimsalaGrimm begriffen und umgesetzt.» Helge Weinrebe: Hand in Hand im Medienland. Zur Wirkung von SimsalaGrimm-Filmen. In: K. Franz/W. Kahn (wie Anm. 9), S. 171–179. Ähnlich auch, trotz aller Kritik an SimsalaGrimm, Helga Zitzlsperger: «Auf SimsalaGrimm reagieren sie [die Kinder] dennoch begeistert; das lässt sich nicht leugnen.» Helga Zitzlsperger: Märchenrezeption von Kindern. In: ebd., S. 14–30, hier S. 24.
- <sup>17</sup> Vgl. Diskussion beim Märchen-Symposium Volkach 2000 (wie Anm. 11), S. 186.
- <sup>18</sup> Gesammelt in der Münchner und mittlerweile Berliner Geschäftsstelle von Greenlight Media AG.
- <sup>19</sup> Die Europäische Märchengesellschaft e.V. hatte zusammen mit dem Verkehrsverein Rheine e.V. vom 3. bis 5. März 2000 in Bentlage eine Tagung zum Thema «Medien erzählen Märchen» ausgerichtet und die Märchen-Stiftung Walter Kahn vom 8. bis 9. Mai 2000 in Volkach am Main ein Symposium über «Märchen in modernen Medien». Vgl. Medien erzählen Märchen. Leipzig 2000 (= Umgang mit Märchen, hg. von der Märchen-Stiftung Walter Kahn, Heft 7); K. Franz/W. Kahn (wie Anm. 9).
- <sup>20</sup> Eine Sammlung der heftigsten Attacken lässt sich im Februarheft des «Märchenspiegels» und eine Reihe kritischer Analysen in den Heften 6 und 7 vom «Umgang mit Märchen» (hg. von der Märchen-Stiftung Walter Kahn) nachlesen.
- <sup>21</sup> Vgl. Abdruck in: Märchenspiegel (wie Anm. 5), Februar 2000, S. 27.
- <sup>22</sup> Lutz Röhrich: Grimmsalabim. Die neuen Märchen der Brüder Grimm auf dem Weg zum Klassiker? In: K. Franz/W. Kahn (wie Anm. 9), S. 99–107, hier S. 107.
- <sup>23</sup> Karin Richter: Veränderte Kindheit und Märchenrezeption unter gewandelten gesellschaftlichen und medialen Bedingungen. In: ebd., S. 134–144, hier S. 134.
- <sup>24</sup> Horst Heidtmann: Medienadaptionen von Volksmärchen. In: ebd., S. 82–98, hier S. 96.
- <sup>25</sup> Walter Kahn: Vorwort. In: SimsalaGrimm – Klimbim? (wie Anm. 9), S. 3.
- <sup>26</sup> Märchenspiegel (wie Anm. 5), Februar 2000, S. 34.
- <sup>27</sup> Walter Kahn: Vorwort. In: SimsalaGrimm – Klimbim? (wie Anm. 9), S. 3.
- <sup>28</sup> Kurt Stiasny. In: Märchenspiegel (wie Anm. 5), Februar 2000, S. 34.
- <sup>29</sup> Otto Betz. In: ebd., S. 35f.
- <sup>30</sup> Margarete Möckel: In: ebd., S. 35.
- <sup>31</sup> Zum Problem der Medienadaption vgl. Horst Heidtmann: Medienadaption von Volksmärchen. In: K. Franz/W. Kahn (wie Anm. 9), S. 82–98; Christoph Schmitt: Mündliches und mediales Erzählen. Klischees zum Phänomen filmischer Märchenbearbeitung. In: ebd., S. 67–81.
- <sup>32</sup> Margarete Möckel. In: Märchenspiegel (wie Anm. 5), Februar 2000, S. 35.
- <sup>33</sup> Ulrike Staudenmaier. In: ebd., S. 36.
- <sup>34</sup> Vgl. die von den Brüdern Grimm verfassten Vorworte zu den «Kinder- und Hausmärchen».
- <sup>35</sup> Vgl. Detlev Fehling: Die alten Literaturen als Quelle der neuzeitlichen Märchen. In: Antiker Mythos in unseren Märchen, hg. von Wolf Dietrich Siegmund. Kassel 1984, S. 79–92.
- <sup>36</sup> Zur filmischen Adaption der Grimmschen Märchen und deren Modernisierung vgl. u. a. Lutz Röhrich: Wandlungen des Märchens in den modernen Bildmedien Comics und Cartoons. In: Hans-Jörg Uther (Hg.): Märchen in unserer Zeit. München 1990, S. 11–26; Jan-Uwe Rogge: Märchen in den Medien. Über Möglichkeiten und Grenzen medialer Märchen-Adaption. In: Über Märchen für Kinder von heute, hg. von Klaus Doderer. Weinheim – Basel 1983, S. 129–154; Rudolf Schenda: Märchen erzählen – Märchen verbreiten. Wandel in den Mitteilungsformen einer populären Gattung. In: ebd., S. 25–43; Christoph Schmitt: Adaptionen klassischer Märchen im Kinder- und Familienfernsehen. Frankfurt a.M. 1993.
- <sup>37</sup> Vgl. Kaspar Maase: Nahwelten zwischen «Heimat» und «Kulisse». Anmerkungen zur volkskundlich-kulturwissenschaftlichen Regionalitätsforschung. In: Zeitschrift für Volkskunde 94 (1998), S. 53–70, bes. S. 58. Zur aktuellen Modernisierungsdiskussion vgl. u. a. Hermann Bausinger: Tradition und Modernisierung. In: Schweizerisches Archiv für Volkskunde 87 (1991), S. 5–14.