

Die Konsumenten am Wühltisch, ratlos

Ute Blaich über den Kinderschallplatten-Markt

Der Weg ins Wunderland führt durch den Tränenteich. Nicht bloß in Carrolls surrealem Märchen! Nur wer es schafft, sich durch die Flut mittelmäßiger bis miserabler Produktionen ohne Beschädigung zu retten, wird im gern zitierten „Zauberland“ der Kinder-Schallplatten mit Schöner belohnt.

Die Mehrzahl der Abenteuer und Geschichten gehört eher ins Produzenten-Paradies der wundersamen Absätze, wo die Kassenglockchen klingen. Am besten verkaufen sich Kitsch und Ballermannballaden, in Hörfolgen kleingehäckselter Serien-Klamauk. Ratlose Konsumenten beziehen ihn vorzugsweise vom Wühltisch der Kaufhäuser oder an Tankstellen.

Weil Bekanntheit zum Kriterium für Güte geworden ist, geben die sogenannten Anschluß-Erfolge aus dem Fernsehprogramm die begehrtesten Stoffe ab. Das galt schon für „Schweinchen Dick“ und „Kung Fu“, für „Tarzan“ und „Barbapapa“.

Die Serien-Malaise beginnt in Mainz. Das ZDF ist ihr beflissenster Lieferant. Josef Göhlen sendet Kitsch oder Kinnhaken pünktlich und bedenkenlos in 52 Wochenraten übers Jahr verteilt. Schallplatten-Firmen mit der Nase fürs große Geschäft spekulieren auf Trittbretterfolge, machen sich zum verlässlichsten Komplizen der Glotze. Sie fungieren mittlerweile wohlkalkuliert als Verstärker-Anlage des Fernsehprogramms für Kinder.

Popeye und Kimba, Pinocchio und Maja sind sensationelle Verkaufserfolge der Plattenbranche. (Wobei die Biene Maja, Dauerseller und Topstar aller vorverkauften Produkte, müheles die Konkurrenz aussticht. Nicht zuletzt der Titelmelodie wegen, die Karel Gott so stimmstark, innig, honigsüß und kasensfüllend vorzutragen weiß.)

Neben den lizenzpflichtigen Huckepack-Titeln, die dafür Promotion gratis im Guckkasten der Kleinen kriegen, gibt es die Hauruck- und Billig-Platten, die von Viel-Produzenten und Wenigkönnern an einem Nachmittag ohne große Kosten zusammengehauen werden. „Da hört man auf einer LP denselben Schauspieler in drei verschiedenen Rollen: einmal hält er sich die Nase zu, einmal spricht er mit Fiselstimme, und zuletzt probiert er es als Schaljapin im Schlafrock“, sagt Henning Venske.

Und Kinder konsumieren brav, was die Erwachsenen ihnen zynisch an Kultur-

Abfall überlassen, leben vom Katzen-tisch der Plattenmacher. So gewöhnt man sie erfolgreich an Prügel, Hatz, Gruselverschnitt, der natürlich in „lustiger“ Slapstick-Verkleidung daherkommt. Genauso willig schlucken sie den seichten Seim, die paar Brocken aus dem Traumbazar, die ihnen als Märchen angedreht werden.

Für das triste Durchschnittsniveau allein den Produzenten zum Sündenbock zu machen, wäre unfair. Auch viele Eltern, Lehrer und Erzieher sind verantwortlich, die bis heute engstirnig darauf beharren, nur Kinder-Bücher seien die legitimen Vermittler für Information und Unterhaltung. Jetzt noch verschanzen sich manche Kritiker in arroganter Esoterik. Für sie bleiben Kinderschallplatten ein unseriöses Stück Sub-Kultur, der man sich äußerstenfalls dann zuwendet, wenn Klassiker für Kinder auf die Scheibe gebracht werden: Prokofiew, Saint-Saëns, Haydn oder Mozart.

Von sachkundiger Kritik weitgehend im Stich gelassen, bleibt der Konsument also unsicher und ratlos. Die Macher fühlen sich um notwendiges Interesse genauso betrogen. Offenbar besteht ihre Revanche für erfahrene Vernachlässigung darin, ein Niveau herzustellen, was der tatsächlichen diffamierenden Einschätzung entspricht.

Die Autorin

Ute Blaich. 1939 in Nürnberg geboren, studierte Malerei und Pädagogik; von 1963 bis 1976 Lehrerin in Hamburg. 1968 richtete sie mit Freunden die erste Kindermalschule in der Hamburger Kunsthalle ein, um Umgang mit Kunstwerken durch Spiel, Information und eigenes Machen selbstverständlich und unfeierlich zu trainieren. Seit 1976 als freie Journalistin, Autorin und Kritikerin tätig. Mitglied der Jury des Deutschen Schallplattenpreises.

Neben zahlreichen Veröffentlichungen in Sammlungen folgende Kinderbücher: „Das Mäuse-ABC“ (Verlag Ellermann), „Milchreis, Colt & Veilchenfänger“ (Verlag Stalling), „Zwonimiras Zwiebelkiste“ (Verlag Stalling), „Das rosa Pferd“ (Verlag Stalling).



Wer die eigentlich Betroffenen, nämlich die Kinder, nach ihren Wünschen und Bedürfnissen befragt, erhält eine fast perfekte Reproduktion des Angebotes. Ich habe Hamburger Schulkinder (3. Klasse) nach ihren Lieblingsplatten befragt. Hier in der genannten Reihenfolge ihre Antworten: Abenteuer, Indianergeschichten, Grusel- und Horrorstories, Krimis, Schlager, Tiergeschichten, Fernsehserien, Märchen, Tanzmusik. Ein scheinbares Alibi für miese Produkte, Rechtfertigung für Batman und den schwarzen Schinder, Phantom und Flipper, Meuterei auf der Bounty oder verkitschte, kastrierte Märchen. In Wahrheit ein trauriger Spiegel: Die Kapitulation der Kinder vor trostlosen, phantasieamputierten Erwachsenen.

Sehr langsam scheint sich indessen eine Wende abzuzeichnen. Neben dem Riesenmarkt liebloser Schnellprodukte fangen auch hervorragende Realisationen an, sich zaghaft durchzusetzen. Dazu gehören im Bereich der Kinderliteratur, die auf Rillen gebracht wurde: „Momo“ von Michael Ende, „Kindergeschichten“ von Peter Bichsel, „Serail-Märchen“ der Elsa Sophia von Kamphoeven, „Jonas der Angler“ von Zimnik, „Oma“ von Härtling oder (eine der bestgelungenen Neuerscheinungen) „Der Wind in den Weiden“ von Kenneth Grahame.

Mut zum Experiment beweist zum Beispiel die Deutsche Grammophon mit einer sehr sorgfältig geplanten, im November erschienenen Serie „Deutsche Grammophon Junior“. Hier wird als Kriterium für die Titelauswahl Qualität vor Absatzspekulation gestellt. Ähnlich vorsichtige Schritte riskieren mit Einzeltiteln EMI Electrola („König Ohnemich“), der kleine Schweizer Musikverlag „zum Pelikan“, der „Kinderlieder“ in strengen schönen Liedsätzen herausbrachte, denen Ungerer-Illustrationen und Noten aus dem Liederbuch beigegeben sind. „pläne“ überraschte mit einer musikalisch-amüsanten Version von „Rotkäppchen“. Auch optisch gibt es Novitäten. Nachdem jahrelang das schlampige oder verkitschte Billigst-Cover als Kinderplatten-Tüte gerade recht schien, begegnet man inzwischen durchaus witzig, poppig und sorgfältig gemachten Plattenhüllen von Waechter, Süverkrüp, Haase oder dem Schweizer Künstler Jörg Müller. Mir scheinen das erste positive Anzeichen einer Tendenzwende zu sein. Macher beginnen zu begreifen, daß mit Ramsch und Katzen-tisch-Produkten zwar eine unkritische Masse zu bedienen ist, der Anteil kritikfähiger Konsumenten aber stetig wächst, die sich nicht willig jeden Dreck verkaufen lassen.

Hinter dem Tränenteich gibt es also doch so was wie ein kleines Fitzchen Wunderland...

AD (ACOUSTIC DYNAMIC) Kassette – Die neueste Entwicklung von TDK für Ihre Musikaufnahme –

Falls Sie beim Abspielen Ihrer Kassetten die Wiedergabe nicht zufriedenstellt, liegt es wahrscheinlich daran, daß die von Ihnen benutzte Kassette nicht alle Musikpassagen sauber aufgenommen hat.

Insbesondere moderne Musik enthält eine Vielfalt von musikalischen Effekten, welche ein sehr gutes Frequenzverhalten voraussetzen, speziell bei hohen Frequenzen, die leider oft bei konventionellen Kassetten abfallen.

Seien Sie nicht länger enttäuscht! Sagen Sie Ihrer alten Kassette ade... – testen Sie die Neue TDK AD!



Im Vergleich zur TDK-D-Kassette hat die „AD“ einen um 5 dB erweiterten Ausgangspegel bei 12,5 kHz mit verbessertem Rauschabstand und geringerer Verzerrung. Geeignet für jeden auf dem Markt befindlichen Recorder, ist die AD-Kassette in „Normal“-Stellung zu bespielen.

Hervorzuheben ist, daß unsere AD-Kassette das gleiche Gehäuse mit der Präzisionsmechanik der SA-Kassette besitzt und dadurch beste Laufeigenschaften bietet.

Lassen Sie sich deshalb bei Ihrer nächsten Musikaufnahme von der AD-Kassette – TDK's Neuentwicklung – überzeugen!

TDK ELECTRONICS EUROPE GMBH · Georg-Glock-Str. 14
D-4000 Düsseldorf · Tel.: (0211) 43 48 91 – 96
Vertrieb durch: COMPO HiFi GmbH · Kohlenhofstraße 2–4
6750 Kaiserslautern · Tel.: (0631) 63075



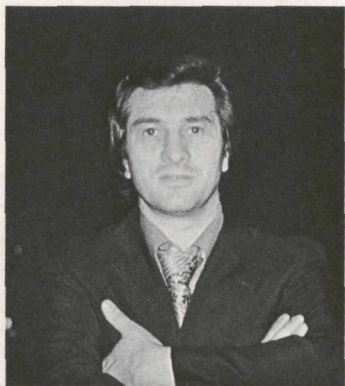
Das neue Sounderlebnis!





GOLD FÜR HOTZENPLOTZ

Die Schallplatte, dem Halbbruder Buch sonst eher in Haßliebe verbunden, gab sich auf der Frankfurter Buchmesse, Abteilung Jugend, familiär. So stellte die Deutsche Grammophon ihren jüngsten Sprößling vor, „Junior“ – eine neue Jugendreihe „für alle Altersklassen, zum Taschengeldpreis“ (Firmeninformation). Die ersten sechzehn „Junior“-Schallplatten und -Musicaassetten liegen seit November vor. Phonogram, das Hamburger Haus mit dem reich und richtig bestückten Kinderplattenka-



Arretierte der Räuber auf Rille:
„Hotzenplotz“-Produzent
Egon L. Frauenberger

atalog, nutzte den Background Buchmesse, zwei besonders erfolgreiche Produktionen „für je 250 000 verkaufte Tonträger“ mit Goldenen Schallplatten auszuzeichnen: „Der Räuber Hotzenplotz“ und „Neues vom Räuber Hotzenplotz“.

Phonogram mußte die begehrten Gold-Scheiben gleich sechsfach verteilen. Zwei gingen an „Hotzenplotz“-Autor Otfried Preußler, dessen Kinderbücher „das Gegenteil üblicher Zwergen-, El-

fen- und Märchentantenromantik darstellen“ (Hellmut von Cube). Je zwei galten „Dem Regisseur und Produzenten“ beziehungsweise „Dem Bearbeiter und Komponisten“, im Falle „Hotzenplotz“ eine einzige Person: Egon L. Frauenberger, Münchner, 45.

Über das Gold-Dekor freut sich Frauenberger „riesig“, obgleich ihm ähnliches schon widerfahren ist: Bereits 1973 kassierte er die erste Goldene Schallplatte für ein Kinderhörspiel auf Schallplatte in Europa – für 500 000 verkaufte „Hotzenplotze“.

Es war Frauenbergers Idee, den Räuber auf Rille zu arretieren. Der „Macher aus München“, so die Plattenbranche neidvoll über das Multitalent, hatte sich

schon früher, als Fingerübung für seine Produktionen, Wort und Ton von verschiedenen Seiten gefügt gemacht: Nach einer Verlagslehre war er Verlagsleiter bei Edition Montana, arbeitete als Journalist für das Münchner Fachmagazin „Der Musikmarkt“ und war als Regisseur bei Bavaria Film tätig, bevor er sich als freischaffender Produzent für Wort und Musik in München etablierte.

Frauenberger, der seit zwanzig Jahren erfolgreich Kindgemäßes fertigt („Zu meinen eigenen Lieblingsplatten zählen ‚Onkel Poppoffs wunderbare Abenteuer‘“), glaubt nicht, daß es zu wenig gute Kinderplatten gibt: „Höchstens zu viele schlechte. Und in der Masse des oft lieblos gemachten Kinderplattenangebotes gehen die guten einfach unter. Leistungswettbewerbe, wie in Sachen Jugendbuch üblich, finden auf dem Sektor Kinderplatte kaum statt. Und die Schallplattenfirmen sind mit ihren Mammutprogrammen meist so überlastet, ja überfordert, daß sie sich kaum mehr um einzelne Kinderplatten kümmern können.“

Der „kinderfreundliche Regisseur“ (Abendzeitung) hat „eine gewisse kindliche Naivität in sein Erwachsenenleben hinübergerettet“ („Schallplatte“), sie macht's ihm möglich, „der kindlichen Phantasie gerecht zu werden“ (Frauenberger). Einer Phantasie, die sich oft schon an einem gut gemachten Cover entzündet. „Sie können doch produzieren wie sie wollen, eine lieblos oder schlecht gemachte Hülle kann den Verkaufserfolg hemmen.“

Märchenonkel Frauenberger ist gern ungehemmt. Er kümmert sich, nicht immer zur Freude seiner Schallplattenfirma, auch um die Covergestaltung.

Herbert W. Müller

Accuphase

ACCUPHASE HiFi-Qualität nur über unsere Fachhändler

Nur diese spezialisierten Vertragshändler gewährleisten die 3jährige Vollgarantie sowie den darüber hinausgehenden Service.

1000 Berlin	Sinus HiFi Stereoanlagen GmbH
1000 Berlin 12	61, Hasenheide 70, Tel. 030/691 95 92
1000 Berlin 13	Sinus HiFi Stereoanlagen GmbH
4630 Bochum	Sybelstr. 10, Tel. 030/323 1324
5300 Bonn	Sigma HiFi, Marburger Str. 17
5300 Bonn	Tel. 030/2 133 098
2850 Bremerhaven	Uni Shop, Wasserstr. 172
4600 Dortmund	Tel. 0234/30 11 66
4000 Düsseldorf	K. F. Bielsky, Acherstr. 22-28
4100 Duisburg	Tel. 02221/65 80 06
4300 Essen	Dieter Linzbach HiFi Studio
7637 Ettlingen	Kekulestr. 39, Tel. 02221/65 1941/2
6000 Frankfurt/M.	KB HiFi Studio, Langener
7800 Freiburg	Landstr. 285, Tel. 0471/837 76
2000 Hamburg 65	HiFi Stereostudio Dortmund GmbH
2000 Hamburg 13	Westenheide 136, Tel. 0231/1472 22
3250 Hameln	Funkhaus Evertz, Königsallee 63-65
6900 Heidelberg	Tel. 0211/37 07 37
7500 Karlsruhe	Audio Forum, H. Winters KG
2300 Kiel	Koloniestr. 203, Tel. 0203/37 27 28
5000 Köln	Radio Jasper, Hollestr. 1
4150 Krefeld	Tel. 0201/22 46 13
7250 Leonberg	HiFi Studio HOG, Festungsstr. 15
2400 Lübeck	Tel. 078 22/21 92
6500 Mainz	Raum Akustik OHG, Luisenstr. 37
6800 Mannheim	Tel. 0611/43 92 15
5440 Mayen	Müller HiFi GmbH, Kaiser-Joseph-
5750 Menden	Str. 264, Tel. 0761/3 10 97
8000 München 40	Wolfgang Roza, Harkheider Str. 2
8000 München 60	Tel. 040/602 44 77
4500 Osnabrück	HiFi Studio Jürgen Schindler
6600 Saarbrücken	Werderstr. 52, Tel. 040/4 10 48 12
2860 Scharnbecks-	HAB-HiFi, W. Weiz, Baustr. 6
5900 Siegen	Tel. 05151/274 28
7000 Stuttgart	Haus der Stereophonie
5500 Trier	M & P Tunkl OHG
4750 Unna-	Marktplatz 3, Tel. 06221/226 00
8700 Würzburg	HiFi Markt, Kaiserallee 25
5600 Wuppertal	Tel. 0721/84 15 31
	Hört sich gut an GmbH
	Sophienblatt 52, Tel. 0431/625 41
	Saturn Elektro Handelsges.
	mbH & Co KG, Hansaring 91
	Tel. 0221/52 41 41
	Funkhaus Kamp, Ostwall 138
	Tel. 02151/6 10 10
	HiFi Studio im Leocenter
	Leonberger Str., Tel. 07152/475 85
	HiFi Stereo Shop, Engelsgrube 44
	Tel. 0451/7 89 89
	Raum Akustik OHG, Rheinstr. 43-45
	Tel. 06131/234 90
	HiFi Tonstudio Mannheim, Q5,4
	Tel. 0621/10 13 53
	HiFi Studio International
	Musikhaus Geiermann
	Göbelstr. 12, Tel. 02651/28 89
	HiFi Profis, Hauptstr. 33
	Tel. 02373/57 51
	Studio 3, E. Ernstberger KG
	Kaiserstr. 61, Tel. 089/34 91 46
	Elektro Egger, Gleichmannstr. 10
	Tel. 089/88 30 58
	Gebr. Rohlfing, Große Str. 24
	Tel. 0541/278 78
	Musikhaus F. C. Louis
	Futterstr. 4, Tel. 0681/392 06
	KB HiFi Studio, Schulstr. 1
	Tel. 04791/65 77
	Rothal Elektronik
	Kohlbeckerstr. 18, Tel. 0271/571 25
	Radio Barth, Rottebühlplatz 23
	Tel. 0711/62 33 41
	HiFi Lux, Konstantinstr. 17
	Tel. 0651/731 55
	Fernseh-Opheiden, Friedrich-
	Ebert-Str. 111, Tel. 02303/602 39
	Landauer & Goll, Juliuspromenade 15
	Tel. 0931/549 02 + 594 40
	HiFi Studio Thelen
	Hochstr. 100, Tel. 0202/44 56 79

Generalvertretung Deutschland

P.I.A.

HiFi Vertriebs GmbH
Ludwigstraße 4 · Tel. 061 05/7 69 95
6082 Waldfelden-Walldorf



PHANTASTISCHER KLANG durch brillante Technik

Ein HiFi-Experte sagte nach der Hörprobe begeistert: „Bei dem Angebot von HiFi-Spitzen-

geräten fällt die Wahl schwer; wenn man aber ACCUPHASE gehört hat, ist die Entscheidung leicht.“

Deshalb verzichten wir gern auf die Aufzählung der bei ACCUPHASE selbstverständlichen technischen HiFi-Details. Nur soviel: ACCUPHASE ist seit Jahren Hersteller welt-

weit geschätzter HiFi-Anlagen der obersten Spitzenklasse. Aber bilden Sie sich Ihr Urteil selbst.

Hören Sie ACCUPHASE! Vergleichen Sie ACCUPHASE mit den Marken, die Sie für Top-HiFi halten. Wenn Sie technische Informationen wünschen oder wissen möchten, wo Sie ACCUPHASE testen können, setzen Sie sich bitte mit uns in Verbindung.

Accuphase

Generalvertretung Deutschland

P.I.A.

HiFi-Vertriebs GmbH

Ludwigstraße 4
Telefon 061 05 - 7 69 95
6082 Waldfelden-Walldorf