

SZENE WHATCHER

No. 174

26. Oktober 2002

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



Panini S.p.A. schnappt sich Dino entertainment

Es ist wohl nur noch eine Formsache, dass nach der ausserordentlichen Hauptversammlung, am 26. November 2002, die Dino entertainment AG im Rahmen eines Asset Deals (Firmenübernahme durch Erwerb der einzelnen Wirtschaftsgüter, anstelle der Anteile) von der italienischen Panini S.p.A., Modena, übernommen wird. Aber die Geschichte dieser Entwicklung ist lang.

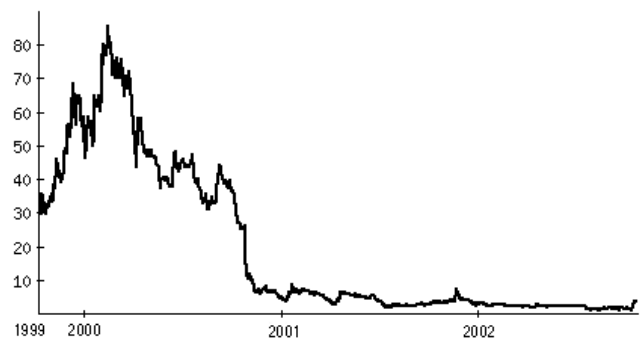
Alles begann damit, dass die Brüder Panini 1945 in der italienischen Stadt Modena einen Kiosk eröffneten und neun Jahre später einen Pressevertrieb begründeten, der trotz beträchtlicher Umsätze zunächst im Familienbesitz blieb. Als sie 1961 das erste Sticker-Album mit den Fussballmannschaften der 1. italienischen Liga auf den Markt brachten, waren die Weichen für das Kerngeschäft des Unternehmens gestellt. Bis zum heutigen Tage sammeln Jung und Alt von Hammerfest bis zum Kap der Guten Hoffnung und von Macao bis Honolulu, rund um die Welt, mit absoluter Hingabe Panini-Sticker und sorgen dafür, dass die Firma mit einer soliden Finanzkraft ausgestattet ist. Panini ist in Europa mit einem durchschnittlichen Marktanteil von 74% unangefochtener Marktführer für Sticker und Sammelbilder - in Deutschland hat Panini in dieser Branche gar einen Marktanteil von 85%.

Ende der 80er Jahre forderte der internationale Markt allerdings sein Recht und bescherte der Panini Aktiengesellschaft durch Übernahmen einige sehr unruhige Jahre - aber die Macht der Sticker war ungebrochen und bescherte der Firma immer wieder ein halbwegs bequemes finanzielles Polster. Im Oktober 1998 erwarb Marvel Toy Biz Inc., eine Tochter der Marvel Entertainment Group, das Unternehmen und staffierte es mit internationalen Comic-Lizenzen des Marvel-Universums aus. Der später in Marvel Enterprises Inc. umbenannte Medien-Konzern veräusserte Panini im Herbst 1999 an die italienische ID4 Holding S.p.A., mit den begehrten Marvel-Lizenzen, für weitere fünf Jahre. Ob der bis Herbst 2004 laufende Vertrag verlängert wird, konnte uns Panini bislang nicht beantworten, man bestätigte aber, dass «die Regelung Bestand habe».

Auch die im Juni 1993 gegründete Dino Verlag Produktions-, Vertriebs- und Beratungsgesellschaft für Medienprodukte mbH hat in ihrer kaum 10-jährigen Firmengeschichte nicht wenige Höhen und Tiefen durchlebt. Anfangs füllten die auf diversen TV-Serien basierenden Printmedien die Kasse der Firma, ob *Beavis & Butt-head*, *Wrestling Mania* oder *Gute Zeiten, Schlechte Zeiten*, der Erfolg konnte sich sehen lassen. Mit dem Einkauf der DC-Lizenzen und der Herausgabe der *Batman Adventures* (Juni 1995) sowie der *Superman*-Reihe (Januar 1996) machte sich der Dino Verlag auch im Comic-Fandom einen guten Namen. Nicht zuletzt der Hype am Neuen Markt und besagter Erfolg bewegten den Firmengründer Christian Neuber und seine Mitgesellschafter am 18. August 1999 zum Sprung auf den Aktien-Markt und zur Umwandlung der Gesellschaft in die Dino entertainment AG.

Aber die Zeichen standen nicht gut. Die Lizenzen für die japanischen *Pokémon*-Charaktere wurden von Nintendo zu schleppend erteilt und als Dino nach den Sommerferien 2000 endlich auf den *Pokémon*-Zug aufspringen konnte, trafen die Produkte bereits auf einen gesättigten Markt. Da der vermeintliche Gewinn aus dem *Pokémon*-Boom aber schon in die Kalkulationen eingeflossen war, erlebte die junge AG nun das, was in die Comic-Geschichte als das «Pokémon-Desaster» eingegangen ist. Es kam noch schlimmer. Die Verkaufszahlen, gerade bei den DC-Superhelden entwickelten sich in den Folgemonaten derart negativ, dass man im November 2000 beschloss, die Lizenzen im Frühjahr 2001 geschlossen an DC Comics zurückzugeben. Die DC-Lizenzen fielen bereits kurz darauf an den Dino-Konkurrenten Panini S.p.A., der inzwischen ein Joint Venture mit der deutschen Distribution-Firma Modern Graphics gegründet hatte.

Die Einbrüche am Neuen Markt bewirkten ein Übriges. Hatte die Dino entertainment-Aktie im Februar 2000 mit über 80 € ihr All-Time-High erreicht, so fiel sie im Laufe des Oktober 2001 dauerhaft unter die 1 €-Notierung, und vollzog im November 2001 auf eigenen Antrag als Penny-



Der Kursverlauf der Dino-Aktie seit 1999

Stock den Segmentwechsel in den Geregeltten Markt. Nach der Übernahmeankündigung stieg der Kurs der Aktie zeitweise auf über 3,50 € an.

Durch die Fokussierung auf rentable Produkte, die Eliminierung defizitärer Aktivitäten sowie die Einleitung eines Restrukturierungsprogramms konnte Dino allerdings im ersten Halbjahr 2002 positive Effekte erzielen und zur Profitabilität zurückkehren. Und hätten die Anlaufverluste der Auslandstochter nicht zu Buche geschlagen, dann wären die Ergebnisse noch deutlich höher ausgefallen. Die Mitarbeiterzahl, die 1996 bei 13 Angestellten und 2000 bei 107 Angestellten lag, hat sich inzwischen auf Grund besagter Umstrukturierungen bis Ende August 2002 auf 57 reduziert.

Gute Zeiten für ein Schnäppchen? Bereits im Vorfeld der Frankfurter Buchmesse 2002 hatte ein gemeinsamer Verlagsprospekt von Panini und Dino die Richtung angezeigt und sollte die ausserordentliche Hauptversammlung vom 26. November 2002 dem Asset Deal mit Panini S.p.A. und der Umfirmierung der AG zustimmen,

woran kaum noch Zweifel besteht, dann wechseln alle Dino-Lizenzen an Büchern, Zeitschriften, Comics, Merchandising und auch das Markenrecht, Dino entertainment, am 31. Dezember 2002 den Besitzer.

Vereinbart wurde weiterhin, dass alle bestehenden Arbeitsplätze im Rahmen der Übernahme entsprechend § 613a BGB unter dem Aspekt der Besitzstandswahrung am Standort Stuttgart gesichert sind. Christian Neuber bleibt bis zum 31. Dezember Vorstandsvorsitzender der Dino entertainment AG, zieht sich aber mit der Übergabe des Geschäftsbetriebes am 31. Dezember 2002 aus der operativen Verantwortung zurück. Der Kaufpreis orientiert sich hauptsächlich an dem Rohertrag der Dino entertainment AG für das Jahr 2002.

Und die Perspektiven des neuen Medienriesen?

Ein gemeinsames Produktportfolio hat auf dem internationalen Markt durchaus eine Chance, wenn der neue Konzern rechtzeitig auf Trends reagiert und sich nicht mit Überholtem verzettelt. Eine Ausweitung der Manga-Palette dürfte wenig erfolgsversprechend sein, da hier die Konkurrenz, Egmont Ehapa und Carlsen, den Markt beherrscht und man in der Comic-Industrie seit geraumer Zeit von einem Abflauen des Manga-Booms ausgeht. Was die Comic-Lizenzen angeht, so kann das neue Unternehmen nunmehr aus dem Vollen schöpfen. Neben den DC- und Marvel-Charakteren liegen jetzt u. a. auch die *Simpsons*- und *Star Wars*-Rechte in einer Hand. Vorstand und Aufsichtsrat der Dino entertainment AG bezeichnen die Transaktion als grosse Chance, zusammen mit Panini zu einem führenden europäischen Verlag für Kinder- und Jugendmedien zu wachsen. «Mit der internationalen Präsenz von Panini wird die Dino-Idee

zu einem europäischen Erfolgsmodell.», hofft Neuber, «Ich bin überzeugt, dass unser strategisches Konzept eine internationale Expansion trägt. Aber nur mit einem starken Partner ist dies zu verwirklichen. Unsere erfolgreiche Kooperationsphase in Italien hat gezeigt, dass die Unternehmenskulturen nahezu perfekt zusammenpassen.» Im Alleingang wäre Dino wohl kaum in der Lage gewesen die notwendige Markt-

grösse zu erreichen, besonders was die Präsenz in der internationalen Geschäftswelt anbelangt. «Es ist kein Notverkauf», beteuert Christian Neuber, «Panini ist bereits überall da, wo wir hinwollen.»

Egal, wie positiv sich der Zusammenschluss in Zukunft auf den Erfolg des neuen Medien-Konzerns auswirken mag, ein bisschen Schwermut schwingt mit, besonders für die Fans in der Comic-Szene, die mit den Dino-Publikationen aufgewachsen oder aber wieder jung geworden sind. Bleibt zu hoffen, dass die Vision der kreativen Comic-Crew der Dino AG, den Comic durch Aktionen, Signiertouren, coolen Heftbeilagen und spektakuläre Messe-Auftritte für seine Leser lebendiger zu machen, auch von der kommenden Geschäftsleitung mitgetragen wird. Die Comic-Schaffenden um Max Müller haben ihre Kunden über viele Jahre hinweg mit zahllosen genialen Ideen verwöhnt, mit weniger werden sie sich jetzt auf keinen Fall mehr zufrieden geben.



Christian Neuber: «Es ist kein Notverkauf.»

Sergio Aragonés signiert in Berlin

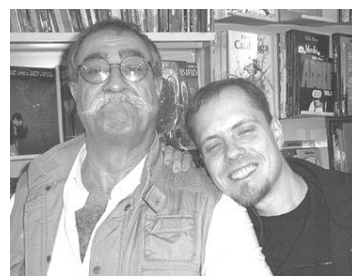
Am 19. Oktober 2002 kam Sergio Aragonés, der Meister, der schneller zeichnet als sein Schatten, nebst den Dinos Jo Löffler und Steffen Volkmer zu Modern Graphics in Berlin-Steglitz, sozusagen zum Abschluss der grossen MAD-Jubiläums-Signier-Tour. Die anwesenden Interessenten, Fan-Boys und MADisten rätselten zunächst, ob Sergio auch zeichnen oder nur seine Werke signieren würde. Diese Ängste konnten aber schnell zerstreut werden, denn Insider wissen, dass es kaum einen zeitlichen Unterschied macht, ob Sergio signiert oder zeichnet. Konnte man ihn gerade noch beim Anspitzen seines Bleistiftes beobachten, so hielt man ein paar Augenblicke später schon die fertige Zeichnung in den Händen.

Die Signierstunde begann zunächst mit einer leicht traurigen Stimmung, in Anbetracht der Übernahme von Dino entertainment durch Panini S.p.A. Der frisch unterzeichnete Vertrag (16. Oktober 2002) sass allen Beteiligten noch arg in den Knochen. Aber in der Gegenwart von Frohnaturen, wie Sergio, verblasst die Tristerie sehr schnell und so erhellte flux wieder reiner Optimismus die Szene.

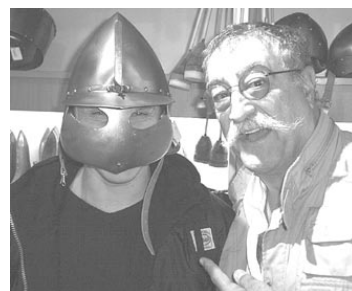
Jo und Steffen freuten sich auf die anstehende Arbeit, besonders, weil sie nun sehr bald wieder mit ihren geliebten Superhelden zusammenkommen werden und Sergio plante in Gedanken sicher schon wieder seinen nächsten Trip in die Alte Welt. Denn was hatte er einst dem Original-Art-Händler Carsten Laqua verraten? Regelmässige Reisen nach Europa seien dringend angesagt, weil der Mensch mindestens einmal im Jahr mit Messer und Gabel speisen muss. Herzlich willkommen Mr. Aragonés!



Sergio Aragonés «Der Meister». Cortez würde vor ihm erleichen.



«Daddy» Sergio und «Sonny» Steffen. Ein Herz und eine Seele.



Jo in Gefechtsmontur und Sergio. «Kaum wiederzuerkennen, der Bursche.»



Sergio outet sich als Simpsons-Fan. Maggie freut's, denn Yellow-Power rules okay!

Impressum

Szene WHatcher #174, Oktober25, 2002 • © Joachim Heinkow
Herausgeber: Joachim Heinkow • Luisenstrasse 32, 12209 Berlin-Lichterfelde
tel 030-768 051 24 • 0171-681 74 11
Redaktion: Gaby & Joachim Heinkow
E-Mail: heinkow@gmx.de und 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.