

»Ideen kommen ganz von allein«

EIN GESPRÄCH MIT JOSH SELIG*

Small Potatoes – kleine Kartoffeln. Wie kamen Sie auf diese Idee?

Selig: *Small Potatoes* begann mit der Bezeichnung »Small Potatoes«. Ich fand das schon immer einen großartigen Titel für eine Sendung, weil »Small Potatoes« diese Doppeldeutigkeit hat: Einerseits nennen wir etwas Unbedeutendes so, aber es sind auch die echten kleinen Kartoffeln. Wir wollten einfach ausprobieren, was mit Kartoffeln so alles geht. Dazu ließen wir einen Designer einige Tonkartoffeln formen, und sie waren bezaubernd. Wir verliebten uns sofort in die kleinen Kartoffeln und wollten uns für alle 4 etwas ausdenken. Wir entschieden dann, dass sie eine Band aus 4 singenden Kartoffeln werden sollten. Wir ließen sie mit Photoshop ein bisschen umgestalten, »polierten« sie ein wenig auf – und fertig war die Band (Abb. 1). Ich habe sie mir immer als eine Art »Beatles des Vorschulfernsehens« vorgestellt. Sie sollten verschiedene Musikgenres erkunden, einen Sinn für Humor haben und sie sollten alle »Irrungen und Wirrungen« einer echten Band durchmachen.

Kartoffeln sind nicht das, woran man als Erstes für das Vorschulfernsehen denkt.

Selig: Am Konzept von *Small Potatoes* gefiel mir vor allem, dass die Kartoffeln – symbolisch gesprochen – wie Vorschulkinder sind, in dem Sinne, dass sie nicht sehr durchgeformt sind. Kartoffeln haben keine definierte Form, und doch haben sie etwas sehr Schönes und Schlichtes an sich. Für mich sind sie eine großartige Metapher für ein kleines

Kind, in ihnen steckt großes Potenzial, das wir in der Serie ausschöpfen wollten. Sie ziehen z. B. verschiedene Kostüme an oder begeben sich an die verrücktesten Orte.

Gab es in Ihrer Vorstellung ein erstes Bild, eine Zeichnung oder ein Lied?

Selig: Sie sollten definitiv Sänger sein, das war mir sehr wichtig. Weil: Kartoffeln, die eine Band gründen, das hat etwas Witziges. Erst später ging es um die Geschichten, und wir begannen, die Beziehungen zwischen den Charakteren auszuarbeiten. Aber vorrangig sollten sie Musikvideos machen und jedes Video sollte ein bestimmtes Musikgenre repräsentieren: Wir haben eine Folge zu Motown, eine zu Hip-Hop und wir haben eine mit typischen 80er-Jahre-Stirnbändern. Wir wollten alle Musikrichtungen einbringen und machen uns auch ein bisschen lustig über uns selbst und die Tatsache, dass Trends kommen und gehen, denn die »Potatoes« sind schon sehr trendy.

Wie entstand das wunderschöne Lied »I am a potato«?

Selig: Das Lied ist autobiografisch und ich habe es selbst geschrieben. Es handelt von mir selbst, deshalb konnte ich es sehr schnell runterschreiben – und anscheinend kommt es gut an. Für mich selbst fühlte es sich irgendwie richtig an. Ich fühle die Schlichtheit des menschlichen Daseins – und das sollte das Lied einfangen. Unser Verstand ist sehr komplex und deshalb machen wir uns das Leben oft sehr schwer, zum Beispiel indem wir Dingen nachlaufen, die wir nie werden erreichen können. Die Botschaft des Liedes ist, sich selbst anzunehmen, wie man ist. Das war für mich zu dieser Zeit sehr wichtig, und ich denke, das ist es auch heute noch. Vielleicht kannst du nicht super hoch springen, bist kein Filmstar und hast keinen Bestseller geschrieben – aber egal: Du bist du, und das ist wundervoll und etwas ganz Besonderes. Darum geht es bei *Small Potatoes*, das ist sozusagen das Herzstück. Die Kartoffel »Chip«

singt in dem Lied, dass sie nicht außergewöhnlich ist, aber dass sie tiefe Gefühle hat, und das macht sie besonders (Abb. 2). Und das gilt für alle Menschen – für Babys, Vorschulkinder und Erwachsene. Der Kernsatz des Liedes ist: »I'm a potato and we're all potatoes.« Es ist ein Lied über die Gemeinsamkeiten aller Menschen. Und obwohl wir unterschiedliche Jobs haben und andere Autos fahren, sind wir doch im Grunde alle gleich. Ich denke, je eher man das

INTERVIEW

versteht, desto eher fühlt man sich in seinem Leben und in seiner Haut wohl. Für mich ist das die tiefgründigste Folge.

Dann kommt in der Folge der fantastische Moment, wenn die Musiker erscheinen. Wie kamen Sie darauf?

Selig: Ganz ehrlich? Sie kam beim Reisen. Ich war in Mexiko im Urlaub und war mit einem Freund in einem Van auf einer 3-stündigen Fahrt unterwegs. Das Lied schwirrte mir die ganze Zeit im Kopf herum, es war dunkel und ich begann, mir das ganze Video vorzustellen. Auf einmal erschienen die Musiker, das geschah ganz von allein, und schnell machte ich mir im Van ein paar Notizen dazu.

Ein anderer überraschender Einfall waren die animierten Blumen im Hintergrund, die in das Bild wachsen (Abb. 3). Ich war mir nicht sicher, ob das realisierbar ist, weil ich kein Spezialist für Animation bin. Also zeichnete ich grob ein Storyboard auf die Rückseite von Visitenkarten, die ich mit zurück nach New York nahm. Ich präsentierte meinem Team die Idee und fragte: »Können wir das umsetzen? Ist das möglich?« Es kamen Budgetfragen auf, weil wir Kinder in Live-Action filmen und eine Technik finden mussten, wie wir die Blumen wachsen lassen konnten, sodass es natürlich aussah. Aber wir fanden eine Lösung.

Das ist das Großartige, wenn du ein professionelles Team um dich herum hast, die Leute vor kreative Herausforderungen stellen kannst und sie die passenden Lösungen finden. Und das Video, das wir produzierten, ist – besonders was das Zusammenspiel von Live-Action und Animation angeht – großartig. Es lief einfach alles perfekt.

Wie kamen Sie auf die Musik?

Selig: Wir arbeiten bei Little Airplane mit dem großartigen Music Director Jeffrey Lesser. Wir beide planten die Musik und sprachen über die verschiedenen Musikgenres, die wir unterbringen wollten, und darüber, wie das

Ganze musikalisch und bildlich zusammenspielen könnte. Wir engagierten viele hervorragende Komponisten für das Projekt, die Lieder schrieben, darunter Billy Lopez und Michael John LaChiusa. Und ich schrieb einige Lieder, Jeffrey Lesser schrieb einige. Das Projekt machte richtig viel Spaß. Wir lebten uns gewissermaßen in die 4 Charaktere ein. Es gab einen relativ straffen Produktionszeitplan, was manchmal sehr hilfreich ist, weil die Ideen dann einfach herausprudeln. Es bleibt nicht viel Zeit für Kritik. Oft werden die kreativsten Ideen totdiskutiert. Bei *Small Potatoes* hatten wir dafür keine Zeit, wir mussten schnell abliefern, wir mussten schnell vorwärtskommen und das führt dazu, dass die Videos von echter Spontaneität und einer Art natürlicher Qualität sind.

Ganz allgemein gesprochen: Was denken Sie, woher kommen großartige Ideen?

Selig: Ich wünschte, ich könnte das verraten, aber ich kann es nicht. Sie kommen von ganz allein. Sie entstehen fast ständig und ich denke, gute Ideen kommen jedem. Aber ich denke, dass Menschen, die in einem kreativen Umfeld arbeiten, offener für solche Momente sind und sie eher wahrnehmen und aufschreiben. Für den einen ist es nur ein Tagtraum, für den anderen ist es eine Idee für eine Fernsehserie. Es ist die Bereitschaft, deine Tagträume und Gedanken einzufangen, aufzuschreiben und dann etwas Energie aufzuwenden, um daraus etwas zu machen, was anderen gefallen könnte. Es könnte ein Puppenspiel werden, ein Gemälde, ein Roman, es könnte alles werden.

Wenn ich eine Sendung mache, fühle ich mich, als würde ich einen sehr kleinen Teil meiner Träume und Gedanken einfangen und mit anderen teilen. Das ist eine sehr befriedigende Erfahrung. Es fühlt sich gut an, das zu tun, es fühlt sich gut an, das zu teilen, und es fühlt sich gut an, wenn andere Leute darüber reden – auch wenn es ihnen manchmal nicht gefällt. Es ist einfach interessant,

etwas mit anderen Menschen zu teilen, was ursprünglich nur ein Gedanke in deinem Kopf war. Für mich ist das eines der schönsten Dinge, die du tun kannst, und es ist etwas, was ich wirklich sehr, sehr gerne tue. Ich kann mich glücklich schätzen, dass mir mein Beruf das erlaubt oder mir eine gute Ausrede dafür gibt, das jeden Tag zu tun.

Bei *Small Potatoes* entstanden einige kreative Elemente durch Social Media.

Selig: Wir sind mit *Small Potatoes* in den Social Media sehr aktiv. Wir haben eine Facebook-Seite, was für Firmen nicht ungewöhnlich ist. Aber eines Tages fragte einer unserer Fans im Teenageralter: »Könnt ihr aus mir eine Kartoffel machen?« Also fragte ich unsere Designer: »Ist das möglich?« Und sie meinten: »Das ist einfach.« Sie nahmen das Foto des Mädchens und machten aus ihr eine Kartoffel. Wir posteten das Bild am selben Tag und die Seite explodierte mit Anfragen. Wir wussten, dass hier etwas Einmaliges passiert. Also machten wir aus vielen Kinderfotos Kartoffel-Avatars. Wir bekamen noch viele weitere Anfragen von ganzen Familien und auch für Familienporträts und wir erfüllten so viele, wie wir am Tag schaffen konnten – und wir machen immer noch Kartoffel-Avatars. Diese kursieren dann ganz von allein auf Facebook, weil die Leute sie als Avatars für ihre Seite verwenden.

Momentan haben wir über 1,8 Millionen Facebook-Fans, was außergewöhnlich ist, weil wir keine Firma haben, die unsere Seite betreut. Wir machen das bei uns im Haus, jeder aktualisiert zwischendurch mal etwas. Ich mache das am Wochenende und poste hin und wieder etwas. Ich denke, Facebook ist für Teenager fast so etwas wie ein Radiosender. Es ermöglicht eine direkte Interaktion zwischen den Fans und uns und wir erhalten fortwährend Anfragen wie »Könnt ihr aus einem Popstar eine Kartoffel machen? Könnt ihr die Mona Lisa als Kartoffel posten?« und noch viele andere Sachen.

Weil wir bei Little Airplane alle Arbeit im Haus machen, haben wir hier ein Team, das auf alle diese Anfragen antworten kann. Ich denke, dieser direkte Austausch zwischen dem Content-Macher und den ZuschauerInnen ist ein relativ neues Phänomen. Früher konnte man die Kinder natürlich nach einer Staffel fragen: »Worüber sollen wir in der nächsten Staffel eine Sendung machen?« Aber zwischen dem Vorschlag und der Produktion lag oft eine Zeitspanne von einem Jahr, weil die Produktion so lange dauert. Aber wenn solche Design-Anfragen kommen, können wir schnell reagieren und können Bilder, vor allem Standbilder, sehr leicht und schnell verändern und über die sozialen Netzwerke verbreiten. Das war für uns als Firma eine wirklich interessante neue Erfahrung, die uns definitiv einen großen Schub gegeben hat. Zum Beispiel haben wir gemeinsam mit Disney Junior einen *Small Potatoes*-Film gemacht. Wir sollten in den Cast 200 Kartoffeln aufnehmen, die aus den Fotos von Disney-Junior-Fans gestaltet werden sollten. Sie wurden unsere StatistInnen. Man konnte also tatsächlich sein Kind als Kartoffel im Film sehen.

Was ist Ihr »Geheimrezept« für Produktivität?

Selig: Ich glaube nicht, dass es ein Geheimrezept gibt. Es ist aber definitiv nicht, sich zu sehr zu verkrampfen und sich gedanklich zu sehr reinzubohren. Die Leute, die am meisten

mit ihrer Kreativität ringen, sind oft die hellsten Köpfe, neigen aber zum Überanalysieren. Sie neigen dazu, sich das, was vor ihnen produziert wurde, und das, was sie durch ihre Arbeit sagen möchten, zu sehr zu vergegenwärtigen. Und dadurch werden sie gehemmt, sie bremsen sich aus. Sie schreiben einen Absatz und schreiben ihn viermal um, ehe sie zum nächsten Absatz kommen. Ihr Verstand und ihre Intelligenz werden zu ihrem größten Feind. Ich denke, Kreativität fließt ganz von allein. Es ist ähnlich, wie wenn man Appetit auf etwas zu essen hat, nur hat man eben Appetit, etwas zu kreieren. Je mehr die Leute das einfach zulassen können – ähnlich frei heraus wie Kinder, denen man verschiedene Farben in die Hand gibt –, desto mehr kann man einfach damit spielen und den kreativen Prozess genießen, ganz unbefangen und ohne Sorge, dass dein Freund, Nachbar oder ein Familienmitglied dich kritisiert. Ich finde, je mehr Spaß man hat, desto besser wird die Qualität der Arbeit.

Es gibt ein großartiges Picasso-Zitat, in dem er sagt, dass er sein ganzes Leben damit verbracht hat, zu lernen, wie ein 4-jähriges Kind zu malen. Ich finde, in diesem Zitat liegt viel Wahrheit. Kinder besitzen eine Spontaneität, die die meisten Erwachsenen verlieren. Für mich, wenn ich dabei bin, etwas Neues anzugehen, ist das ein sehr privater, freier Raum.

Natürlich fühle ich mich wie jeder andere auch angreifbar, wenn ich meine

Arbeit mit anderen teile, und möchte, dass sie ihnen gefällt. Wenn ich an einer neuen Idee arbeite, ist das ein heiliger Raum, in den ich keine anderen Stimmen hereinlasse. Ich höre keine Kritik – weder von anderen noch von mir selbst. Ich vertraue einfach darauf, dass dieser bestimmte Gedanke oder diese Idee entstehen will. Meine Aufgabe ist es sozusagen, die Idee sicher zur Umsetzung zu führen. Ich weiß nicht, ob es eine gute oder eine schlechte Idee ist, und es ist mir egal. Ich fühle einfach, dass es meine Aufgabe ist, dass sie geboren und mit der Welt geteilt wird. Wenn ich der Idee mit großartiger Musik, schönem Design oder toller Animation weiterhelfen kann, dann ist das auch Teil meiner Arbeit: sicherzustellen, dass diese Idee wirklich gehegt wird – bis zu dem Zeitpunkt, wo sie bei einem Sender oder bei den Kindern abgeliefert wird. ■

*Josh Selig ist Gründer und Präsident von Little Airplane Productions, USA.

