

Mäuse und Moneten

Seit über 15 Jahren schon trifft sich die Branche der europäischen Animationsfilmer zum Cartoon Forum. Dieses Jahr fand es vom 21. bis 24. September mit über 750 Teilnehmern im dänischen Kolding statt. Das Treffen wird seit 1989 von der europäischen Plattform für den Animationsfilm Cartoon mit Unterstützung des Media Programms der Europäischen Union organisiert und ist der zentrale Finanzierungsmarkt für animierte TV-Projekte, aber auch die wichtigste Kontaktbörse für Produzenten.

„Nirgendwo sonst können wir früher neue kreative Strömungen und technologische Entwicklungen entdecken sowie talentierte junge Produzenten finden“, beschreibt Sebastian Debertin, der für den gemeinsamen Kinderkanal von ARD und ZDF den Programmeinkauf betreibt, den Reiz der Veranstaltung. An den Projekten, die ein Gesamtbudget von über 230 Millionen Euro darstellen, lassen sich konzentriert gestalterische, inhaltliche und technische Entwicklungen im Animationsbereich ablesen.

„3D, insbesondere wenn sie am Computer generiert wurde, ist bei den europäischen Sendern in Mode, weil es eine ziemlich neue Entwicklung ist“, stellt Jan-Willem Bult, kreativer Leiter des Kinderprogramms des holländischen öffentlich-rechtlichen Senders KRO und weltweit vielfach für seine innovativen Kinderprogramme ausgezeichnet, fest. Die Zahlen geben seiner Beobachtung Recht: Wurden im letzten Jahr beim Cartoon Forum in Santiago di Compostela insgesamt 15 3D-Programme präsentiert, boten nun bereits 28 Produzenten ihre Projekte in 3D-Optik an.

Dabei ist die Mehrzahl der Projekte am Computer gerenderte Animation. CGI (Computer Generated Images) ermöglichen es den Animatoren, Filme mit aufwändigen Welten und zahlreichen unterschiedlichen Charakteren in 3D zu schaffen. „Allerdings“, schränkt Jan-Willem Bult ein, „tun sich CGI-Projekte die mit TV-Budgets verwirklicht werden, in ihrer Anmutung schwer; die Charaktere und Hintergründe strahlen selten die für Kinderprogramme notwendige Wärme aus“. Jan Bonath, Mitglied im Vorstand von Scopas Medien, einem der größten Studios für Stop

Motion Animation in Deutschland, schwört deshalb auch auf diese Technik. Denn mit Stop Motion lassen sich dreidimensionale Programme produzieren, indem mit Figuren aus modernen flexiblen

Werkstoffen wie Silikon gearbeitet wird. Stop-Motion-Technik ist insofern eine Fortentwicklung der Claymation, also der Animation mit Figuren aus Knetgummi oder der Puppenanimation. Die wirklich erfolgreichen Formate im Pre-School-Bereich sind Stop-Motion-Programme, obwohl ihr Anteil am gesamten animierten Programm verschwindend gering ist“, so Jan Bonath während der Präsentation von *Minifant*, einem Pre-School-Projekt über einen vergesslichen Elefanten, das er gemeinsam mit der Hamburger Animationsschmiede Toons N' Tales in Kolding vorstellte.

Stop Motion für ältere Zielgruppen

Jan Bonath warnt davor, einen stimmigen visuellen Stil der Technik zu opfern: „Technik und das künstlerisch Animatorische sind zwei Paar Schuhe, die zueinander passen müssen.“ Er beklagt zugleich, dass „die Sender Stop Motion auf die Zielgruppe der 3- bis 8-Jährigen beschränken“, obwohl diese Animationstechnik durchaus auch ältere

Zuseher und sogar Erwachsene begeistere, wie die Erfolge von *Wallace & Gromit* oder *Celebrities Death Match*, das in Deutschland bei MTV zu sehen ist, beweisen. Im übrigen sei der Kostenaufwand bei CGI deutlich höher.

Aber auch 2D-Animation ist nach wie vor stark vertreten. Ein Drittel aller in Kolding vorgestellten 68 Programmideen waren 2D-Animation, denen zugute gehalten wird, dass sie sich nicht dem allgemeinen 3D-Trend hingeben, sondern die Geschichte in den Vordergrund stellen. Produzent Gert Ludwig, ASL Studios Hamburg, ist überzeugt, dass 2D-Animation immer einen wesentlichen Bestandteil des Kinderprogramms ausmachen wird: „In 2D zu produzieren kann verschiedene gute Gründe haben. Bei der Verfilmung einer erfolgreichen Buchvorlage sollte man tunlichst vermeiden, die eingeführten Charaktere dadurch zu verfremden, dass sie im Film plötzlich in 3D auftauchen. Ein weiterer Grund ist die bewusste Stilentscheidung für das traditionelle 2D, das überdies einfacher zu produzieren ist. Und schließlich beeinflusst das Merchandisingkonzept die Entscheidung für 2D, nämlich dann, wenn in erster Linie gedruckte Merchandisingartikel geplant sind.“ Ein Beispiel dafür ist *Rudolf*, ein Klebstoff-Vertreter, der auf seiner Verkaufstour nichts als Slapsticks erlebt. Produziert wird das Family-Entertainment-Programm von dem Kölner Studio JEP.

Sebastian Debertin vom Kika erkennt in der steten Frage, ob ein Projekt in 2D oder 3D produziert werden soll sogar den Ursprung für einen neuen Trend: „Fusion! 3D wird die 2D Animation bereichern. Es wird zunehmend Mischformen aus 2D und 3D, Computer Generated oder mit Stop Motion geben, tolle produktions Synergien liegen auf der Hand.“



Motion Animation in Deutschland, schwört deshalb auch auf diese Technik. Denn mit Stop Motion lassen sich dreidimensionale Programme produzieren, indem mit Figuren aus modernen flexiblen

Werkstoffen wie Silikon gearbeitet wird. Stop-Motion-Technik ist insofern eine Fortentwicklung der Claymation, also der Animation mit Figuren aus Knetgummi oder der Puppenanimation. Die wirklich erfolgreichen Formate im Pre-School-Bereich sind Stop-Motion-Programme, obwohl ihr Anteil am gesamten animierten Programm verschwindend gering ist“, so Jan Bonath während der Präsentation von *Minifant*, einem Pre-School-Projekt über einen vergesslichen Elefanten, das er gemeinsam mit der Hamburger Animationsschmiede Toons N' Tales in Kolding vorstellte.

Stop Motion für ältere Zielgruppen

Jan Bonath warnt davor, einen stimmigen visuellen Stil der Technik zu opfern: „Technik und das künstlerisch Animatorische sind zwei Paar Schuhe, die zueinander passen müssen.“ Er beklagt zugleich, dass „die Sender Stop Motion auf die Zielgruppe der 3- bis 8-Jährigen beschränken“, obwohl diese Animationstechnik durchaus auch ältere

Zuseher und sogar Erwachsene begeistere, wie die Erfolge von *Wallace & Gromit* oder *Celebrities Death Match*, das in Deutschland bei MTV zu sehen ist, beweisen. Im übrigen sei der Kostenaufwand bei CGI deutlich höher.

Aber auch 2D-Animation ist nach wie vor stark vertreten. Ein Drittel aller in Kolding vorgestellten 68 Programmideen waren 2D-Animation, denen zugute gehalten wird, dass sie sich nicht dem allgemeinen 3D-Trend hingeben, sondern die Geschichte in den Vordergrund stellen. Produzent Gert Ludwig, ASL Studios Hamburg, ist überzeugt, dass 2D-Animation immer einen wesentlichen Bestandteil des Kinderprogramms ausmachen wird: „In 2D zu produzieren kann verschiedene gute Gründe haben. Bei der Verfilmung einer erfolgreichen Buchvorlage sollte man tunlichst vermeiden, die eingeführten Charaktere dadurch zu verfremden, dass sie im Film plötzlich in 3D auftauchen. Ein weiterer Grund ist die bewusste Stilentscheidung für das traditionelle 2D, das überdies einfacher zu produzieren ist. Und schließlich beeinflusst das Merchandisingkonzept die Entscheidung für 2D, nämlich dann, wenn in erster Linie gedruckte Merchandisingartikel geplant sind.“ Ein Beispiel dafür ist *Rudolf*, ein Klebstoff-Vertreter, der auf seiner Verkaufstour nichts als Slapsticks erlebt. Produziert wird das Family-Entertainment-Programm von dem Kölner Studio JEP.

Sebastian Debertin vom Kika erkennt in der steten Frage, ob ein Projekt in 2D oder 3D produziert werden soll sogar den Ursprung für einen neuen Trend: „Fusion! 3D wird die 2D Animation bereichern. Es wird zunehmend Mischformen aus 2D und 3D, Computer Generated oder mit Stop Motion geben, tolle produktions Synergien liegen auf der Hand.“



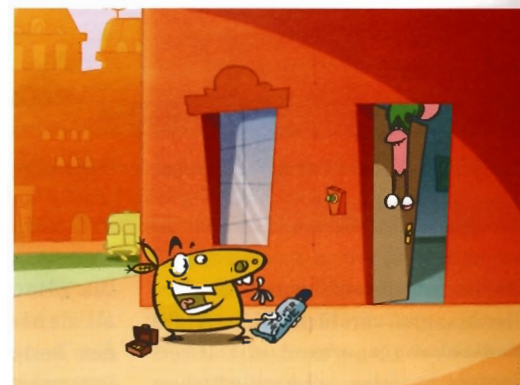
„Twisted Tales“ integriert Fotos der Zuschauer




„Little Jesus“ zeigt japanische Anime-Züge

Manga-Comics beeinflussen nachhaltig die europäische Animationsindustrie. *Little Jesus*, ein spanisches Serienkonzept, das ohne Frömmerei die Geschichte des Kindes Jesus erzählt, erinnert in der Anmutung an Hayao Miyazakis *Heidi*. Auch *Khudayana*, ein ebenfalls spanisches, ungewöhnlich aufwändiges CGI-Projekt, greift in Anmutung und Erzählweise auf asiatische Vorbilder zurück. Ursache hierfür ist der Erfolg von japanischen und anderen asiatischen Zeichentrickprogrammen in Europa, den hiesigen Produzenten für sich nutzen wollen. Aber auch die Tatsache, dass ein Großteil europäischer Programme letztlich in Studios in Vietnam, Korea und China zu günstigen Preisen gefertigt wird, dürfte den Look asiatisch beeinflussen.

Ein für die gesamte Fernsehbranche hoch aktuelles Thema wurde indes in Kolding so gut wie nicht diskutiert: HDTV. Allein das französisch-belgische Pre-School-Projekt *Klumpies* wird explizit hochauflösend hergestellt. Die European Broadcasting Union



„Rudolf“ aus dem Kölner Studio JEP

sponserte den Auftritt der Produzenten in Kolding als Teil ihrer Bemühungen, die HDTV-Technologie zu fördern. Ob dies weitere Animationsfilmer animiert, ebenfalls im HDTV-Standard zu produzieren, wird sich im September 2006 im französischen Pau zeigen, wo sich die Branche zum nächsten Cartoon Forum zusammenfinden wird. 



greifen die Sehgewohnheiten auf, die sich die Kinder und Jugendlichen bei MTV aneignen.“ Die Anzahl der vorgestellten Projekte für die im Animationsbereich eher schwierige Zielgruppe der 8- bis 12-jährigen, die Zeichentrick für Babykram halten, steigt signifikant. Schmetz: „Die Nebenrechtsverwertung bei Projekten für diese Zielgruppe wird gerade im Gamingbereich als lukrativ erachtet.“

Eine weitere Beobachtung, die ebenfalls im Zusammenhang mit der schwieriger werdenden Finanzierung der Projekte steht, hat Stefan Thies, Geschäftsführer der NFP Animation, gemacht: „Viele Projekte werden in verschiedenen Formaten und Längen angeboten – auch wenn bei den meisten Projekten das notwendige Potenzial nur schwer zu erkennen ist. Grund ist die äußerst schwierige Finanzierungssituation, speziell im TV. Dadurch ist Flexibilität gefragt“, so der Produzent der ZDF-Mainzelmännchen. Thies wie auch Debertin ist zudem die zunehmend hohe Zahl von Vorschulprogrammen aufgefallen. „Produzenten übersühten den Markt mit Pre-School-Programmen, wahrscheinlich in der Hoffnung den nächsten *Bob der Baumeister* zu finden.“ Insgesamt 29 der 68 präsentierten Programmideen zielten auf Vorschulkinder ab. Als besonders progressives Projekt in diesem Bereich und „für Deutschland inhaltlich und gestalterisch völlig untypisch“ identifizierte Jan-Willem Bult *Wutz & Wibke* der Dresdener Balance Film. „Das Programm entspricht nicht dem typischen ‚Parent to Kid Storytelling‘“, also einer von Erwachsenen mit einem pädagogischen Mehrwert ausgerüsteten Erzählweise, „sondern nimmt mit viel skurrilem Witz Rücksicht auf die Autonomie der Kinder“.

Gestalterisch sind ebenfalls Trends zu erkennen. Animes, die Bewegtbildversionen der japanischen



„Minifant“ aus der Animationsreihe Toon N'Tales aus Hamburg

Die deutschen Produzenten waren in Kolding bei solchen Produktionen Vorreiter: Hahn Film des Zeichentrick-Urgesteins Gerd Hahn, präsentierte *Tiki's Band*, die singende Grußkarte. Eine animierte Popgruppe singt schräge Versionen bekannter Popsongs, die sich der Zuschauer für Freunde, Verwandte oder Geliebte gewünscht hat. Die Band ist in 3D-CGI – deren Mimik allerdings ist in herkömmlicher 2D-Technik animiert. Die Gesichtsausdrücke sind auf diese Weise lebendiger, vielfältiger und insgesamt glaubwürdiger. Auch *Minifant* von Scopas Medien und Toons N'Tales ist in Wirklichkeit eine Mischform. Die Charaktere, Minifant und seine Freunde, sind Stop-Motion-Figuren, auch der Vordergrund ist 3D, alle Hintergründe allerdings sind 2D-Zeichentrick. Der Produktionsaufwand ist geringer und dennoch macht das Programm einen visuell ausgewogenen Eindruck. Ähnlich sieht dies auch Manuela Lumb, beim WDR unter anderem verantwortlich für *Die Sendung mit der Maus*: „Ein Trend sind sicherlich die Programme, die immer mehr auf Mischtechniken setzen. Also nicht nur rein 2D und oder 3D, sondern kombiniert mit traditionellem Zeichentrick, Fotografie, Collagen. Trendsetter ist dabei ein Programm wie *Twisted Tales*, das irische Produzenten präsentiert haben. Witziger Zeichentrick in 2D-Optik mit Fotos, die der Zuschauer selbst hinschicken und so seine Kinder oder Freunde in einer Zeichentrickserie mitspielen lassen kann.“

Merchandising ist für Cartoons Pflicht

Inhaltlich setzt sich ein Megatrend fort, der bereits seit einigen Jahren zu beobachten ist. Michael Schmetz, Finanzierungsberater für Spielfilme und Animation aus Berlin: „Alle Projekte im Animationsbereich sind produktgetrieben. Kein Produzent kann sich bei der Finanzierung allein auf die Stärke seines Programms verlassen. Die weitgehende Auswertung aller möglichen Nebenrechte zur Absicherung des wirtschaftlichen Risikos wird offenbar bereits in der Entwicklungsphase neuer Projekte mitgedacht.“ Wigbert Moschall, Rechthändler bei der Berliner MDC International pflichtet bei: „Das Einzelprodukt lässt sich nicht mehr isoliert sehen, sondern ist vielmehr Teil einer ganzen Verwertungskette.“ So fand sich beim Cartoon Forum unter allen Präsentationen keine, in der nicht auch ein Merchandisingkonzept zumindest angesprochen wurde. Insbesondere 3D-Projekte setzen in ihren Merchandisingansätzen auf den Verkauf von Spielzeug und Figuren, Serien in 2D dagegen eher auf Printprodukte. Programme für ältere Kinder sind inhaltlich bereits so ausgelegt, dass sich die Auswertung des Programms in Computerspielen aufdrängt. So liegt auch ein weiterer Trend auf der Hand, den Michael Schmetz in Kolding erkannt hat: „Action steht bei den Produktionen für ältere Zielgruppen immer mehr im Vordergrund. Schnelle Schnitte