

SZENE WHATCHER

No. 128

22. November 2000

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



Der Tod der Superhelden

In Deutschland scheinen die Tage der Superhelden gezählt zu sein! Nach anhaltenden Horrormeldungen vom Neuen Markt ist nun auch ein bedeutender Zweig der Comic-Industrie Opfer der «Globalen Entwicklung» und der Börsen-Spekulationen geworden. Die Dino entertainment AG stellt im Frühjahr 2001 sämtliche Superhelden-Produkte ein und gibt ihre Lizenzen an DC zurück, nachdem das Unternehmen für das Jahr 2000 anstatt 12 Mio. DM Gewinn ein Minus von 9 Mio. DM eingefahren hatte (siehe SW #126).

Beim Händler an der Ecke bedeutet eine schlechte Bilanz, dass er den Verlust aus dem Kaffee-Verkauf mit dem Gewinn aus dem Käse-Verkauf ausgleichen kann, bei einer Aktiengesellschaft geht das nicht. Bislang war es auch Dino möglich, defizitäre Objekte mit den Erlösen aus gut laufenden Objekten zu stützen, sprich: Die miserablen Umsätze bei den Superhelden wurden mit dem Gewinn von *Simpsons* & Co. subventioniert. Durch den Börsengang sind derartige, durchaus legale Aktionen allerdings nicht mehr möglich, da man diversen Institutionen und vor allem den Aktionären gegenüber Rechenschaft ablegen und alle Unternehmensbereiche ausweisen und transparent darstellen muss.

Bei Verkaufszahlen von ca. 6.000-8.000 Stück für Serien wie *Batman* und *Superman* liess sich die Superhelden-Schiene beim besten Willen nicht mehr aufrecht erhalten. «Die Superhelden haben nichts eingebracht,», resümiert Steffen Volkmer traurig, «und eine AG muss Gewinn machen. Wir wollten uns nicht einzelne Titel herauspicken, die noch gut liefen und haben deshalb das ganze Lizenz-Paket an DC zurückgegeben.»

Dino hatte nach dem Börsengang grosse Summen in andere Unternehmensbereiche investiert, die auch nur zum Teil die erwartete Rendite abwarfen, was den Finanzvorstand der Dino entertainment AG, Johannes Schneider, letztendlich seinen Job kostete. Ähnlich wird es 14 Dino-Angestellten ergehen, die schuldlos in diesen Strudel geraten sind. Der harte Kern der Comic-Redaktion wird von der Umstrukturierung des Unternehmens nicht betroffen sein und seine Arbeit fortführen. «Wir sind immer auf der Suche nach Neuem, auch was Comics angeht, schliesslich sind wir hier alle Comic-Fans,», versichert Steffen Volkmer, der zukünftig die Presse- und PR-Abteilung des gesamten Unternehmens leiten wird.

Das Wegbrechen der DC-Helden-Palette hat katastrophale Auswirkungen auf das Medium Comic in diesem Lande, denn es geht zunächst nicht mehr voran, im Gegenteil, wir bewegen uns rückwärts. So

mancher Heftchen-Gegner mag sich jetzt genussvoll die Hände reiben, aber er erweist dem Comic damit einen Bärendienst, denn der Kunde, dessen Lieblings-Serie eingestellt wurde, hat keinen Grund mehr einen Comic-Shop zu betreten. Die Sensibilisierung der enttäuschten Leser und Sammler für andere Produkte ist kaum noch bzw. gar nicht mehr möglich. Und wer annimmt, dass die verprellten Superhelden-Fans jetzt frankobelgische Comic-Epen anstatt *Batman* konsumieren, hängt einem gut gemeinten aber unrealen Traum nach.

Bleibt die Hoffnung, dass sich ein Verlag mit einer weniger komplizierten Geschäftsstruktur die DC-Lizenzen angelt und dort wieder anfängt, wo Dino aufgehört – wenn's geht so schnell wie möglich. Aber, wer setzt auf dieses Pferd, nachdem die miserablen Verkaufszahlen bekannt geworden sind?

Ein weiteres Problem entsteht auf dem Messe-Sektor, denn Dino zieht sich hier weitgehend zurück. 2001 wird das Unternehmen lediglich auf der Frankfurter Buchmesse präsent sein, die Comic Action 2001 in Essen ist gestrichen und der Erlanger Comic-Salon 2002 steht in den Sternen. Während Erlangen das Fehlen der Dinos auf Grund seiner breitgefächerten Struktur noch verkraften könnte, bahnt sich für Essen ein Debakel an, denn ohne Egmont/Ehapa, Dino und Infinity würde diese Veranstaltung in absoluter Bedeutungslosigkeit versinken.

Und Marvel Deutschland? Ist die Panini-Tochter der Fels in der Brandung mit traumhaften Verkaufszahlen und Garant für immer neue Serien? Es scheint so, aber man muss sich fragen, ob *Wolverine* oder die *X-Men* wirklich besser laufen als *Superman* und *Batman*. Sicher ist das nicht der Fall, aber Panini ist der Marvel-Lizenzträger für ganz Europa und bestimmt nicht die ärmste Firma auf diesem Kontinent. Die Sammelbilder des italienischen Medien-Konzerns findet man von Feuerland bis Lappland und von Alaska bis Neuseeland. Ein weltumspannendes Unternehmen, das sich über eine weniger erfolgreiche Comic-Serie in good old Germany keine grauen Haare wachsen lassen muss, hier macht's die Menge. Sollte Panini in diesem Segment wider Erwarten Schwächen zeigen, dann wär die Verödung des Comic-Marktes, der bislang skrupellos überdüngt wurde, nicht mehr zu vermeiden, auch wenn die *Simpsons* und *Dragonball* jeden Monat mit neuen Erfolgszahlen aufwarten.

Das Comic-Programm von Dino entertainment verändert sich also wie folgt:

Die Reihen *Digimon*, *Simpsons Comics*, *MAD*, *Cliffhanger*, *Star Wars* und *Star-Trek* werden weitergeführt. Die Serien *Batman* (#63), *Batman Sonderband* (#9), *Batman präsentiert* (#9), *JLA Sonderband* (#21),

Green Lantern/Flash (#4), Young Justice (#9), Superman - Man Of Steel (#8), Superman Special (#3?), Hitman Sonderband (#2) und Lobo (#39), werden eingestellt, in Klammern jeweils die voraussichtlich letzte Ausgabe.

Ein rabenschwarzer Tag für Comic-Deutschland und noch ist völlig unklar, wie diese riesige, klaffende Lücke adäquat ausgefüllt werden könnte. Wir bedauern diese Entwicklung zutiefst, hoffen allerdings ganz fest, dass der Innovations-Geist und Einfallsreichtum des dynamischen Dino-Teams in Zukunft wieder für positive Meldungen sorgt.

INCOS MV

- oder wie vergeige ich den Freitagabend?

Wäre ich in diesem Verein nicht schon so lange Mitglied – der Gewohnheitseffekt hat bereits eingesetzt – dann hätte ich mir am 13. November 2000 anstatt auf der INCOS Mitgliederversammlung (MV) herumzulungern daheim im TV lieber das Testbild anschauen sollen. Die 19 (!) Anwesenden boten ein Bild des drastischen Desinteresses der Mitglieder am öffentlichen Vereinslebens. Die MV ist laut Satzung das wichtigste Organ des Vereins, das zur Meinungsbildung beitragen und richtungweisend sein soll, ein Ereignis also, das es jedem Mitglied erlaubt, sich konstruktiv einzubringen.

Alles wär halb so schlimm gewesen, wenn sich wenigstens die wenigen Anwesenden mit dem Aufgabengebiet des Vereins, dessen Inhalten und der zukünftigen Planung befasst hätten, aber weit gefehlt. Statt anregender Diskussionen entstand ein dümmlicher Disput über das Für und Wider des Vereinslokals und das Abendessen auf der Jahresabschlussfeier.

Eine erbärmliche Situation, die dazu beitrug, dass die angemessene Würdigung der hervorragenden Leistungen des Vorstandes im zu Ende gehenden Jahr ausblieb. Ein Haufen von Nölern und Nörglern, alte, zickige Herren, die ihre Macken am liebsten zum Kulturgut erheben würden, während wichtige Themen total auf der Strecke bleiben. Der Streit über das Vereinslokal kann dummer nicht sein und ist absolut überflüssig, da jeder eh dort hingeht, wo es ihm am besten gefällt. Da manche Mitglieder aber offensichtlich Pusteln bekommen, wenn sie einmal pro Jahr im Vereinslokal an der MV teilnehmen müssen oder wollen, wär es doch ratsam, dieses Treffen JEDESMAL in einem anderen Lokal durchzuführen, irgendwo zwischen Frohnau und Lichtenrade oder Staaken und Köpenick.

Die Jahresabschlussfeier ist ein Anachronismus, den man abschaffen sollte und kann, da diese Veranstaltung in der Satzung nicht verankert und regelmäßig ein Anlass für Streitereien ist. Ich gehe eh lieber an die Wurst-Bude an der Ecke, als mir das unqualifizierte Gemecker einiger Mitglieder anzuhören, die einmal im Jahr, auf der Jahresabschlussfeier, am Vereinsleben teilnehmen und endlos Gift verspritzen – welch eine kostenintensive Zeitverschwendung!

Wie bemerkte Carsten Laqua, der erst kürzlich wie-

der Mitglied in der INCOS geworden ist, zum Abschluss sehr richtig: «Es hat sich ja bei der MV nichts verändert...»

...während die Superhelden unter miserablen Verkaufszahlen leiden, überbieten sich die Serien aus dem «Kinder-Comic-Segment» allmonatlich mit Erfolgsmeldungen und begeben sich auf die Überholspur. So vermeldet Dino entertainment, dass die zweite Ausgabe ihrer Serie **Digimon** 145.000 mal verkauft wurde! Als Konsequenz wollen die Stuttgarter bei dieser Reihe ab Dezember 2000 einen 14-täglichen Erscheinungs-Rhythmus einführen...

...Marvel Deutschland wird ab Januar 2000 alle seine Serien mit «**Doppelter Geschwindigkeit**» auf den Markt bringen! Der Verlag will damit erreichen, dass man sich schneller den US-Veröffentlichungen annähert, was offensichtlich von vielen Lesern gefordert wird. Allerdings fallen dieser Umstellung die Serien *Captain America* (Zweitserie bei den *Fantastic Four*) und *Cable* (Zweitserie bei *Wolverine*) zum Opfer. Aber das werden die Marvelites leicht kompensieren können, wenn sie nunmehr zweimal im Monat am Kiosk einsacken können...

...die Gerüchte verdichten sich, dass ein **Lobo-vs.-Superman-Film** in der Planung ist! Angeblich soll ein Konzept stehen, an das der Star-Autor und -Zeichner Keith Giffen selbst Hand angelegt haben soll. Interessant dürfte allerdings die Frage um den *Lobo*-Darsteller werden, denn so richtig böse sieht keiner der aktuellen Mimen aus, alles eher Weicheier und Warmduscher - Travolta oder Cage als *Präsi*, bääähhhh, und Arnold ist zu alt. Aber auf die Special-Effects dürfen wir uns heute schon freuen, da rappelt's im Karton...

...nachdem der US-Präsidentschaftskandidat George W. Bush den **Simpsons**-Machern vorgeworfen hat, unterschwellig Botschaften zu Gunsten seines Rivalen Al Gore in den Trickfilmen zu verstecken, gehen die Gelbgesichter zum Gegenangriff über. In der laufenden US-*Simpsons*-Staffel schreibt *Bart* im Vorspann einer Folge auf eine Kreidetafel «I will not plant subliminal messages.» anstatt «I will not plant subliminal messanges.», was soviel heisst wie «Ich werde keine versteckten Nachrichten einstreuen», nur eben auf Gore bezogen. Jetzt wird die Witzwahl in den USA auch noch im Zeichentrick-Film zur Lachnummer...

Impressum

Szene WHatcher #128, November 22, 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

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.