

SZENE WATCHER

No. 84

Das Flyer-Zine der trivialen Szene und
Anzeiger für triviales Entertainment seit 1995

Sonderpreis
50 Pfg
für
1000 Exemplare

Hamburg und anderswo

Eine Comic-Börse weckt sehr unterschiedliche Interessen. Der Veranstalter freut sich, wenn alle Verkaufstische vermietet sind und viele eintrittszahlende Besucher sein Einnahmesäckel noch mehr füllen, der Händler hofft auf möglichst viele zahlungskräftige und kaufwillige Besucher, der Sammler hofft auf möglichst viele Schnäppchen, um endlich seine Serien zu kompletieren und der Fan hofft, dass möglichst viele Kumpels und Freunde erscheinen, mit denen er Konversation pflegen kann. Und... eine Börse wird von den einzelnen Personengruppen nur dann als erfolgreich gepriesen, wenn alle ihre Wünsche in Erfüllung gehen.

Allerdings sind so manche Veranstalter, auf die ja oft alles Positive und Negative zurückfällt, in zunehmendem Maße nicht mehr in der Lage, ihre Veranstaltung für alle Beteiligten auf Dauer attraktiv zu gestalten. Immer öfter hört man von Händlerseite, dass für schlecht gefüllte Kassen ein mangelhaftes Werbe-Konzept des Veranstalters, sofern es überhaupt eines gibt, verantwortlich sei. Aber auch die Sammler stöhnen entweder über das immer einheitlicher werdende Gesamtangebot oder über kleine Unannehmlichkeiten am Rande. Originalton eines jungen Sammlers, der auf der Hamburger Börse am 6.2.99 seinen ersten Börsen-Besuch hinter sich brachte:

» ...für mich ist der Eintrittspreis etwas zu hoch, so 3-5 DM wären ideal. Und dann steht der Typ da und verteilt diese dämlichen McDonalds Werbeteile, mit denen mich meine Freunde noch ganz verrückt gemacht haben, nerv! Und dann diese Hitze! Wie halten das die Händler aus? Das ist ja wärmer als am Strand! Und das Gedränge, Mann waren die Gänge eng, das kann man doch etwas großzügiger handhaben. Und einige Händler waren ganz schön patzig, zum Glück habe ich nur bei einem eingekauft, der sehr nett war... ein Fernseh-Team habe ich auch gesehen, das mit seiner Kamera das Gedränge auch nicht gerade entlastet hat... außerdem waren anscheinend auch zwei Zeichner anwesend, die mir allerdings gänzlich unbekannt waren... aber alles in allem, trotz des Gemeckers, war es schon ein Erlebnis, und ich kann nur sagen, daß ich das nächste Mal auf jeden Fall wieder dabei bin!«

Hoppla, da hat der Veranstalter aber noch mal Glück im Unglück gehabt. Aber muss das sein? Eintrittspreise wie im Kino, Räume wie Raubtierkäfige oder Treibhäuser und die Gänge an manchen Stellen so eng, dass man die Ware nur aus der Ferne sehen kann? Und Zeich-

ner! Welche Zeichner? Ich habe keine gesehen! Ist es dem Veranstalter nicht möglich, den einzigen Event, und sei er noch so klein, wenigstens anzukündigen? Man kann sich des Eindrucks nicht erwehren, dass Profitsucht schon lange den Stellenwert des Fannischen überflügelt hat: Eintritt immer höher, immer mehr Tische, Gänge immer enger, Verzehr immer teurer, null Info, kaum Events, immer nur Kohle machen..., womit wir bei den Fans angelangt wären. Wenn der Veranstalter schweißgebadet seine Tischräumer antreibt, der Händler erschöpft versucht, sein völlig überladenes Auto zu verschließen und der Sammler total entnervt zum x-ten Male seine Checkliste überprüft, dann sitzt der Fan gemütlich mit seinen Kumpels im Gasthaus bei einem Bierchen und lässt fünf gerade sein. Zuvor hat er allerdings einen netten Turn durch den Hamburger Kiez unternommen und diverse Läden wie *Kulturbuch*, *Andere Welten*, *2001*, *House Of Horror* oder den Comic-Shop der Gerbrüder Knüppel aufgesucht. Am Börsentag begibt er sich dann gemächlich ins Getümmel, trifft sich mit seinen Freunden in der Futterecke oder postiert sich mit einer Bierflasche in der Hand vor dem Stand eines befreundeten Händlers, so dass kein Kunde mehr an die Ware herankommt. Immer das Beste daraus machen.

Und nach Börsen-Schluss dann wieder dasselbe Bild: Der Veranstalter treibt seine Mannen zum letzten Aufräumen, der Händler buckelt seine immer noch vollen Kisten zurück ins Auto und der Sammler streicht feuchthändig und durchgeschwitzt in der U-Bahn seine Checkliste ab, während der Fan mit einigen Kumpels, über die Börse maulend, zum Abendessen in einem Gasthaus Platz genommen hat. Abwechslung ist eben alles. Und der Fan weiß: Das Comic-Fandom ist die Wiege der Comic-Industrie!

Ob Spaß oder Ernst, der Spruch »Weniger ist mehr« gilt für Comic-Börsen nicht, ganz im Gegenteil. Nette Einlagen und Events sind gefragt, nur sollte man sie dann auch ankündigen. Das Aufstellen von Tischen und das Präsentieren der Ladenhüter reicht nicht mehr. Noch stagniert die Zahl der Börsen-Interessier-

ten (gestiegen ist sie schon lange nicht mehr), aber sie könnte auch schlagartig sinken, wenn dem Börsen-Eintopf nicht irgendwann einmal neue Zutaten beige-rührt werden.

Man kann es gar nicht oft genug wiederholen: Börsen sind in der Comic-Szene als Platz für Kommunikation und Gedankenaustausch unentbehrlich, hoffen wir nur, dass nach den Abzockern nun endlich die Entertainer kommen.



Heiner Jahncke, Günter Mücke und Jan Gosewisch:
Urgestein der Hamburger Comic-Szene

Events

Börse in Berlin

Die Berliner Frühjahrs-Börse am 10. April 1999 scheint so langsam doch noch interessant zu werden. Dem Mitveranstalter Peter Skodzik ist es gelungen, den MOSAIK Steinchen für Steinchen Verlag (Mosaik) für die Veranstaltung in Tegel zu gewinnen. Außerdem wird in der April-Ausgabe von



Mosaik-Chef Klaus D. Schleiter

Mosaik per Anzeige umfangreich für das Treffen geworden. Mosaik-Chef Klaus D. Schleiter wird nicht nur die Produkte des Verlages präsentieren sondern auch Zeichner mitbringen, die signieren und massenhaft *Abrafaxe* zeichnen wollen. Das Ganze ist im Internet nachzulesen (<http://www.abrafaxe.com>). Leider hat man dort vergessen, den Veranstaltungstermin zu nennen.

ComicAction in Essen

Ende Februar 1999 trafen sich in Essen alle namhaften Comic-Verlage, um die Durchführung der ComicAction 99 zu beschließen. Der Event, der in den Rahmen der Essener Spiele-Messe eingebunden wird, findet laut Steffen Volkmer vom Dino Verlag definitiv erstmals vom 21. - 24. Oktober 1999, in einer separaten Messehalle auf dem Gruga-Gelände statt. Das jährliche Treffen wird mit Sicherheit große Beachtung auf sich ziehen und dürfte im Falle des zu erwartenden Erfolges aus dem fränkischen Erlangen mit Argusaugen beobachtet werden. Sollten die Veranstalter in Erlangen nicht in der Lage sein, sich den Bedürfnissen der Comic-Leser und der neuen Verlagslandschaft anzupassen, dann könnte, den Erfolg vorausgesetzt, eine ernst zu nehmende Konkurrenz zum Comic-Salon in Franken entstehen.

Simpsons-Tour

Dino bringt die *Simpsons*-Zeichner Stephanie Gladden, Phil Ortiz und Bill Morrison nach Deutschland und auf eine bundesweite Tour. Berlin wird Tour-Hauptstadt! Das Ganze findet in den ersten drei Maiwochen statt. Gladden wird mehr im Kölner und Frankfurter Raum auftreten, Ortiz im norddeutschen Raum und Morrison in Berlin. Allerdings wird Ortiz auch nach Berlin mitkommen und gleich etwas Urlaub machen. Der Berlin-Part findet in der dritten Maiwoche statt und zwar am Montag, dem 17., bei Karstadt (Neukölln?), am Dienstag, dem 18., bei Wertheim am Kudamm, und am Mittwoch, dem 19., wahrscheinlich bei Modern Graphics.

Die genauen Daten geben wir sobald als möglich bekannt.

Monica kommt!

Am 27. März 1999 werden die Schlangen vor dem Berliner Nobelkaufhaus KaDeWe schon weit vor

Öffnung des Hauses wesentlich länger sein als zur Eröffnung des Schlussverkaufes. Nicht etwa weil alle Preise gnadenlos um 70% gesenkt werden, nein, die bekannteste Praktikantin der Welt, Monica Lewinsky, wird an diesem Tag ihr im Ullstein Verlag erscheinendes Buch, *Ihre wahre Geschichte*, vorstellen und signieren. In London wurde sie von stundenlang wartenden Fans und zweihundert Pressevertretern mit gnadenlosem Blitzgewitter empfangen und mit Fragen bombardiert.

Für das DM 34 billige deutsche Werk der 25-jährigen liegen bereits 70.000 Bestellungen vor, und nicht viel weniger Schaulustige und Fans der holden Maid werden sich zwischen 12:00 und 14:00 Uhr um ein Autogramm von ihr, oder einen Blick auf sie, prügeln. Sicher wird der eingefleischte Comic-Fan sie auch dazu bewegen können, mit ihrer Unterschrift sein Sketchbook zu veredeln, allerdings wird sie wohl keine Zeichnung zu Stande bringen, denn der Umgang mit Zeichenwerkzeugen gehört unseres Wissens nicht zu ihren bevorzugten Fähigkeiten. Gewiss ein sehr netter Event, der einen vom stressigen Comic-Lesen und -Sammeln ein wenig ablenkt und auf andere Gedanken kommen lässt, aber gleichzeitig wieder unbeantwortete Fragen aufwirft, wie z. B.: Wann erscheint endlich das *Monica vs. Hillary Crossover* oder *Starr-Report - Der Comic!*?



Monica

Lobos langer Abschied

Die voraussichtlich letzte *Lobo*-Nummer der laufenden Serie wird die #68 sein, das gilt als sicher ist allerdings noch nicht bestätigt. Der Dino Verlag hat ca. 50 Nummern, diverse Mini-Serien und Specials noch nicht veröffentlicht und wird die deutsche Serie auf alle Fälle fortsetzen, denn bis alle US-Ausgaben abgearbeitet sind, hat es in den USA bestimmt wieder einen Relaunch gegeben. Der Dino Verlag wird laut Steffen Volkmer »zu passender Gelegenheit« auch das legendäre *Lobo-Convention-Special* herausbringen, ein Highlight erster Güte.

Impressum

Szene Whatcha #84, März 11, 1999 • © Joachim Heinkow
Herausgeber/Redaktion: Joachim Heinkow • Tübinger Straße 2, 10715 Berlin
tel 030-857 297 88 • 0171-681 74 11 • fax 030-857 297 89
E-Mail: heinkow@cheerful.com
Internet: <http://www.pinuts.de/sw>

© der Abbildungen bei den Verlagen bzw. Zeichnern oder Fotografen.

Mitarbeiter/in dieser Ausgabe: Gaby Heinkow, Stefan Baehr

Alle Beiträge, wenn nicht anders gekennzeichnet, von Joachim Heinkow. Szene WHatcher erscheint ausschließlich in der Berliner Szene. Für unverlangt eingesandte Beiträge wird keine Haftung übernommen. Eine Verwertung der urheberrechtlich geschützten Beiträge und Abbildungen, insbesondere durch Vervielfältigung und/oder Vertreibung, ist ohne vorherige schriftliche Zustimmung des Herausgebers unzulässig und strafbar, soweit sich aus dem Urheberrecht nichts anderes ergibt. Die Meinung der Mitarbeiter gibt nicht unbedingt die des Herausgebers wieder.