

# SZENE WATCHER

No. 139  
18. April 2001

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



Ein Stein des Anstosses: **Wonder Woman # 1** von Stan Lee und Jim Lee. Hier ein Entwurf des Variant-Covers.



Der Entwurf für das reguläre Cover von **Wonder Woman**.



An der ersten Seite der Ausgabe, die im August 2001 erscheinen soll, dürfte sich kaum noch etwas ändern.

### Die unergründlichen Gedanken eines Comic-Verlages

Alle Jahre wieder veranstaltet DC ein Treffen, das den US-amerikanischen Comic-Einzelhändlern die Gelegenheit gibt, die Redakteure des Verlages an ihren Wünschen und Illusionen teilhaben zu lassen. Alles was sich innerhalb eines Jahres aus Gesprächen mit Fans und Sammlern und intensiven Marktbeobachtungen in den Köpfen der Händler aufgestaut hat, findet hier ein Ventil, von DC geschickt gesteuert, denn schliesslich sind es die Retailer, die die Ware an den Endverbraucher bringen. Heuer, so gegen Ende März 2001, rief der zweitgrösste Comic-Verlag der USA in Dallas, Texas, seine 65 Comic-Retailing-Organisationen zusammen, um den Geist des Fandoms in seinen New Yorker Verwaltungsturm einfließen zu lassen. So weit so gut.

Dieses traditionelle Zusammenkommen ist eine Einrichtung, die hier zu Lande undenkbar wäre. Man stelle sich vor, Ehapa lädt alle deutschen Comic-Einzelhändler ein, nicht nur in die Eckkneipe auf'n Bier, sondern über's Wochenende mit allem Drum und Dran, um ihre Meinungen über das Verlagsprogramm zu hören! Auf diesem Event präsentiert die DC Marketing Division natürlich auch brandneues Material, denn hier will man die Reaktionen jener Leute einfangen, die mit dem Ohr am Puls der Szene kleben - und man versorgt die Einzelhändler-Gilde mit Previews, Drafts und Scribbles. Bergeweise Vorabdrucke, von denen DC hofft, dass sie bei den Retailern und deren Kunden das Gespür für die verlags-eigenen Publikationen schärfen und die Verkaufszahlen erhöhen. So weit so gut.

Die Einzelhändler schleppten also das Promotion-Material, das ausschliesslich aus Roughs (Rohzeichnungen) bestand, in ihre Läden und brachten die Augen der Fans zum Glühen. Unter den Retailern war auch Chuck Rozanski, Präsident von Mile High Comics, Inc., dem das blosses Herumzeigen der Vorlagen in seinen Geschäften allerdings nicht ausreichte, zumal er ohnehin die Zukunft des Comic-Handels weitgehend im Internet sieht - und seine Erfolge geben ihm Recht. Chuck war von dem Material derart begeistert, dass er einen seiner Mitarbeiter zum Scannen der Unterlagen abstellte, gut US\$ 1.000 für Arbeitsaufwand und Material investierte und die Previews für den weltweiten Zugriff ins Internet stellte. Nachdem er in seinem Newsletter auf die neu eingerichteten DC-Preview-Seiten hingewiesen hatte, konnte er in den folgenden 60 Stunden über 125.000 Zugriffe (!!) registrieren. Das sind Zahlen, die sich sehen lassen können, besser geht's in der Comic-Welt kaum noch.

Um so erstaunter war Chuck, als ihn sein guter Freund Bob Wayne, seines Zeichens Vice President Of Sales And Marketing bei DC, anrief, und ihn bat, die Web-Site-Präsens der Previews so stark zu reduzieren, dass nur noch ein schwacher Eindruck vermittelt wird, der in keinem Verhältnis zum Aufwand stand. DC hatte zwar sein Okay für das Herumzeigen des Materials gegeben, war aber davon ausgegangen, dass sich die Promotion auf die Verkaufsräume der Retailer beschränken würde. Dem Verleger war angeblich nicht bewusst, dass seine Einzelhändler heutzutage über die technischen Mittel verfügen, um derartig grosse Datenmengen aufzuarbeiten und im Internet dem Welt-Publikum zur Verfügung zu stellen, denn als man zwei Jahre zuvor das letzte Retailer-Treffen abgehalten hatte, konnte man von Techniken wie vernetzten Linux-Servern und 10 MB-Leitungen nur träumen. Diese Beschränkungen hingen also nicht etwa an Rechte- oder Lizenz-Schwierigkeiten.

Schlimm genug, dass der Welt-Konzern DC auf einem technischen Wissens-Stand aus dem letzten Jahrtausend dahindümpelt und seine Kunden in einem digitalen Steinzeit-Stadium wähnt, dass der Verlag aber eine weltweite Giga-Werbung unterdrückt, die ihn keinen Cent kostet, zeugt von absolutem Vitaminmangel. Das Herumzeigen im Comic-Laden ist erlaubt, aber das Abbilden im Internet wird untersagt, obwohl das Interesse immens war und dadurch hohe Verkaufszahlen «drohten»? Das verstehe wer will.

Da Chuck Rozanski seinen Kumpel Bob Wayne nicht in die Pfanne hauen wollte, lenkte er natürlich ein, nahm das vermeintlich «brisante» Material aus dem Netz und initiierte eine eMail-Aktion, die DC beweisen sollte, dass auch Comic-Fans in abgelegenen Gegenden und ausserhalb der USA ein Interesse an den Previews haben. Sicher, ein Tropfen auf den heissen Stein, aber vielleicht ein Denkanstoss für DC, denn man kann von seinen Kunden nur dann verwertbare Informationen bekommen, wenn man sie auch auf zeitgemässe Weise Reaktionen sammeln lässt und nicht nur in die Vergangenheitsaufarbeitung einbezieht. Dass DC bislang nicht selber auf die Idee gekommen ist, das Internet für derartige Promotion-Aktionen zu nutzen verwundert nicht weiter, dass der Verlag aber offensichtlich ein gestörtes Verhältnis zur digitalen Informationstechnologie hat, ist peinlich.

Mal sehen, was auf dem nächsten Retailer-DC-Treffen passiert, sofern überhaupt noch eins stattfinden wird, und ob der Verlag bis dahin seine Informationspolitik überarbeitet hat.



Ein Leben für den Comic: Chuck Rozanski im **Superman**-Kostüm.

Nett ist auch immer wieder die Verleihung des *Goldenen Ventilatorknaben*, der alljährlich von dem Comic-Magazin *Hit Comics* gestiftet wird (oder etwa nicht?). Heuer fand jedenfalls zum 3. Mal die Vergabe des Preise statt, der diverse Publikumsliebhaber in Sachen Comic-Novitäten belohnt. Auf der Comic-Börse in Leonberg/Stuttgart wurden die Briefumschläge mit der Aufschrift «The winner is» geöffnet, aber mit Sensationen und Überraschungen konnte diese Aktion nicht aufwarten. Diese Preisverleihung ist leider noch nicht repräsentativ genug, als dass sie ausreichende Beachtung in der Szene finden könnte. Hier ein Auszug der Preisträger-Liste:

**Bester deutschsprachiger Zeichner 2000:**

1. (1) Ralf Paul: 179 Stimmen
2. (14) Thorsten Kieker: 149 Stimmen
3. (5) Ralph Ruthe: 64 Stimmen
4. (9) Isabel Kreitz: 41 Stimmen
5. (40) Jürgen Speh/Geier: 40 Stimmen

**Bester deutschsprachiger Texter 2000:**

1. (5) Hubertus Ruffledt 148
2. (1) Ralf Paul 101
3. (11) Eckart Breitschuh 53
4. (10) Maximilian Pfeffer 48
5. (-) Robert Feldhoff 36

**Internationaler Zeichner 2000:**

1. (6) Michael Turner 85
2. (19) Hermann 62
3. (7) Greg Capullo 49
4. (9) Todd McFarlane 48
5. (1) Alex Ross 44

**Bestes einzelnes Comic-Album 2000:**

1. Congo - Die Abrafaxe in Afrika (Mosaik) 65
2. Watchmen Gesamtausgabe (Carlsen) 27
3. Hitman Sonderband 1 (Dino) 23
4. Batman: Krieg dem Verbrechen (Carlsen) 22  
Der Schrei des Falken 4 (comicplus+) 22

**Bester Verlag im deutschen Sprachraum 2000:**

1. (1) Dino entertainment 207
2. (2) Marvel Deutschland/Generation 193
3. (4) Mosaik Steinchen für Steinchen 108
4. (5) Infinity 99
5. (7) Salleck 83

**Bester Internationaler Texter 2000:**

1. (1) Garth Ennis 244
2. (2) Kurt Busiek 81
3. (3) Bill Morrison 61
4. (11) Jean van Hamme 40
5. (4) Warren Ellis 37

**Beste Comic-Serie 2000:**

1. (3) Preacher (Speed) 105
2. (2) Batman (Dino) 84
3. (9) Mosaik (Mosaik) 65
4. (7) Spawn (Infinity) 46
5. (1) Simpsons Comics (Dino) 44

**Bestes einzelnes Comic-Heft 2000:**

1. The Punisher (Vol. 2) 1 (Marvel) 54
2. ZACK 19 (Mosaik) 51
3. Mosaik 300 (Mosaik) 47
4. Fathom 1 (Infinity) 38
5. Batman 50 (Dino) 26

**Inkferno in der Roman-Boutique**

Am 14. April 2001 nahmen die Inkferno-Zeichner Michael Vogt, Rainer Engel, Danyael, Daniel Gramsch und Uwe Heinelt am Signiertisch in der Berliner Roman-Boutique Platz und zauberten an diesem tristen Oster-Wochenende ein befriedigendes



Die drei Damen im «Inkferno-Hintergrund» (vlnr): Gaby, Mel und Ilka

Lächeln auf die Gesichter ihrer Fans, die wie immer zahlreich erschienen waren um Zeichnungen und Signaturen einzusacken. Der Arbeitsplatz der fünf war ständig von Fangirls und -boys sowie Sketch-Sammlern umlagert, so dass es in den Gängen des Geschäfts ständig enger, aber auch immer gemütlicher wurde.

Peter Skodzik und seine Crew hatten mal wieder keine Mühe gescheut um allen Beteiligten nicht nur ein steriles Bleistiftschwingen, sondern vielmehr ein lebendiges, unterhaltsames und kurzweiliges Schmankerl zu bieten. Lachen, Plaudern und Fachsimpeln gehören in der Roman-Boutique einfach dazu und so wird jede Signier-Session zu einem unvergesslichen Ereignis, bei dem die Zeit leider immer zu schnell vergeht.

Die Inkferno-Truppe entwickelt sich derweilen mehr und mehr zum Kracher, die auf Messen, Signier-Sessions, Börsen und Treffen immer mehr Fans und Comic-Interessierte anzieht. Auf ihrer Homepage <http://www.inkferno.de> bieten die Jungs seit dem 15. April 2001 ein tolles Online-Comic-Magazin - also unbedingt einloggen!

**Ausstellung in Weimar**

Im Design Zentrum Thüringen zu Weimar findet leider nur noch bis zum 6. Mai 2001 eine Ausstellung statt, die sich zumindest niemand entgehen lassen sollte, der sich bis dahin in dieser Gegend aufhält, geschweige denn jemand, der vor Ort wohnt. Hier werden u. a. Exponate aus dem extrem umfangreichen Programm des Thüringer Verlagshauses Sonneberg, Edition Kunst der Comics GmbH, präsentiert, die lange für Sprengstoff

gesorgt haben und in diversen Fällen leider aus völlig unerklärlichen Gründen auch die Staatsanwaltschaft auf den Plan gerufen haben. Der «Zensur-Prozess», in den die Sonneberger nunmehr jahrelang verwickelt waren, ist mit einer Bussgeldzahlung beendet worden. Obwohl ein Freispruch ausblieb, können sich die Verleger jetzt endlich wieder auf ihre Arbeit konzentrieren. (Näheres dazu unter [www.comic-zensiert.de](http://www.comic-zensiert.de))

Ort der Ausstellung und Infos: 99423 Weimar, Am Rathenau-platz 6, 03643-87110.

**HIT COMICS in der Klemme?**

Wir hielten es zunächst für einen verspäteten Aprilscherz, aber es ist wohl tatsächlich so, dass das Comic-Magazin *Hit Comics* in finanziellen Schwierigkeiten steckt. Der Verleger Manfred Ilsemann bestätigte am 13. April 2001 im *Comicforum*: «Tatsache ist, dass ich in mancherlei Hinsicht keine Lust und keine Nerven mehr habe "Hit Comics" weiter zu führen. Die Gründe dafür ergeben sich aus der momentanen finanziellen Situation (und ich will mit "Hit Comics" nicht meinen Verlag und weitere Projekte gefährden)... Eine weitere Tatsache ist aber auch, DASS ES WEITER GEHT und ich bitte darum, dass wir das jetzt in Ruhe weiter durchziehen können. Und das ist eine Sache zwischen Martin, mir und dem künftigen Verlag -ich will abgeben- aber ich will auch die finanzielle Basis schaffen um das ganze für mich, Martin und Euch einigermaßen auf die Reihe zu bekommen. Manfred (Sezza) Ilsemann»

Nachzulesen unter: [www.comicforum.de/comicubb/Forum19/HTML/000152.html](http://www.comicforum.de/comicubb/Forum19/HTML/000152.html)) Die Einstellung des Magazins wäre katastrophal, nachdem RRAAH!-Magazin Ende des Jahres vom Markt gehen will, würde sich die hiesige Comic-Magazin-Landschaft als verbrannte Erde präsentieren. Es wird immer deutlicher, mit Informationen lässt sich in der deutschen Comic-Szene auf lange Sicht kein Geld verdienen.

Martin Jurgeit, der Chefredakteur von *Hit Comics*, hat inzwischen einen Vertrag bei Mosaik - Steinchen für Steinchen unterschrieben und wird zukünftig nicht nur *ZACK!*, sondern auch *Mosaik* redaktionell betreuen.

Impressum

Szene WHatcher #139, April 18, 2001 • © Joachim Heinkow  
Herausgeber: Joachim Heinkow • Tübinger Strasse 2, 10715 Berlin  
tel 030-857 297 88 • 0171-681 74 11  
Redaktion: Gaby & Joachim Heinkow  
Mitarbeiter an dieser Ausgabe: Carsten Laqua  
E-Mail: [swjoscha@planet-interkom.de](mailto:swjoscha@planet-interkom.de) und [heinkow@planet-interkom.de](mailto:heinkow@planet-interkom.de)  
Internet: <http://www.szene-whatcher.de>

© 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.