

Gute Musik für Kinder

Der Medienpreis LEOPOLD des Verbands deutscher Musikschulen

Hendrike Rossel

Natürlich wünschen wir uns alle, dass unsere Kinder möglichst oft Musik authentisch, hautnah, „live“ erleben. Im Alltag der meisten Kinder jedoch spielt vor allem die mediale Vermittlung von Musik über Hörfunk, Fernsehen, Musikkassetten und CD eine Rolle. In nahezu unüberschaubarer Fülle bieten Verlage und Tonträgerindustrie ihre Produkte für die jüngste Käufergeneration an. Der LEOPOLD möchte Eltern, PädagogInnen und dem Handel helfen, sich im umsatzstarken Markt für Kinder zurechtzufinden.

Foto: WDR/Oliver Heisch



„Das ist ja etwas, was nur unsere Klasse weiß und noch ein paar Leute, aber sonst weiß das ganz Deutschland nicht – und das ist schon sehr spannend.“ Ein Mädchen aus der sechsten Klasse des Humboldt-Gymnasiums Köln ist die Geheimnisträgerin, die mit diesen Worten in der WDR5-Kindermusiksendung *Lilipuz* am 13. September 2007 ihre Erfahrungen mit dem Medienpreis LEOPOLD des Verbands deutscher Musikschulen (VdM) für CDs und andere Hörmedien mit „Guter Musik für Kinder“ zusammenfasst. Seit 2001 kürt die Kinderjury – jeweils eine fünfte Klasse des musischen Zweigs dieser Schule, ange-

leitet von ihrer Musiklehrerin Brigitte Jünne-mann-Stark – ihren Favoriten aus einer Palette von Produktionen, die zuvor durch ein Erwachsenenengremium für den Medienpreis nominiert wurden. „Poldi“ heißt der Sonderpreis der Kinderjury und hat ausnahmsweise einmal nichts mit Fußball zu tun.

Im Wettbewerbsjahr 2007 ging der „Poldi“ an das Kinderbuchmusical *Ritter Rost geht zur Schule*, dem jüngsten von bisher acht Bänden der Serie, die sich auch in den Vorjahren der speziellen Gunst der Kinderjury erfreute. Als vor einigen Jahren ein etwas einfältiger, dafür aber recht selbstverliebter

Blechritter die Bühne des Tonträgermarkts betrat, ahnte noch niemand, welchen Siegeszug durch deutsche Kinderzimmer er antreten würde. Ritter Rost und sein Hausstand – Burgfräulein Bö und Drache Koks – wurden Kultfiguren, deren neuen Abenteuern Fünfjährige nahezu ebenso heftig entgegenfeierten wie ihre älteren Geschwister dem nächsten Harry-Potter-Band.

Diesmal muss der „Herr der Eisernen Burg“ die Schulbank drücken – Voraussetzung für die Aufnahme in die erlauchte Tafelrunde König Bleifuß des Verbogenen. Mit Zuckertüte und Schulranzen ausgerüstet stürmt Ritter



Rost die Ritterschule. Bald jedoch kommen Burgfräulein Bö Zweifel an der Qualität dieser Bildungsinstitution... Es sind die köstlichen Illustrationen, das Feuerwerk an Sprachwitz, die ans Absurde grenzende Erzählkomik des Autors Jörg Hilbert, die die jungen Hörerinnen und Hörer genauso begeistern wie der gekonnt ironische Mix verschiedenster Musikstile, mit dem der Komponist Felix Janosa die Geschichte zum Swingen bringt.

Dennoch haben es sich die Mädchen und Jungen vom Kölner Humboldt-Gymnasium mit ihrem Urteil nicht leicht gemacht. 19 CDs

galt es, verteilt auf „Experten“-Gruppen von zwei oder drei SchülerInnen, zu Hause gründlich durchzuhören und eine maximal zehnmündige Präsentation vor der ganzen Klasse mit ausgewählten Hörbeispielen und einer Kurzbeschreibung vorzubereiten. Schließlich erhielt jede Produktion eine schriftliche detaillierte Bewertung durch die „Experten“ und eine Klassenwertung auf einer möglichen Skala von 10 („spitzenmäßig“) bis 0 („grottenschlecht“). Diesmal war der *Ritter-Rost-Sieg* recht knapp. Ganz dicht auf dem zweiten und dritten Platz folgten das Orchesterhörspiel *Das Gespenst von Canter-*

ville und die Kinderlieder-CD *Heut' ist Gespensterball*.

Die Auszählung erfolgt jedes Mal in der Bundesgeschäftsstelle des VdM, des Trägers dieses Medienpreises. Und an dem Tag, an dem ich als die zuständige Projektleiterin des VdM dann mit dem Ergebnis in die Schule komme und wir alle gemeinsam den Schwur tun, niemandem, aber auch wirklich niemandem vor der wenige Wochen später stattfindenden Preisverleihung das Geringste zu verraten, ist die Klasse nach eigener Aussage schon immer ganz zappelig. Denn: „Das ist ja etwas, was nur unsere Klasse weiß...“

DIE GEBURTSTUNDE DES LEOPOLD

Alles begann vor inzwischen mehr als zehn Jahren mit der Anregung eines engagierten Musikschulleiters aus Kleve am Niederrhein, Herbert Krey. Er erlebte in seinem Alltag immer wieder, wie Eltern sich ratsuchend an ihn wandten und um einen Tipp baten, woran sie denn eine gute CD mit Kindermusik erkennen könnten. Denn die Kunde von der förderlichen Wirkung einer Beschäftigung mit Musik auf die Persönlichkeitsentwicklung von Kindern hatte sich inzwischen ihren Weg in Feuilletons, Fernseh-Magazinsendungen und Apothekenzeitschriften gebahnt. Angesichts der schier unüberschaubaren Flut an Publikationen fühlten sich die Eltern allerdings schlicht überfordert, das „Richtige“ für ihre Kinder auszuwählen.

Es gab doch einen Kinder- und Jugendbuchpreis, warum nicht auch etwas Vergleichbares für Kinderhörmedien, das als Orientierungshilfe dienen könnte? Der damalige Vorsitzende des VdM, Reinhart von Gutzeit, nahm sich der Idee an, bestärkt durch ein Schlüsselerlebnis bei einer VdM-Vorstandssitzung: Ein Vorstandsmitglied brachte völlig fassungslos eine Kinderlieder-CD mit, deren grausiger Höhepunkt eine Version vom *Bi-Ba-Butzemann* in schepperndem Synthesizer-Sound mit dröhnenden Beats und künstlich verzerrter „Apparate“-Stimme bildete.

Es war klar: Da musste etwas geschehen! Schließlich erfüllen die rund 1000 öffentlichen Musikschulen im VdM einen Bildungsauftrag mit dem Ziel, die Weichen für ein Leben mit Musik zu stellen. Und da sind das Erlernen eines Instruments, Singen und eigenes Musizieren wichtige Aspekte, die Erlebniswelt des Hörens allerdings nicht weniger bedeutsam. Ein Blick auf das Marktangebot im Segment Kindertonträger bestärkte die Verantwortlichen in dieser Überzeugung. Allein die Sparte „Kinderlieder“ sparte keine Schrecklichkeit aus: trendige „Weltlieder für Kinder“, angeblich Kindgemäßes im Soft-Pop-Gewand oder auf einfallsloser Schlagerbasis, plärrende Kinderstimmen über Disco-Sound, im Liedermacher-Stil kindertümelnde oder Proteste in Halbstarckenmanier konstruierende Erwachsene, zwanghaft verordnete Fröhlichkeit in überdrehter Comic-Stimmung, alberne Texte. Hörspiele und -geschichten mit Musik boten allzu oft künstlich konstruiertes, möglichst noch mit sozialkritischem oder therapeutischem Anspruch, wortreiche Langeweile oder lärmenden Aktionismus.

Foto: Michael Seifert



Das Erlernen eines Instruments, Singen und eigenes Musizieren sind wichtige Aspekte auf dem Weg zu einem Leben mit Musik, doch die Erlebniswelt des Hörens ist nicht weniger bedeutsam

Auch das Angebot an fragwürdiger Schwangerschafts- und Entbindungsmusik, in kitschiger Synthesizer-Soße angemacht, an Mandala-Musik, gesungenen Bibelversen, angeblich intelligenzfördernder „Lernmusik“ oder sternzeichengebundenen Enspannungs-CDs rundete den Eindruck nicht gerade positiv ab. Enttäuschung provozierte sogar vielfach der Bereich „Klassik für Kinder“ mit bildungsbürgerlich-überheblichen oder aber in falsch verstandener Zielgruppenorientierung allzu bemüht-anbiedernden Produktionen, schlechten Einspielungen zweitklassiger Interpreten oder einfach nur „recycelten“ alten Aufnahmen.

Es war die Geburtsstunde des LEOPOLD, Medienpreis des Verbands deutscher Musikschulen für „Gute Musik für Kinder“, wie dieser Oscar für musikalische Kinderhörmedien fortan hieß. 1997 wurde erstmals die repräsentative Akrylglasfigurine an die Gewinner des Wettbewerbs vergeben. Auf der zweiten Stufe des Siegertreppchens stehen jeweils die Produktionen, die der VdM mit seiner Qualitätsmarke „Empfohlen vom Verband deutscher Musikschulen“ auszeichnet. Im Handel sind beide Beurteilungsebenen gut an den regenbogenfarbenen Stickern zu erkennen, die der VdM den prämierten Verlagen für Werbezwecke zur Verfügung stellt. Seither wird regelmäßig im Zweijahresturnus

der Tonträgermarkt für Kindermusik auf Neuerscheinungen mit wirklich guter Musik für Kinder durchforstet, über 800 Produktionen bewarben sich in zehn Jahren LEOPOLD um diese „wichtigste deutsche Auszeichnung für Musiktonträger für Kinder“ (Stuttgarter Institut für angewandte Kindermedienforschung). Das Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend ist als fördernder Partner von Anfang an dabei.

Wie viel Wert man in Verlags- und Produzentenkreisen inzwischen auf diesen „Ritterschlag“ legt, zeigen auch die hin und wieder an den VdM eingehenden Briefe von Bewerbern, deren CDs es nicht in den Kreis der hervorgehobenen Produktionen geschafft haben. Empört wird dort auf hohe Verkaufszahlen verwiesen, der Run auf die Verkaufskassen eigener Live-Auftritte beschworen, der Jury Befangenheit in bildungs-bürgerlichen Hörgewohnheiten unterstellt. ...

... Lesen Sie weiter in Ausgabe 2/2008