

Was Wickie aus Kindersicht zum Klassiker macht

Andrea Holler

Die Geschichten rund um den pfiffigen Wikingerjungen Wickie sind seit über 50 Jahren Teil der Kinderkultur. Was Kinder heute an diesem klassischen Stoff fasziniert, untersuchte das IZI in einer qualitativen Studie.

Wickie und die starken Männer (im Original *Vickie Viking*, 1963) ist der erste Band einer 7-teiligen Kinderbuchreihe, für den der schwedische Autor Runer Jonsson 1965 mit dem Deutschen Jugendliteraturpreis ausgezeichnet wurde. In deutscher Sprache wurde *Wickie* erstmals 1964 herausgegeben (Rose, 2011). Die Geschichten handeln von Wickie, einem zierlichen Wikingerjungen aus Flake. Zusammen mit seinem Vater Halvar und dessen Schiffsmannschaft begibt sich Wickie auf Abenteuerreisen. Dabei stellt er immer wieder unter Beweis, dass Klugheit und Verstand wichtiger sind als Muskelkraft. Mit seinen cleveren Ideen hilft er den Wikingern immer wieder aus der Zwickmühle.

Auf Basis der literarischen Vorlage wurde *Wickie* als erste Anime-Serie des deutschen Fernsehens produziert. In den 70er-Jahren initiierte Josef Göhlen, der damalige Leiter des ZDF-Kinderprogramms (vgl. Interview in dieser Ausgabe), diese innovative Zeichentrick-Adaption von *Wickie*. Der Regisseur der in Japan produzierten Koproduktion des ZDF mit dem ORF und dem Trickstudio Zuiyo Enterprise Company war wie bei *Biene Maja* und *Pinocchio* Hiroshi Saito. 1974 liefen die ersten der insgesamt 78 Folgen im ZDF und wurden aufgrund ihres großen Erfolges seitdem in regelmäßigen Abständen immer wieder im KiKA

und ZDF sowie auf Junior wiederholt. 2011 war die Anime-Serie mit 7 Folgen in der Hitliste der 10 erfolgreichsten Fernsehsendungen bei 3- bis 13-Jährigen vertreten (Marktanteil 45,2 % bis 47,6 %; Feierabend & Klingler, 2012).

An den Erfolg dieser ersten seriellen Umsetzung fürs Fernsehen konnten auch die Jahrzehnte später nachfol-

genden Adaptionen anschließen. Der deutsche Schauspieler, Regisseur und Produzent Michael Herbig setzte *Wickie und die starken Männer* als Realverfilmung um. Sowohl Handlungsverlauf als auch die Hauptcharakteristika waren dabei überwiegend eng an die Zeichentrickfolgen angelehnt. Neu ist die Mehrfachadressierung des Films, der sich mit parodierenden, ironisierenden und intertextuellen Momenten auch an erwachsene Zuschauer richtet (vgl. Rose, 2011). Mit 4.891.161 KinoszahlerInnen war der Realfilm *Wickie und die starken Männer* im Jahr 2009 der meistbesuchte deutsche Film¹ und belegte Platz 3 der internationalen Filmhitliste² der deutschen Kinos. Als FreeTV-Ausstrahlung auf SAT.1 war

die Verfilmung 2011 die erfolgreichste Einzelsendung bei Kindern. Über eine Million 3- bis 13-Jährige sahen den Realfilm, der Marktanteil lag bei 56,9 % (vgl. Feierabend & Klingler, 2012). Basierend auf diesem Erfolg kam am 29. September 2011 die Fortsetzung *Wickie auf großer Fahrt* als 3-D-Realfilm in die deutschen Kinos, er gehörte zu den 10 erfolgreichsten 3-D-Produktionen des Jahres 2011.³

2014, anlässlich des 40. Geburtstages der Zeichentrickserie, verwandelte das ZDF *Wickie* in eine 3-D-animierte Trickserie (Erstaussstrahlung 18.04.2014). Bei der neuen CGI-Version handelt es sich um eine internationale Koproduktion von Studio 100 Animation, den ASE-Studios, dem ZDF und dem französischen Sender TF1 (vgl. ZDF-Pressemappe, 2014). Entgegen der Meinung von Eltern und dem medialen Diskurs kommt die neu gestaltete Wickie-Figur gut bei Kindern an (s. Götz in dieser Ausgabe).

Wickie gehört seit Jahren zu den Lieblingsfiguren von Kindern. Kinder nehmen sich über die Rezeptionssituation hinaus etwas von ihren Lieblingsfiguren in ihren Alltag mit. Sie denken über sie nach, bauen sie in ihre Tagträume oder Spiele ein und damit auch in ihre Identitätskonstruktion und die Bearbeitung von Erlebtem. Qualitative Einzelfallstudien zu den Lieblingsfiguren von Mädchen und Jungen (vgl. Götz, Winter & Neubauer, 2013) zeigen, dass *Wickie* zur Bearbeitung von handlungsleitenden Themen, z. B. zur Arbeit am eigenen Selbstbild (ebd., S. 203 ff.), genutzt wird oder sich die Kinder in der Lieblingsfigur wiedererkennen und in ihrem Selbstbild bestärkt fühlen (vgl. Götz, 2013a).

WICKIE AUS KINDERSICHT

In der qualitativen IZI-Studie *Klassiker des Kinderfernsehens aus Kindersicht* fragten wir bei insgesamt 429 Kindern nach, was für sie den Wesenskern von klassischen Fernsehfiguren ausmacht. Die GrundschülerInnen durften eine für sie besonders bedeutsame Figur aus den Klassikern *Biene Maja*, *Wickie*, *Pumuckl* und *Pippi Langstrumpf* auswählen, die sie als VorschülerInnen oder in der 1. und 2. Klasse gerne gesehen hatten. Die Kinder wurden hierbei als Akteure ihrer eigenen biografischen Identitätskonstruktion gesehen. Über retrospektive Zeichnungen und Beschreibungen, angeregt durch offene Fragen, zeigt sich, was aus Kinderperspektive besonders attraktiv und subjektiv bedeutsam ist. 99 Kinder (davon 81 Jungen) im Alter von 8 bis 11 Jahren aus Bayern und Nordrhein-Westfalen entschieden sich für *Wickie*.

In den Antworten und Bildern findet sich kein Hinweis darauf, dass sich die Kinder auf die Buchvorlage beziehen. Einige Kinder nehmen eindeutig Bezug auf die Realverfilmung von 2009, andere beschreiben Szenen, die so nur in der animierten 3-D-Version umgesetzt wurden, oder nennen Folgen der Anime-Serie von 1974. Die meisten Kinder beziehen sich aber auf Allgemeines und Typisches der *Wickie*-Geschichten, das in allen Adaptionen zu finden ist.

Köpfchen statt Muskeln

Beschreiben Kinder das Besondere an *Wickie*, erinnern sie vor allem eines: »seine tollen Ideen« (Laila, 9 Jahre). Sie bewundern *Wickie* für seine ganz besondere Kompetenz, Schlaueit und erfinderische Kreativität, »dass er sich Sachen ausdenkt und es dann so tolle Sachen sind und dass ihm überhaupt Sachen einfallen« (Coline, 8 Jahre). Manche von ihnen würden deshalb auch gerne wie er sein, denn »dann kann ich wie *Wickie* denken« (Alexander, 9 Jahre). Mit seinen cleveren

Einfallen findet *Wickie* auch aus der gefährlichsten und hoffnungslosesten Situation einen Ausweg und hilft damit anderen aus der Patsche. Viele Kinder beziehen sich auf seine Hilfsbereitschaft und finden toll, dass er immer für andere da ist: »*Wickie* hat jedem geholfen, wenn jemand Hilfe brauchte« (Lucie, 10 Jahre). Zusätzlich zu diesem Prinzip – mit schlaun Ideen helfen und Gutes tun – heben die Kinder auch noch ein weiteres erstrebenswertes Handlungsmuster von *Wicke* hervor: »Dass er halt nachdenkt und nicht wie sein Papa gleich Gewalt einsetzt« (Jan, 9 Jahre). Aus Sicht der Kinder ist *Wickie* deshalb ein »Vorbild« (Yakup, 10 Jahre) und

immer wieder vor Schlimmem bewahrt und sich mit jemandem misst, dem man eigentlich (noch) nicht gewachsen ist. So legt der kleine Wikingerjunge in der Lieblingsgeschichte des 8-jährigen Hamid sogar den schrecklichen Sven herein. Marco (9 Jahre) fand z. B. am besten, »als *Wickie* bewiesen hat, dass er auch ein starker Wikinger sein kann«. In ihren Beschreibungen der Lieblingsgeschichten ist *Wickie* der Handlungsmächtige und derjenige, der am Ende den starken Männern sogar überlegen ist oder den Ton angibt. *Wickie* repräsentiert so nicht nur die Lage von Kindern – klein, aber clever sein in der Welt der Großen –, sondern liefert auch symbolisches Material für ein



Abb. 2: Was bei Abraham (9) und Riad (10) besonders gut ankommt: *Wickie* löst Probleme anders als sein Vater, nämlich mit Köpfchen

vor allem jüngere Kinder könnten sich ihrer Meinung nach viel »abgucken« (Coline, 9 Jahre), zum Beispiel »wie man mit anderen Kindern umgeht und das Köpfchen benutzt anstatt die Fäuste« (Svenja, 10 Jahre). Kinder nutzen *Wickie* als Orientierungshilfe und Ideengeber für verantwortungsvolles Handeln.

Repräsentant des Kindseins

An *Wickie* gefällt den Kindern auch, dass er als einziges Kind mit den starken Männern unterwegs sein darf. »Ich fand es toll, dass *Wickie* auf das Schiff vom Vater durfte« (Brahim, 9 Jahre). Aus Kinderperspektive ist es zentral, dass *Wickie* als »Kleiner« kompetent in der Welt der Erwachsenen mitmisch, diese

zentrales Bedürfnis von Kindern: etwas wert sein und anerkannt werden. Das bestärkt Kinder und so war der 10-jährige Lukas sehr beeindruckt davon, dass *Wickie* »immer an sich geglaubt hat, dass er mal Wikinger wird«.

Eine Welt voller Abenteuer

Viele Kinder fasziniert allein schon das Grundsetting der Wikinger: Sie finden toll, dass *Wickie* ein Wikinger ist, und sind begeistert vom Wikingerschiff, das sich auf vielen der gemalten Bilder als zentrales Element wiederfindet. Riad (10 Jahre) war in seiner Fantasie schon einmal selbst ein Wikingerjunge: »Ich hatte einen Helm auf und habe auf einem Schiff gekämpft.« Im Sinne

von Welterschließung begeistern sich Kinder für historische Themen wie Wikinger oder auch Ritter. Es sind Welten, von denen die Faszination ausgeht, dass »man« dort wild sein darf. »Wikinger sind cool« (Georg, 8 Jahre) und die Wikingergeschichten bieten den Kindern, vor allem den Jungen, auch »Abenteuer und Action« (Samed, 9 Jahre). Kinder genießen die spannenden, abenteuer- und actionbetonten Geschichten und finden in ihnen auch noch eine weitere Form der Erlebnisqualität von Wickie: »dass die Wikinger immer Räuber, Ritter und andere Wikinger verprügelt haben« (Mehdi, 10 Jahre). Die Kinder haben Spaß an den humorvoll umgesetzten Kämpfen und Streitereien, die repräsentieren, was Kindern, vor allem Jungen, sonst nicht zugestanden wird: dass es in Ordnung ist, auch mal wild sein zu dürfen und zu kämpfen.

Junge oder Mädchen? – Uneindeutigkeit schafft Freiraum und Mehrwert

Beschreiben Kinder Wickie, fällt auf, dass einige die Jungenfigur als Mädchen wahrnehmen, dies aber nicht explizit formulieren, sondern Personalpronomen verwenden. Wie zum Beispiel der 9-jährige Abiram: »Was ich an Wickie toll finde, ist, dass sie ein Wikinger ist und klug ist.« Die Ausnahme bilden die Aussagen von zwei Jungen, die Wickie ganz bewusst als Mädchenfigur wahrgenommen haben und das rückblickend auch als besonders toll an Wickie beschreiben: »Ich fand gut, dass ich immer überlege, ob sie ein Mädchen ist oder ein Junge« (Reid, 11 Jahre), »dass sie ein Junge war und ich dachte, dass sie ein Mädchen war« (Lars, 9 Jahre). Wie Kindern in dieser Studie ist auch anderen Kindern die Geschlechterzugehörigkeit von Wickie – trotz des vermeintlich eindeutigen Medientextes – nicht immer klar. 2009 befragte das IZI Mädchen und Jungen zwischen 3 und 12 Jahren auf repräsentativem Niveau nach ihrer Einschätzung, ob Wickie ein Mädchen oder ein Junge ist

(Götz, 2013b). Etwas mehr als zwei Drittel der befragten Kinder sahen Wickie als Jungen. Mit zunehmendem Alter steigt die Anzahl der Kinder, die Wickie als Jungen wahrnehmen, und Mädchen sehen Wickie häufiger als Mädchen als die Jungen. Wickie hat androgyne Züge. Er hat nicht nur lange Haare, trägt ein Kettenhemd, das einem Rock oder Kleid ähnelt, sondern hat auch einen Namen, der ebenso gut von »Victoria« abgeleitet sein könnte. Auch Wickies Handeln entspricht nicht den bekannten Stereotypen von Jungenfiguren, denn er löst Probleme mit Köpfcchen statt mit Muskelkraft. Dadurch werden laut Götz (2013b) »einige Konturen von gesellschaftlich dominanten Bildern einer Jungenfigur [...] durchbrochen und Doppeldeutigkeiten bestehen gelassen«. Diese Deutungsoffenheit schafft Leerstellen, die Kinder mit individuellen Interpretationen füllen können, – und Freiräume für die Fantasie (Neuß, 2002). Das stellt eine weitere besondere Qualität von Wickie dar.

Was Kinder an Wickie fasziniert

Runer Jonsson schuf mit seinen Kinderbüchern Charaktere und Geschichten, die auch nach 50 Jahren nichts an Unterhaltsamkeit und Individualität eingebüßt haben, in verschiedenen Adaptionen bekannt sind und gerne gesehen werden. Aus Kindersicht stellt Wickie eine Idealfigur dar, die sich immer zu helfen weiß und in seiner spezifischen Rolle innerhalb der Handlung interessant ist. Wickie ist kleiner als die anderen. Er ist selbstbestimmt, handlungsmächtig, freundlich und hilfsbereit. Vor allem aber hat er immer clevere Ideen und Lösungsvorschläge und kann den Erwachsenen aus der Patsche helfen. Die aufgrund der Androgynität von Wickie entstehenden Uneindeutigkeiten geben Freiräume für Fantasie. Kinder erkennen in Wickie erhoffte Kompetenzen, gemeinsam geteilte soziale Werte, Anerkennung, spannende Abenteuer und gewünschte Freiräume. Diese Kombination ermöglicht Sympathie und

Empathie – eine Qualität, die Wickie auch für Kinder heute bedeutsam und zu einem Klassiker macht: »Es waren schöne Geschichten und es macht einen glücklich« (Raban, 10 Jahre). ■

ANMERKUNGEN

¹ FFA Filmhitliste 2009 national: <http://www.ffa.de/download.php?f=0a5c30bb9fe4764910acba18e98803ec&target=0>

² FFA Filmhitliste 2009 international: <http://www.ffa.de/download.php?f=cba119e87f1a6b84e484f5a9595679dd&target=0>

³ <http://www.ffa.de/ffa-legt-kinoergebnis-2011-vor-1296-mio-tickets-und-9581-mio-euro-umsatz-der-deutsche-film-sorgt-fuer-besucherzuwachs.html>

LITERATUR

Feierabend, S. & Klingler, W. (2014). Was Kinder sehen. Eine Analyse der Fernsehnutzung Drei- bis 13-jähriger 2011. Media Perspektiven, 4, S. 182-194.

Götz, M. (2013a). Von Vorbild bis parasoziale Mutter. Die typischen Beziehungen zur Lieblingsfigur. In Götz, M. (Hrsg.) (2013). Die Fernsehheld(inn)en der Mädchen und Jungen. Geschlechterspezifische Studien zum Kinderfernsehen, S. 217-248. München: kopaed.

Götz, M. (2013b). Wickie – Junge oder Mädchen? Kinder auf repräsentativem Niveau befragt. TelevIZion, 26(2), S. 43.

Götz, M., Winter, R. & Neubauer, G. (2013). Sich wiederfinden, definieren und erleben. Fernsehfiguren und die handlungsleitenden Themen von Mädchen und Jungen. In Götz, M. (Hrsg.) (2013). Die Fernsehheld(inn)en der Mädchen und Jungen. Geschlechterspezifische Studien zum Kinderfernsehen, S. 187-216. München: kopaed.

Neuß, N. (2002). Leerstellen für die Fantasie in Kinderfilmen – Fernsehen und Rezeptionsästhetik. TelevIZion, 15(1), S. 17-23.

Rose, S. (2011). Crossover-Aspekte in aktuellen Kinderbuchverfilmungen. In Marci-Böhncke, G. & Rath, M. (Hrsg.). Medien im Deutschunterricht. Jahrbuch 2010, S. 81-95. München: kopaed.

ZDF Pressemappe (2014). Ein neuer Look zum 40.: »Wickie und die starken Männer« in 3D-Optik. <https://presseportal.zdf.de/pm/ein-neuer-look-zum-40-wickie-und-die-starken-maenner-in-3d-optik/>

DIE AUTORIN

Andrea Holler, M.A. Medienpädagogik, Psychologie und Soziologie, ist wissenschaftliche Redakteurin am IZI, München.

