



# 2005/11 dschungel

<https://shop.jungle.world/artikel/2005/11/uebergeschnappischnappt>

# Übergeschnappischnappt

Von **Markus Ströhlein**

## **Das Kinderlied »Schnappi, das kleine Krokodil« verwandelt die Charts in Streichelzoos. von markus ströhlein**

Super Nanny gesucht, die mich dauernd und stramm in Windel und Gummihose steckt und mich beschützt und behütet ins Kleinkindalter führt.« Ob der 41jährige »Windeltobi 2001« mit seiner Annonce im Berliner Stadtmagazin zitty fündig wurde? Mit einem gewissen Maß an Triebsublimierung hätte er sein Bedürfnis einfacher befriedigen können. 600 000 Menschen in Deutschland haben bewiesen, dass sich der Wunsch nach der Windel auf die Hörgewohnheiten übertragen lässt. Schnappi sei Dank.

600 000 mal wurde die Maxi-Single des Kinderlieds »Schnappi, das kleine Krokodil« seit ihrer Veröffentlichung Anfang Dezember 2004 verkauft und deshalb bereits mit Doppelplatin ausgezeichnet. Acht Wochen lang war Schnappi die Nummer Eins der deutschen Charts. Auf Platz eins in Österreich, in der Schweiz, in Holland und Belgien ist: Schnappi. Auch in England, Frankreich und Japan droht nun die Veröffentlichung des Songs. Bei 100 000 deutschen Handybesitzern bimmelt mittlerweile der Kroko-Song. In Sachsen-Anhalt läuft die Merchandise-Maschinerie an, 30 000 Vorbestellungen liegen der Kösemer Spielzeug GmbH für Stoff-Schnappis in unterschiedlichen Größen vor. Wer Internet-Suchmaschinen den Begriff »Schnappi« vorschlägt, wird von beinahe einer Million Treffern erschlagen. Die Welle des Pop-Infantilismus rollt und mit ihr der Rubel. Zur maximalen Gewinnabschöpfung hat die Plattenfirma Polydor Ende Februar das Album »Schnappi und seine Freunde« auf den Markt geworfen, dem der ganz große Chart-Einstieg jedoch verwehrt blieb. Zufrieden dürfte man bei Polydor angesichts der Erfolge des harmlosen Liedchens dennoch sein.

Harmlos startete Schnappi seinen vollkommen ungeplanten Siegeszug. Die Komponistin Iris Gruttmann, u.a. für die »Sendung mit der Maus« tätig, schrieb das Lied im Jahr 2001 für ihre fünfjährige Nichte Joy. Doch zunächst blieb alles ruhig, auch nach der Veröffentlichung des Songs auf zwei Kinderlieder-Alben.

Erst im MP3-Format entfaltete Schnappi über das Internet sein Ansteckungspotenzial. Nachdem man beim Radiosender SWR 3 auf das Lied aufmerksam geworden war und es eher als Gag ins Programm aufgenommen hatte, gingen Hunderte Anfragen ein, die Welle kam langsam, aber unaufhaltsam ins Rollen. Warum ihr Song die Hitparaden in akustische Streichelzoos verwandeln konnte, versuchte Iris Gruttmann in einem Interview mit dem WDR zu erklären: »Ich glaube, der Erfolg ist da, weil ich das aus vollem Herzen mache. Schnappi ist ein authentisches Kinderlied,

und ich habe es nicht mit Blick auf die Charts geschrieben.«

Das Erfolgsgeheimnis von Schnappi dürfte jedoch weniger in der Arbeit der Komponistin als im rührseligen Potenzial des Stimmchens ihrer Nichte Joy Gruttmann zu suchen sein. Dass beim kindlichen Unschuld-Timbre der kleinen Sängerin nicht nur Tränen der Ergriffenheit über die Wangen vereinsamer Omas kullern, sondern ein kollektiver »Süüüüüß«-Ausruf durch die Republik wabert, ist nicht verwunderlich. Die Masche mit Gefühl funktioniert immer. Bereits der Ende der sechziger Jahre aktive Hendrik Nikolaus Simons, besser bekannt als Heintje, hatte mit seinem Schmachtfetzen »Mama« neben den Herzen auch die Hitparaden erobert und bis zum Ende seiner relativ kurzen Karriere 40 Millionen Platten auf der ganzen Welt verkauft.

Ganz so erfolgreich war Rolf Zuckowski nie. Sein größter Hit war das 1982 erschienene »...und ganz doll mich« und das zugehörige Album »Lieder, die wie Brücken sind«. Dafür ist der Sänger und Komponist immer noch im Geschäft mit den Kinderstimmen.

»Sie wollen Brücken sein für Kinder und Erwachsene und dazu beitragen, dass viele Menschen durch sie näher zueinander finden.« Was Rolf Zuckowski damals zum moralschwangeren Credo seiner Lieder erhob, gilt auch, abzüglich der Moral, für Schnappi. Weder Text noch Melodie stellen große Anforderungen an die Reproduktion im gemeinschaftlichen Kreis. Mit einfachen Worten: Schnappi fördert das gesellige Singen. Zur fränkischen Fastnacht im bayerischen Fernsehen erschien Bayerns Umweltminister Werner Schnappauf, Narhalla-Marsch, im Schnappi-Kostüm. Und die ganze Halle sang »Schni-Schna-Schnappi«. Schnappi ist ein gesellschaftliches Ereignis.

Zu gute halten muss man dem Lied, dass es sich nicht im abgründigen Bereich des »Stimmungslieds« bewegt. Man erinnere sich an den »Ententanz« und die »Polonäse Blankenese« von Gottlieb Wendehals, den »Nippel« von Mike Krüger oder ähnlich grausige Höhepunkte gemeinschaftlicher Debitatpflege, die es allesamt an die Spitze der deutschen Charts geschafft haben.

Schnappi hat noch andere Vorbilder. Schon vor dem kleinen Krokodil tummelten sich Plüsch-, Stoff- oder Comic-Figuren in den Charts. Vom 27. März bis zum 23. April 1978 hatte ein weißbärtiger Holländer im »schwarzen Frack«, unterstützt von kleinen, blauen Zwergen, die erste Position der deutschen Hitparade inne. Vader Abraham und die Schlümpfe entzückten die deutsche Hörerschaft mit ihrem musikalischen Frage- und Antwortspiel über Herkunftsort, Hautfarbe und Kleidung der Schlümpfe derart, dass die Single »Das Lied der Schlümpfe« 1,5 Millionen mal und die zugehörige LP zwei Millionen mal verkauft wurden.

Bereits im Jahr 1973 hatte es der Zeichentrickhund Wum aus Wim Thoelkes Ur-Quizshow »Der Große Preis« mit dem Song »Ich wünsch' mir 'ne kleine Miezekatze« für zwei Monate auf den ersten Platz der deutschen Charts geschafft. Ein jüngeres Beispiel sei noch genannt: 1999 zuckte ein gelbes Plüschtier namens Flat Eric zuerst durch einen Werbespot von Levi's, dann durch den Videoclip des Dance-Projekts Mr. Oizo und schließlich landete es in verschiedenen Ländern auf Platz eins der Hitparade, so auch in Deutschland.

Ziemlich weit nach oben hat es Schnappi in den Lesercharts des Magazins Spex geschafft, nämlich auf Platz 15. Schwer ermitteln lässt sich, warum das Lied bei den Lesern des deutschen Zentralorgans für Popkultur so hoch in der Gunst steht. Ist es Schnappis Trash-Faktor? Oder ist es die Erkenntnis, dass Schnappi mit seinem Mix aus kindlichem Eskapismus und kindischem

Entertainment der momentane King of Pop ist?

Wer als Schnappologe die Gründe der Schnappi-Manie erforschen will, sollte sich beeilen.  
Erfahrungsgemäß sind die Produkte des Pop-Infantilismus Eintagsfliegen.

Iris Gruttmann: Schnappi, das kleine Krokodil. Polydor (Universal)

© Jungle World Verlags GmbH