

Ewig oben

Jeden Frühling hüpf ein blauer Vogel mit karierten Hosen direkt auf Platz 1 der Schweizer Bestsellerliste. So auch letzte Woche mit Globi-Band 88 «Tiere im Zoo». Wie macht er das?



Umnutzung des Alltagsobjekts zwecks Alltagsbewältigung: Globis schönste Eigenschaft, für unser Heft gezeichnet.

ILLUSTRATION: © GLOBI VERLAG / SAMUEL GLÄTTLI

Zur Orientierung unserer Mitglieder geben wir bekannt, dass gemäss Entscheid des Vorstandes die Globi-Bücher als freier Artikel (§ 10, Ziffer 6 unserer Verkaufsbestimmungen) zu betrachten sind und daher auch von unsern Mitgliedern geführt werden dürfen.» So steht es im «Schweizer Buchhandel, Heft 5/1943». Globi ist ein Teil der Buchhandelsgeschichte, und vor allem kann er als Spiegel von Schweizer Geschichte gelesen werden. Heute hat er die Funktion, Kindern Schweizer Traditionen und Institutionen zu vermitteln.

Der Sprung in die Buchhandlungen

Gisela Klinkenberg leitet den Globi Verlag seit 22 Jahren, und das Echo von Globi-Bedenken der Buchhändler ist noch bis zu ihr gedungen. «In den 1990er-Jahren galten Buchstapel bei der Kasse noch als anrühlich und die Globibücher als Inbegriff von Massenprodukten», erzählt die Verlagsleiterin. «Über sehr lange Zeit wurden die Globibücher vor allem in Warenhäusern verkauft, in meiner Anfangszeit liefen nur etwa 20 bis 25 Prozent über den Buchhandel.» Heute sind es 70 Prozent.

Das ist sicher auch ihr Verdienst: Gisela Klinkenberg ist gelernte Buchhändlerin und weiss, was heute geschätzt und akzeptiert ist. «Globi», 1932 als Werbefigur für den «Globus» entstanden, ist den Warenhäusern endgültig entwachsen. Erst recht, seit der Globi Verlag 2007 vom Orell Füssli Verlag übernommen wurde im Nachgang der Globus-Übernahme von Migros.

Im Zoo: Klassiker des Klassikers

Fünf Wochen vor Ostern erscheint traditionsgemäss der neue Globi-Band und ist des Schweizlers zweiter Osterhase: Jedes Jahr setzt sich Globi ins gemachte Nest zuoberst auf die Bestsellerliste. So auch der 88. Band «Globi und die Tiere im Zoo», der vorletzte Woche im Zoo Zürich mit Pinguinparade und einer Rede von Zoodirektor Alex Rübel Buchvernissage feierte.

Während ein verkleideter Globi mit den Pinguinen an den Besuchern vorbeimarschierte, stiess ein älterer Zoo-besucher seine Frau an und sagte auf Hochdeutsch: «Schau mal, das scheint das Maskottchen des Zoos zu sein», worauf diese ungerührt entgegnete: «Nee, glaub ich nicht.» Richtig: Das ist neben Tell der andere berühmte Urschweizer.

Nur kennt ihn erstaunlicherweise niemand über der Grenze.

Riesenerfolg hier, Misserfolg da

Von Anfang an hat der Globi Verlag versucht, im Ausland Fuss zu fassen. Vor allem Deutschland und Österreich schien stets prädestiniert, die überwältigende binnenländische Beliebtheit der Globi-Bücher weiterzuführen, doch keine dieser Bemühungen fruchtete. Vor ein paar Jahren nahm der Globi Verlag nochmals einen Anlauf: 14 Familien aus allen Regionen Deutschlands wurden mit Globibüchern bestückt und anschliessend

«Globi behandelt heute wichtige Sachthemen.»

Gisela Klinkenberg, Verlagsleiterin

befragt. «Bei den Kindern kamen die Bücher super an», erzählt Gisela Klinkenberg. «Aber die Eltern fragten: Warum schwarz-weiss? Warum Verse?». Heute sei der deutsche Markt im Kinderbuch so stark umkämpft, dass keine weiteren Vorstösse mehr geplant seien. Möglicherweise ist es ja gerade die Begrenzung auf den Schweizer Markt, die den Erfolg ausmacht und diese einzigartige nationale Spielvorlage über alle Altersgrenzen hinweg bietet. Gisela Klinkenberg erzählt, dass sie einmal in Zürich mit dem verkleideten «Globi» unterwegs war, als ein Punkt von weither rief: «Hey Globi, läsch no?» So bieder Globi auch sein mag, so hat er von seiner Optik und Biografie her einen Drall ins Anarchische.

Direkter Draht zu Kindern

Seine Zürcher Begründer, der Globus-Werbechef J.K. Schiele und der Zeichner Robert Lips haben die Figur mit einer Verve und Leidenschaft entwickelt, die auch aus ihrer schwierigen persönlichen Beziehung gespeist wurde. Der innovative und erfolgreiche Geschäftsmann Schiele war zeitweils davon enttäuscht, dass sein «Globi Verlag», den er schon früh von der Werbeabteilung abgetrennt hatte, in der Branche nicht richtig ernst genommen wurde. Sein Verlag war ein wahres Unikum. Es gab dort zum Beispiel eine Vollzeitstelle einzig für die individuelle Beantwortung der massenhaft eintref-

fenden Kinderbriefe. Der Globi Verlag kommunizierte ganz direkt mit den Kindern und suchte nicht den Weg über die Erwachsenen, was in den 1930-er Jahren aussergewöhnlich war. Die Kinder liebten die Zeichnungs- und Geschichtenwettbewerbe, deren Ergebnisse in einer eigenen Zeitschrift publiziert wurden. Gleichzeitig konnte der Verlag die Vorschläge, Ideen und Erlebnisse der Kinder direkt ab Quelle für die Globigeschichten umsetzen.

In diesen frühen Büchern hat Globi einen Zug ins Überbordende und Cholerische und seine Familienverhältnisse sind mehr als nur Patchwork: Eltern, Geschwister und sogar menschliche Adoptivgeschwister tauchen auf, um ohne Erklärungen wieder in der Versenkung zu verschwinden. Die Kinder hatten dem Verlag auch geschrieben, dass sie Globi lieber allein unterwegs sehen als im trauten Heim. Globi liebt sein Velo so sehr, dass er es nachts ins Bett nimmt, tagüber fährt er es zu Schrott und kämpft sowieso ständig mit den Tücken des Objekts. Während er von seinen Schöpfern als Bürger zwischen Grössenwahn und Pannen angesiedelt wird, bleibt ihm heute vor allem seine Neugier und sein Wissensdurst.

Globi stehen alle Türen offen

Es ist Gisela Klinkenberg, welche die Globifigur weiterentwickelt und in die heutige Zeit geführt hat. Das augenfälligste ist, dass sie oft mit Kooperationspartnern zusammenarbeitet und Globi sehr fachgetreu hinter die Kulissen des Landes blickt. Das scheint offensichtlich aufzugehen für Kinder, Eltern und Buchhändler. «Wir haben in den letzten 20 Jahren mit fast allen relevanten Schweizer Institutionen zusammengearbeitet», sagt sie. «Diese haben uns sehr begeistert ihre Fachkenntnisse zur Verfügung gestellt. Eine klassische Win-Win-Situation. Sobald Globi im Spiel ist, gehen alle Türen auf.» Gleichzeitig schützt sie das Globi-Design klar: Die Form der Bildergeschichte, die teilweise selber ausgemalt werden kann, bleibt als Alleinstellungsmerkmal erhalten, ebenso grafische Details, etwa dass Globi nur seitlich abgebildet wird. Der junge Zeichner Samuel Glättli erstellt – wie auch die anderen Illustratoren – in enger Zusammenarbeit mit der Verlegerin die Drehbücher mit den Geschichten, die dann von Jürg Lendenmann in Verse gefasst werden. Für die Bücher wird

nach wie vor grosser Aufwand betrieben: Glättli beispielsweise ist für Recherche und zeichnerische Umsetzung des «Abenteuerbands» im Zweijahres-Turnus zuständig, was zirka einen 50-Prozent-Job ausmacht. Nebst diesen Klassiker-Bänden (Erstauflage 20 000 bis 25 000) kreierte Klinkenberg Reihen wie Globi Sach- und Kochbücher (Auflage 8000 bis 20 000). Die nächsten Titel: «Globi und die neuen Arten» über invasive Tier- und Pflanzenarten und «Globi und die Demokratie» zum 170. Geburtstag der Schweizer Bundesverfassung.

Sorgfältig gepflegte Marke

Das führt zur Frage, warum diese Kinderbuchfigur nicht irgendwann zu erlahmen beginnt. Ingrid Tomkowiak, Professorin für populäre Literaturen und Medien mit Schwerpunkt Kinder- und Jugendmedien an der Uni Zürich, hat zu Globi geforscht und sagt: «Es ist diese Verbindung von Marke und Serialität, die ihn so erfolgreich macht.» Die Marke gebe das Qualitätsversprechen, die Serie führe das Produkt in die Zukunft. In der Kombination kann daraus eine anhaltende Dynamik entstehen wie bei Globi. Zudem habe der Globi Verlag von Anfang an jedes neue Medium schnell genutzt und ausprobiert: Anfänglich Schallplatten, Hörspiele (seit über 40 Jahren mit der grossartigen Stimme von Walter Andreas Müller als Pendant zum «Kasperli» von Jörg Schneider), Versuche im Fernsehen und Internet. Nicht alles sei bei der Medienoffensive gelungen, so Ingrid Tomkowiak, vieles sogar abgestürzt wie der Globi-Film, trotzdem: «Was die Medienentwicklung betrifft, war man immer am Puls der Zeit.» Und das, obwohl Globi kein agiler Comic ist, sondern in der alten Tradition der «unterhaltenden wie belehrenden» Bildergeschichte steht.

«Globi funktioniert einfach anders»

Ein grosses Herz für populäre Literatur hat auch die Literaturkritikerin Christine Lötscher. Nach einer Einordnung gefragt, sagt sie: «Ähnlich wie das Gros der Kritiker sehe ich Globis Bedeutung eher kulturell als literarisch. Doch mit einem zu schnellen Urteil wird man ihm als Kinderbuchfigur nicht gerecht. Diese Bücher funktionieren einfach anders.» Sein heutiger Erfolg könne nicht nur darauf zurück geführt werden, dass ihn Eltern und Grosse Eltern aus purer Nostalgie kaufen. «Globi spricht hemmungslos etwas in den Kindern an, was wir Erwachse-

ne vielleicht nicht so gern sehen: Er ist halb anarchisch, halb bieder», sagt sie. «Die heutigen Kinderbücher sind ja eher frech, gewagt, charmant und kommen aus Skandinavien oder aus den Niederlanden. Doch Kinder sind nicht nur trotzig und wild, sondern oft auch konservativ und staatstragend.» Globi bewegt sich im Rahmen des Vorgegebenen und macht dort harmlosen Blödsinn. «Damit spricht er das Realitäts- und Technikbedürfnis vieler Kinder an, was man auch nicht vergessen sollte.» Durch die Jahre hat er sich politisch weiterentwickelt: Quasi vom patriarchalischen Chauvie zum Umweltschützer, da hat ebenfalls niemand etwas dagegen. Für Christine Lötscher ist Globi nicht eindeutig männlich, sondern lässt ein grösseres

Spektrum offen. Sie selber hatte bereits als Kind ein zwiespältiges Verhältnis zu ihm, fand ihn ein bisschen langweilig, hat ihn aber trotzdem ausgemalt: «Rosa-rot», sagt sie und lacht. Und vielleicht lacht man ja bei Globi ein wenig über seine eigene Beschränktheit im Alltag, und das macht ihn uns bis heute kostbar. Christine Lötscher: «Globi ist weder Kind noch Erwachsener, weder gebunden noch allein. Er ist ein Mensch, gerade weil er ein Vogel ist.» PASCALE BLATTER

Die Hintergrundinformationen zur Globi-Historie, ebenso das Eingangszitat stammen aus dem Gespräch mit Beat Frischknecht, der im Alter von 14 Jahren Kontakt mit Globi-Erfinder J.K. Schiele aufgenommen hat, um eine kleine Globi-Biografie zu schreiben. Heute betreut er seinen Nachlass. Es ist eine Geschichte für sich – eine, welche die zentrale Bedeutung der Kinder im Globi-Kosmos zeigt.

BLICK IN DIE BUCHHANDLUNGEN

Verlagsvertreter Giovanni Ravasio reist seit über 15 Jahren für die Globi-Bücher.

Wie hat sich die Akzeptanz der Globi-Bücher in den Buchhandlungen verändert?

Als ich angefangen habe für die Globibücher zu reisen, waren sie vor allem in den klassischen, eher ländlichen Buchhandlungen gefragt. Heute bestellen sie viel mehr auch literarische und städtische Buchhandlungen; sogar in Basel. Auch die Einstellung der Eltern hat sich über die ganze Zeit stark gewandelt. Vor 50 Jahren hatte jede Schweizer Familie Globibücher zu Hause, vor 30 Jahren lehnten eher intellektuelle Kreise sie vor allem aus konsumkritischen Gründen ab, weil die Hauptfigur ja ursprünglich aus der Werbung kam. Und heute ist Globi wieder sehr beliebt. Dass er inzwischen die Funktion eines Botschafters für wichtige Themen der Schweiz übernimmt, ist breit angekommen.

Sie sagten, sogar in Basel werde Globi nun verkauft. Was meinen Sie damit?

Die Basler Wissenschaftlerin Regula Renschler hatte 1981 im Basler Lenos Verlag ein Buch über rassistische Tendenzen in Kinderbüchern publiziert, in dem Globi auf eine «schwarze Liste» kam. In Basel war Globi nachher für lange Zeit tabu. Dieser Einschnitt gehört auch zur Geschichte des Globi. Anders als etwa bei «Tim und Struppi» hat man solche dem Zeitgeist geschuldeten zeichnerischen Darstellungen oder Ausdrücke nicht aus historischen Gründen beibehalten, sondern in Neuauflagen entfernt und geändert.

Orell-Füssli Mediensprecher Ronny Förster sagt zu Globi: «Bei ihm strahlen einfach alle.» Können Sie das bestätigen?

Buchhändler strahlen bei jedem neuen Globibuch, aber aus anderen Gründen als Kinder und Eltern. Jeder neue Band ist für viele Buchhandlungen der sichere Umsatzbringer vor Ostern. Und wenn Globi bei einer Veranstaltung als Figur auftritt, entsteht eine Stimmung, als ob ein Rockstar auftreten würde, das ist schon ein echtes Phänomen in unserer eventgesättigten Zeit. Ich glaube, dass dieser Globi-Act alle so verzaubert, weil er nicht spricht, also als stummer Vogel auftritt. In dieser Inszenierung wirkt er auf die Kinder wie ein Rattenfänger von Hameln. Kinder sind fasziniert von Ruhe.

Warum ist der berühmte Band 1 «Globi der Kinderfreund» nicht mehr lieferbar?

Die Backlist wird ausgiebig gepflegt, aber es sind nicht immer alle Bände lieferbar, das ändert öfters. Vereinzelt wurden ältere Titel, die heute wie erwähnt als rassistisch oder patriarchalisch empfunden werden, nicht wieder aufgelegt. Zudem ist Globi auch auf dem Antiquariatsmarkt aktiv. Kürzlich wurde in einem Zürcher Antiquariat eine alte Sammlung Globibücher verkauft, das Paket mit 10 Bänden zu mehreren tausend Franken. Das gesuchteste Buch ist «Globis Weltreise» in der ersten Auflage, ein Sammler bezahlte vor zwei Jahren 9 000 Franken. Sammlerobjekte für Kinder sind die runden Globi-Kleber, die Buchhandlungen zu jedem neuen Band mitbestellen können. Die Auflage der Kleber ist 30 000 bis 40 000 Stück. Das ist tolles und einfaches Marketing.