

# SZENE WHATCHER

No. 132  
24. Januar 2001

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



## Mit Super-Rechnern Richtung Mittelwelt

Mit einem unglaublichen Super-Etat von US\$ 270 Mio. durfte der Regisseur Peter Jackson einen zweiten Anlauf machen, um dem Giga-Bestseller *Der Herr der Ringe* (*Lord of the Rings*), von John Ronald Reuel Tolkien, endlich auch einen würdigen Platz in der ewigen Hit-Liste der cinematografischen Wunderwerke zu verschaffen. An einer Verfilmung der Bibel der Endsechziger-Aussteiger-Generation hatte sich bereits 1978 der *Fritz The Cat*-Regisseur Ralph Bakshi die Zähne ausgebissen. Offensichtlich kam der für damalige Verhältnisse aufwendig gestaltete Film bei den Jüngern des Super-Epos überhaupt nicht an, so dass man nach dem geflopten ersten Teil auf die Fortsetzung der Triologie verzichtete und lediglich mit einem Torso in die Filmgeschichte einging.



Der Zauberer Gandalf –  
Kampf gegen das Böse.

Das soll nun, glaubt man der gewaltig tönenden Werbetrommel von RealNetworks und New Line Cinema, alles ganz anders werden und so hat man sich bei den seit Dezember 2000 abgeschlossenen Dreharbeiten von einer Superlative in die andere gesteigert. Während nach der Herstellung der ersten *Asterix*-Comics noch mit der Unmenge von verbrauchten Bleistiften und Radiergummis geprahlt wurde, lassen die Produzenten des Tolkien-Kult-Zyklus keine Gelegenheit aus, den effektiven Einsatz der Computer-Technik zu preisen. So ist es beispielsweise möglich, mit Hilfe der Computer ein Schlachtgemetzel mit 200.000 Kriegerern ablaufen zu lassen, obwohl sich NUR 15.000 Statisten auf dem Set befanden. Und während ein

nicht unbedeutender Teil der Mimen komplett vom Computer erschaffen wurde, vermochten diverse Superrechner die völlig normal gewachsenen Schauspieler, die im Film das Troll-Volk der *Hobbits* darstellen, auf Zwergengröße zu schrumpfen.

Aber, die wirkliche Gigantomanie beginnt schon lange nicht mehr mit dem Abdrehen des Films, sondern erst, wenn die Promoter den Mechandising-Motor anwerfen und in diesem Fall alles ausserhalb von *Mittelerde*, der Tolkien'schen Fantasiewelt, mit Stoff- und Plastik-Püppchen, Action-Figuren, Socken und Kaffeetassen, DVDs und Video-Cassetten und sonstigem Geraffel mit *Herr der Ringe*-Logo überschwemmen. Schon jetzt spricht man allerorts vom Jahrhundert-Film, dem *Star Wars*-Killer und Kassensprenger. Wollen wir mal hoffen, dass wenigstens alle Minimal-Prognosen in Erfüllung gehen und es noch genügend Leute gibt, die sich an das literarische Epos der Endsechziger erinnern können. Die offizielle Homepage [www.lordoftherings.net](http://www.lordoftherings.net) kommt allen Versprechungen zum Trotz erst einmal ziemlich haubacken und spröde daher - da sind wir von den *Star Wars*-Präsentationen doch ganz Anderes gewohnt. Aber

was nicht ist, kann ja noch werden, denn bevor der neugierige Kinogänger den ersten abendfüllenden Streifen zu sehen bekommt, vergeht noch massig Zeit und er wird sich wohl zwischenzeitlich mit Plastikgürchen von McDonald's begnügen müssen.

Der Zeitfaktor scheint sich bei diesem gigantischen Projekt übrigens als nicht unbedeutender Faktor zu mausern, wenn man den Veröffentlichungs-Rhythmus der drei Filme betrachtet:

Teil 1: The Fellowship Of The Ring (Die Gefährten)  
am 19. Dezember 2001

Teil 2: The Two Towers (Die zwei Türme)  
Holiday (Weihnachten?) 2002

Teil 3: The Return Of The Ring (Die Rückkehr des Rings)  
Holiday (Weihnachten?) 2003

Ob sich ein zeitlich derart breit angelegtes Präsentationsfeld bei der heutigen Schnelllebigkeit noch aufrechterhalten lässt, erscheint zumindest fragwürdig, denn was in den 70ern und 80ern für *Star Wars* galt, ist aus heutiger Sicht schwerlich wiederholbar. Ein Erfolg wäre den Produzenten des extrem aufwendigen Werkes und den seit den 60ern wartenden Ring-Fans auf alle Fälle zu gönnen, und wer weiss, vielleicht gefällt die Triologie ja auch dem einen oder anderen unbeleckten Kinogänger?

## Online Comics

Alle Medien versuchen sich seit Jahren mit dem jüngsten Spross der Familie, dem Internet, zu arrangieren. Ob sich TV dem Web anpasst oder Shows über Online-Streaming gesendet werden statt über Antenne oder Kabel - Radio hört man neuerdings auch verstärkt im Internet und Bilder sieht man sich dort sowieso ständig an.

Da darf auch der Comic nicht fehlen. Natürlich hat die Beschäftigung mit elektronischen Medien auch hier seine (junge) Tradition - sei es der vielzitierte erste Computer-Comic *Shatter* von Mike Saenz oder das Video-Experiment von Jean-Claude Mézières. In jüngster Zeit werden Comics, und hier besonders die von Nachwuchszeichnern, gerne im World Wide Web veröffentlicht. Während eine durchschnittliche Heftproduktion bei Kleinst-Auflage zwischen 6.000 und 10.000 DM kostet, kann man digital schon für rund 10 DM monatlich und ein wenig html-Bastellei seine Werke einem - zumindest potentiell - breiten Publikum zugänglich machen.

Langsam fangen auch verschiedene Verlage an, mit dieser Möglichkeit zu experimentieren. So bietet z. B. Carlsen den Comic *Bloody Circus* von Jürgen Seebeck unter [www.bloodycircus.de](http://www.bloodycircus.de) feil, Dino initiierte im vergangenen Jahr gar einen Online-Comic-Award. Unter [www.ocx-award.de](http://www.ocx-award.de) kann man



Eine Sequenz aus der  
Präsentation **Punkt** des OCX-  
Preisträgers Thomas Gilke.

sich die Gewinner anschauen.

Eben bei diesen ocx-prämierten Beiträgen offenbart sich aber auch ein Problem der Umsetzung in ein neues Medium: Das Internet ermöglicht mit Programmen wie *Flash* Bewegung in Bildern, wo vorher die einzige Bewegung das Umblättern der Comicseite war. Eine Versuchung, der offensichtlich viele Zeichner gerne erliegen. Doch nicht nur streng genommen wird damit aus dem bewegten Comic ein anderes Medium: Trickfilm. Und Animation ist letztlich auch kein so ganz junges Prinzip mehr.

Vielleicht macht es sich die neue *Flash*-Comiczeichner-Generation etwas zu einfach und verläßt sich auf die Faszination der Technik, wo eigentlich neue Wege für



Online Comic-Beispiel von Scott McClouds Website.

interaktive Comics gesucht werden, wo lange gehegte Prinzipien der Bildfolge und Seitenaufteilung allein durch das Bildschirm-Format in Frage gestellt werden, wo Hyperlinks parallel Nebenstories erzählen könnten und wo mit völlig anderen Farbpaletten gearbeitet werden kann. Einer, der über diese Fragen gegrübelt hat, ist Scott McCloud (*Understanding Comics, Reinventing Comics*). Auf seiner Website [www.scottmcccloud.com](http://www.scottmcccloud.com) gibt er viele Tips und Anregungen und zeigt ein paar Beispiele, wie Online-Comics aussehen könnten. Sicherlich stellt sich die Frage, ob Comics tatsächlich regelmäßig am Bildschirm gelesen werden, oder ob man sich nicht lieber in einen gemütlichen Sessel packt, um ein wenig in bedrucktem Papier zu wühlen. Die Internet-Technik definiert sich alle paar Monate neu und ermöglicht neue Wege der Distribution, der Werbung, des Kontakts. Wie sich Comics im 21. Jahrhundert entwickeln werden, hängt zuguterletzt aber immer noch von den Lesern ab.

Michael Vogt

### Wirbel um Marvels Museums-Editionen

Bislang hat noch niemand die legendären *Museums-Editionen* der Marvel-Ausgaben von *Der erstaunliche Spider-Man 1*, *Peter Parker: Spiderman 1* und *X-Men 1* zu Gesicht bekommen und schon werden die drei Hefte, die zu einer Quote von 1:25 in den Fachhandel gelangen sollen, mit exorbitanten Verkaufs-Preisen in Verbindung gebracht. Obwohl die Tage der limitierten Ausgaben gezählt zu sein schienen, ist die Nachfrage nach den Heften, von denen gerade einmal 499 Stück pro Titel verteilt werden sollen, ungebrochen. Im Internet kursieren deshalb schon seit geraumer Zeit Preise um die DM 200-300 pro Heft! Überflüssig zu erwähnen, dass die Händler sich an dieses Level anpassen werden, was schon einen Teil der potentiellen Kunden logischerweise abgeschreckt hat.

Während die Normalausgaben der drei Titel schon auf den Verkaufstischen liegen, lauert das Fandom gespannt auf diese Super-Limis, auch wenn es sich die wenigsten leisten können... aber vielleicht nur mal in die Hand

nehmen. Aber das lange Warten scheint bald beendet zu sein, denn wie uns Marvel Deutschland mitteilte, sind die Limis seit dem 22. Januar unterwegs in die Läden. Also schon mal rechtzeitig beim lokalen Händler einschleimen und reichlich Hunderter einstecken.

### Geburt eines Superhelden

Kaum ein Genre ist so blutleer und langweilig wie das der Superhelden. Immer wieder kämpfen muskelstrotzende Helden gegen ebensolche Bösewichter - ein und dieselbe Geschichte wird in ungezählten Heften millionenfach wiedergekaut. Doch alle Jahre wieder macht sich jemand auf, diesem ausgenudelten Thema frischen Wind einzuhauchen, Werke wie *The Dark Knight Returns*, *Watchmen* oder *Kingdom Come* sind wie eine Frischzellenkur für das angestaubte Genre. Dass dies auch mal außerhalb des Mediums Comic geschehen kann, zeigt uns der neueste Film des amerikanischen Autors und Regisseurs Manoj Night Shyamalan. In seinem neuen Werk *Unbreakable - Unzerbrechlich* geht es um die Geburt eines neuen Superhelden: *David Dunn* (Bruce Willis) überlebt als einziger von knapp 200 Menschen ein Zugunglück - ohne den geringsten Kratzer. *Elijah Price* (Samuel L. Jackson), ein an einer seltenen Krankheit leidender Comicsammler und -Galerist - seine Knochen brechen so leicht wie Glas - glaubt in *David* einen Menschen gefunden zu haben, der unzerbrechlich ist. Einen Superhelden eben.

Der Film erzählt spannend und einfühlsam die Geschichte zweier Menschen, die unterschiedlicher nicht sein könnten und gerade deswegen auf gegenseitige Hilfe angewiesen sind. Drehbuchautor Shyamalan sinniert darüber, ob und wie ein Mensch zu seiner Berufung findet und der Regisseur Shyamalan setzt dies in ruhige, dunkle und perfekte Bilder um. Bilder, die mehr bewegen, anregen und unterhalten, als es irgendeine poppigbunte, laute und effektheisende Comicverfilmung der letzten Jahre gekonnt hätte.

Michael Vogt

### Don Rosa kommt!

Im Oktober 2001 wird sich der comic-zeichnende Chronist des *Duck-Universums*, Don Rosa, im Rahmen einer Deutschland-Tour in der Berliner Roman-Boutique (Nollendorfplatz 5, Berlin-Schöneberg, 030-216 51 59) zu einer Signierstunde niederlassen. Wir wissen, was das heisst, volksfestartige Stimmung, glänzende Augen und ein bestgelaunter Don Rosa! Kommen ist absolute Pflicht und das Sketchbook nicht vergessen, denn **der** Zeichner, der in der Roman-Boutique nicht mit Freuden ausgiebig gezeichnet hat, ist noch nicht geboren! Der genaue Termin wird noch bekannt gegeben.

### Impressum

Szene WHatcher #132, Januar 24, 2001 • © 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: Michael Vogt, Mike Korbik

E-Mail: [swjoscha@planet-interkom.de](mailto:swjoscha@planet-interkom.de) und [heinkow@planet-interkom.de](mailto: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.