

Travis (9) und Nyah (8) haben den **Weihnachts-Spot der Migros** mitkreiert**Wunderlütten**

Travis (L) und Nyah machen beim Treffen mit Blick auch das Büro der Filmproduktionsfirma Rosas N Co zum Spielplatz.

Kleine Köpfe mit grossem Geist

JEAN-CLAUDE RALEMY

Der Weihnachtspot der Migros ist dieses Jahr völlig anders als in den Vorjahren. Keine tränenreiche Geschichte, keine süssen Wichtel, Balen oder Drohnen, kein fürsorgliches Mami. Nein, dieses Jahr will ein Geist zu einer Weihnachtsparty. Da kommen Hexen, Monster, Regenbogenschwermel, ein geländes Brot und sogar eine Dinosaurierband vor. Ganz nach dem Motto: Lassen wir uns von Kindern verzaubern.

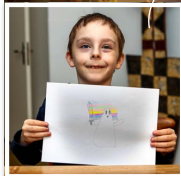
Hauptfiguren im seltsam-witzigen Werbefilm sind dieses Mal die Personen hinter der Story. Insgesamt haben «8 Kinder von vier bis elf Jahren bei der Entstehung mitgemacht. Blick trifft in den Büros der Zürcher Produktionsfirma Rosas N Co zwei der kleinen Kreativköpfe, die auch im Werbespot zu sehen sind: Nyah (8) aus Basel und Travis (9) aus Suhr AG.

Während des Gesprächs malen sie auf einem Blatt ihre Kreationen. Travis' Idee war das Regenbogenschwert, mit dem man ein Hirn herzaubern kann. «Ich wünsche mir auch so eins, das wäre gut, um Mathi-Aufgaben zu lösen, mein der kecke Junge.

Nyah zeichnet den Geist, gut Deutsch das Gespenst. Ihre Idee war aber eigentlich die Hexe in der Badewanne. «Hexen singen, und im Bad blubbert es wie in einem Hexentank», begründet sie ihren Einfall. Ebenfalls auf ihr Kreativkonto gehen die Clownriebe des Gespenstes, mit denen es die anderen Partygänger amüsiert und schlüsslich Anschluss findet. Ganz akzeptiert wird es, als es von der Weihnachtsmitze erhält. Eine Idee von Travis. Und eine der wenigen Referenzen an Weihnachten.

Im Verlauf des Gesprächs wird nicht ganz klar, ob die Kinder wirklich wussten, dass sie eine Weihnachtsgeschichte kreieren sollen. Das schien auch gar nicht so zentral. Geachtet wurde auf grösstmögliche Kreativität, hält Claudia Mai (60) von der gleichnamigen Castingfirma fest. Nyah sah den Einsatz als weiteren Auftrag – sie hat schon bei zahlreichen Fotoshootings und sogar in Filmen mitgemacht.

Travis schildert, dass er anhand von fünf Stichwörtern eine

**Regenbogenschwert**

Damit könne man sich ein Hirn herbeizaubern, weiss Travis

**Badewanne**

Hexen stinken, begründet Nyah ihr Idee



Geschichte erfinden sollte: «Da für habe ich mich auf meinen grünen Froschstuhl gesetzt. Dann wurde ich zum Casting eingeladen. Als ich allein meine Geschichte erzählte, bekam ich einen Eisstee. Jemand hat für mich die leere Eispackung weggeworfen. Das war ein gutes Zeichen.»

Das war es in der Tat. Nyah und Travis erhielten zusätzlich zum Auftritt im Spot auch Sprechrollen. Mit dem fertigen Migros-Spot sind sie zufrieden, obwohl ihr ursprünglich vorge-tragenen Geschichten teils ganz anders waren. «Die Produzenten haben die Geschichte aus allen Kinderideen zusammengesetzt», weiss Nyah. Würden sie im Nachhinein etwas am Video ändern? «Ich hätte mir gewünscht, dass das Monster und die Hexe und das Grös am Ende bei der Party auch dabei sind», meint Travis, «alle sollen mitmachen dürfen.» Nyah hätte sich gewünscht, dass das Grös zur Hexe in die Badewanne steigt. Warum, bleibt ihr Geheimnis.

Die Kinder signalisieren damit jedenfalls, dass Inklusion auch für sie die zentrale Weihnachtsthema ist. Sie betonen, dass sie Weihnachten «mit der ganzen Familie» verbringen

wollen. Solchen, die an Weihnachten allein sein müssen, würde Travis ein Haustier kaufen, «vielleicht einen Goldfisch. Nyah würde für alle, die nicht zur Weihnachtsparty dürfen, eine eigene Party organisieren.

Ansonsten sieht idealtypische Weihnachten bei beiden Kindern recht klassisch aus. Sie wünschen sich Lego, Super-Zings oder im Fall von Nyah «einen Roboter, der malen und Sprechrollen kann». Natürlich ist auch der Adventskalender wichtig, ebenso das Festmahl. Nyah wünscht sich Spaghetti. Allgemein ist Weihnachten für beide die schönste Zeit des Jahres, zumal auch ihre Geburtstage in den Winter fallen. Schön seien aber auch Ostern, der Valentinstag oder Halloween. Hauptsache, ein Fest.

Das Halloween erwähnt wird, wird all jene auf den Plan rufen, für die der Werbespot mehr mit Gruselgeist als mit Weihnachten zu tun hat. Wen kümmert's? Die Kindergeschichte zeigt, dass es ums Zusammen-sein geht, «auch ums Geben», wie Travis betont. Sie freuen sich selbst aufs Dekorieren, auf den Schnee, aufs Chlausessäcki.

Wie das Fest aber letztlich gestaltet ist, muss überhaup-

keinen klaren Vorgaben folgen. Als alternative Weihnachtssdekoration, meint Travis, könnte man «Klopapier rot annalen und mit Kugeln und Glocken verzieren, das sieht sicher gut aus». Nyah hätte am liebsten eine riesige Kugelbahn ger durchs Haus, «die Kugeln könnten im Vorbeifahren Glocken zum Läuten bringen».

Während sich das Gespräch noch um die Reaktionen von Mitschülerinnen und -schülern auf den Spot dreht und Nyah nicht mehr sicher ist, ob sie für ihre Rolle in Dollor oder Franken bezahlt worden ist, hat Travis aus den Farbstiften bereits eine Kugelbahn gebastelt. Nyah ist stolz beim Spiel dabei. Die Kinder hält nichts mehr auf den Stühlen, sie verwenden im Interviewraum in einem Spielplatz.

Das ist auch o.k. Das Treffen mit den kleinen Kreativköpfen ist genauso erfrischend, unvorhersehbar, fantasievoll und irgendwie auch rührend wie der Werbespot selbst. In dieser krisen-geplagten Zeit eine willkommene Abwechslung. Wie heisst es im Grossenweyer-Lied? «Die Welt geht in Kinderhände – der Trübsal ein Ende.» Das hat die Migros richtig erkannt.