

Die Kreativität hinter *The Amazing World of Gumball*

EIN GESPRÄCH MIT BEN BOCQUELET, MIC GRAVES UND ANTOINE PEREZ*

Wie begann alles?

Bocquelet: Es begann damit, dass ich als Developing Artist für Cartoon Network in London arbeitete. Sie hatten eine Entwicklungsabteilung – für Europa eher selten –, und das bot mir die sehr interessante Chance, einem großen Senderverbund meine Cartoonideen vorzustellen. Ich arbeitete eine Weile dort und durfte auch meine eigene Idee pitchen. Leider kein Meilenstein meiner Karriere, denn ich pitchte weiter und weiter, aber meine Ideen kamen nicht an. Also hatte ich all diese nicht verwendeten Figuren in meiner Schublade liegen. Und so kam mir die Idee von einer Förderschule für Zeichentrickfiguren, die in der realen Welt spielen sollte (Abb. 1). Es war eine Mischung aus Design und Technik. Wir besprachen die Idee mit dem Producer Daniel Lennard und er meinte, es wäre ein zu dunkles Thema für den Schulkontext. Wir überarbeiteten das Konzept und es wurde eine archetypische Sitcom mit einer klassischen Familie daraus: ein dümmlicher Vater, etwas verrückte Kinder, ein Mobber in der Schule, ein Stadtpolizist und all diese Typen. Aber anstelle normaler Menschen setzen wir farbenfrohe Figuren und Wesen ein, wie z. B. Tina Rex – der T-Rex ist der größte Tyrann unter den Dinosauriern. Geboren war die Figur der Mobberin. Und so ergab sich die ganze Welt wie von allein.

Wie entstanden die Hauptcharaktere?

Bocquelet: Alle Familienmitglieder basieren auf meiner eigenen Familie. Mein Vater heißt Richard, meine Mutter Nicole – wie die Eltern in *Gumball*. Gumball ist nicht wirklich ich, er ist ein Charakter, der viele Deutungen erlaubt.

Aber ich denke, es stecken Teile von uns in ihm.

Perez: Wenn man sich mal eine Szene genauer ansieht und beobachtet, wie sich Gumball verhält, erinnert uns das oft schon sehr stark an Ben. Ich denke, es steckt eine Menge von ihm in dieser Figur.

Bocquelet: Ja gut, man packt beim Schreiben schon einen Teil der eigenen Persönlichkeit mit hinein. Aber so dämlich bin ich nun auch wieder nicht. (Alle lachen.) Trickfilmanimatoren sind im Grunde introvertierte Schauspieler. Aber wir sehen nicht gut genug aus, um vor der Kamera zu stehen – also müssen wir zeichnen lernen. Aber in uns steckt etwas, was wir mit der Welt teilen möchten.

Gumball ist kein typischer Junge und er ist weder Held noch Superman.

Bocquelet: Nein, er ist ein Loser.

Graves: Ein optimistischer Loser.

Bocquelet: Ja, ein optimistischer Loser. Und ich denke, er ist so, wie Menschen eben sind. Er sollte verkörpern, wie sich Jungen wirklich fühlen. Er ist also nicht der Held, der immer siegt oder immer recht hat. Er hat auch oft unrecht. Gumball ist sich selbst der größte Feind, und so funktioniert die Figur. Ehrlich gesagt sind viele Dinge, die ihm passieren, uns selbst passiert. Also sind wir alle irgendwie ein bisschen Gumball.

Gumball sieht seiner Mutter ähnlich, seine Schwester dem Vater. Hat das etwas mit Ihrer Familie zu tun?

Bocquelet: Schon, ja. Ich denke, ich bin ein bisschen wie meine Mutter und meine Schwester eher wie mein Vater. Aber sagen Sie das bitte nicht meiner Schwester, das ist sehr wichtig. Sie ist es jetzt auch nicht mehr – sie macht ihr eigenes Ding, sie ist erwachsen. Aber als Kind war sie meinem Vater sehr ähnlich. Und da gibt es noch Darwin, der zuerst Gumballs Freund war und dann ein Familienmitglied wurde. Meine Eltern waren immer eine Anlaufstelle für alle Kinder in der Nachbarschaft. Sie waren ständig bei uns und waren so etwas wie Familienmitglieder. Mein Vater nannte sie immer seine Adoptivöhne ...

Wie kamen Sie auf Penny, die Erdnuss?

Bocquelet: Ich fand die Idee dieser schräg aussehenden Erdnuss mit Löchern klasse (Abb. 2). Sie war das archetypische hübsche Mädchen mit Brille – wie aus einer typischen Teenie-Sitcom: Das Mädchen

nimmt die Brille ab und dann sieht sie fantastisch aus. Aber dann wurde etwas anderes aus ihr. Wir dachten in viele Themenrichtungen, z. B. auch an »Angst«: Sie sitzt in ihrer Schale und traut sich nicht raus. Es gibt eine ganze Folge dazu. Ich finde, es vermittelt schön verpackt für junge Mädchen und Jungen die Message, sich anzunehmen, wie man ist, und notfalls auch für sich einzustehen. Normalerweise fangen wir mit etwas an, ohne wirklich zu wissen, wo es uns hinführt. Und dann versuchen wir, das Ganze sinnvoll auf einen Punkt zu bringen. Und dann entsteht etwas und es ergibt Sinn und wir können damit weiterarbeiten.

Wie sieht es mit der Kreativität beim Design aus? Warum ist Gumball ein blauer Kater, der aber nicht wirklich wie ein Kater aussieht, sondern eher wie ein Ballon auf langen Stecken?

Bocquelet: Was das Design der Familie angeht, wollten wir, dass sie lebenswert, ja fast zum Anbeißen sind. Was herauskam, ist dieses runde und kugelige Design. So heben sich die Figuren sehr gut vom detailreichen Hintergrund ab und man kann sie immer gut erkennen. Sie sind sehr silhouettenhafte Figuren. Das war auch die Idee dahinter.

Perez: Das Design ist stark vom japanischen Zeichenstil inspiriert.

Können Sie sich an den Moment erinnern, als Sie dachten: »Genau so soll Gumball aussehen«?

Bocquelet: Ja, am Ende der ersten Staffel – zu spät eigentlich. Nachdem wir Gumball gezeichnet und gezeichnet hatten, hatte er schließlich die richtigen Proportionen und die richtigen Ausdrücke. Dann hatten wir alle Kniffe raus.

Graves: Und die Animationskollegen spielen ja auch noch mit den Figuren. Sie testeten alles aus, was die Fi-

guren können. Das Design wird dann davon bestimmt, was eine Figur tun können muss – sie zeigt das Beste, was aus ihr rauszuholen ist.

Bocquelet: Es ist ein bisschen wie bei den *Simpsons*. Die erste Staffel sah noch ganz anders aus als die jetzigen. In der Praxis ist es so, dass du das Design weiterentwickelst, und irgendwann gelangst du zu einem Punkt, wo du den Charakter wirklich gut findest, und das versuchst du beizubehalten.

Wie stellen Sie sicher, dass der kreative Kern, die Grundidee der Figur in diesem Prozess nicht verloren geht? Ist Gumball noch Gumball?

Graves: Wir sind bei jedem Schritt dabei, beim Schreiben an sich, beim Schreiben des Storyboards, bei der Entwicklung der Animatics, beim Design der Figuren, bei allen Schritten der Animation. Wir haben die ganze Zeit über alles im Blick. Ich denke, das ist der einzige Weg, wie man das sicherstellen kann.

Bocquelet: Du versuchst, die Figur in jeder Phase ein bisschen mehr auszuarbeiten. Du gibst hier eine kleine Idee dazu oder dort ein kleines Detail, das die Persönlichkeit der Figur besser herausstellt, und sei es zum Beispiel nur das Design des T-Shirts, das dir verrät, was für ein Typ Gumball ist. Du hast so die Möglichkeit, ihm mehr Tiefe zu verleihen. Und all diese kleinen Details summieren sich während der

Produktion und am Ende fühlt es sich gut an, finde ich.

Graves: Das stimmt. Es ist wie eine dünne Schicht Politur, die die Figur jedes Mal dazubekommt, wenn man an dem Projekt arbeitet.

Wie sah die konkrete Umsetzung der Sendung aus?

Bocquelet: Wir setzten uns zusammen und hatten eine Liste mit Figuren. Und wir hatten all diese Nebenfiguren, die ich bereits entwickelt hatte.

Graves: Die zu diesem Zeitpunkt aber reine Entwürfe waren.

Bocquelet: Es waren Entwürfe von Figuren, die auf die gleiche Schule gehen. Dann dachten wir: »Gut, es muss eine Hauptfigur geben. Was würde eine interessante Geschichte ergeben? Was würden Kinder gerne sehen?« Tina zum Beispiel mobbt andere, also ist sie der T-Rex. Clayton ist ein Ball aus Ton, also ist er ein notorischer Lügner, der sich je nach Bedarf verformt. Teri, der Papierbär, ist sehr leicht und zerbrechlich. Sie ist ein bisschen ein Hypochonder. Sie hat Angst vor Keimen und davor, sich zu verletzen (Abb. 3). Wichtig war uns dabei, dass das Aussehen der Figuren ihre Persönlichkeit widerspiegelt, sodass daraus im Zusammenspiel mit Gumball und Darwin interessante Geschichten entstehen.

Wie viele Personen arbeiten in Ihrem Team?

Bocquelet: Einige, ich denke 50 bis 60 hier im Londoner Studio. Und noch mehr in Deutschland.

Graves: Ich glaube 40 Leute im Ludwigsburger Studio.

Wie halten Sie Ihre Kreativität am Leben? Besonders im Hinblick darauf, dass Animation ein sehr kommerzielles Business ist.

Graves: Es ist schon erstaunlich, was man unter Druck alles leisten kann. Es ist nun mal so, dass der Zeitplan fest ist. Den musst du erfüllen. Das heißt, du musst in diesem Raum sitzen. Jede Woche muss ein Skript fertig sein, manchmal sind es 3 Storybook-Pitches pro Woche. Es läuft alles wahnsinnig schnell. Das hinterfragen wir dann nicht, oder?

Perez: Normalerweise wirst du dann kreativ, wenn du die Deadline vor Augen hast. Denn wenn du viel Zeit hast, überdenkst du die Ideen immer wieder. Aber wenn du eine Deadline hast, musst du dir etwas Verrücktes einfallen lassen, was schnell zum Laufen gebracht werden kann. Und das macht dich kreativ.

Graves: Ja, er [Perez] ist gut darin, seinen Ideen treu zu bleiben, und er ist schnell. Wenn du keine Zeit hast, läuft es so: »Okay, was machen wir damit?« Und du löst das Problem und es funktioniert. Du stellst es nicht noch einmal infrage, weil du keine Zeit dafür hast.

Bocquelet: Ehrlich gesagt zwingen dich Grenzen, beispielsweise Grenzen, was du machen darfst, weil du sonst das Budget sprengst, dazu, wirklich gute und kreative Einfälle zu haben.

Graves: Einige Einfälle kamen zum Beispiel daher, dass uns der Auftraggeber sagte, dass wir das ganze Geld schon ausgegeben hatten. Plötzlich konnten sich die Autoren auf winzigste Details bei einer Figur konzentrieren, was sich im Ergebnis als urkomisch erwies.

Bocquelet: Bei Cartoon Network stehen wir nicht unter dem Druck, dem Mainstream entsprechen zu müssen. Sie lassen uns wirklich alle Freiheiten. Und wir haben Fehler gemacht oder waren zu spät dran – und auch dann konnten wir uns auf ihre Unterstützung verlassen. Ich weiß nicht, ob ein anderer Sender so nachsichtig gewesen

wäre. Sie haben alles drangesetzt, eine ungewöhnliche Sendung zu ermöglichen, und wir hatten die Chance, sie zu entwickeln.

Perez: Staffel 1 war ein richtiger Kampf. Ich denke, das ist auch ein Aspekt, der Kreativität hervorbringt: Keiner von uns hatte je zuvor eine Serie gemacht. Also dachten wir schlichtweg: »Lasst es uns versuchen, mal sehen, ob es klappt.«

Bocquelet: Und es hat nicht geklappt. (lacht)

Graves: In der Entwicklungsphase erlebst du einige Fehlschläge, aber du lernst dadurch auch langsam, was funktioniert. Es ist verrückt.

Haben Sie 3 Tipps für junge KollegInnen, wie man eine erfolgreiche Sendung macht und wie man kreativ bleibt?

Bocquelet: Ich denke, am Anfang steht, dass du etwas machst, wovon du überzeugt bist, dass es dir selbst gefallen wird. Man sollte nicht versuchen, einem Sender oder einer Produktionsfirma zu gefallen.

Graves: Oder der Werbung.

Bocquelet: Mach etwas, bei dem du fühlst, dass es großartig wird, dass du es selbst gerne im Fernsehen, im Internet oder sonst einem künstlerischen Medium, für das du arbeitest, sehen möchtest. Und dann muss es rund werden: Behalte es nicht in deinem Kopf, sondern lass es raus, sodass die Menschen es sehen können. Dann können sie dir Ratschläge geben und dir helfen, die Idee weiterzuentwickeln. Bei einer Sendung wie *Gumball* bin ich kein Einzelkämpfer. Es ist ein ganzes Team und ihre Arbeit, ihr Talent und ihre Persönlichkeit, die mit einfließt. Das ist mein zweiter Rat: Such dir Leute, mit denen du gerne zusammenarbeiten möchtest, bildet ein Team und hilf auch du ihnen, das zu tun, was sie möchten. Es ist wirklich wichtig, von kreativen Leuten umgeben zu sein, mit denen du dich verstehst und die dich verstehen und mit denen du etwas zusammen machen kannst.

Und mein dritter Tipp ist zu versuchen, für das Internet zu arbeiten, denn das ist einfach die Zukunft. Es sind Pioniere gefragt, die für das Internet großartige Projekte machen und neue Businessmodelle und dergleichen finden.

Graves: Ein weiterer Rat wäre: Mach es aus der richtigen Motivation heraus, nämlich: Weil du willst, dass es so großartig wird, wie es nur sein kann. Du musst absolut an das glauben, was du tust. Du möchtest, dass es die Leute umhaut. Du möchtest, dass so viele Leute wie möglich es sehen. Das musst du alles wollen. Darum machst du es: Du hast tolle Produktionen gesehen und du willst, dass es weiterhin gute Sachen gibt. Es gibt viele miese Projekte und du willst das Gleichgewicht erhalten.

Bocquelet: Es steckt viel Herzblut in deiner Arbeit. Du machst es nicht nur, weil du denkst, es könnte cool werden. Du machst es, weil tief in dir drin etwas ist, das du anderen Menschen geben möchtest.

Graves: Es geht um dieses Gefühl, das dich elektrisiert, wenn du etwas gesehen hast. Wie wenn du beispielsweise denkst: »*Jurassic Park*, ein großartiger Film, genau wie die *Star Wars*-Filme.« Du möchtest, dass dich dieser Begeisterungssturm einfängt – dich selbst und andere. ■



* Ben Bocquelet ist der Schöpfer von *The Amazing World of Gumball*, Mic Graves ist der Director und Antoine Perez ist der Art Director der Sendung bei Cartoon Network, Großbritannien. Die Folge »*The Quest*« war Gewinner des PRIX JEUNESSE INTERNATIONAL 2012 in der Kategorie 7-11 Fiction. Die dritte Staffel wird im September 2014 auf Cartoon Network in Europa, im Nahen Osten und in Afrika auf Sendung gehen. Der Sender hat grünes Licht für die Produktion einer vierten und fünften Staffel der Erfolgsserie gegeben.