

# SZENE WHATCHER

No. 157  
22. Jänner 2002

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



## Stühlerücken bei Panini

Gabriele El Hag, die «blonde Marketingfrau aus Nettel», wechselt innerhalb des Verlages von der Superhelden- zur Kinder- und Jugendzeitschriften-Sparte. Über *Batman* und Co. sowie über ihren Wechsel äussert sich Frau El Hag in einer Pressemitteilung:

«Es war toll zu sehen, wie alles wuchs, blühte und gedieh, Leider wuchsen, blühten und gediehen auch meine Überstunden, Stirnfalten und der Aspirinverbrauch. Irgendwann war klar: Alles geht nicht mehr. Ich musste mich entscheiden: *Thor* oder *Teletubby*? *Digimon* oder *Daredevil*? *Grüne Laterne* oder grüner Frosch? *Kermit* hat das Rennen gemacht - er singt besser.»



Gabriele El Hag übernimmt das Product Management der Kinder-Publikationen bei Panini.

Seit Mitte 2001 hat sich der Superhelden-Output von Panini durch die Übernahme der DC-Titel bestimmt mehr als

verdoppelt; wenn dann ein und dieselbe Person auch noch die Kinder-Publikationen betreuen muss, dann stösst selbst der gnadenloseste Workaholic an seine Grenzen, somit war eine Teilung der Marketing-Abteilung unvermeidbar. Die neue «Wonder Woman» bei Panini heisst Petra Hildebrand - wir wünschen ihr gute Nerven und viel Schaffenskraft. Frau El Hag indes werden wir schmerzlich vermissen und hoffen, dass die neue Aufgabe ihr genau so viel Freude bereitet wie es die Superhelden getan haben.

Winke-winke.

## Sorgloses Kaufen?

Der immer selbstverständlicher werdende digitale Rausch hat vielerorts auch etwas die Realität verzerrt indem das einfache, weltweite Bestellen im Netz der Netze so manchem global agierenden Käufer vorgaukelt, dass die bestellte Ware sofort nach dem entscheidenden Maus-Click so praktisch mir nichts dir nichts für ein paar Euro Porto und Verpackung vor der heimischen Wohnungstür steht. Viele Firmen, die ihre Güter in alle Welt versenden, haben in den letzten Jahren ihre Versandbedingungen grundlegend verändert - sprich: durch «Vereinfachung» den internationalen Handel verteuert.

Vorbei sind die Zeiten, als die dicken Pakete für ein paar Dollar über den Atlantik schipperten und vom deutschen Zoll oftmals grosszügig abgefertigt wurden. Kleinere Sendungen landeten praktisch immer als Freigut beim Empfänger und bei etwas grösseren fielen lediglich geringe Gebühren an, die selbst der miss-trauischste Nachbar mal schnell auslegte, wenn man

gerade mal nicht zu Hause war.

Inzwischen macht sich in Übersee kaum noch ein Händler die Mühe, die bestellte Ware zur Post zu bringen und auf dem «Seeweg» zu versenden. Hier greift jetzt die Logistik von UPS und Co., die dem digital-kommunikations-gestressten Händler sämtliche Formalitäten abnimmt, die trotz weltweitem, kinderleichten eCommerce mehr denn je anfallen. Und das kostet! Unabhängig davon sollte nicht unerwähnt bleiben, dass sich selbst die Postgebühren für die Beförderung auf dem «Landweg» in den letzten fünf Jahren verdoppelt und in den letzten zehn Jahren gar vervierfacht haben.

Es ist inzwischen vielfach Gang und Gäbe, dass die Versandkosten den Wert der versandten Ware um einiges übersteigen - das gilt ganz besonders für Artikel, die man bei eBay als vermeintliches Schnäppchen ergattert hat. Hier kann oft nur noch der ideelle Wert die geschundene Käuferseele trösten, zumal nicht wenige Anbieter am Übersee-Versand zusätzlich verdienen wollen.

So orderte ein deutscher Comic-Fan in den USA unlängst Ware im Wert von € 440, die Sendung wog ca. 9 kg. Die Versandkosten über UPS (eine andere Versandmöglichkeit wurde erst gar nicht angeboten) betragen € 230 und der Zoll schlug mit € 106 zu Buche. Wie preiswert muss hier die Ware sein, damit sich dieses exorbitante Gebühren-Aufkommen überhaupt noch rechnet? Oder, wie sehr muss man diese Ware benötigen, dass man sich in ein derartiges Abenteuer stürzt?

Um so erfreulicher, dass gerade unsere hart kritisierte Post AG es unlängst schaffte, mich in angenehme Verwunderung zu versetzen. Ich hatte eines Tages gegen 17:00 h aus dem aktuellen *Sammler-Markt* bei einem Berliner Anbieter telefonisch ein Buch bestellt und verfiel in ungläubiges Erstaunen, als mir unser Briefträger am nächsten Morgen um 10:15 h meine Bestellung in die Hand drückte!! Und das für sage und schreibe 80 ¢ (Büchersendung).

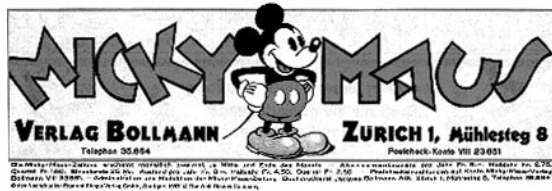
War das nun das Wunder von der Spree oder geht's ab jetzt schneller als die Post erlaubt?

## An Tim und der Maus kommt keiner vorbei!

Selbst die ehrenwerten, traditionsbeladenen Antiquariatsmessen scheinen ganz offensichtlich die Furcht vor dem einstmals verpönten Trivialen verloren zu haben. So bietet das Antiquariat Benz aus Zürich vom 25. - 26. Jänner 2002 auf der 16. Antiquaria in Ludwigsburg Disney-Raritäten an, die in den letzten Jahren immer seltener bzw. gar nicht mehr auf dem Sammlermarkt aufgetaucht sind. Die Zeiten, da man die Publikationen des Schweizer Bollmann Verlages aus den 30er Jahren auf der Kölner Comic-Börse für DM 100 abstauben konnte, sind Geschichte. Inzwi-

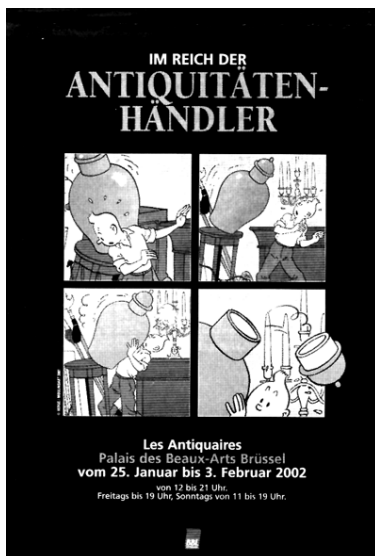
schen haben sich die Preise für diese sehr frühen Disney-Ausgaben vervielfacht, obwohl die Zustände nicht immer die besten sind.

An diesem Wochenende hat der ambitionierte Disney-Freak in der Musikhalle Ludwigsburg die Chance, zwei jener seltenen Exemplare zu begrabschen, zu beschnuppern oder zu kaufen, die in der Szene als Pop-up-Bücher bekannt sind: *Micky Maus im Zirkus*, Micky-Maus-Verlag Bollmann, Zürich, 1936 und *Micky Maus am Hofe König Arthurs*, Micky-Maus-Verlag Bollmann, Zürich, 1936. Das Zirkus-Buch ist der Be-



schreibung nach sehr gut erhalten und wird mit € 650 taxiert, während die König Arthur-Ausgabe einen erneuerten Rücken hat und darum schon für € 400 zu haben ist.

Wer kein Risiko eingehen mag und sich eines der Exemplare schnell reservieren oder bestellen will, der greife flux zum Handy und wähle 0041 1 261 57 50 (Antiquariat Benz, Zürich).



Ohne *Tim* läuft offensichtlich nichts in Belgien, nicht einmal der Antiquitätenhandel.

Im Palais des Beaux-Arts in Brüssel findet vom 25. Jänner bis 3. Februar 2002 eine Antiquitäten-Messe statt, für die wie selbstverständlich der belgische Nationalheld *Tim* auf allen Werbeträgern abgebildet ist. Und mit dem Veranstaltungstitel *Im Reich der Antiquitätenhändler* entleihen die Organisatoren so gleich ein zweites Mal geistiges Gut von dem genialen belgischen Comic-Schöpfer Hergé - wir erinnern uns doch sicher an die *Tim und Struppi*-Ausgabe *Im Reiche des schwarzen Goldes*, oder?

Das www gibt über dieses so interessante Treffen leider keine weiteren Informationen her, auch ist wohl nicht anzunehmen, dass die vielen Hinweise auf den Comic-Helden *Tim* andeuten wollen, dass hier Raritäten aus dem Hause Hergé ins Angebot kommen werden. Aber wer weiss, unverhofft kommt oft, und vielleicht findet man hier doch die absoluten Schmankerln - diese allerdings auf gar keinen Fall unterhalb sechsstelliger Euro-Beträge. Palais des Beaux-Arts, Brüssel, 25.1.-3.2.2002, von 12:00-21:00 h, Fr bis 19:00 h, So 11:00-19:00 h.

### Das Gold der 90er Jahre

Die Auswirkungen der grossen US-Comic-Flaute von 1998-2001 machen sich nun so langsam auch auf dem zum Leben wieder erwachten Sammlermarkt bemerk-

bar. Die Seltenheit etlicher Comics hängt nicht immer von ihrem Alter, sondern zunehmend vom Erscheinungsdatum ab. So wurden in den letzten vier Jahren fast alle Comics nur in sehr bescheidenen Auflagenzahlen hergestellt, da die Nachfrage gering war und bei manchen Titeln mehr und mehr gen Null strebte. Das Resultat dieser Auflagenreduzierung ist die Tatsache, dass es inzwischen wesentlich einfacher ist Comics aus den Jahren 1990-1997 aufzutreiben als Ausgaben aus den Jahren danach. Während sich die Hefte aus den frühen 90ern in den \$ 2,00-Kisten den Rücken krummstehen, sind Exemplare aus den letzten Jahren kaum noch zu bekommen, für welchen Preis auch immer.

Den US-amerikanischen Comic-Händlern wird dieses Defizit natürlich erst jetzt bewusst, da das Interesse der zum Teil neu hinzugekommenen Sammler an den zurückliegenden Ausgaben steigt und zwangsläufig die Preisspirale in Bewegung setzt. Wohl dem, der sein Abo damals nicht dem Trend folgend gekündigt hat und bei der Stange geblieben ist.

### Kenobi, Fett und Anakin

Mit jeder neuen Episode des ultimativen Science-Fiction-Epos *Star Wars* beginnen auch die Action-Figuren-Fantasien ungehindert zu wuchern. Wie sieht *Boba Fetts* Vater aus und wie *Prinzessin Leias* Mutter? Antworten auf diese Fragen bekommt man nicht einmal auf der offiziellen *Star Wars*-Homepage, der der Meister Lucas angeblich persönlich den Stempel aufdrückt. Nein, hier wird entgegen aller Vermutungen und Hoffnungen nur herumgeeiert und geheimnisgekrämer. Die QuickTime-Teaser und -Trailer bringen den Rechner zum Absturz und das angepriesene Foto-Archiv entpuppt sich als ein Schmarrn, denn die Bilder sind so vielsagend wie eine Fotosession mit Telespektiv im dichten, dunklen Wald. Es dominieren Andeutungen, Ausschnitte und Detail-Studien - vielleicht wird hier auf etwaigen Piraten-Seiten Informativeres geboten?

Um so erfreulicher, dass bereits vor dem Filmstart von *Star Wars Episode II, Attack of the Clones* (16. Mai 2002), 19 der insgesamt 47 neuen Figuren am 23. April 2002 in den Handel kommen. Und um die Spannung und die Sammelleidenschaft so richtig zu schüren, kommt der Hersteller mit zwei Versionen daher: Der Collectors Edition und der Standard Edition. Lediglich ca. 50 % der Motive werden im stinknormalen (Spielzeug-) Handel erhältlich sein, während die gesamte Palette nur im Fachhandel angeboten wird. Die restlichen 28 Figuren erscheinen erst nach dem Filmstart - Zeit genug also, um Platz im Regal für Familie *Skywalker* und die Clone-Legion zu schaffen.

#### Impressum

Szene WHatcher #157, Jänner 22, 2002 • © Joachim Heinkow  
Herausgeber: Joachim Heinkow • Luisenstrasse 32, 12209 Berlin-Lichterfelde  
tel 030-768 051 22 • 0171-681 74 11  
Redaktion: Gaby & Joachim Heinkow  
Mitarbeiter an dieser Ausgabe: Volker Franke  
E-Mail: [joscha@planet-interkom.de](mailto:joscha@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.