

HARALD WEISS (Hg.)

100 Jahre Biene Maja – Vom Kinderbuch zum Kassenschlager



Engeb Ragnere
Siä ällaw Biennsta
Bienen Maja biennsta befr
fatta gropst. Anupaw
muran dunnst lops aifgwa
aus) Siä Siä älla Königin wif
bounsta.



Studien zur
europäischen
Kinder- und
Jugendliteratur

Universitätsverlag
WINTER
Heidelberg



Studien zur
europäischen Kinder-
und Jugendliteratur
(SEKL)

*Studies in
European Children's
and Young Adult Literature*

Herausgegeben von / *Edited by*
BETTINA KÜMMERLING-MEIBAUER
ANJA MÜLLER
ASTRID SURMATZ

Band 1



Studien zur europäischen Kinder- und Jugendliteratur/ Studies in European Children's and Young Adult Literature (SEKL)

Herausgegeben von / Edited by

BETTINA KÜMMERLING-MEIBAUER, ANJA MÜLLER, ASTRID SURMATZ

Ein zentrales Anliegen dieser Buchreihe besteht darin, literatur- und kulturtheoretisch anspruchsvolle Studien zur Geschichte und Theorie der Kinder- und Jugendliteratur (inklusive anderer Kindermedien) zu veröffentlichen. In ihrer Ausrichtung vertritt die Reihe dezidiert eine europäische Perspektive, d.h. sie versteht sich als Publikationsorgan für Forschung zu den Kinder- und Jugendliteraturen unterschiedlicher europäischer Sprachräume. Auch Studien, die sich mit dem Einfluss außereuropäischer Kinderliteraturen auf die europäische Kinder- und Jugendliteratur befassen, sind willkommen. Die Forschungsperspektive kann komparatistisch geprägt sein oder sich auf eine Einzelphilologie konzentrieren. In dieser Serie können sowohl deutsch- als auch englischsprachige Monographien und Sammelbände veröffentlicht werden. Eingereichte Buchprojekte und Manuskripte werden anonym von zwei ausgewiesenen Fachwissenschaftler/innen begutachtet.

The series aims to publish original studies on literature or media for children and young adults. It seeks to unite a variety of approaches from literary or cultural studies and welcomes historically or theoretically informed research. With its decidedly European perspective, the series understands itself as a platform for research in the children's literatures of different European regions and in different European languages. The series also seeks to include studies dealing with the influence of non-European literatures on European literature for children and young adults. While the languages of publication in the series are either English or German, the topics of the volumes can address children's literature in any other European language, as well. Comparative studies are particularly welcome. We invite submissions for monographs or essay collections. Proposals will be submitted to double blind peer review.

HARALD WEISS (Hg.)

100 Jahre Biene Maja –
Vom Kinderbuch
zum Kassenschlager

Universitätsverlag
WINTER
Heidelberg

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation
in der Deutschen Nationalbibliografie;
detaillierte bibliografische Daten sind im Internet
über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Gedruckt mit freundlicher Unterstützung von der
Vereinigung der Freunde der Universität Tübingen (Universitätsbund) e.V.



WALDEMAR
BONSELS
STIFTUNG

UMSCHLAGBILD

Die Biene Maja Klassik:
Nach den Geschichten von Waldemar Bonsels
„Die Biene Maja und ihre Abenteuer“
und „Himmelsvolk“
© 2014 Studio 100 Media GmbH
www.studio100.de

Die Biene Maja CGI:
Nach Waldemar Bonsels „Die Biene Maja“
© Studio 100 Animation
™ Studio 100
www.maja.tv – www.studio100.eu



ISBN 978-3-8253-6378-9

Dieses Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt.
Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes
ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt ins-
besondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und
die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

© 2014 Universitätsverlag Winter GmbH Heidelberg
Imprimé en Allemagne · Printed in Germany
Druck: Memminger Medien Centrum, 87700 Memmingen
Gedruckt auf umweltfreundlichem, chlorfrei gebleichtem
und alterungsbeständigem Papier

Den Verlag erreichen Sie im Internet unter:
www.winter-verlag.de

Inhalt

Harald Weiß

Einleitung: Hundert Jahre Biene Maja 7

Harald Weiß

Vergöttert und vergessen: der Autor der *Biene Maja*..... 21

Bettina Kümmerling-Meibauer

Nicht nur „ein Märchen für Kinder“

Die Biene Maja als Crossover Literatur 45

Jürg Häusermann

Das Lied der Biene Maja 65

Kaspar Maase

Warencharakter, Serialität und Bürgerlichkeit

Die Biene Maja als Klassiker deutscher Populärkultur 79

Martin Loiperdinger

Waldemar Bonsels' „Schlacht der Bienen und Hornissen“

Vom ‚einig Volk‘ im Buch zur Weltkriegsrevanche im Kino 97

Harald Weiß

Maja, Shakespeare und Herr Goebbels..... 109

Josef Göhlen

Maja – Alle lieben Maja 133

Heinz Hengst

Am Anfang war die Biene Maja

Medienverbund und Japanisierung der kommerziellen Kultur 143

Jana Mikota

Eine Biene drückt die Schulbank

oder wie *Die Biene Maja* die Lernfreude unterstützt 167

Autoren 185

Einleitung: Hundert Jahre Biene Maja

Harald Weiß

Das erste Auftreten der Biene Maja war leise. Eine ganzseitige Anzeige kündigte in der Ausgabe vom 27. August 1912 des *Börsenblattes für den Deutschen Buchhandel* das baldige Erscheinen eines neuen Romans des Autors Waldemar Bonsels an.

V. 199, 27. August 1912. Büchlig erscheinende Bücher. Kleinanzeigen. 9841

Im September erscheint:

Ein neuer Roman von

Waldemar Bonsels

Die Biene Maja und ihre Abenteuer

Ein Roman für Kinder

Gedruckt auf Reg-Vütten. Geheftet M. 3.—, gebunden in Türkisch Satin M. 4.—

Dieses neue Buch des beliebtesten Dichters begegnet einer alten Not unserer Zeit: es erfüllt die große Aufgabe, den Kindern eine Gabe darzubieten, die dem reinen Wert ihrer Gemüter und ihrem einsichtigen Herzensausdruck auf edle Art Genüge tut. Theodor Storm sagt einmal, daß niemals ein Buch Kinder befriedigen würde, das nicht zugleich dem Anspruch der Erwachsenen genüge. In diesem Buch hat ein Dichter die schwere Aufgabe aufs lieblichste gelöst, den Erwachsenen in einer Fülle von Humor eine Märchenwelt des Herzens zu erbauen, aus der zugleich den Kindern mit ersten Augen die Traumwelt ihrer jungen Hoffnung erblüht. Die Heldin dieser Welt ist die Biene Maja, deren Lebenslauf wir von ihrer Geburt bis zur Rückkehr von romantisch-abenteuerlichen Wanderfahrten auf heimatlichem Boden belauschen. Ihr Roman entsteht durch ihre heiße Reiselust, aus der sie Erziehung, Entwicklung und Erfahrung gewinnt. Ein Roman also im vollsten Sinne des Wortes und Wertes, getragen von einer dichterischen Annahm, umklungen von tauschreichen Humoren und erfüllt von ethischen Werten, daß selbst der verdorbenste Genießer sich dieser Dichtung dankbar erweisen muß; könnte er doch seit Andersen und Grimm nur sehr wenige Bücher nennen, in denen die Symbole der Natur so friedsam-leusch zur einfachen Wahrheit des Lebens werden, wie hier.

Bei Vorausbestellung: 40% und 9/8 ♦♦ Partie 9/8

Bestellzettel anbei

Schuster & Loeffler, Berlin

Abbildung 1: Börsenblatt für den Deutschen Buchhandel, Nr. 199, vom 27. August 1912, amtlicher Teil, S. 9841

Mit keinen geringeren als den berühmten klassischen Märchen von Hans Christian Andersen und der Brüder Grimm vergleicht der Verlag Schuster & Loeffler (Berlin) sein im September 1912 erscheinendes Buch *Die Biene Maja und ihre Abenteuer*. Wie diese wird Bonsels' neuer Roman sowohl „Kinder befriedigen“ als auch „dem Anspruch der Erwachsenen“ genügen, verspricht die Verlagsankündigung. Beworben wird das Buch über den Autor, dessen Name dick über dem Buchtitel gedruckt ist: der bekannte Autor steht durch seine bisherigen Bücher für Qualität.

Hundert Jahre später wird die Biene Maja nur noch durch sich selbst beworben. Die Biene Maja ist zur Marke geworden, der Name des Markeninhabers erscheint nur im Kleingedruckten, ebenso der Name des Autors Bonsels, der keinen Marktwert mehr hat und dessen Buch nur noch Namen- und Figurenlieferant für die Biene Maja ist, die 2012 beworben wird. Die enge Verbindung zwischen Schöpfer und Geschöpf, die in den ersten Zeilen der Verlagsanzeige graphisch sichtbar wird und die zwischen der Biene Maja und ihrem Autor Waldemar Bonsels Zeit seines Lebens bestand, gibt es heute nur noch bedingt; bedingt durch die vermarktbareren Attribute von Schöpfer und Geschöpf.

Die Biene Maja scheint auch hundert Jahre nach ihrer Geburt noch ausreichend profitables Potential zu haben; der Markeninhaber Studio 100 hätte sonst kein Relaunch geplant und realisiert. Wobei das Relaunch nicht auf Bonsels' Buch, sondern auf der Serie basiert, die zwischen 1976 und 1980 ausgestrahlt wurde und aus deren Erfolg heraus sich die erfolgreiche Marke Biene Maja entwickelt hat.¹ Nachdem bereits die audiovisuelle Zeichentrick-Maja der 1970er Jahre so viel Eigenständigkeit entwickelt hatte, dass sie sich vom Autor Bonsels und seinem Maja-Buch abnabeln konnte, ist mit der neuesten, der Studio-100-Maja die Distanz zu Waldemar Bonsels und seinem Buch *Die Biene Maja und ihre Abenteuer* noch größer geworden.² Die Konstellationen in der Produktion der Zeichentrick-Maja der 1970er Jahre sind im Vergleich zur Studio-100-Maja der 2010er Jahre teils gleich, teils anders. Ein großes Medienunternehmen (damals Kirch, heute Studio 100)³ koproduziert die Serie mit mehreren Fernsehsendern

¹ Vgl. dazu Hicketier (2013, 17): „Vielfach sind die bereits einigermaßen erfolgreichen filmischen oder televisuellen Adaptionen selbst wiederum Ausgangspunkt für neue Produktionen, sodass sich die einfachen Medienhierarchien, hier Literatur, dort die populären Medien wie Film und Fernsehen, auflösten.“

² Erklären lässt sich dadurch vielleicht der Text im Vorspann, der auf ein Buch verweist, das es gar nicht gibt: „Nach dem Buch von WALDEMAR BONSELS ‚Die Biene Maja und ihre schönsten Abenteuer‘“.

³ Die Biene Maja wanderte mit dem Niedergang von Kirch zu EM.TV, mit dem Niedergang von EM.TV zu Studio 100. Wer die *Biene Maja* begleitend mitwanderte, war Patrick Elmendorff, der zuerst bei der Kirch Gruppe, dann bei EM.TV, dann bei Studio 100 Media arbeitete. Patrick Elmendorff ist Produzent der neuen *Biene-Maja*-Serie und seit 2007

(damals mit den öffentlich-rechtlichen Sendern ZDF und ORF, heute mit ZDF und dem größten französischen Privatsender TF1). Bei der alten Serie waren die Länder USA durch den Zeichner und Drehbuchautor Mary Murphy und Japan durch das Unternehmen Zuiyo Enterprise, wo die Serie gezeichnet und gedreht wurde an der Produktion beteiligt, die neue Serie wird ausschließlich in Europa produziert (v. a. in Belgien, Frankreich, Deutschland). Die Vielfalt kultureller Einflüsse aufgrund der Unterschiedlichkeit der an der Produktion beteiligten Länder ist bei der Serie der 1970er Jahre größer was damals nicht unbedingt positiv gewürdigt wurde als bei der Serie der 2010er Jahre. Die Fernsehlandschaft in Deutschland hat sich seit den 1970er Jahren stark verändert. Als die erste Serie produziert wurde, gab es nur öffentlich-rechtliches, kein privatwirtschaftlich organisiertes Fernsehen, und ARD und ZDF produzierten in weit größerem Maße als heute eigenständig Sendungen. Die Idee, aus dem Buchklassiker *Die Biene Maja und ihre Abenteuer* eine Zeichentrickserie zu machen, kam in den 1970er Jahren dem damaligen Leiter der Redaktion ‚Kinder und Jugend‘ beim ZDF, Josef Göhlen. Das ZDF trat als Produzent auf, beim ZDF (und beim ORF) lag die Hauptverantwortung für die Produktion der Serie. Dass bei der neuen, computergenerierten Maja-Serie das öffentlich-rechtliche ZDF nicht mehr den Gestaltungsspielraum und den Einfluss hat wie bei der Zeichentrick-Maja, zeigt sich schon daran, dass die Serie nicht im ZDF, sondern beim größten französischen Privatsender TF1 seine Erstaussstrahlung hat.⁴ Die Idee für die computergenerierte Maja kam auch nicht vom ZDF, sondern vom Unternehmen Studio 100: Ein Relaunch, das aus einem Bündel von Maßnahmen und Produkten besteht, darunter das computergenerierte Remake der alten Serie, ein Majaland in einem Freizeitpark, eine interaktive Internetseite und eine Vielzahl von Merchandising-Produkten⁵ sollte der 2008 von EM.TV übernommenen Marke Biene Maja zu neuem Erfolg verhelfen. 2012, im Jahr des hundertsten Geburtstages von Waldemar Bonsels' Buch *Die Biene Maja und ihre Abenteuer* und ein Jahr bevor die von Studio 100 produzierte Maja-Serie im deutschen Fernsehen ausgestrahlt wurde, war das Relaunch bereits in vollem Gang: Am 26. Juni wurde das Majaland im Holiday Park in Hassloch/Pfalz eröffnet⁶, ab Juli war in allen Post-

Geschäftsführer der Studio 100 Media GmbH (einem Tochterunternehmen der belgischen Studio 100 Gruppe).

⁴ Bereits im September 2012 wird die Serie in Frankreich und den Benelux-Staaten ausgestrahlt, im ZDF erst ab 29.03.2013.

⁵ Auf der Internetseite <http://www.studio100-shop.de/studio100/kategorie/Biene-Maja-5-0.html> (aufgerufen am 22.01.2014) werden 156 Artikel geführt. Auf der Internetseite <http://maya.tv.de> (aufgerufen am 22.01.2014) gibt es interaktive Spiele, einen externen Link auf das Majaland im HolidayPark und einen externen Link auf „Majas Bildungs- und Malaktion“ (über den Button „Blumenwiese“).

⁶ Das Investitionsvolumen des Themenparks beziffert der Freizeitpark-Besitzer auf neun Millionen Euro (http://www.plopsa.be/sites/default/files/media/images/PDF/HP-PL_

filialen und Postverkaufsstellen des Landes die Biene Maja der neuen Serie zu sehen. Unter dem Motto ‚Bin im Anflug‘ wurden Paketkartons, Postkarten und Briefmarken mit den Figuren der ab 2013 im deutschen Fernsehen ausgestrahlten Serie verkauft. Auf das 100-jährige Jubiläum des Buches wurde bei diesen von Studio 100 ausgehenden Aktionen nicht hingewiesen; für die Aktionen im Jahr 2012 spielte das Jubiläum nur insofern eine Rolle, als die zum Jubiläum erscheinenden Zeitungsartikel, Internetbeiträge, Fernseh- und Radiobeiträge auf die Biene Maja aufmerksam machten und diese zahlreichen medialen Hinweise auf die Biene Maja für die Studio-100-Maja eine Art unentgeltliche Werbung darstellten.



Abbildung 2: Die computergenerierte Biene Maja.

(Nach den Geschichten von Waldemar Bonsels *Die Biene Maja und ihre Abenteuer* und *Himmelsvolk*. © 2012 Studio 100 Animation SAS)

Bei der Zeichentrickserie von 1976-1980 war das Fernsehen das Leitmedium; erst als sich der Erfolg der Serie einstellte, kamen vermehrt Nebenprodukte auf den Markt, die, um vom Erfolg der Serie profitieren zu können, die Figuren aus der Serie übernahmen und sich an den erzählten Geschichten orientierten. Bei der Studio-100-Maja gibt es kein Leitmedium mehr und das Nacheinander des Erscheinens verschiedener Marken-Repräsentanten ist kein Zufall, sondern Teil

EröffnungMajaland_26062012_final.pdf, aufgerufen am 22.01.2014). Besitzer des Freizeitparks ist das belgische Unternehmen Studio 100. Die menschengroßen Biene-Maja-Figuren, die im Majapark unterwegs sind, lassen sich schwer der alten oder der neuen Serie zuordnen, da diese Figuren notwendigerweise dreidimensional vorhanden sein müssen, egal ob sie die Figuren der zweidimensionalen alten Serie oder die Figuren der neuen Serie in 3D-Grafik darstellen.

der Strategie des Relaunches. Wenn auch die Distribution der Studio-100-Maja als Fernsehserie über das ZDF innerhalb der Strategie wichtig ist; auf den Fernsehklassiker aus den 1970er Jahren wird explizit Bezug genommen und den Markt, den der Erfolg die Ausstrahlung der Serie im ZDF begründete, möchte man mit der Marke Biene Maja neu beleben und bedienen – so ist die primäre Funktion der Fernsehausstrahlung der Studio-100-Maja doch keine andere als die der anderen Repräsentanten der Marke Biene Maja: Alle Biene-Maja-Produkte existieren durch und für eine Marke und deren Attraktivität, und an der Attraktivität können Konsument und Käufer, die Marken-Produkte kaufend und konsumierend, teilhaben.

Die Verlagsanzeige, die im August 1912 auf ein Buch hinweist, das wenige Tage oder Wochen später zu kaufen sein wird, hatte mit dem Erscheinen und dem Kauf des Buches ihre Funktion erfüllt und danach keinen Wert mehr; die Briefmarken und Postkarten, das Majaland im Freizeitpark und alles andere Haptische, Visuelle, Akustische, Mediale und nicht-Mediale, das im Zuge des Relaunches der Biene Maja entsteht und zu kaufen ist, hat nicht die primäre Funktion, auf etwas Zukünftiges – die 2013 in Deutschland ausgestrahlte Serie – hinzuweisen, sondern die bereits existierende Marke Biene Maja zu repräsentieren. So wie das Buch *Die Biene Maja und ihre Abenteuer* mit der Verlagsanzeige mehr oder weniger im selben Medienbereich (Print) beworben wurde, in dem es erschien⁷, so werden die Produkte des Biene-Maja-Relaunches in denselben Bereichen platziert, in denen die Marke Biene Maja rezipiert und konsumiert wird. Da die Marke eine allumfassende Präsenz hat und haben soll, werden die Biene-Maja-Produkte in nahezu allen medialen und nicht-medialen Lebensbereichen platziert⁸: im Fernsehen, im Internet, in der Schule, im Spielzeughandel, usw. Ein Lebensbereich bleibt allerdings ausgespart: die Welt der Erwachsenen. Die Studio-100-Maja ist eine Marke für Kinder. Für die Kinder-Marke Biene Maja sind Erwachsene nur deswegen wichtig, weil es das Geld der Erwachsenen ist, von dem die Kinderprodukte gekauft werden, und weil für viele Erwachsene die Biene Maja der 1970er Zeichentrickserie ein positiv belegter ‚Klassiker‘ aus ihrer eigenen Kindheit ist. Maja-Planschbecken, Maja-Brettspiele, Malbücher, Lesehilfen usw. sind keine Produkte für Erwachsene, sondern für Kinder, und die Studio-100-Maja-Fernsehserie⁹ wird nicht im Erwachsenenprogramm, sondern

⁷ Wäre die Medienlandschaft 1912 eine andere gewesen und hätte es 1912 beispielsweise schon einen Rundfunk gegeben, dann wäre die Biene Maja vermutlich auch dort (akustisch) beworben worden. Dass die Medienlandschaft 1912 eine andere war als sie es heute ist, mit anderen Möglichkeiten der Bewerbung, Distribution usw., ist ein wesentliches Element in den Veränderungen, die die Biene Maja im Laufe ihrer 100-jährigen Geschichte erfahren hat.

⁸ Siehe dazu auch oben die kurze Auflistung einiger aktuell vertriebener Produkte.

⁹ Programmstart der Serie mit 78 Episoden im ZDF war Karfreitag (29. März) 2013, 8.35 Uhr. Die erste Episode heißt ‚Maja fliegt los‘. Da mit der Episode ‚Maja fliegt los‘ eine

im Kinderprogramm tivi des ZDF und im Kinderkanal KiKA ausgestrahlt. In der Einschränkung der Zielgruppe auf Kinder unterscheidet sich die Studio-100-Maja wenig von der ZDF-Maja der 1970er Jahre¹⁰, aber stark von der Original-Maja von 1912. Das Buch *Die Biene Maja und ihre Abenteuer* trägt zwar bei seinem Erscheinen den Untertitel „Ein Roman für Kinder“, ist aber ein Buch für alle Zielgruppen, für Kinder und Erwachsene, vielleicht sogar eher für Erwachsene, wofür das Wegfallen des Untertitels mit dem Beginn der Auflagenexplosion zum Ende des Ersten Weltkrieges spricht.¹¹ Der Text des Buches ist so geschrieben, dass er sowohl Erwachsene als auch Kinder anspricht. Die Biene Maja des Buches trägt weder durch ihre Stimme, noch durch ihr Aussehen menschlich-kindliche Züge: ihre Stimme wird nicht beschrieben, ihr Aussehen ist das eines Insektes, einer Honigbiene. Sie verhält sich zwar zu Anfang ihrer Entwicklungsgeschichte unerfahren, vergleichbar dem Verhalten eines Kindes, und trägt durch ihre Fähigkeiten zu sprechen, zu denken und zu fühlen menschliche Züge, verändert sich aber von einer kindlich unerfahrenen zu einer erwachsenen erfahrenen Biene und bleibt von Anfang bis Ende in ihrer äußeren Gestalt eine Biene, die in nichts einem Menschenkind ähnlich sieht. Erst mit dem Auftreten der Biene Maja im Medium Fernsehen wird die Biene Maja infantilisiert, wird sie visuell und akustisch zum Kind, bleibt von der ersten bis zur letzten Episode der Serie in ihrem Verhalten kindlich und in ihrem Aussehen menschlich kindgemäß. Die Infantilisierung ist programmatisch verordnet: Da die Biene Maja für das Fernsehkindersprogramm adaptiert wird, muss sie kindgemäß umgestaltet werden: Ihre Stimme ist die eines Kindes, ihr Körper, insbesondere ihr Gesicht, ist nach dem Kindchenschema gestaltet. Die Kinder-Maja wurde durch die Fernsehserie der 1970er Jahre etabliert, Studio 100 setzt die erfolgreiche Ausrichtung auf die Zielgruppe der Kinder konsequent fort.

Die Erzählung des Buches beginnt nicht mit einer jungen, sondern mit einer alten Biene: „Die ältere Bienendame, die der kleinen Maja behilflich war, als sie zum Leben erwachte [...] hieß Cassandra und hatte großes Ansehen im Stock.“

neue Fernsehserie beginnt, ist diese erste Episode, wie viele andere Erstepisoden neuer Fernsehserien, mit 35 Minuten Dauer länger als die nachfolgenden, jeweils 12 Minuten langen Episoden.

¹⁰ Schon die ZDF-Maja hatte ihren Sendeplatz im Kinderfernsehen und wurde später im Kinderkanal KiKA wiederholt, und die passend zur Serie verkauften Merchandisingprodukte waren, nicht anders als heute, Produkte für Kinder.

¹¹ Vermutlich mit der fünfzigsten Auflage, die 1918 als Jubiläumsausgabe erscheint, fällt der Untertitel „Ein Roman für Kinder“ weg (vgl. Waldemar Bonsels Bibliographie. Erarbeitet von Otto Jordan). Bohmstedt/Nordfriesland 1977, 65.

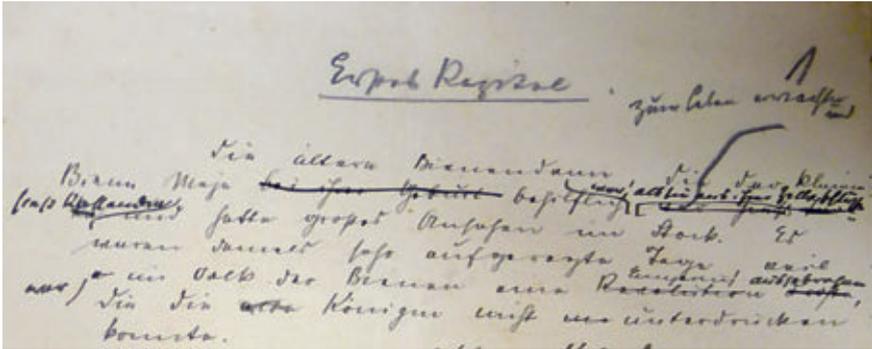


Abbildung 3: Auszug aus einer Manuskriptseite von Waldemar Bonsels' *Die Biene Maja und ihre Abenteuer*

Zunächst sieht es nicht danach aus, dass sich die Verlagsprognose bewahrheitet und Waldemar Bonsels' Bienenerzählung für Kinder und Erwachsene so erfolgreich und berühmt wird wie die Märchen von Hans Christian Andersen und der Brüder Grimm. In den zwei Jahren zwischen der Veröffentlichung des Buches und dem Beginn des Ersten Weltkrieges werden kaum mehr als viertausend Exemplare gedruckt und verkauft. Doch mit dem Krieg und insbesondere ab dessen Ende steigt das Interesse an diesem Buch stark an. Allein 1918 werden 77.000 Exemplare gedruckt; 1919 sinkt die Auflagenzahl kurz auf 52.000 gedruckte Exemplare und steigt dann 1920 auf 126.000.¹² Ein Jahr später, 1921, wird mit dem Verlag Schuster & Loeffler die *Biene Maja* von der Deutschen Verlagsanstalt übernommen. Für die Deutsche Verlagsanstalt wird die *Die Biene Maja* zu einem ihrer erfolgreichsten Bücher. Mit der ersten illustrierten Ausgabe der *Biene Maja*, die 1920 bei der Literarischen Anstalt Rütten & Loening in Frankfurt erscheint, erhalten die Biene Maja und andere Figuren aus der Erzählung erstmals ein sichtbares Aussehen. Nun ist es nicht nur der Leser, der sich auf Grundlage des Textes ein eigenes Bild der Figuren und Landschaften der Erzählung macht, sondern durch die Illustrationen Fritz Frankes werden die bislang nur in Textform vorhandenen Figuren und Landschaften sichtbar auf Papier in ihrem Aussehen fixiert. Die Landschaften und Figuren verlieren für denjenigen, der die illustrierte Ausgabe anschaut und liest, die Offenheit und Unbestimmtheit in ihrer visuellen Ausgestaltung, die sie in der reinen Textausgabe haben.

¹² Zu den Auflagenzahlen siehe Weiß (2012, 141-147).



Abbildung 4: Frontseite und Illustration (12. Kapitel: Alois Siebenpunkt) aus der ersten illustrierten Ausgabe der *Biene Maja* von 1920

Die im Bild gezeigten Insekten tragen keine kindlichen und kaum menschliche Züge. Allein die Körperhaltung, das insektenuntypische Stehen auf zwei Beinen und die Handhabung der Extremitäten, im obigen Bild das Verschränken der vorderen zwei Beinpaare der Biene Maja, sind anthropomorph. Nicht anders in den Bildern von Franziska Schenkel, die in der illustrierten Ausgabe der Deutschen Verlagsanstalt von 1926 abgedruckt werden.



Abbildung 5: Frontseite und Illustration (4. Kapitel: Iffi und Kurt) aus der illustrierten Ausgabe der *Biene Maja* von 1926

Die Insektenfiguren, die Biene Maja, der Mistkäfer Kurt, die Spinne Thekla usw. sehen aus wie Insekten, wie Bienen, Mistkäfer, Spinnen. Sie sind nicht nach dem Kindchenschema gestaltet und tragen keinerlei kindliche Züge. Die einzigen äußerlichen Merkmale, die sie vermenschlichen, sind die aufrechte Körperhaltung und die Handhabung der Extremitäten, wie schon bei den Illustrationen von Fritz Franke.

Im Jahr der Veröffentlichung der Illustrationen von Franziska Schenkel kommt der erste Biene-Maja-Film in die Kinos.¹³ Da seine Protagonisten echte Insekten sind, die weder aufrecht stehen noch mit ihren Extremitäten so umgehen können wie der Mensch mit seinen, sind die in den Filmbildern gezeigten Biene-Maja-Figuren weniger menschlich und genauso wenig kindhaft wie in den bis dahin veröffentlichten illustrierten Buch-Ausgaben.

Auch mit dem ersten Biene-Maja-Hörspiel 1960, bei dem Figuren und Räume der Erzählung erstmals hörbar präsentiert werden, mit akustischen Merkmalen ausgestattet und auf bestimmte Stimmen festgelegt werden, wird die Biene Maja noch nicht zu einer Kinder-Maja. Die Stimmen im Hörspiel von Kurt Vethake sind keine Kinderstimmen, sondern die Stimmen von Erwachsenen. Erst mit der Ausstrahlung der Zeichentrickserie ab 1976 und deren Verbreitungsdominanz wird die Biene Maja in ihren hörbaren und sichtbaren Merkmalen zum Kind: dem Kindchenschema entsprechend hat sie große Augen in einem großen Kopf, und gesprochen wird sie von einem Mädchen. Das Aussehen der Insektenfiguren ist nicht mehr das von Insekten, sondern das japanischer Manga-Figuren, die um Insektenmerkmale ergänzt werden.



Abbildung 6: Die Zeichentrick-Maja.

(Nach den Geschichten von Waldemar Bonsels *Die Biene Maja und ihre Abenteuer* und *Himmelsvolk*. © 2012 Studio 100 Media GmbH)

¹³ Marktstrategisch klug werden 1926 nicht nur ein Biene-Maja-Film und eine neue illustrierte Buchausgabe, sondern auch noch eine dreibändige Werkausgabe *Waldemar Bonsels. Das dichterische Werk* (Verlag Carl Reißner, Dresden) veröffentlicht.

Als die Biene-Maja-Zeichentrickserie ab 1976 über das konkurrenzlose öffentlich-rechtliche Fernsehen ausgestrahlt wurde, kannten vermutlich viele Großeltern, einige Eltern, aber nur wenige der Kinder, die die Serie anschauten, die Buchvorlage von Bonsels und deren Autor. Für die meisten Kinder der 1970er und der darauffolgenden Jahre gab es nur eine Biene Maja, die Zeichentrick-Maja. Und diese eine Biene Maja sah so aus, wie sie in der Fernsehserie aussah. Da der Großteil der Rezipienten der Serie weder illustrierte noch nicht-illustrierte Biene-Maja-Buchausgaben, die vor der Serie erschienen waren, kannte, musste die Serien-Maja mit ihrem Aussehen und ihren sonstigen Merkmalen und Eigenschaften mit keinen anderen, älteren Majas und ihren Aussehen und sonstigen Merkmalen konkurrieren. Die Biene Maja war die Zeichentrick-Maja.

Mit der Zeichentrick-Maja wurde ein Vielfaches mehr Geld verdient als mit dem Buch. Erst durch den Erfolg der Serie erinnerte man sich auch wieder des Buches und seines Autors. Der Name Waldemar Bonsels sowie die Titel seiner Bücher *Die Biene Maja und ihre Abenteuer* und *Himmelsvolk* erscheinen im Vorspann der Zeichentrickserie wie auch der neuen computeranimierten Serie.¹⁴ Letztlich ist es der Zeichentrickserie, die sich weit von der Buchvorlage entfernt hat, zu verdanken, dass man sich 2012 des hundertsten Geburtstages der Biene Maja erinnerte. Dieses Jubiläum war Anlass, die Veränderungen, die die Biene Maja im Laufe ihrer 100-jährigen Geschichte erfahren hat, in einer Vorlesungsreihe etwas genauer zu untersuchen. Wissenschaftler aus unterschiedlichen Disziplinen betrachteten aus unterschiedlichen Blickwinkeln die Biene Maja und die Welt, durch die die Biene Maja seit 1912 fliegt. Zwischen dem ersten öffentlichen Erscheinen der Biene Maja zwischen zwei Buchdeckeln und einer multimedial vermarkteten Computer-Maja hundert Jahre später haben die Biene Maja und die Medienlandschaft, durch die sie flog und immer noch fliegt, viele Entwicklungen durch- und mitgemacht, von denen einige in den Aufsätzen dieses Bandes beschrieben werden. In den unterschiedlichen Stadien dieser Entwicklung haben verschiedene Faktoren die Gestaltung der Biene Maja beeinflusst: literarische, gesellschaftliche, technische und ökonomische. Und umgekehrt hat die Biene Maja wieder auf literarische, gesellschaftliche, technische und ökonomische Prozesse zurückgewirkt. Da die zeitgenössischen Kontexte die von Zeit zu Zeit unterschiedliche Gestaltung der Biene Maja mit beeinflussten, lassen sich an der Biene Maja auch diese zeitgenössischen Kontexte ablesen. Insofern bieten die Aufsätze dieses Bandes nicht nur einen Einblick in die Geschichte eines 100-jährigen Medienprodukts, sondern auch einen Einblick in hundert Jahre Medien- und Kulturgeschichte. Denn, so Hickethier (2013, 25): „Mediale Wechsel und die damit verbundenen Produktakkumulationen sind [...] Momente der kulturel-

¹⁴ Während die Zeichentrickserie die Titel der Bücher, die verwertet werden, korrekt nennt: – ‚Die Biene Maja und ihre Abenteuer‘ und ‚Himmelsvolk‘,– nennt die Studio-100-Serie nur einen Buchtitel und diesen falsch: „Nach dem Buch von WALDEMAR BONSELS ‚Die Biene Maja und ihre schönsten Abenteuer‘:

len Überlieferung, sie sind Erscheinungsformen der kulturellen Traditionsbildung und der jeweils aktuellen kulturellen Praxis. Sie sind Elemente der Fortschreibung von Kultur und der kulturellen Erinnerung.“

Als die Öffentlichkeit 1912 von der Existenz der Biene Maja erfährt, liegt ihre Geburt, zunächst im Kopf ihres Schöpfers, dann durch seine Hand auf Papier fixiert, schon einige Jahre zurück. Dass sich die Biene Maja im Laufe ihrer medialen Entwicklung von ihrem Schöpfer gelöst hat, vielleicht gerade deswegen so lange so populär bleiben konnte, ändert nichts an der Tatsache, dass es die Biene Maja ohne ihren Schöpfer Bonsels nicht gäbe. Mit einem Einblick in das Leben des Autors Waldemar Bonsels, dessen Berühmtheit zwar durch die Biene Maja begründet wurde, der aber Zeit seines Lebens noch nicht von der Berühmtheit seines Geschöpfes überflügelt war, beginnt die Reihe der Aufsätze in diesem Band.

Das Buch *Die Biene Maja und ihre Abenteuer* steht im Mittelpunkt der folgenden Aufsätze. Bettina Kümmerling-Meibauer zeigt die unterschiedlichen literarischen Traditionen auf, die sich in Bonsels' Bienengeschichte nachweisen lassen, und bestätigt die in der Verlagsanzeige von 1912 beworbene Mehrfachadressiertheit: Die Biene Maja ist ein Buch ist für Erwachsene und für Kinder. Jürg Häusermann veranschaulicht anhand von Biene-Maja-Buch, Biene-Maja-Hörspielen und Biene-Maja-Zeichentrickserie, wie sich die Akustik und das Singen außerhalb und innerhalb der Medien seit 1912 verändert haben. Der Frage, inwiefern die Biene Maja ein ‚Klassiker‘ ist, geht Kaspar Maase nach und kommt dabei zu dem Ergebnis, dass bereits das Buch *Die Biene Maja und ihre Abenteuer* – nicht erst die Zeichentrickserie – zwar kein Klassiker der ‚Hochkultur‘, aber eindeutig ein „Klassiker bürgerlicher Populärkultur“ ist. In der Zeit von Waldemar Bonsels' größter Popularität kommt 1926 die Biene Maja als Realfilm mit echten Tieren in die Kinos. Wie sich die Themen ‚Vaterlandsliebe‘ und ‚Heimattreue‘ in Deutschland zwischen 1912 und dem Biene-Maja-Film 1926 und vom Buch zum Film verändern, beschreibt Martin Loiperdinger in seinem Aufsatz. Um die Spuren des Politischen in der Biene Maja geht es auch im Aufsatz ‚Maja, Shakespeare und Herr Goebbels‘, in dem zwei frühe Entwürfe für nie realisierte Biene Maja-Zeichentrickfilme untersucht werden: Bonsels' eigener Entwurf in der NS-Zeit und Thea von Harbous Entwurf aus den frühen 1950er Jahren. Die weitere Geschichte und die gegenwärtige Bekanntheit der Biene Maja wird bestimmt von der Zeichentrickserie *Die Biene Maja*, die erstmals von 1976-1980 ausgestrahlt wird. Josef Göhlen, der als damaliger Leiter der Redaktion ‚Kinder und Jugend‘ beim ZDF die Serie ins Fernsehen brachte, berichtet über seine persönlichen Erfahrungen aus dieser Zeit. Wie die japanischen Zeichentrickserien im Manga-Stil, die sich in jenen Jahren im Fernsehen der westlichen Welt etablierten, die kommerzielle Kultur nachhaltig veränderten, verdeutlicht Heinz Hengst. In Jana Mikotas Aufsatz ‚Eine Biene drückt die Schulbank‘ wird der Bogen zurück zum Originaltext von Waldemar Bonsels' gespannt: Was ist an der aktuellen Biene Maja, die durch ihre Popularität bis in die Klassen-

zimmer der Schulen vorgedrungen ist und dort den Kindern beim Lesen lernen und beim Naturkundeunterricht helfen soll, von Bonsels' Original-Maja übrig geblieben?

Die Aufsätze in diesem Band basieren bis auf die Einleitung und Jana Mikotas Aufsatz auf Vorträgen, die im Sommersemester 2012 an der Eberhard Karls Universität Tübingen unter dem Titel ‚100 Jahre Biene Maja (1912-2012) – Mediale Metamorphosen eines Klassikers‘ gehalten wurden.

Mein herzlicher Dank geht an alle Autorinnen und Autoren, die sich die Mühe gemacht haben, sich mit der zwar weit bekannten, aber wenig wissenschaftlich bearbeiteten Biene Maja auseinanderzusetzen. Danken möchte ich auch der Waldemar Bonsels Stiftung und Studio 100 Media für ihre finanzielle Förderung der Vorlesungsreihe. Ein letzter Dank geht an die Herausgeberinnen der *Studien zur europäischen Kinder- und Jugendliteratur*, die diesen Band in ihre Reihe aufgenommen haben.

Literatur (-empfehlungen)

- Abbott, H. Porter: *The Cambridge Introduction to Narrative*. Second edition. Cambridge: Cambridge University Press 2008.
- Cartmell, Deborah/Whelehan, Imelda (Hg.): *The Cambridge Companion to Literature on Screen*. Cambridge: Cambridge University Press 2007.
- Herman, David (Hg.): *The Cambridge Companion to Narrative*. Cambridge: Cambridge University Press 2007.
- Hickethier, Knut: *Mediale Wechselwirkungen – Modelle des medialen Zusammenwirkens*. In: Höger, Iris/Oldörp, Christine/Wimmer, Hanna (Hg.): *Mediale Wechselwirkungen. Adaptionen-Transformationen-Reinterpretationen*. Berlin: Reimer 2013. 13-27.
- Hutchinson, Linda: *A Theory of Adaption*. Second edition. London/New York: Routledge 2013.
- Jenkins, Henry: *Convergence Culture. Where old and new media collide*. Updated and with a New Afterword. New York/London: New York University Press 2008.
- Geppert, Hans Vilmar: *Literatur im Mediendialog. Semiotik, Rhetorik, Narrativik: Roman, Film, Hörspiel, Lyrik und Werbung*. München: Verlag Ernst Vögel 2006.
- Mahne, Nicole. *Transmediale Erzähltheorie. Eine Einführung*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht 2007.
- Nünning, Vera/Nünning, Ansgar (Hg.): *Erzähltheorie transgenerisch, intermedial, interdisziplinär*. Trier: WVT 2002.
- Paech, Joachim/Schröter, Jens (Hg.): *Intermedialität analog/digital. Theorien-Methoden-Analysen*. München: Wilhelm Fink, 2008.
- Ryan, Marie-Laure (Hg.): *Narrative across Media. The Languages of Storytelling*. Lincoln and London: University of Nebraska Press 2004.