

Verrückt nach Minions!

Mega-Hype um die gelben Kerlchen auch bei uns im Rheinland

Von MORITZ BÖNTE und STEPHANIE WILDERMANN

Köln/Düsseldorf – Sie sind gelb. Sie tragen Fliegerbrillen, blaue Latzhosen und haben die Form einer Pille. Und sie sind Ihnen in diesen Tagen garantiert schon einmal begegnet: die Minions. Die 3-D-animierten Figuren sind die Senkrechtstarter an den Kinokassen. Ihr erster eigener Film spielte bisher weltweit über 762 Millionen Euro ein. Aber nicht nur auf der Leinwand sind die „Eierköpfe“ megaerfolgreich, sie erobern auch unseren Alltag – auf Tassen, Kappen, Bananen, Versandkartons und Stadtbahnen. Sonntag-EXPRESS ist dem Hype mal auf den Grund gegangen.

BANANA!“, ertönt es in fast jeder Szene des „Minions“-Films. Eines der wenigen Worte, das der Zuschauer vom Gequassel der kleinen gelben Kerlchen überhaupt versteht. Der Rest ist reine Fantasiesprache. Ein Grund, warum die Minions so beliebt beim Nachwuchs sind. „Sie sind selbst so ein bisschen wie Kinder“, erklärt Psychologin Elke Eyckmanns (45). „Mit ihrer schlichten Sprache und ihren Wortschöpfungen sind sie leicht zu erfassen. Die Minions agieren viel über Gestik und Mimik. Die können auch kleine Kinder schnell verstehen. Genau wie den tollpatschigen Humor.“

Vor allem Kinder ab der ersten Klasse finden die Überraschungsei-ähnlichen Figuren sehr anziehend. Der breite Erfolg erklärt sich auch dadurch, dass die Minions nicht nur auf Mädchen oder Jungen abzielen, sondern beide Geschlechter gleichermaßen ansprechen – im Gegensatz zu Hello Kitty oder Pokémon (s. rechts). „Die Minions sind nicht geschlechtsspezifisch. Sie stehen für sich selbst, sind nicht ausdifferenziert“, sagt Eyckmanns. Daher lässt sich viel auf sie projizieren.



„Für Kinder sind solche Fantasiewesen Identifikationsfiguren und gemeinschaftsstiftend“, erläutert auch Prof. Heiner Barz (58), Abteilungsleiter für Bildungsforschung und Bildungsmanagement an der Uni Düsseldorf den Minions-Hype. „Aber noch vielmehr geht es darum, sich von der Erwachsenenwelt abzugrenzen. Allein schon, weil es eine andere Spra-

che gibt oder andere Begriffe, können sich die Kinder und Jugendlichen darüber untereinander unterhalten. Da spricht man von Ingroups. Sie werden zu Experten auf dem Gebiet – und Erwachsene können einfach nicht mitreden.“

Obwohl auch Ältere Spaß an den Kerlchen finden, die ursprünglich nur eine Nebenrolle als Schurkenhelfer in den Animationsfilmen „Ich – Einfach unverbesserlich“ und „Ich – Einfach unverbesserlich 2“ hatten. Der eigene „Minions“-Film ist aber wesentlich erfolgreicher. Große Unternehmen wie Amazon, Chiquita oder McDonald's springen auf den Hype auf. Zum Filmstart fuhr eine KVB-Bahn die Witzbolde – die laut Filmstory Urzeitwesen sind, deren Lebenssinn darin besteht, Bösewichten zu dienen – durch Köln. Ein Ende der gelben Erfolgswelle: Nicht in Sicht.



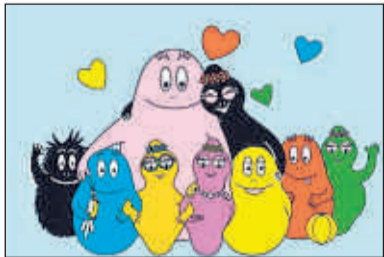
Köln-Tour: Die Minions-Bahn der KVB



Helden im neuen „Minions“-Film: Kevin, Stuart und Bob. Fotos: Verleih, Archiv, dpa, D. Borm, B. Peters, KVB

Diese Figuren waren auch Kult

● **Barbapapa:** In den 70ern der Hit: Die bunte birnenförmige Großfamilie aus Frankreich, die sich dank Knetmassenartiger Körper in alles Mögliche verwandeln konnte. Den Zeichentrickfilmen folgten Spielfiguren, Shirts und Co.



● **Diddl:** In den 90ern kam kein Schulkind ohne Maus aus. 1991 erfand Zeichner Thomas Goletz (48) die Diddl-Springmaus mit den dicken Füßen, die später von Kaffeetassen, Schulranzen und Bettwäsche winkte. 2014 gab der Verlag, dem die Rechte an Diddl gehören, das Ende von Diddl bekannt. Die Maus ist schon lange raus aus den Kinderköpfen.



● **Pokémon:** Bunte Fantasiestiere, die im Wettkampf gegeneinander antreten: Mit dem Pokémon-Spiel für den Gameboy landete Nintendo 1996 einen gigantischen Hit. Die Kinder (vor allem Jungs) wollten aber nicht nur

auf dem Bildschirm mit Pikachu (das gelbe Tierchen mit den roten Pausbacken, Foto) spielen, also gab es auch Sammelkarten und viele weitere Fan-Artikel. Zeitweise wurden Pokémons aus Schulen verbannt, weil der Hype überhandnahm. Sogar Flugzeuge wurden mit den Nintendo-Helden verziert. Bis heute verkehrt am Tokioter Flughafen Haneda eine Pokémon-Bahn.

● **Hello Kitty:** Das süße Comic-Kätzchen wurde erst recht spät bei uns zum Star: Schon 1974 erblickte es in Japan das Licht der Welt, doch erst Anfang der 2000er schwappte der „Hello Kitty“-Hype zu uns herüber. Vor allem Mädchen und junge Frauen lieben die Katze bis heute. Grenzwertig: In Japan gibt es sogar „Hello Kitty“-Vibratoren für die älteren Fans.



● **Prinzessin Lillifee:** Die kleine Blütenfee ist eine Figur aus einer Kinderbuchreihe von Monika Finsterbusch (51). Der Hype begann Mitte der 2000er. Inzwischen ist die Figur weltweit bekannt und bei Mädchen sehr beliebt. Kritik an der Fee: sie sei stereotyp mädchenhaft.

Wir sind echte Fans

Minions überall: Bei unserer EXPRESS-Umfrage trafen wir viele Gelb-Fans mit lustigen Minion-Gimmicks, die von Jung und Alt stolz getragen werden:

Yassir Kadhim (9): „Die Minions-Filme sind so witzig. Der letzte Film mit den gelben Wesen hat mir ganz besonders gut gefallen. Da brauchte ich sofort ein Käppi im Minions-Style.“



Finn Freiermuth (6): „Ich bin der Einzige in meiner Klasse, der den Film schon gesehen hat, und ich finde ihn super. Die Figuren Bob und Kevin haben mir am besten gefallen. Und ich habe mir gleich einen lila Minion besorgt – das sind die Bösewichte.“

Frank Margolf (59) aus Wuppertal:

„Im Kino war ich bei Weitem nicht der einzige Erwachsene! Meine Freunde und ich haben dem Film sogar entgegengefeiert. Und ich fand's so lustig, dass ich mir das T-Shirt zugelegt habe. »Proud to be a Minion« – Stolz, ein Minion zu sein, steht drauf.“



Fabienne Giesenkirchen (16, l.) und Jessica Kupinski (16, r.) aus Köln: „Der neue Minions-Film steht ganz oben auf unserer Liste, da müssen wir unbedingt rein, denn die ersten beiden Filme waren schon echte Kracher. So witzig und süß!“



Erik Peters (3) aus Siegburg:

„Ich habe eine sprechende Minion-Puppe. Die ruft immer ganz lustige Sachen, wenn ich auf den Knopf drücke. Mein Papa ist manchmal schon ein bisschen genervt von den vielen „Banana!“-Rufen. Aber ich kann gar nicht genug davon bekommen!“



Dehgin (16, l.) und Diene (13) Muhammed aus Köln: „Die Minions sind weltweit echt ein Riesen-Hit, sogar im Irak, wo unsere Familie lebt. Alle Klassenkameraden und Freunde rund um den Globus finden die Minions gut, deshalb haben wir uns auch gleich beide diese Pull-over gekauft, als wir sie hier in der Stadt gesehen haben. Mit Minions liegt man derzeit einfach immer richtig.“

