

SZENE WATCHER

No. 176

16. Dezember 2002

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



Ein Satz zu viel

In einer Zeit, da die Bundesregierung das staatliche Interesse über eine gesunde Marktwirtschaft stellt, verwundert es nicht, dass die Agenten der Sparbehörden bis in die äussersten Ritzen leuchten um die Staatskassen zu füllen und unsere Geldbörsen zu verebben. Und so sorgte ein Satz in dem extra zum Eintreiben von Steuergeldern erfundenen Steuervergünstigungsabbaugesetz (StVergAbG) nicht nur bei der Comic-Industrie für Aufregung: «Grundsätzlich wird es künftig Umsatzsteuermäßigungen nur noch für lebensnotwendige Güter des täglichen Bedarfs und Dienstleistungen, wie den öffentlichen Personennah- und Fernverkehr sowie Bildung und Kultur geben.»

In den Erläuterungen zu den im Entwurf eines Gesetzes zum Abbau von Steuervergünstigungen und Ausnahmeregelungen (Steuervergünstigungsabbaugesetz - StVergAbG) vorgesehenen steuerlichen Maßnahmen heisst es dazu:

«Maßnahme: Umsatzbesteuerung sog. Kombiartikel mit dem Regelsteuersatz (§12 Abs. 2 Nr. 1 UStG).

Erläuterung: Im Handel werden immer häufiger Warenkombinationen zu einem Gesamtpreis angeboten, von denen der eine Gegenstand - im Fall des Einzelverkaufs - dem ermäßigtem Umsatzsteuersatz und der andere dem allgemeinen Umsatzsteuersatz unterliegt (z.B. Süßigkeiten mit kleiner Plastikfigur, Bilderbuch mit Spielzeug). Bei derartigen Kombiartikeln ist eine praktikable Ermittlung der zutreffenden Umsatzsteuer nicht möglich. Künftig soll deshalb stets der allgemeine Steuersatz von 16 % gelten, sofern nur ein Gegenstand enthalten ist, der nicht in der Anlage §12 Abs. 2 Nr. 1 und 2 UStG (7 % Besteuerung. Anm. d. Red.) aufgeführt ist. Dies dient der Steuervereinfachung und beseitigt Rechtsunsicherheiten und Wettbewerbsverzerrungen.

Die Neuregelung soll am 1. April 2003 in Kraft treten.»

Da aber in Deutschland nun einmal weder das Computer-Magazin mit CD-Beigabe, noch das *Micky Maus-Magazin* (ehem. *Micky Maus*) der Egmont Ehapa Verlag GmbH den Bereichen Bildung und Kultur zugerechnet werden, dürfte für jene Artikel in Zukunft ein Mehrwertsteuersatz von 16 % gelten.

Der Aufschrei über diese, aus Verlagssicht, bodenlose Ungerechtigkeit ist laut und vermittelt den Eindruck, dass alle Beteiligten einstimmig gegen das Gesetz mit Empörung protestieren und enger zusammenrücken. Aus der lästigen Konkurrenz wird gut Freund und das Gerangel um Marktpositionen tritt kurzzeitig in den Hintergrund. Die Pläne der Regierung wecken ungeahnte Kräfte bei den führenden Vertretern deutscher Verlage, so auch bei Frank Knau, dem Geschäftsführer von Egmont/Ehapa: «Lesen – Lachen – Spielen, dieses Motto steht unsichtbar über jedem unserer Magazine. In Zeiten miserabler Pisa- und Unicef-Ergebnisse, sollten wir wirklich alles tun, was Kinder zum Lesen und Lesenlernen anregt. Wir ermuntern die Kinder mit kleinen Zugaben, die kalkulatorisch nur einen Bruchteil des Magazinwertes ausmachen und die in das redaktionelle Konzept der jeweiligen Ausgabe eingebunden sind.»

Wenn man es in den verflochtenen Jahrzehnten schon nicht geschafft hat dem Comic in Deutschland die Anerkennung als Kulturgut zu verschaffen, dann sollte es doch aber über die Pisa-Studie wenigstens für die Bildung reichen. Verpasste Chancen, margenlastige Konzepte und verpeilte Klientelpflege prägen die Entwicklung des Comics im Deutschland des vergangenen Jahrhunderts. Wer es zulässt, dass der Comic hierzulande von der überwältigenden Mehrheit der Bevölkerung als Kinderkram bezeichnet wird, der kann wohl kaum auf einen Kulturstatus hoffen, denn Kinder haben keine Lobby in diesem Ressort.

Um den Bildungsstatus zu unterstreichen werden jetzt «aktuelle Untersuchungen renommierter Marktforschungsinstitute» herangezogen, die sicherlich ewig in den Schubladen geschlummert hätten, wäre nicht die Bedrohung aus Berlin gekommen. Leider - oder zum Glück - ist Bildung in Deutschland ein penibel definierter Begriff, dessen Anspruch das *Micky Maus-Magazin* wohl kaum erfüllen dürfte. Andererseits hätten die lieben Kleinen mit Sicherheit kein Interesse an einem *Micky Maus-Magazin*, das den Anforderungen des Bildungsministeriums entspräche.

Die Schmutz- und Schund-Kampagnen der 50er Jahre, aus denen sich der Ehapa Verlag seinerzeit auszugrenzen versuchte, sitzen tief in den Köpfen der Konsumenten, und es scheint gar, als würden sich diese Eindrücke von Generation zu Generation vererben.

Also nichts mit Bildung und Kultur - bleibt das für den Augenblick geschaffene Kombi-produkt, ein Wegwerfartikel, dessen Bedeutung zeitlich begrenzt ist und der die Frage offen lässt, ob das Magazin nur die Verpackung für die Beilage ist oder die Beilage die Zugabe zum Magazin.

Moritz von Laffert, der Geschäftsführer von Axel Springer Young Mediahouse, versucht mit dem Aufzeigen des absehbaren Chaos' die Regierung von ihren Plänen abzubringen: «Im Handel wird die Neuregelung zum Chaos führen, da teilweise jede Ausgabe einer Zeitschrift steuerlich unterschiedlich gehandhabt werden muss; teilweise werden 7 %-Drucksachen (z.B. Booklet) und 16 %-Waren (z.B. Tattoo) im Wechsel verwendet.», ein Abonnement liesse sich in diesem Fall preislich nicht mehr korrekt erfassen, da weder der Steuersatz noch der Jahres-Abopreis festgelegt werden könne.

Und Frank Knau von Egmont/Ehapa droht den Rotgrünen gar mit Entlassungen: «Unsere Magazine werden zum größten Teil von den Kindern selbst gekauft und von deren Taschengeld bezahlt. Eine durchschnittliche Preiserhöhung von 20 ¢ pro Ausgabe allein für die Mehrwert-



Im Fadenkreuz der Steuerbehörde:
Das *Micky Maus-Magazin* von
Egmont/Ehapa

steuer hätte daher einen massiven Einfluss auf die verkauften Auflagen. (...) Da die Kinder seit Generationen an ihre geliebten «Gimmicks» gewöhnt sind, müssten wir auch hier mit drastischen Auflageneinbrüchen rechnen. Wir müssten unverzüglich in allen Bereichen den Personalbestand erheblich abbauen, um die Verluste aufzufangen.»

Eine Mehrwertsteuer von 16 % würde das *Micky Maus-Magazin* preislich von heute € 1,80 auf 1,95 klettern lassen, also noch immer unterhalb der psychologischen € 2,00-Preisschwelle. Und selbst eine Anhebung auf glatte € 2,00 dürfte wohl kaum weinende Kindergesichter hinterlassen, denn wer über genügend Finanzen für DVDs, Computerspiele und Action-Figuren verfügt, der macht vor einem € 2,00-Produkt schon gar nicht Halt. Aber bislang ist das bedrohliche Gesetz im Plenum nicht abgesegnet worden, und somit besteht die Hoffnung, dass das *Micky Maus-Magazin* regierungsseitig doch noch als Bildungs- oder Kulturgut anerkannt wird.

Fazit: In Berlin werden auf unverantwortungsvolle Weise Existenzängste geschürt und ohnehin schon gebeutelte Branchen und Industrien finanziell bedrängt, und das nur um eigene Fehler zu vertuschen.

Die Verlage kreieren zum Teil absurde Preis-Konzepte, hofieren die falsche Klientel und üben sich in der Verschiebung der Schuldfrage, und das nur um eigene Versäumnisse zu vertuschen.

Eine Regierung ist abwählbar, aber Gesetze werden deshalb nur selten geändert - Verlage überleben Regierungen und sollten deshalb etwas mehr Zeit auf ihre Standortdefinierung verwenden.

Tintin et Milou and the pharaos cigars

Schon die Verhandlungen über die Drehrechte an einer Verfilmung von Georges Remis, alias Hergé, *Tintin (Tim und Struppi)* sorgten in der internationalen Presse für spekulative Artikel. Die 1929 geschaffene Comic-Figur ist eine der weltweit erfolgreichsten ohne jedoch cinematografisch aufgefallen zu sein. Etliche Zeichentrickserien, sowie zwei abendfüllende Trickfilme (*Der Sonnenempel* und *Der Haifischsee*) und zwei französische Real-film-Produktionen (*Das goldene Fließ* und *Das Geheimnis der blauen Orangen*) erzeugten bislang in der Film-Szene keinen nennenswerten Erinnerungseffekt. Es ist also an der Zeit, dass sich endlich Hollywood der Sache annimmt und in Sachen *Tim und Struppi* für mehr Akzeptanz unter den Kinogängern sorgt.

Steven Spielberg, der weltweit anerkannte Action- und Special-Effect-Spezialist, erhielt heuer von dem belgischen Rechthealter Moulinsart den Zuschlag für die Verfilmung der (eines?) Abenteuer(s) des redlichen Blondschopfs und seines treuen Begleiters *Milou (Struppi)* sowie des lebenslustigen *Kapitän Haddock*, der beiden ungelungenen Undercover-Agenten *Schulze und Schultze* und des trottelligen, genialen *Professors Bienlein*. Neben der alles bewegenden Frage, welcher Hund spielt den *Struppi*, ist bislang völlig offen, welchen Stoff Spielberg für seinen Film verwenden wird, denn mit dem kreieren einer neuen Story ist das so eine Sache. Hergé hatte schon vor seinem Tode testamentarisch verfügt, dass im Falle seines Ablebens das *Tim*-Universum eingefroren wird und keine neuen Geschichten mit dem reinherzigen Reporter geschrieben werden dürfen. Hergés Lebenswerk schien deshalb bis zum heutigen Tag mit dem Fragment *Tintin et l'alph-art* sein Ende gefunden zu haben.

Natürlich bietet sich eine Verknüpfung von einzelnen Episoden an, was allerdings Hergés atemberaubende

Erzählweise kaum zum Tragen bringen würde. Bleibt wohl nur die Reise zum Mond, die Spielberg aber auf keinen Fall mit dem Charme des wissenschaftlichen Standes der 30er oder 40er Jahre abdrehen dürfte. Oder etwa doch? Was wird aus der weiss-roten Rakete? Hat Spielberg sich eine neue Story erkaufte? Möglich wär's, denn die Verkaufszahlen der *Tim*-Alben im franko-belgischen Raum sind miserabel - und Rechthealter brauchen auch Geld. Fakt ist, dass *Tim und Struppi* nach dieser Verfilmung das Kinderzimmer endgültig verlassen haben. Hunderttausend heulende und jaulende Höllenhunde!

Lieber meine Comics!

Der Hollywood-Star Nicolas Cage hatte sich gegenüber seiner Ehefrau Lisa Marie Presley stets gefügig gezeigt und durch Versteigerungen von Teilen seiner Auto- und Comic-Sammlung all ihre Wünsche erfüllt. Als die Presley aber immer mehr Sachen aus seiner Sammlung verscherbeln wollte, entschied sich der Mime nach 5-monatiger Ehe zur Blitz-Trennung vom Elvis-Spross und suchte mit seinen Comics das Weite.

Für Comic-Fans eine völlig logische Entscheidung. Denn wisse, Comic-Sammler haben für alles Verständnis, ertragen sämtliche Strapazen und Demütigungen - aber nur solange man ihrer Sammlung nicht zu nahe kommt, dann werden sie zum Tier!

Kontrastprogramm auf dem Gabentisch

Rechtzeitig zur Weihnachtszeit warten die Verlage noch einmal mit Publikationen auf, die für Gross und Klein hervorragend unter den festlich geschmückten Weihnachtsbaum passen. Auf zwei Hardcover wollen wir ganz besonders hinweisen, zumal es sich hier für jedes auf seine Art um einen Klassiker im traditionellen Sinne handelt.

Ritter Runkel und seine Zeit aus dem Verlag Jurgeit, Krismann und Nobst (ISBN 3-936908-02-8, € 14,95) schildert das visionäre Denken und Handeln des Kult-Ritters aus der *Digedag*-Saga - für die Fans der drei Knollennasen und ihrer zeitkontinuumbedingten Sidekicks ein absolutes Muss, das durch eine extrem liebevolle Aufmachung besticht. Dass es sich hierbei nicht um einen Comic, sondern um einen illustrierten Roman handelt, macht die Sache nur noch spannender. Klasse!

Panini präsentiert den X-Mas-Shoppern die Archiv Edition - *Batman* Band 5, der die *Batman*-Ausgaben 103 bis 119 beinhaltet (ISBN 3-89921-247-9, € 45,95). Hier wechseln sich die Key- mit den Kult-Issues in illustrierter Folge ab! Eine Glanz-Periode des *Dunklen Ritters*, kriecht von Comic-Schaffenden wie Bob Kane, Dick Sprang, Bill Finger und Win Mortimer. Eine Super-Chance für ein gänsehautiges Wiedersehen mit Gaunern *Joker*, *Scorpio* und *Torrey*. Super!

Impressum

Szene WHatcher #176, Dezember 16, 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 Verbreitung, 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.