

Christoph Classen

Das Sandmännchen¹

«Es ist jammerschade – und fast unmöglich: etwas über das <West-Sandmännchen> zu finden. Nichts gegen das Ost-Sandmännchen, aber ich bin mit dem anderen Sandmännchen aufgewachsen und kann mit diesem gar nichts anfangen. Das Ost-Sandmännchen scheint Kult zu sein, es wird wieder gesendet, es gibt Bücher und Webseiten – und wo bleibt unser West-Sandmännchen? Es scheint verschwunden zu sein – spurlos. Niemand vermisst es, oder doch?»² Die larmoyante Klage eines westdeutschen Fans auf der Internet-Seite mit dem sprechenden Namen www.tv-nostalgie.de scheint auf eine skurrile Umkehrung der Gesetzmäßigkeiten deutsch-deutscher Erinnerungskultur zu verweisen: Nicht die Ostdeutschen haben demnach in diesem Falle Grund, den Verlust eines vertrauten lebensweltlichen Symbols zu beklagen, sondern die westdeutsche Seite fühlt sich hier plötzlich kulturell dominiert.

Jenseits der ironischen Pointe, die einer solchen Sicht unfreiwillig innewohnt, ist das Statement gleichwohl in mehrfacher Hinsicht interessant. Erstens verweist es auf die deutsch-deutsche Konkurrenz im Bereich des Kinderfernsehens, die dazu geführt hat, dass während des Kalten Krieges auf den Bildschirmen in Ost und West tatsächlich zwei sehr ähnliche, aber physiognomisch eben unterschiedliche Sandmannpuppen das Ende des Vorabendprogramms einläuteten. Zweitens zeugt es von dem hohen Identifikationspotential, das generell nicht nur Produkten, Marken und Stars, sondern in besonderem Maße auch Fernsehserien und deren Protagonisten innewohnt – und dies eben auch retrospektiv, in der Erinnerung.³ Drittens schließlich beschreibt es treffend eine ostdeutsche Erfolgsstory, die ihresgleichen sucht: Die Sendung «Unser Sandmännchen» wurde nicht nur in der DDR zwischen 1959 und ihrem Ende 1990 kontinuierlich täglich ausgestrahlt, sie überlebte auch das Ende der DDR und wurde als einzige Kindersendung des DDR-Fernsehens in das Programmangebot des bundesdeutschen öffentlich-rechtlichen Fernsehens übernommen. Inzwischen bundesweit ausgestrahlt, erreicht «Unser Sandmännchen»

seit Jahren konstant täglich weit über eine Million Zuschauer.⁴ Die Sendung zählt zu den erfolgreichsten Kinderprogrammen im deutschen Fernsehen, für die eigentliche Zielgruppe der Vorschulkinder ist sie gar ohne Konkurrenz. Schon zu DDR-Zeiten ein Devisenbringer, wird sie mittlerweile weltweit exportiert. 2006 etwa erwarb der arabische Sender al-Dschasira die Senderechte für 78 Folgen.⁵ Die Marke wird von einer Berliner Lizenzagentur professionell vermarktet, und zum 50. Geburtstag der Figur 2009 wird ein abendfüllender Sandmann-Spielfilm in die Kinos kommen.

Was im Nachhinein als eindrucksvolle Aufstiegs- und unerschütterliche Bestandsgeschichte über alle politischen und gesellschaftlichen Zäsuren hinweg erscheint, hätte zu Beginn und auch noch wesentlich später kaum jemand so vorhersagen können. Denn die Erstsending am 22. November 1959 war ein «Schnellschuss», der ganz im Zeichen der paranoiden Denkhaltung des SED-Regimes während des Kalten Krieges stand.⁶ In weniger als drei Wochen ließ Walter Heynowski, damals stellvertretender Intendant des Deutschen Fernsehfunks (DFF), die bereits seit dem Vorjahr bestehende Kindersending «Abendgruß» mit einem aufwendig produzierten Rahmen in Puppentruck-Technik versehen. Hintergrund war eine Pressemitteilung des Sender Freies Berlin (SFB), die zu Beginn des Vorweihnachtsprogramms die Einführung eines «Sandmännchens» im SFB-Kinderfernsehen ankündigte. Heynowski vermutete dahinter «die gegnerische Absicht, uns Zuschauer abzunehmen»,⁷ und wollte dem Westen zuvorkommen. Mit Hilfe der technisch anspruchsvollen und teuren Tricktechnik hoffte er, die westdeutsche Konkurrenz ausstechen zu können.

Das gelang auch mühelos. Denn beim SFB schielte man anscheinend überhaupt nicht gen Osten. Hier war es die Kinderfunk-Pionierin Ilse Obrig,⁸ die diese Idee senderintern seit Längerem verfolgte und im Mai 1959 die Produktionsgenehmigung erhielt. Bereits im Sommer wurden die ersten Folgen vorproduziert, die dann planmäßig ab Anfang Dezember ausgestrahlt wurden. Allerdings handelte es sich dabei offenkundig um ein Zugeständnis der SFB-Sendeleitung an die verdiente Mitarbeiterin, die öffentlich und ARD-intern wegen ihrer als antiquiert empfundenen Pädagogik zunehmend in die Kritik geriet und deren Bildschirmpräsenz man daher reduzieren wollte.⁹ Genehmigt wurde daher lediglich eine Low-Budget-Produktion mit einer einfachen Handpuppe, die bereits nach gut zwei Jahren wieder vom Bildschirm verschwand. Erst im Herbst 1962 erschien dann unter Federführung des Norddeutschen Werbefernsehens (NWF) im Vorabendprogramm mehrerer regionaler ARD-Programme eine animierte Puppe, das «West-Sandmännchen». Dabei handelte es sich um eine Kreation des DDR-Flüchtlings und ehemaligen DEFA-Puppentruck-Regis-

seurs Herbert K. Schulz, die sich – obgleich weiterhin unter wesentlich bescheideneren Bedingungen als im Osten produziert – bei der Zielgruppe bald ebenfalls großer Beliebtheit erfreute und bis in die achtziger Jahre im Programm blieb. Nachdem 1966 der Versuch von Werner Höfer, damals Programmdirektor des Westdeutschen Rundfunks (WDR), gescheitert war, für das seinerzeit neue dritte Fernsehprogramm 50 Sandmann-Folgen aus der DDR zu kaufen,¹⁰ kam beim WDR zwischen 1967 und 1978 noch die kostümierte Figur eines «Sandmännchen International» hinzu, dessen Popularität es aber nie mit seinen beiden animierten Kollegen aufnehmen konnte.

Zwar verweist die Geschichte der Sandmann-Figuren also in vielerlei Hinsicht auf den Kalten Krieg und die deutsche Teilung. Anders als nach 1990 bisweilen kolportiert, kann aber weder von einem Wettlauf noch von einer unmittelbaren ideologischen Konkurrenz die Rede sein. Viel eher handelt es sich um die konkurrierende Aneignung einer gemeinsamen Tradition, die zugleich die vielfältigen Verflechtungen der deutsch-deutschen Nachkriegsgeschichte spiegelt: So wechselte die eigentliche Initiatorin der Figur im Fernsehen, die bereits zur NS-Zeit im Radio populäre Ilse Obrig, erst 1950 vom ostdeutschen «Berliner Rundfunk» in den Westen. Vorher führte sie im Radio die Kindersendung «Abendlied» ein, aus der dann später im DDR-Fernsehen die «Abendgrüße» wurden. Und die Ähnlichkeit der beiden Figuren dürfte nicht zuletzt auf die gemeinsame Zeit der beiden «Väter» des Sandmanns, Gerhard Behrendt und Herbert K. Schulz, beim Dresdner Puppentrick-Studio zurückzuführen sein.

1958 indes war die Idee eines «Sandmännchens» weder originell, noch war damit ein neues Sendeformat oder gar ein konkretes pädagogisches Konzept verbunden. Vielmehr ging es lediglich um die Übertragung einer bereits seit der Romantik unter anderem bei E. T. A. Hoffmann literarisch verarbeiteten und inzwischen vielfach in der Kinderliteratur und im Radio eingeführten Figur in das immer populärere Medium Fernsehen. Der große Erfolg dürfte neben der allgemeinen Durchsetzung des neuen Mediums schon damals auf dem bewussten, national konnotierten Traditionsbezug beruht haben, der die Figur deutlich von der als «Amerikanisierung» empfundenen Comic-Kultur abhob.¹¹ Zudem wurde das Kinderprogramm so mit einem festen Rahmen versehen, der die Wiedererkennbarkeit der wechselnden Inhalte garantierte und in seiner ritualisierten Form die tagesstrukturierende Funktion des Fernsehens unterstützte: Geboten wurde ein festes Tagesabschluss-Ritual für die Kinder, das seinerzeit nicht zuletzt dazu diente, den Bildschirm für die Erwachsenen und das Abendprogramm freizuräumen.



Kinder und Erwachsene unterschreiben für die Erhaltung des DDR-Sandmännchens, Berlin 2003.

In den folgenden Jahrzehnten bis zum Ende der DDR blieb die Sendung nicht nur kontinuierlich im Programm, sondern änderte auch ihr Erscheinungsbild, ihr inhaltliches Konzept und ihren Sendeplatz so gut wie gar nicht. Das lag nicht nur daran, dass das Stammpersonal um den «Erfinder» des Sandmanns, Gerhard Behrendt, über die Jahre dasselbe blieb und eine DDR-typische Schwerfälligkeit gegenüber Innovationen auch hier wirksam wurde. Zudem waren «Unser Sandmännchen» und der «Abendgruß» in den siebziger und achtziger Jahren längst zu einer festen Institution mit einer großen Fangemeinde geworden, die selbst auf kleine Änderungen mit Protest reagierte.¹² Offenbar hatte sich das Ritual von seiner rein pragmatischen, alltagsstrukturierenden Funktion gelöst und wurde von vielen (erwachsenen) Zuschauern ernst genommen und als solches unverändert eingefordert. Im westlichen Fernsehsystem dagegen hatte so viel Stillstand spätestens mit der Einführung des dualen Fernsehsystems mit privat-kommerziellen Anbietern keine Chance mehr: Hier verschwand das (West-)Sandmännchen im Zuge der Neuausrichtung der regionalen Vorabendprogramme im Laufe der achtziger Jahre sukzessive vom Bildschirm.¹³ Maßgeblich dürfte dabei nicht zuletzt gewesen sein, dass die Zielgruppe der Vorschulkinder für die Werbeschiene am Vorabend eher unattraktiv war.

Insofern waren die emotionalen Auseinandersetzungen, die nach 1990 um das Ost-Sandmännchen geführt wurden, schon vorgezeichnet. Allein der Ver-

dacht, die Sendung könnte möglicherweise eingestellt werden, genügte, um jeweils eine Protestwelle auszulösen, die sich in Demonstrationen, Resolutionen und Bergen von Protestbriefen sowie Kinderzeichnungen an die Verantwortlichen manifestierte. Als Erster bekam dies Helmut Kohls «Rundfunksonderbeauftragter» für die Abwicklung der DDR-Medien, Rudolf Mühlfenzl, zu spüren, als er unmittelbar nach der Wiedervereinigung sein Amt antrat. Obwohl er Gerüchten, die Produktion solle wegen zu hoher Kosten eingestellt werden, rasch entgegentrat und sich öffentlich für ihren Erhalt aussprach, sammelte eine Bürgerinitiative nach eigenen Angaben 30 000 Unterschriften, organisierte mehrere Demonstrationen und bewegte zahlreiche westliche Spitzenpolitiker zu Solidaritätsbekundungen. «Wenn Sie in diesem Land an einem Mann scheitern können, so ist es der Sandmann», schleuderte die *Junge Welt* dem ungeliebten «Wessi» trotzig und in der Sache offenbar zutreffend entgegen.¹⁴ Dieses Muster von Skandalisierung, Protest und Unterstützung durch Prominenz sollte sich seitdem noch zweimal wiederholen: Ende 1991 mit der endgültigen Abschaltung des DDR-Fernsehens, als zumindest die Produktion neuer Folgen fraglich schien, und im Sommer 2003, als der Rundfunk Berlin-Brandenburg (rbb) ankündigte, die Ausstrahlung zukünftig allein dem bundesweit empfangbaren Kinderkanal von ARD und ZDF zu überlassen.

Was lässt sich aus diesen Auseinandersetzungen um das DDR-Gedächtnis ablesen? Ist der Sandmann tatsächlich primär ein Erinnerungsort für die DDR, oder handelt es sich eher um ein «Symbol gesamtdeutscher Fernsehunterhaltung», wie der CSU-Politiker Markus Söder im Jahr 2003 sein Engagement für den Erhalt der Sendung begründete?¹⁵

Zweifellos spricht einiges für die erste Annahme. Betrachtet man Leserbriefe und Zuschauerpost aus den frühen neunziger Jahren, so trifft man auf bekannte Topoi des ostdeutschen Vereinigungsdiskurses: «War denn bei uns in der <DDR> nun alles schlecht???», fragte etwa eine Rentnerin und kritisierte, dass «nun alles, ob Denkmäler, Städte- und Straßennamen», verschwinde. Daher dürfe, so ihre Schlussfolgerung, keinesfalls auch noch das Sandmännchen «liquidiert» werden.¹⁶ Und ein Schreiber aus Ost-Berlin sah in den vermeintlichen Streichungsplänen nicht nur ein Opfer für den «Kommerz», sondern fühlte sich gar an «die Kolonisierung von Asien und Afrika» erinnert, bei der «die Segnungen der westlichen Zivilisation die einheimische Kultur auslöschten».¹⁷ Man könnte dies als zeittypische Äußerungen der älteren Generation unter dem Eindruck des Umbruchs interpretieren, doch die Identifikation mit dem Sandmännchen als Ausdruck einer spezifisch ostdeutschen Kultur findet sich, ins Positive gewendet, auch noch 15 Jahre später bei Vertretern der

jungen Generation. Sie drückt sich etwa in dem populären Mythos aus, das Ost-Sandmännchen habe sein westliches Pendant 1990 abgelöst, weil es «besser» gewesen sei; «was uns natürlich auch ein bisschen stolz macht», denn dies sei «wenigstens eine Sache, die bei uns besser war», so zwei typische Kommentare.¹⁸

Solche Einlassungen verweisen auf die Verlusterfahrungen ostdeutscher Bürger und die Dominanz westlicher Deutungen in den Medien im Zuge der Transformation. Sie zeugen von den Enttäuschungen über den Vereinigungsprozess und die vielfache Entwertung der DDR-Vergangenheit einschließlich ihrer alltäglichen Produkte und Symbole nach 1990. Dagegen hat sich als eine Art Stigma-Verarbeitung durch Umkehrung bekanntlich die sogenannte «Ostalgie» entwickelt, eine populäre Praxis der ostentativen Wiederaneignung symbolischer und kultureller Artefakte der DDR, die zwischen Nostalgie, semantischer Umcodierung und ironischer Brechung oszilliert und auf die Ausbildung einer positiven ostdeutschen Identität zielt.¹⁹ Ebenso wie zahlreiche kommerzielle Anbieter von Verbrauchsgütern sowie der Mode- und Tonträgerindustrie haben die Medien dieses Bedürfnis unter anderem in entsprechend profilierten Fernsehshows gern bedient. Vor allem die ostdeutschen Regionalprogramme Mitteldeutscher Rundfunk (MDR) und Rundfunk Berlin Brandenburg (rbb) setzen durch die breite Übernahme von Unterhaltungsprogrammen aus der DDR in hohem Maße auf einen (n)ostalgischen Diskurs, der die DDR als untergegangene Alltagskultur re-inszeniert. Es ist gewiss kein Zufall, dass (neben dem zielgruppenspezifischen Kinderkanal) «Unser Sandmännchen» bis heute auf diesen beiden Kanälen (und nur da) zu sehen ist. Als rbb wie oben bereits erwähnt im Jahr 2003 ankündigte, die Ausstrahlung der Sendung einzustellen, unter anderem mit der Begründung, der durchschnittliche Zuschauer des rbb-Fernsehens sei 62 Jahre alt,²⁰ nahm eine Berliner Boulevardzeitung dies zum Anlass, eine populistische Kampagne zu starten, die den Sender zur Rücknahme der Pläne zwang. Die Streichung der Sendung in den beiden westlichen Regionalprogrammen des Südwestdeutschen bzw. des Norddeutschen Rundfunks (SWF bzw. NDR) 1998 und 2003 zog dagegen jeweils kaum Proteste nach sich.

Allerdings ist der nostalgische Rekurs auf Figuren, Symbole und Produkte der Vergangenheit keineswegs eine exklusive Angelegenheit des Ostens. Vielmehr finden sich seit einiger Zeit auch in den überregionalen Fernsehprogrammen diverse Shows zu den fünfziger bis achtziger Jahren, von den Wiederholungen populärer Serien und den zugehörigen Internet-Plattformen ganz zu schweigen. Das Bedürfnis nach «gefühlter Geschichte», danach, noch einmal in

den Zeitgeist der Vergangenheit, womöglich der eigenen Jugend einzutauchen, ist vor dem Hintergrund des grassierenden Erinnerungsbooms universell. Doch ohne Zweifel ist dieses Bedürfnis im Osten politisch und emotional ungleich stärker aufgeladen. Nur hier konstituiert die Erinnerung einen generationenübergreifenden Identitätsdiskurs, wie sich nicht zuletzt an den Debatten um den Sandmann zeigen lässt. Angesichts der pauschalen Abwertung der DDR-Vergangenheit wird hier mit Nachdruck ein vermeintlich «guter» Bestandteil der untergegangenen Lebenswelt verteidigt.

Betrachtet man die Objekte dieses Diskurses, so zeigt sich, dass das Sandmännchen nicht zu jenen politischen Artefakten gehört, die – zumeist von Jugendlichen – ironisch gebrochen oder semantisch umgedeutet werden, wie etwa die Insignien von Partei, Staat und Massenorganisationen oder das propagandistische Liedgut. Das Sandmännchen ist dagegen nur ausnahmsweise Teil einer spezifisch jugendkulturellen Aneignung.²¹ Vielmehr dominieren in den Nach-Wende-Debatten die älteren Generationen, die bereits Eltern oder Großeltern sind und die sich für ihre (Enkel-)Kinder dieselben Programme aussuchen, mit denen sie selbst groß geworden sind. Die Figur und die Sendung werden hier stets als Teil eines politisch nicht affizierten Alltags verhandelt, am ehesten vergleichbar mit dem Ampelmännchen oder der Spreewaldgurke. Bemerkenswert ist nicht nur, dass für den Erhalt der Sendung stets die vermeintlichen Interessen der Kinder herhalten müssen; vor allem die semantische Verbindung von «Kindheit» und «Unschuld» entfaltet in der Debatte eine durchschlagende Wirkung. Wie gut dies funktioniert, zeigt sich gerade in jenen satirischen Beiträgen, die das Sandmännchen als «Führungsoffizier der Stasi»²² oder als «sozialistische[n] Gnom» mit «Privilegien wie ein Parteeibonze»²³ charakterisierten: Die Komik sollte hier stets aus der Übertragung des (vermeintlich überzogenen) Repressionsdiskurses auf die harmlose Kinderfigur entstehen.

Dabei versteht sich, dass die allumfassende Politisierung aller Lebensbereiche in der DDR auch vor einer erfolgreichen Kindersendung wie dem Sandmännchen nicht haltgemacht hat. Angefangen bei der Inszenierung eines «Heile-Welt-Sozialismus» zwischen Plattenbauten und märchenhafter Infrastruktur über zahlreiche Besuche bei den Massenorganisationen, der Teilnahme an den Jugendfestspielen und am Weltraumprogramm bis hin zu (vereinzelt) Begegnungen mit der NVA spiegelte schon die Rahmenhandlung mit der Sandmännchen-Figur sehr wohl die Prinzipien und Leitbilder des Sozialismus wider, die jeweils aktuellen politischen Konjunkturen eingeschlossen.²⁴ Schwerer noch wiegt, dass die «Abendgrüße» in der DDR einem überkommenen pädago-

gischen Ideal folgten, das auf Anpassung und Subalternität zielte. Kindern und Kindheit wurde kein Eigenwert zuerkannt; vielmehr waren die häufig penetranten Erziehungs- und Belehrungsbemühungen primär auf die lineare Übernahme der vorgegebenen Werte und Verhaltensweisen der Erwachsenen gerichtet. Die Kinder sollten zu «nützlichen» Mitgliedern der sozialistischen Gesellschaft erzogen werden.²⁵ Damit blieben die «Abendgrüße» tendenziell hinter anderen Produktionen des DDR-Kinderfernsehens und -films zurück, die sich im Laufe der Zeit von den autoritären Vorgaben lösten und – besonders in den achtziger Jahren – das Verhältnis von kindlichem Individuum und Kollektiv zunehmend in einem emanzipatorischen Sinne thematisierten.²⁶

Vor diesem Hintergrund ist der durchschlagende Erfolg der Figur wie der Sendung nach 1990 nur erklärbar, weil ihre politischen und normativen Präferenzen zu DDR-Zeiten, sofern sie von den Zuschauern nicht ohnehin geteilt wurden, leicht ausgeblendet werden konnten, selbst dort, wo sie nicht nur unerschwerlich auftraten. Dabei war hilfreich, dass es direkte Propaganda im Sinne politischer Stellungnahmen hier nicht gab, sei es aus Rücksicht darauf, dass man dies für Kinder im Vorschulalter für inadäquat hielt, sei es, weil sich dadurch die Chancen zum Verkauf im westlichen Ausland – und damit zum Erwerb von Devisen – verschlechtert hätten. So blieb das Sandmännchen vielschichtig, es changierte zwischen realsozialistischem Alltag und phantastischer Märchenwelt, zwischen Heimatverbundenheit und Exotik, zwischen aktuellem Leitbild und Archetypus. Diese Vielschichtigkeit und Ambiguität, die nicht unbedingt typisch ist für einen Großteil der medialen Repräsentationen in der DDR, öffnete die Sendung für unterschiedliche Lesarten und machte es möglich, sie nach 1990 zum Inbegriff eines ideologisch nicht kontaminierten Alltags werden zu lassen.

Die Figur des Sandmanns bündelt somit sowohl eine stärker politisch profilierte, identitätsstiftende Erinnerung, die mit einem gewissen Trotz darauf beharrt, dass in der DDR «nicht alles schlecht gewesen sei», als auch eine eher unpolitische, individuell-lebenszeitliche Erinnerung, die darin einen sinnlichen, mehr oder weniger sentimental Zugang zur eigenen Kindheit und Jugend findet – wobei hier die Übergänge gewiss fließend sind. Doch zugleich weisen nicht nur die populistischen Kampagnen von Boulevardmedien und die Profilierungsversuche westdeutscher Politiker zugunsten des Sandmanns darauf hin, dass es sich hier längst nicht mehr nur um eine ostdeutsche Identifikationsfigur handelt, sondern der anhaltende Erfolg der Sendung inzwischen tatsächlich eine gesamtdeutsche Basis hat: Die meisten Zuschauer unter den Kindern hat die Sendung mittlerweile im Westen.²⁷ Vom ideologischen

Ballast befreit und behutsam modernisiert, werden hier nach wie vor Werte und Bedürfnisse vermittelt, die in weiten Teilen der Gesellschaft auf Resonanz stoßen: Harmonie, Stabilität und Kontinuität, Ruhe und Geborgenheit als Gegengewichte zu einer Umwelt, in der Stillstand zum Unwort geworden ist, in der allenthalben Dynamik, Anpassung, Leistung und Flexibilität gefragt sind. Das Sandmännchen mit seinem lebenswert-antiquiert wirkenden Puppentrick, seiner Verweigerung gegenüber Action-Orientierung, Computer-Animation und immer schnelleren Schnittfolgen bedient eine konservative Utopie: den Traum von Gesellschaft als einem geschützten, konfliktfreien und kindgerechten Raum mit stabilen Gesetzmäßigkeiten und intakten Werten, aus dem alle Friktionen und Verwerfungen der Moderne, alle Gewalt und alles Elend ausgeschlossen bleiben. Nicht ganz zufällig ließe sich so oder ähnlich auch das sozialistische Telos charakterisieren. Aber das Sandmännchen steht eben nicht für eine reale politische Programmatik, sondern zeigt an, was von der sozialistischen Utopie geblieben ist: eine konservative Sehnsucht nach Sicherheit und Geborgenheit, die wir uns für unsere Kinder wünschen, gerade weil wir wissen, wie anders die Welt funktioniert.