

SZENE WATCHER

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

No. 121

31. August 2000



Carl Barks 27.3.01 - 25.8.00

Am Morgen des 25. August 2000 verstarb Carl Barks, der wohl genialste Comic-Zeichner des 20. Jahrhunderts, in einem Krankenhaus im US-Bundesstaat Oregon an Leukämie, nachdem der greise Künstler schon seit geraumer Zeit die Nahrungsaufnahme verweigert und es ablehnt hatte, Medikamente einzunehmen.

Obwohl Barks, abgesehen vom Besuch der heimischen Dorfschule und einiger Lektionen eines Zeichenfernkurses, nie in den Genuss einer gestalterischen Ausbildung kam, begeisterte er mit seinem Duck-Universum Millionen von Comic-Leser. Die Verehrung, die dem Bauernsohn aus Merrill (Oregon) schon zu Lebzeiten zuteil wurde, war grenzenlos und über keinen Comic-Zeichner ist bis zum heutigen Tage so viel berichtet und geschrieben worden.



Barks konnte auf ein erfülltes Leben zurückblicken, das für ihn viele Höhen und Tiefen bereithielt. Was auf den ersten Blick wie der *American Dream* oder *Vom Tellerwäscher zum Millionär* erscheint, war wohl mehr

ein Erreichen des gehobenen Mittelstandes, denn bevor dem allürenfreien Genie endlich Ruhm und Ehre zuteil wurden, hatte er sich nicht nur als Zeichner in verschiedenen renommierten Studios verdingt, sondern sich auch als Druckereihelfer, Feldarbeiter, Holzfäller, Schlosserhelfer und Hühnerzüchter durchgeschlagen.

Keine Comics wurden so oft nachgedruckt wie Carl Barks Geschichten aus *Duckburg*, was in einer prachtvollen, 30-bändigen Buchausgabe, der *Carl Barks Library*, Anfang bis Mitte der 80er Jahre gipfelte. Allerdings dürfte die Barks'sche Fangemeinde in Europa inzwischen grösser sein als die in den USA, was auch in der Alten Welt zu Nachdrucken in jeglicher Form geführt hat. Wer jedoch in den Genuss der puren Erzählkunst des Duck-Man kommen möchte, mit der er den Zeitgeist der USA der 30er, 40er und 50er Jahre auf eine unübertreffliche Art und Weise eingefangen hat, dem bleibt nichts anderes übrig, als sich an die US-amerikanischen Ausgaben zu halten.

Durch sein Duck-Universum ist Carl Barks unsterblich geworden - wir können ihn nie vergessen... RIP.

Noch'n Preis

WEB.DE, Dino entertainment und ComicRadio-Show.com veranstalten gemeinsam den ersten deutschen Online-Comic-Wettbewerb OCX-Award und jeder kann mitmachen. Es gibt nicht mal eine Altersbeschränkung, wär ja auch noch schöner. Bei freier Themenwahl gilt es, eine Webisode (Online-Comic) aus dem Boden zu stampfen, dessen Nutzungsrechte im Falle einer Prämierung allerdings an die Initiatoren übergehen. Das erinnert doch stark an die work-for-hire Knebeleien aus dem Gold und Silver Age, denn so mancher Zeichner wär nicht als armer Mann gestorben, wenn ihm die Rechte an seinen Charakteren geblieben wären. Also nicht unbedingt das bringen, was man später selbst verwerten möchte.

Ansonsten mutet das Unterfangen sehr vernünftig an, da kurz über lang der Comic im Netz immer mehr an Bedeutung gewinnen wird und es langsam Zeit wird, dass sich die junge deutsche Zeichner-Gilde so langsam auf ihren Auftritt im Netz vorbereitet. Deshalb hat dieser Wettbewerb durchaus einen richtungsweisenden Charakter und da es an guten deutschen Comic-Zeichnern nicht mangelt, darf man auf die Webisodes schon mal sehr gespannt sein.

In der Jury werden neben Vertretern der drei Initiatoren auch die bekannten Comic-Schaffenden Jürgen Seebeck und Timo Würz sitzen. Seebeck, auf dem Gebiet des Online-Comic kein Unbekannter, hat bereits mit *Bloody Circus* eine Webisode bei dem Verlagsriesen Kadansha veröffentlicht, deren analoge Ausgabe zur Frankfurter Buchmesse beim Carlsen-Verlag erscheinen wird. Timo Würz dürfte den Comic-Lesern vor allem durch *XCT*, *Lula & Yankee* sowie *Drakan* bekannt sein. Würz' neues Projekt, *Black Metal*, ist mit einer Previewsite bei WEB.DE online zu begutachten.

Die Preise für die glücklichen Gewinner lesen sich wie folgt:

1. Preis: DM 5.000 plus ein Vertragsangebot
2. und 3. Preis: Je DM 1.000 plus ein Vertragsangebot
- 4.-10. Preis: Softwarepakete
- 11.-20. Preis: Comic-Abos und T-Shirts

Außerdem gibt es drei Spezial-Preise der Jury für die beste technische Umsetzung, die beste Story und das beste Artwork. Die Preisverleihung erfolgt am 18. Oktober 2000 auf der Frankfurter Buchmesse, Einsendeschluss für die Arbeiten ist der 6. Oktober 2000, 24:00 Uhr.

Näheres über die Regeln und die Initiatoren unter www.ocx-award.de

Aus für Supies Mega-Box

Gerade einmal 774 Bestellungen lagen Dino entertainment am 16. August 2000 für die in Aussicht ge-

stellte *Superman Mega Box* vor. Dieser 298 DM teure Schuber sollte die Lücke zwischen der »alten« *Superman*-Serie und dem *Mann aus Stahl* schliessen. Das Ganze gibt zu denken, wenn man berücksichtigt, dass angeblich etliche Händler schon bis zu zehn dieser Werke vorab geordert hatten. Auch wenn der anvisierte Preis von 298 DM für die geschundenen Geldbörsen der Fans und Sammler nicht gerade einladend war, so zeigt sich hier doch, wie gering der Bedarf an Artikeln in diesem Preissegment ist, trotz hoher Attraktivität der Serien. Wen wundert's da noch, wenn ambitionierte Projekte auf Grund von Unverkäuflichkeit kurz oder lang im Ramsch landen?

Rosige Zeiten für Rosa-Fans!

Jawoll, Don Rosa, der vermeintliche »Nachfolger« des legendären *Duck-Man*, Carl Barks, wird eine Signier-Tour quer durch die deutschen Landen unternehmen. Der Egmont/Ehapa Verlag macht's möglich, dass Rosa mal wieder seine Fans zwischen Hamburg und Stuttgart beglückt und sich in unzähligen Sketchbooks und Disney-Alben verewigt. Hoffentlich hat man aus der Vergangenheit gelernt und weiss sich gegen »Fans« zu wehren, die mit Taschen und Koffern voller Alben anreisen, um sich diese durch die Unterschrift Rosas veredeln zu lassen. Dass besagte Alben später zu einem Vielfachen des Coverpreises angeboten werden, versteht sich von selbst, denn welcher halbwegs normale Fan stellt sich schon 20 oder 30 signierte Alben, teilweise immer die gleiche Ausgabe, ins Regal?

Die Termine:

- 16. Oktober Karstadt Gießen
- 17. Oktober Karstadt Essen und Bochum
- 18. Oktober 2 x Karstadt Berlin
- 19. Oktober 2 x Karstadt Berlin
- 20. Oktober 2 x Karstadt Hamburg
- 21. Oktober Karstadt Hamburg
- 22. Oktober Buchmesse Frankfurt
- 23. Oktober Karstadt Wiesbaden
- 24. Oktober Karstadt Stuttgart

Da für jeden Auftritt nur ca. zwei Stunden angesetzt sind, dürfte wohl kaum viel Zeit für filigrane Zeichnungen bleiben. Zum Höhepunkt dieser stressigen Tour soll Rosas Auftritt auf der Frankfurter Buchmesse (18.-22. Oktober 2000) avancieren, die zumindest in diesem Jahr ganz im Zeichen des Comics steht. Die Besucher der Essener Comic Action, die nur ein paar Tage später beginnt (26.-29. Oktober 2000), gucken allerdings in die Röhre, da Egmont/Ehapa bekanntermassen auf dieser Veranstaltung nicht vertreten sein wird.

...Eckart Sackmann hat in seiner **RAAHH!-Online**-Ausgabe jetzt Sonderseiten zur Frankfurter Buchmesse (Faszination Comic) eingerichtet. Hier kann man bereits viel Wissenswertes über die weltweit bedeutendste Veranstaltung in Sachen Buch nachlesen, sowie sich schon mal vorab über die den Comic betreffende Programmpunkte informieren. Die Seiten werden den einlaufenden Infos entsprechend weiter ausgebaut, was die

RAAHH!-Crew schon auf dem Erlanger Comic-Salon erfolgreich praktizierte. Ausserdem wird es eine Kooperation zwischen RAAHH! und der *ZACK-Zeitung* geben, die direkt in Frankfurt produziert wird. Also, unbedingt einloggen, unter <http://www.comic.de/buchmesse>

...der **Kinder-Comic-Markt** schwächelt. Die Meldungen kamen praktisch Schlag auf Schlag: Egmont/Ehapa stellt *YPS* im Oktober 2000 ein, Dino entertainment nimmt *Looney Toons* vom Kiosk, die Verkaufszahlen des Dauerbrenners *Micky Maus* (Egmont/Ehapa) fallen und der Klassiker *Fix und Foxi* (Egmont/Ehapa) verschwindet nach nur drei Ausgaben wieder in der Versenkung. Am stärksten ist hier Egmont/Ehapa betroffen, der Marktführer auf dem Kinder-Comic-Markt.

Das Segment lässt deutlich Federn, da sich die Zielgruppe offensichtlich anderen Comic-Gebieten oder Medien zuwendet. Gründe für diese Entwicklung gibt es sicherlich viele, vielleicht die billigen ALDI-Rechner, die dem Einzug der Video-Spiele in die Kinderzimmer Vorschub leisten, eventuell auch die Übermacht der Superhelden oder etwa eine steigende Anspruchshaltung der Kleinen, die nicht mehr über die gleichen Gags wie ihre Eltern lachen können?

Wahrscheinlich ist aber der grosse Hype um die Comic-Charaktere aus Fernost dafür verantwortlich zu machen, denn Artikel auf denen *Pokémon* (Egmont/Ehapa), *Dragonball* (Egmont/Ehapa) und neuerdings auch *Digimon* (Dino entertainment) stehen, gehen weg wie geschnitten Brot. Also werden die Klassiker durch die Mangas abgelöst und abitionierte Relaunches platzen wie Seifenblasen, nur die Verlage bleiben immer dieselben...

...sehr ausführlich beschäftigte sich der Spiegel in seiner Online-Ausgabe mit dem bölkstofftrinkenden Nordlicht **Werner**. Die Achterbahn AG und die Platinum Studios wollen im Joint Venture bis 2001 insgesamt 26 Trickfilm Episoden von *Werner* für das Internet und das internationale Fernsehen produzieren. Bleibt nur noch eine Frage offen: Was heisst »Volles Rooäää!!!« auf Englisch?...

...viel Freude und glänzende Augen hat das von Marvel Deutschland und Dino entertainment gesponserte **Preis-ausschreiben** ausgelöst. Die Glückspilze haben inzwischen ihre Gewinne erhalten, und schaukeln die Limis und Varis stolz in ihren Armen, wie zum Beispiel...



...Micha

Impressum

Szene Whatcha #121, August 31, 2000 • © Joachim Heinkow
Herausgeber: Joachim Heinkow • Tübinger Strasse 2, 10715 Berlin
tel 030-857 297 88 • 0171-681 74 11 • fax 030-857 297 89

Redaktion: Gaby & Joachim Heinkow
Mitarbeiter an dieser Ausgabe: M & M

E-Mail: swjoscha@planet-interkom.de und heinkow@planet-interkom.de
Internet: <http://www.cityplaza.de/sw>

© der Abbildungen bei den Verlagen bzw. Zeichnern oder Fotografen. Alle Beiträge, wenn nicht anders gekennzeichnet, von Joachim Heinkow. Szene WHatcher erscheint im Internet und 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.