

Ein Busch, ein Brot, ein Schaf. Darf man das?

Die Entstehung von Chili, Briegel und Bernd

Von Erik Haffner

Höppipöpp der lustige Hase, Schnuffi, die süße Maus oder Knollo, der freche Kanari. Sollten sie nicht eigentlich so heißen, die Figuren im Kinderfernsehen?

Stattdessen heißen sie Chili, Briegel und Bernd und sind ein Paarhufer, eine Pflanze und ein Gebäck. Ist so etwas überhaupt erlaubt? Dürfen die von der bumm film das und wird das überhaupt jemand sehen wollen?

Fragen, denen sich die Erfinder von Chili, Briegel und Bernd vor 4 Jahren stellten und stellen mussten. Erfahren sie, wie es zu all dem Irrsinn kam, warum unsere Lehrer seit Jahren mitspielen und was zum Kuckuck eine Spaßtankstelle ist...

Eine Zuggebur

Wie viele gute Geschichten fängt auch die von unseren drei Figuren in einem Zug an. Dieser fuhr von München nach Erfurt und transportierte 3 junge Männer zu einer Besprechung des Kika, bei der sie ihr Konzept für die neuen Maskottchen des Senders präsentieren sollten.

Dieser Termin stand seit knapp 3 Wochen fest – genug Zeit also, um sich ausführlich vorzubereiten. Mitbewerber waren immerhin die berühmten Henson-Jungs (Muppet Show etc.) und andere nationale und internationale Autoren. Ansporn genug, um unzählige Nächte durchzubrainstormen, um die eine oder andere Power-Point-Präsentation lässig auf den Beamer zu klatschen.

Nun, wie soll ich sagen? Wir, die drei Jungs, hatten jede Menge weißes Papier im Zug dabei und keinen blassen Schimmer, was wir in 4 Stunden und 32 Minuten dem Herrn Beckmann vom KI.KA erzählen sollten. Das einzige, was wir wussten, war, dass ein Schaf gewünscht war, wir unbedingt ein Brot dabei haben wollten und einer unserer Mitarbeiter Briegel heißt und dauernd Sachen umbaut und schon waren es nur noch 4 Stunden und 31 Minuten.

Mist.

Und da war es: Bernds erstes Wort! Gut, es war nicht das charmanteste, was man sagen kann, aber es war irgendwie neu. Und so ratterten wir gen Erfurt und die weißen Blätter füllten sich.

Jeder braucht Vorbilder

Uns war von Anfang an klar, dass wir keine Figuren erfinden wollten, die nicht an reale Vorbilder aus unserer näheren Umgebung angelehnt waren. Erstens zu unserem persönlichen Plaisir und zweitens, weil man nur so den Figuren Leben einhauchen kann.

Ein völlig aus der Luft gegriffener Character tendiert immer zum Stereotyp und wirkt platt und eindimensional. Also schauten wir uns um und griffen nach echten Menschen, stopften sie in die Cartoonisierungsmaschine und heraus kam ein

Stuntschaf, das genau wie Tommy Krappweis damals bei „RTL Samstag Nacht“ in den unpassendsten Momenten die Treppe runter fallen will und vor Tatendrang keine Minute still sitzen kann.

Briegel, der Busch kommt eigentlich aus Kaiserslautern und wurde von Erik Haffner nach München geholt, um dort bei der bumm film technischer Direktor zu werden.

Auch er hat nachweislich keinen Vornamen und seine umgebriegelten Geräte funktionieren genau solange, wie er noch im Raum ist.

Bernd zu guter letzt verdankt sein kastenförmiges Aussehen und seine griesgrämig negatorische Art seinem Vorbild und Autor Norman Cöster. Auch dessen Leben ist nach eigenen Aussagen des Öfteren „die Hölle“ und auch heute noch müssen wir uns bei Anspielungen auf die Ähnlichkeit der Kopfform der beiden ein sympathisches „ich hasse euch“ einhandeln.

Das Brot braucht einen Job!

Was nützt die lustigste Figur, wenn sie keine Aufgabe hat? Wir wollten auf keinen Fall, dass Chili, Briegel und Bernd zu einfachen Programmansagern verkümmern. Deshalb mussten wir ihnen einen Job geben, der sie von der ersten Minute an überfordert.

Viele Dinge standen im Raum – ein Freizeitpark, Kabelhelfer beim Kika und eine Spaßtankstelle. Nein, wir wissen nicht wirklich, was eine Spaßtankstelle ist und sind froh, dass die Idee schon als zartes Pflänzchen jämmerlich verkümmert ist.

Was war das Abwegigste, das auf dem werbefreien KI.KA laufen könnte? Richtig. Eine Dauerwerbesendung. Und so verkauften Chili und Briegel, mithilfe ihres „freiwilligen“ Testkandidaten Bernd in über 200 Sendungen „Tolle Sachen“, der einzigen Werbesendung im Kika über 200 Mal... nichts. Das aber sehr unterhaltsam.

Ab Folge 240 hatten sie so ziemlich alles nicht verkauft, was man sich vorstellen kann: Flummitassen, Meteoriten-Schutzschirme, Gruseltelefone, Napfsülzenentsafter, und Karl das Klo.

Es war Zeit, die Drei in neue Abenteuer zu schicken. Und so erlebten sie bis jetzt über 100 Abenteuerstories in der Sendung „Chili TV“ als Westernhelden, Privatdetektive, Märchenfiguren, Ritter ohne Furcht und Tadel und als Besatzung der USS Bumblebee Bush, welche keine Anspielung auf den oder die US-Präsidenten ist, sondern einfach nur ein lustiger Name.

Des Weiteren bestanden sie in jüngster Zeit 2 kinoreife Abenteuer in Spielfilmlänge: „3 für Robin Hood“ und „Berndi Broter und der Kasten der Katastrophen“. Sie durften dabei neben berühmten Stars wie Christoph Maria Herbst, Stefans Jürgens, Hugo Egon Balder und Sissi Perlinger spielen.

Auch Dirk Bach, Hella von Sinnen, Markus Maria Profitlich, Stefan Raab, Bernhard Hoëcker und Oli P glänzten neben unseren Dreien beim Special zur KI.KA - Sendezeitverlängerung „KI.KA XL“. Aktuellste Highlights waren das hoffentlich nun jährlich zu Silvester ausgestrahlte „Dinner für Brot“, Berndts Neujahrsansprache zum 1.1. und die ultimative Antwort auf den Casting-Show-Horror: „Rockt das Brot“.

Pre, Post und Spaß dabei

All die verschiedenen Formate erheben einen enormen Anspruch an die Produktion – vor Drehbeginn, während der Aufzeichnungswochen und danach in Schnitt und Nachvertonung. Ein Hauptkriterium für den Erfolg der Sendung liegt bei der

Zusammenführung der kreativen Eckpfeiler „Buch“, „Regie“ und „Schnitt“. All dies kommt aus einem Hause und das ist gut so.

Die bumm film postuliert den Weg zurück zum klassischen Autorenfilm, bei dem Autor und Regisseur eine Person sind oder zumindest deren Gehirne eine Symbiose eingegangen sind die sich weder von Budget oder Schlafentzug abhalten lassen, ihr Produkt solange in die Mangel zu nehmen, bis es eben das beste ist, was man irgendwie hätte erreichen können. Mit bunten Zuckerstreuseln drauf.

Die extreme Bündelung der kreativen Leistungen über „Buch, Regie und Schnitt“ hin zu „3D Design“, „SFX-Shots“, „Stop-Motion“, „Musik“ und „Compositing“ ermöglichte dem Format „Chili TV“ eine Fülle von Spezialeffekten und eine Audio-Design-Qualität, die in dieser Form nie geplant waren, aber nichtsdestotrotz laufend stattfanden und –finden. Einfach weil das Gehirn sagt: „Es reicht noch nicht...“

Hinzu kommen die herausragenden Leistungen der Ausstattung, Kamera und Licht, die in Zusammenarbeit mit der Berliner Firma Mediapark einen eigenen Look kreierten, der die gesetzten Erwartungen von Staffel zu Staffel weit übertroffen hat. Mediapark setzte von Anfang an auf intelligente und kostenbewusste Organisation, vielseitig verwendbare Set-Versatzstücke und ein motiviertes Studioteam, welches den Anforderungen des bumm Gehirns gewachsen war.

Wichtigstes Gebot von der ersten Sendung „Tolle Sachen“ „Die Zahnbürste“ an jedoch war und ist, dass alle Beteiligten an der Produktion Spaß haben sollten.

Die Regisseure waren der Meinung, dass sich Spaß im Studio immer als Spaß auf dem fertigen Film widerspiegelt. Und das ist bis heute so geblieben und eines der Grundmanifeste jeder bumm film Produktion. Viele Szenen werden am Set spontan geändert, wenn das Team über einen Gag lacht und jeder im Studio muss und darf mitspielen, wenn es sein muss. Mit Gießkanne auf dem Kopf oder ohne. Hauptsache alle haben Spaß dabei.

Das Glasfoyer-Prinzip

Eine Geschichte, die man sich an den bumm film Lagerfeuern erzählt, handelt von einem Psychopathen, der damals zu „Samstag Nacht“-Zeiten in der RTL Kantine Wigald Boning ansprach und behauptete, die Comedians verfilmt sein Leben.

Kurz danach fuhr er mit seinem Auto ins Glasfoyer des RTL-Haupthauses und wollte den Programmgeschäftsführer sprechen. Wir hoffen inbrünstig, dass dieser Mann immer noch behandelt wird und diesen Text jetzt nicht liest, denn wir haben ein wichtiges Prinzip unserer Autoren-Arbeit nach ihm benannt: Das Glasfoyer-Prinzip.

Oberstes Gebot unserer Geschichten ist immer, dass wir - bewusst oder unbewusst - soviel wie möglich unseres eigenen Lebens verfilmen. Wir sind der Meinung, dass Texte und Dialoge nur dann lebendig und greifbar werden, wenn sie soviel autobiografisches enthalten, wie mit unserem Gewissen vereinbar und der Toleranz unserer Eltern zumutbar ist.

Es gibt wahrscheinlich keinen unserer Lehrer, den wir nicht namentlich und vor allem charakterlich in irgendeine Folge „Chili TV“ eingebaut hätten. Wir verarbeiten unsere traumatischen Italienurlaube mit Campinggrill und Klappstuhl-Wahnsinn genauso wie unsere einschneidenden Kindheitserlebnisse mit Karnevalsjecken und Zahnärzten.

Nur indem wir die Themen der Figuren aus unserem nächsten Lebensumfeld generieren, können wir mit dem nötigen Herzblut unsere Geschichten schreiben und drehen. Wir fahren sozusagen ständig in unser eigenes Glasfoyer und haben auch noch Spaß dabei.

Doppelter Boden

„Aber das verstehen die Kinder doch gar nicht.“ Wie oft mussten wir uns schon diesen Satz anhören, vor allem von unseren Eltern – halb mahnend, halb fragend. Und immer wieder stellten wir fest, dass die Kinder viel mehr verstehen, als die Erwachsenen ihnen zutrauen.

Unser Anspruch war zwar nie ein pädagogischer und die Zeigefinger-Fraktion des Kinderfernsehens war uns schon im Grundschulalter suspekt, trotzdem achten wir immer darauf, dass unsere junge Zielgruppe trotz Anspielungen an berühmte Filmklassiker und Bernds Plädoyers für Erwachsene nicht den Faden verliert.

Wir wollen Gags für Kinder und Erwachsene machen und zwar so, dass zwar beide Zuschauergruppen an unterschiedlichen Stellen lachen, aber niemand ausgegrenzt wird. Niemand verlangt, dass die Kinder die kurze Parodie auf „Indiana Jones“ verstehen, aber sie lachen kurz danach, wenn Bernd mit seinem Gralshüter-Helm gegen eine Wand rennt und umfällt.

Und die Erfahrung zeigt, dass Kinder es uns nicht übel nehmen, wenn Filme zitiert werden, die sie nicht kennen, denn sie nehmen dieses Zitat nicht als solches wahr, weil es den Handlungsverlauf, der zum Verständnis der Folge wichtig ist, nicht beeinflusst.

Chili, Briegel und Bernd funktionieren unserer Meinung nach deshalb so gut, weil sie auch Erwachsene zum Lachen bringen können. Außerdem wollten wir schon immer mal was mit „Indiana Jones“ drehen.

Das Brot geht durch die Decke

Der eigentliche Erfolg kam buchstäblich wie ein Dieb in der Nacht. Quotenspezifisch waren „Tolle Sachen“ und „Chili TV“ schon immer durchaus erfolgreich bis durchwachsen, doch erste Aufmerksamkeit bei Wettbewerben erreichten Chili, Briegel und Bernd erst 2003 durch den „Goldenen Spatz“, eine der wichtigsten Auszeichnungen im Kinderfernsehen.

Maßgeblich an dieser Aufmerksamkeit beteiligt war die Platzierung einer so genannten „Nachtschleife“ mit dem Arbeitstitel „Bernd in Hell“ nach Sendeschluss ab 21 Uhr.

Die Penetration des Kastenbrot, das nicht mehr aus dem Fernsehbild verschwinden kann, wird die ganze Nacht durch bis in die frühen Morgenstunden zum Sendebeginn des KI.KA anstatt eines Testbildes ausgestrahlt und führte zur eigentlichen Entdeckung Bernds von einer Zielgruppe aus Nachtschwärmern, In-der-Frühe-Heimkommern und Koffein-Junkies mit Schlafstörungen.

Die Internetseiten wuchsen wie Pilze aus dem Boden und die stetig wachsende Fangemeinde schrie nach Kuschel-Bernds, DVDs und Napfsülzenentsaftern. Vieles davon wurde mittlerweile realisiert und das Brot wird immer mehr zum Selbstläufer.

In allen Teeniezeitschriften wird Bernd zum Kult deklariert und im Sender flattern angeblich täglich Heiratsanträge herein. Auf die ständig steigenden Einschaltquoten und den exponential steigenden Bekanntheitsgrad der drei Puppen folgte sogar eine Mini-Kinotour, bei der in 5 deutschen Städten „3 für Robin Hood“ auf der Leinwand im Großformat gezeigt wurde.

Der Grimme-Preis im Jahre 2004 markiert den aktuellen Peak der Erfolgskurve. Tendenz: Steigend. Verheerend, wenn man bedenkt, dass sich der ganze Rummel um ein deprimiertes Kastenbrot dreht, das eigentlich nur zu Hause die Wand anstarren will. Aber wer fragt schon Bernd...Mist.

Darf ein Brot das Maskottchen eines Kindersenders werden und somit zum Vorbild unserer Kleinsten?

Wir denken, es darf nicht nur - es muss! Eine Journalistin hat es einmal auf den Punkt gebracht, indem sie schrieb, dass Bernd die vielleicht pädagogischste Figur des Kinderfernsehens ist, weil sie unserem Nachwuchs eine wichtige Wahrheit mit auf den Weg gibt: Auch wenn du keine Lust hast - es gibt immer ein Busch und ein Schaf, die dich mitschleppen und dir dabei noch einen komischen Hut aufsetzen. Und unser Autor Norman Cöster ergänzt: „Pass auf, sonst trägst Du dabei auch noch ein Rüschenkleid...“

Erik Haffner Februar 2004

„Es gibt immer einen Amboss, der Deinen Namen trägt...“ Bernd das Brot