

SZENE WATCHER

No. 152
8. November 2001

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



Herbstbörsen-Nachlese ...und: Action!

Die Essener Comic Action hat einen grossen Vorteil: Da sie Teil der Spielmesse ist, kann sie mit einer sehr hohen Anzahl von Besuchern protzen. Die Essener Comic Action hat einen grossen Nachteil: Da sie Teil der Spielmesse ist, kann sie mit einer sehr hohen Anzahl von Besuchern protzen. Nun ist es ja nicht verkehrt, viele Besucher zu haben. Aber das alleine sagt eben noch nicht viel über das Interesse eben jener aus. Ob der Rollenspiel-Freak im Wikingerkostüm bei den Manga am Carlsen-Stand gut aufgehoben ist, mag bezweifelt werden. Dafür wird er sich bei der Ideenschmiede von Ralf »Helden« und Guido Paul schon wohler gefühlt haben - deren Hauptstand war dann auch mittenmang den anderen RPG-Ständen (Role Playing Game). Es gibt eine Überschneidungsmenge zwischen Comic- und Spielefans, nur wie gross sie wirklich ist, und ob sie das Konzept der eingelagerten Comicmesse dauerhaft trägt, darüber lässt sich streiten.

Jedenfalls war auch bei den Verlagen eine deutliche Zurückhaltung angesagt, was die Präsentation von Zeichnerstars anging. Nur wenige konnten mit berühmten Namen prahlen - und auch die sind meist aus deutschen Landen angereist. Dino hat konsequent komplett auf Signierstunden verzichtet und dafür Spieltische aufgestellt, auf denen man mit Max Müller und anderen aus der Dino-Crew z. B. das *Simpson*-Spiel austesten konnte. Noch konsequenter war nur Ehapa: Die Neu-Berliner haben durch Abwesenheit gegläntzt. Vielleicht wollten sie ihren Fans die ziemlich heftigen 20 DM Eintritt für eine Tageskarte nicht zumuten.

Die Zeichnerallee - eine sehr interessante Einrichtung, bei der sich die Newcomer unter Deutschlands Zeichnern dem Publikum stellen können - wurde diesmal nicht mit allzu grossem Interesse aufgenommen. Die Präsentation und Organisation wirkte denn auch im Gegensatz zum Vorjahr, wo sie von Burkhard «lcom» Ihme gemanagt wurde, recht lieblos.

Aber während man sich über den Messe-Snack hinweg nett mit den üblichen Verdächtigen aus der Szene unterhält und manch neuen Kontakt knüpft, stellt man doch fest, dass es wieder Spass gemacht hat. Und man kommt überein, dass alle sich schon auf das nächste grosse Event freuen: Erlangen, wir kommen!

Michael Vogt / m@michaelvogt.com

Jippiehh - Comic-Treff in Köln !!!

«Nostalgie pur», lautete das Motto der INTERCOMIC am 3. November 2001. Die zweimal jährlich stattfindende Veranstaltung ist die grösste Sammel- und Tauschbörse für Comic-Sammler in Deutschland. In der Stadthalle Köln-Mülheim präsentierten Anbieter

rund eine Million Bunte-Bilder-Hefte mit Klassikern und Nachwuchsstars.

Neben den deutschen und internationalen Neuerscheinungen, von den amerikanischen Superhelden-Comics bis zu den japanischen Manga, war auf der Börse an «Helden» alles vertreten, was «Rang und Namen» hat. Die Preise für die Heftchen oder gar ganze Serien konnten von 50 Pfennigen bis zu mehreren tausend Mark variieren. Der Wert eines echten Liebhaberstückes wird von den Comic-Fans anhand eines 600 Seiten schweren Preiskatalogs taxiert - «unsere Bibel», wie ein passionierter Sammler scherzte. Das Engagement der Interessengemeinschaft Comic Strip e.V. (INCOS) sowie des Hansrudi Wäscher-Fanclubs Bayern (HRWFCB) zeigt, wie sich aus der Generation der damaligen *Sigurd*-, *Akim*- bzw. Superhelden-Jünger eine aktive Comic-Szene entwickelt hat. Es gab wieder eine Reihe von Raritäten zu bestaunen - und natürlich auch zu kaufen. Auf der INTERCOMIC im Herbst 1999 erzielte ein Heft des Wildwest-Cowboys *Tom Mix* von 1954 den stolzen Preis von 28.000 DM, gefolgt von der *Micky Maus*-Nullnummer für 20.000 DM. Aber auch alte Clubbriefbögen, Bildpostkarten und Clubausweise wurden verstärkt angeboten. Ausserdem Videos, Telefonkarten und Figuren.

Der gemeinsame Stand der INCOS (<http://www.incos-ev.de>) und des HRWFCB war erneut «Dreh- und Angelpunkt» für viele Mitglieder. Fast vierzig INCOS-



HANSRUDI WÄSCHER COMIC-KALENDER 2002

Mitglieder konnte ich begrüessen. Und alle waren von dem INCOS-Kalender 2002 hell begeistert. Es hat zwar sehr lange gedauert, aber nun ist die Jahrespublikation 2000 endlich da. Der Kalender ist 45 cm x 50 cm gross und hat Monat für Monat jeweils ein tolles Wäscher-Bild im DIN-A3-Format. Selbstverständlich in Farbe und auf Hochglanzpapier. Jedes Mitglied

erhält zwei Exemplare, einen «Gebrauchskalender» und einen «Sammelkalender».

Fazit: Die Börse war «comicgut». Die Sammler sowie Comic-Interessierten kamen in Scharen und der Umsatz war mit Sicherheit auch mehr als zufriedenstellend. Insgesamt wieder ein Comic-Tag, an den man gerne zurückdenkt.

Rainer Scherr / scherr@incos-ev.de

XOOMIC – Ein neuer Stern am Comic-Magazin-Himmel

Der Zeitpunkt für die Herausgabe der 0-Nummer von *XOOMIC* ist günstig, und da das Heft von langer Hand geplant war und rechtzeitig angekündigt wurde (siehe SW #145), kann man wohl kaum von einem Zufall sprechen. Die deutsche Comic-Industrie befindet sich im Wandel, verbunden mit Genre-Zyklen, die in immer kürzeren Abständen zu Produktveränderungen führen. An dieser Schnittstelle taucht *XOOMIC* auf, ein Magazin, das ganz offensichtlich der Tradition klassischer Comic-Magazine folgend eine Lücke im Printmedien-Bereich füllen will, die u. a. durch die absehbare Einstellung von *RRAAH!* zu entstehen droht.

Die Themenschwerpunkte der 0. Ausgabe deuten somit auch gleich an, in welche Richtung man zu gehen gedenkt, «Entscheidend ist nicht die Herkunft oder Darreichungsform (der Comics), sondern die Qualität der Produkte.» Und so verliert man in der Start-Ausgabe schon mal kein Wort über die Superhelden und deren trivialen Freunden, warum auch? Beim Betrachten der Warentische des Fachhandels wird klar, wie sich die Zeiten geändert haben – die Stapel von *Superman & Co.* schrumpfen permanent, nicht etwa weil sie sich so gut verkaufen, vielmehr weil die Händler

ihre Bestellungen kontinuierlich reduzieren. Daneben bergeweise Manga und auch der Albenmarkt scheint wieder durchzuatmen. *XOOMIC* liegt also voll im Trend.

Die Aufmachung des Magazins ist solide und übersichtlich und die interessanten Themen lassen den Leser fast vergessen, dass das gesamte Heft, abgesehen vom Cover, keine Color-Abbildungen enthält. Lediglich eine etwas sorgfältigere Bildbearbeitung hätte man sich gewünscht, denn Color-Scans können un-

bearbeitet nur selten im Graustufen-Modus begeistern. Der Einstieg ist den Fürthern um Frank Kemter auf alle Fälle gelungen, man darf gespannt sein, wie sich die Nummer 1 präsentiert, die am 15. Februar 2002 erscheint.

Infos: Frank Kemter Verlag, Nürnberger Str. 111 a, 90762 Fürth, 0911-977 903 15, www.xoomic.de oder f.kemter@xoomic.de



2001, der mit einem Preisgeld in Höhe von DM 5.000 verbunden ist. Die Juroren vergaben gleichzeitig Preise an Elke Reinhart und Gerhard Schlegel (Agentur Laska Comix) für ihren Beitrag *skinner* und an das Team Teartaletrust (Björn Hammel, Harald Lieske, Michael Hoffmann, Leif Rumbke) für ihren Beitrag *teartaletrust*, die mit DM 1.500 bzw. DM 1.000 dotiert waren. Die drei Spezial-Preise gingen an Alexa Grigutsch (Kategorie: Beste technische Umsetzung) für *hempty*, an Marc Robitzki (Kategorie: Beste Story) für *klatsch23* und Matthias Kempke (Kategorie: Bestes Artwork) für *Synapsurdum*.

Die Gewinner hatten sich immerhin aus über 120 Teilnehmern herauskristallisiert, trotzdem wäre es doch prickelnd, wenn in den Juries nicht immer die üblichen Verdächtigen (Lutz Göllner, Frank Ditz, Guido Paul, Dirk Baranek) herumsässen, sondern auch die mal ein Wörtchen mitzureden hätten, die sich die prämierten Werke später im Internet anschauen, vielleicht würden dann die Preise anders verteilt?

Die Beiträge konnten wir im Internet leider nicht mehr finden, offensichtlich ist seit der Verleihung der Preise zu viel Zeit vergangen – vielleicht ein Zeichen dafür, wie kurzlebig und unwiederbringlich der Online-Comic ist?

Nachruf

Dinos ambitioniertes Internet-Projekt, 310k.com, geht mit Beginn des nächsten Jahres vom Netz. Der Versuch, einem überwiegend jungen Publikum eine behutsame Mischung aus eCommerce, Unterhaltung und Informationen zu bieten, ist damit gescheitert. Ausschlaggebend für das jähe Ende der Site war weniger das mangelnde Interesse der Zielgruppe, sondern vielmehr, «... dass die Wirtschaft derzeit nicht besonders gerne in den Bereich Neue Medien investiert...» (Zitat: Dino-Newsletter).

Rentabilität wird im Internet vielfach noch immer klein geschrieben, oder besser, für Informationen ist kaum jemand bereit, Geld auszugeben. Wer sich eine Info-Site nicht leisten kann und auf Gedeih und Verderb von Sponsoren und Investoren abhängig ist, der wird nicht lange im Netz verweilen.

Jene Surfer, Sammler und Fans, die sich in der Vergangenheit nur wegen der Comic-News auf 310k.com eingeloggt haben, werden auch weiterhin auf ihre Kosten kommen, und zwar auf www.dino-comics.de. Hier will Dino mit neuen Rubriken und aufgepepptem Design seine Kunden wie gewohnt mit brandaktuellen Infos versorgen. Und da diese Site nicht unter dem Druck steht Renditen einfahren zu müssen, ist nicht anzunehmen, dass dieser Nachrichten-Quell dasselbe Schicksal wie 310k.com erleiden muss.

Impressum

Szene WHatcher #152, November 8, 2001 • © Joachim Heinkow
Herausgeber: Joachim Heinkow • Luisenstrasse 32, 12209 Berlin-Lichterfelde
tel 030-768 051 22 • 0171-681 74 11

Redaktion: Gaby & Joachim Heinkow

E-Mail: joscha@planet-interkom.de und heinkow@planet-interkom.de

Internet: <http://www.szene-whatcher.de>

Mitarbeiter an dieser Ausgabe: Micha Vogt, Rainer Scherr

© 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.

Av@tar 2001

Als besten Online-Comic prämierte die Jury der Internet-Community www.310k.com heuer den Beitrag *Wespen Joe* von Gerhard Korge mit dem Av@tar