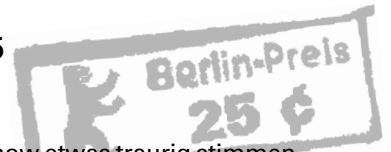


SZENE WATCHER

No. 189
28. Juli 2003

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



San Diego Media Con 2003

Immer neue Besucherrekorde, immer mehr Hallen, immer mehr buntes Treiben, immer weniger Comics, immer längere Warteschlangen, immer mehr Trend-Scouts, immer mehr Fans in aufwendigen Outfits und, und, und...

Glaubt man den Worten der Insider, dann ist das Zusammenwachsen der einzelnen Unterhaltungs-Medien auf dem San Diego Media Con 2003 in seine Endphase getreten und präsentiert sich dem staunenden Besucher, aber auch dem alten Hasen, als ein Konglomerat aus schrillen Tönen, grellen Farben, Sinnesüberreizungen, Action-Figuren in allen Grössen, bewegten Bildern und prächtigen Kostümen. Fasching im Sommer?



The Terminator! Werbung ist alles, von Feuer-land bis zum Kap Horn und vom Potsdamer Platz bis San Diego.

Keineswegs, denn hier vollzieht sich eine Entwicklung, von der wir hier zu Lande noch so weit entfernt sind wie die Bronzezeit vom Raumfahrtzeitalter. Während sich diesseits des Atlantiks alle Medien immer brav getrennt ohne unangenehme Berührungspunkte mit anderen Artgenossen einzeln der Öffentlichkeit stellen – Comic-Messe, Film-Messe, Spiele-Messe, Musik-Messe – fließt jenseits des Teiches mit rasender Geschwindigkeit alles zusammen. Allein auf diesem Con tummel-

ten sich über 5.000 Scouts aus der Film-Branche mit der Absicht, neue Trends für Hollywood auszumachen – kein Wunder, wenn die Filmemacher immer häufiger Comic-Verfilmungen in die Kinos bringen, denn die eindringlichen Präsentationen der Comic-Verlage scheinen nicht nur den Normal-Besucher zu beeindrucken. Hier blühen und gedeihen Gedanken-Austausch und Phantasie-Transfer, eine stimulierende Ideen-Börse.

Hatte die Show vor zwei Jahren noch rund 67.000 Besucher in Bewegung gesetzt, so waren es im letzten Jahr schon über 80.000 und für 2003 hatten sich bereits 65.000 Interessierte vorregistrieren lassen, dazu kommen noch ca. 20.000 bis 50.000 Tagesbesucher – und zwei Stunden Wartezeit vor den Toren des Convention Center sind eher die Normalität!

Die Väter dieses gigantischen Erfolges sind die Mitglieder des Convention Committees, die eine Medien-Verwachsung unaufhaltsam vorangetrieben haben und den Institutionen der Stadt San Diego, den Informations-Medien und der Unterhaltungsbranche hartnäckig die Notwendigkeit einer solchen Veranstaltung klar gemacht haben. Den einen oder anderen US-Comic-Fan wird es

beim Anblick dieser Mega-Show etwas traurig stimmen, und er wird mit einer Träne im Auge seinen fast familiären, alten San Diego Comics Con vermissen, aber er wird gleichzeitig auch an die vielen tollen Comic Conventions im ganzen Land denken, die über das Jahr stattfinden und sich auf das vorletzte Wochenende im Juli 2004 freuen, wenn es in San Diego wieder heisst: Schlange stehen.

Spielverderber

Die *Internationalen Spieltage - Spiel '03* bitten in ihrer Presse-Information Nr. 1 um die Verbreitung der Meldung, dass diese wohl weltweit bedeutendste Veranstaltung vom 23. bis 26. Oktober 2003 wie gehabt auf dem Gruga-Gelände in der Ruhr-Metropole Essen stattfindet. In diesem Jahr haben sich bereits über 580 Aussteller aus 21 Nationen angemeldet, man erwartet wieder weit über 100.000 Spielbegeisterte zum «Global Playing» und lockt mit Preisverleihungen, Spiele-Weltpremieren und Neuheitenschauen nach dem Motto: «Komm, spiel mit!». RICHTIG, da war doch noch was! Was war es doch gleich? Ach ja, die *Comic Action!*

Also noch mal durchlesen, und tatsächlich, auf Seite 1 wird in einem Dreieinhalbzeiler auf die in die Spielmesse «eingebettete und doch eigenständige» *Comic Action* hingewiesen. Besucher werden erwartet, es gibt bunte Bilder und Comic-Specials, 70 Verlage kommen und Künstler aus aller Welt.

Es ist ja kein Geheimnis mehr in der Comic-Industrie und der -Szene, dass in Essen in Sachen Comic nur noch eine Notleuchte brennt, aber noch liebloser und desinteressierter kann man wohl kaum auf einen Veranstaltungsteil hinweisen. Die *Comic Action* wird von den *Spiel '03*-Veranstaltern so krass ignoriert, dass man sich echt fragen muss, warum sie den Comic nicht gänzlich aus den Messe-Hallen werfen – dem Comic würde es wohl kaum schaden, im Gegenteil, denn es ist doch mehr als erniedrigend und demütigend, wenn ein Welt-Kulturgut als Mauerblümchen und Beiwerk für eine Spiel-Veranstaltung erhalten muss.

Offenbar besteht seitens der Veranstalter gar kein Interesse für die *Comic Action* zu werben, man geht wohl davon aus, dass dies die Verlage selbst und «eigenständig» organisieren, oder man hätte es wohl gern so. Welch ein Konzept. Dass die Comic-Verlage leider keine breit gefächerte konzertierte Werbung betreiben und auch kaum Presse-Informationen versenden, ist weithin bekannt. Bleiben die einschlägigen Fachblätter, die in der Regel ihre Leser kurz vor Messebeginn mit den nötigen Infos versorgen – die massgeblichen Medien werden die *Comic Action* höchstens zufällig wahrnehmen, wenn überhaupt.

Was 1999 so vielversprechend begann hat sich für die Essener Spiele-Messe zu einem ungeliebten Klotz am Bein entwickelt, einem geduldeten aber nicht ernst genommenen Spektakel, das inzwischen so «eigenständig» geworden ist, dass man es am liebsten vor den Informations-Medien ganz verschweigen würde. Foulspiel.

Die San Diego-Collection

Mile High kauft epochale Comic-Sammlung Teil 3

Chuck Rozanski hatte in weiser Voraussicht schon vorher einen LKW für US\$ 1.600 gemietet, um einen Teil der Sammlung mitzunehmen. Beim genauen Hinsehen entpuppte sich das Gefährt allerdings als «Klapperkasten» ohne Air Condition und absolut leistungsschwach. Sicher, Chuck hätte am nächsten Tag einen besseren LKW bekommen können, aber seine Angst davor, dass das Wort die Runde machen könnte, dass er allein, mit einer unregistrierten, extrem wertvollen Ladung, für die er praktisch seinen Kopf hinhielt, auf einer der einsamsten Strecken des Westens Richtung Nordosten fährt, trieb ihn voran. Wie wir aus einschlägigen Krimi-Serien wissen, gibt es in den USA nicht nur gute Bürger, nein, auch solche, die sich gern mal in einer verlassenen Gegend über einen trägen Transporter mit einer Millionen-Ladung hermachen würden – zumal alte Comics in den USA nicht wie hier zu Lande als Altpapier, sondern als Kapitalanlage gelten.

Die Tour führte Chuck Rozanski auf 1.054 Meilen (ca. 1.680 km) durch die Staaten California, Nevada, Utah und Colorado. Spätestens nach einer Stunde war ihm klar, dass dies wohl das gefährlichste Unternehmen seines Lebens werden würde, als sein Laster die Hügel hinter San Diego nur mühsam mit 30 mph (ca. 50 km/h) anging und nach einem fast kompletten Leistungsausfall auf einem stark befahrenen Streckenabschnitt beinahe ein Tieflader in ihn hineingerauscht wäre. Im Nachhinein beschreibt er diese Situation mit den Worten: «I was convinced that I was doomed.»

Nachdem Chuck die Mojave Desert hinter sich gelassen hatte, erreichte er nach Mitternacht Nevada und nahm sich in einer Fernfahrer-Raststätte ein Zimmer. Allerdings fand er keine Ruhe bei dem Gedanken, dass man ihm den ganzen Laster inklusive Ladung klauen könnte, was einigen seiner Freunde bereits bei anderen Gelegenheiten passiert war! Die Tatsache, dass die Raststätte auf Grund ähnlicher Erfahrungen einen 24-Stunden-Wachdienst für das Areal beauftragt hatte, wirkte auf Chuck keineswegs schlaffördernd. Also griff er sich ein Kissen und verbrachte die Nacht eher schlecht als recht auf den Sitzen des LKWs. Nach einem kurzen Aufenthalt im Bad auf seinem Zimmer machte er sich dann im Morgengrauen in Richtung Utah auf.

Den folgenden Tag beschreibt Chuck als reinen Alptraum. Der Laster war nicht in der Lage, die Hügel des Vorgebir-



Chuck Rozanski und sein kleiner Truck kurz nach der Ankunft. Die Erschöpfung und die Strapazen sind ihm ins Gesicht geschrieben.

ges und die Berge der Rocky Mountains zügig zu überqueren und bescherte dem völlig erschöpften Chuck einen Fastunfall nach dem anderen. Die letzten Meilen über den Vail Pass (ca. 3.200 m) und den Loveland Pass (ca. 3.600 m) bewältigte das abgewrackte Vehikel mit schlappen 18 mph (ca. 30 km/h) und machte zwischendurch öfter Anstalten die Arbeit gänzlich einzustellen. Auf dem abschüssigen Strassenabschnitt zu seiner Farm konnte Chuck die brennenden Bremsbeläge riechen, und am frühen Nachmittag des Tages rollte er endlich schweissgebadet auf seine Hofeinfahrt.

Die 20-Stunden-Tour hatte er glücklich in 30 Stunden bewältigt, aber nun begann der arbeitsintensivere Teil des Unternehmens, die logistische Aufbereitung der Giga-Sammlung.

Fortsetzung folgt.

Und weiter geht's...

...mit der *Illustrierten Deutschen Comic Geschichte* aus dem ComicZeit Verlag. Siegmars Wansel lässt bei der Herausgabe der 2. Auflage seines Standardwerkes keine Langeweile aufkommen. Heuer sind die Ausgaben 4 bis 6 in den Fachhandel gekommen mit neuer, besserer Bindung und tollem, farbigen Schutzumschlag.

Gleichzeitig kündigt Wansel für den Herbst 2003 die Herausgabe einer Luxusausgabe der Bände 1-11 an, die die Publikationen des Walter Lehning Verlages umfassen. Die Ausgabe besteht aus zwei Bänden in Lederoptik mit farbigem Schutzumschlag und wartet mit extra Schmankerln wie Bildbeispielen und Erscheinungsdaten in Tabellenform auf. Wer's also richtig anspruchsvoll haben will und ca. € 400 übrig hat, der sollte sich bald vormerken lassen, da die Auflage auf 100 Stück limitiert ist. Aber die Normalbände tun es auch und da kann man nur sagen: Highly recommended!

Illustrierte Deutsche Comic Geschichte 4-6, à € 42,00, Info unter 0221-66 85 18 oder beim Händler Ihres Vertrauens.

Lost data

Es ist gar nicht so einfach, Informationen über längst eingestellte Publikationsreihen zu bekommen, besonders wenn sich der Verlag nicht mehr erinnern kann und seine Annalen keinen detaillierten Aufschluss über den Inhalt der Serien geben können. So geschehen im Rahmen einer Recherche auf eine Anfrage beim Heyne Verlag, denn dort kann sich beim besten Willen niemand mehr an die Krimi-Taschenbuch-Reihe *Heyne Crime Classic* (erschienen zwischen 1970 und 1988?) erinnern. Auch im Fandom scheinen diese wirklich netten Taschenbücher keinen bleibenden Eindruck hinterlassen zu haben, denn selbst einschlägig beleckte Sammler und Händler wissen nicht viel über diese Krimi-Bände. Also ist die Reihe, die wohl in den Nummernbereich des *Heyne-Taschenbuch-Krimis* fiel, von Dunkelheit umgeben.

Natürlich konnten wir in mühsamer Kleinarbeit inzwischen so einiges über diese «vergessene» Reihe herausbekommen, aber wir wären begeistert, wenn es dort draussen jemanden gibt, der uns weitere Informationen stecken kann. Schönen Dank schon mal.

Impressum

Szene WHatcher #189, Juli 28, 2003 • © 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 mailschon@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.