

SZENE WHATCHER

No. 219

12. Februar 2005

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



Die Gelben feiern!

Der Hype der *Simpsons Comics* ist ungebrochen, und mit rund 100.000 verkauften Exemplaren pro Monat dürfte das Heft, in dem die *Gelben* aus *Springfield* ausserhalb ihrer TV-Serie verdrehte Spässe treiben, derzeit eines der erfolgreichsten hierzulande sein. Aus den unscheinbaren Zeichentrick-Spots, die der Underground-Zeichner Matt Groening seinerzeit als Pausenfüller für die *Tracy Ullman* Fernsehshow anfertigte, entwickelte sich nicht nur die beliebteste TV-, sondern auch eine der coolsten Comic-Serien.

Damit aber nicht genug. So erschien heuer in Deutschland die 116-seitige 100. Ausgabe der *Gelbgesichter* – ein Kleinod aus der Kategorie Funny-Comics mit Knollennasen-Männchen. Da entdecken die *Simpsons* nicht nur ihre eigenen Comics und erleben sozusagen den Comic im Comic, sie treffen auf dem *Springfield-Comic-Con* auch den genialen Meister des Wimmelbildes, Sergio Aragonés, der als Gast-Zeichner auftritt und lüftet auf Reisen durch ihre eigenen Abenteuer obendrein noch unglaubliche Geheimnisse aus dem *Springfield*-Universum. Bill Morrison und Nathan Kane in absoluter Bestform!

Und um noch einen drauf zu setzen hat der Panini Verlag für den Zeitraum Mitte März 2005 den *Simpsons*-Star-Zeichner Nathan Kane zu einer Signiertour nach Deutschland eingeladen! Kane ist in der Bongo-Comic-Hierarchie unlängst zum Art Director aufgestiegen, nachdem Superstar Bill Morrison vor einiger Zeit zum Creative Director und somit mehr oder weniger zur rechten Hand von Matt Groening avancierte. Wir wünschen Nathan Kane einen ebenso überwältigenden, gigantischen Tourerfolg wie er Bill Morrison in Deutschland mehrmals beschieden war.

Die Tourdaten:

14. März

Karstadt Hamburg, Wandsbeker Marktstr. 63-65, 16-18 h

15. März

Karstadt Hamburg, Hamburger Str. 19, 16-18 h

16. März

Berlin, Buchhandl. Ludwig, Weitlingstr. 22/Lichtenberg, 16-18 h

17., 18., 20. März

Leipziger Buchmesse (Halle 2, Stand F315) von 13-14 h

und 19. März

Leipziger Buchmesse (Halle 2, Stand F315) von 12-13 h

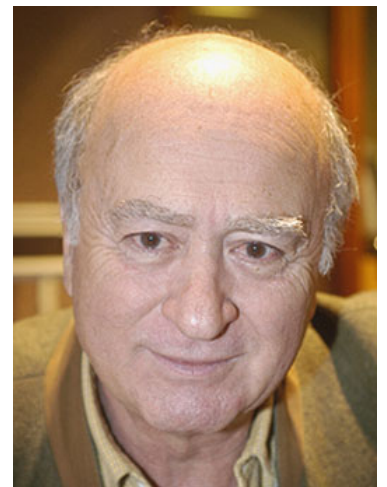
Infos: Leipziger Buchmesse: www.leipziger-buchmesse.de

und Panini Verlag: www.paninicomics.de



Angoulême öffnet sich für den Rest der Welt

Die Denkweise unserer französischen Freunde ist selten von grosser Bescheidenheit geprägt, das gilt auch dann, wenn es darum geht, Betrachtungen über das Medium Comic anzustellen. Um so erstaunter darf man sein, dass das *Festival International de la Bande Dessinée in Angoulême* in diesem Jahr dem Begriff «international» tiefere Bedeutung beimass und seine Preise für die besten Comic-Schaffenden und deren Produkte in alle Welt verschickte. Die Website des Festivals bringt das dann auch besonders zum Ausdruck: «... the jury of the 32nd Festival has just announced a list of award-winners which is very representative of the Festival's policy of opening up to the rest of the world...». Treffender wäre vielleicht «...the Festival's NEW policy...» gewesen, denn bislang hatte man tatsächlich oft genug den Eindruck, dass es sich bei dem internationalen Comic nur um einen Rest handelt, der ausserhalb Frankreichs sein klägliches Dasein fristet.



Angoulêmes Präsi 2006: Georges Wolinski

Aber genug der Jammerei, freuen wir uns lieber, dass unsere Nachbarn akzeptieren, dass das Herz des Medium Comic nicht ausschliesslich in der französischen Provinz schlägt.

Eine Auswahl der Liste der Honoratioren liest sich wie folgt:

Der beste Comic

Poulet aux prunes von Marjane Satrapi (Iran)/L'Association

Die besten Zeichnungen

Le sommet des dieux von Jirō Tanigushi (Japan)/Kana

Das beste Szenario

Comme des lapins von Ralf König (Deutschland)/Glénat

Bestes Debüt-Album

De mal en pis von Alex Robinson (USA)/Rackham

Der Preis für das Comic-Erbe

Le concombre masqué von Nikita Mandryka/Dargaud

Die beste Serie

Les formidables aventures de Lapinot von Lewis Trondheim/Dargaud

Der Alternative Comic-Preis

Die Fanzines *Glömp* und *Laikku* (Finnland)

Der Publikumspreis

Le sang des valentines von de Metter und Catel/Casterman

Der René Goscinny Preis 2005

Trois éclats blancs von Bruno Le Floc'h/Delcourt

Der diesjährige Gewinner des *Grossen Preises der Stadt Angoulême* und somit der Präsident für das Jahr 2006 ist Georges Wolinski (*Es gibt keine Männer mehr*).

Ausführliche Informationen über das Spektakel auf www.comics.de/angoulême2005 (in deutsch) und www.bdangouleme.com (in französisch und englisch).

König der Entertainer verstorben

Johnny Carson's Tonight Show war zwischen 1962 und 1992 in den meisten US-amerikanischen Haushalten die letzte Sendung des Tages, die über den Fernsehbildschirm flimmerte, bevor die Nation zur Nachtruhe die Augen schloss, denn das Schlafzimmer war die bevorzugte Umgebung der Zuschauer um die Show des grossen amerikanischen Comedian und Entertainers zu verfolgen. Der unaufdringliche, intelligente Humor des charmannten Gentlemans faszinierte von Montag bis Freitag

Millionen von Menschen aus allen Bevölkerungsschichten und bescherzte dem Sender NBC zu Carsons besten Zeiten 17% seiner Gesamteinnahmen.

Carsons allabendlicher Monolog, den er mit einem angedeuteten Golfschlag zu beenden pflegte, war neben den Abendnachrichten jahrzehntelang US-weit einer der wichtigsten Beiträge des Abends, der das tagespolitische Bild von Generationen beeinflusste. Wer in seiner Show auftrat war entweder schon ein Star oder auf dem Wege dorthin – wer keine

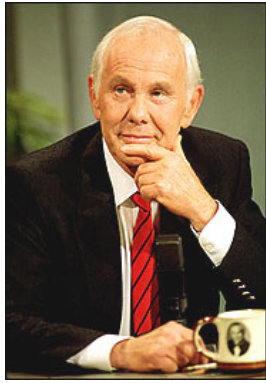
Gelegenheit bekam auf seiner Couch Platz zu nehmen, der hatte auch woanders keine Chance.

Sein Privatleben war eines der bestgehütetsten Geheimnisse in den USA, denn wenn die Bühnenlichter ausgingen, dann ging auch Johnny. So lebendig er seine Show gestaltete, so verschlossen und unzugänglich war er ausserhalb des Studiogeländes.

Unvergessen ist Carsons Entsetzen über Bill Crosbys Angewohnheit, seine angerauchten Zigarren in der Schreibtischverkleidung liegen zu lassen, wenn dieser ihn mal vertreten durfte – und die Show-Eröffnung seines Sidekicks Ed McMahon wird uns ewig in den Ohren klingen: «From Hollywood, the Tonight Show... and heeeere's Johnny!»

Johnny Carson verstarb am 23. Januar 2005, 79-jährig in Los Angeles.

RIP



© 2005 The New York Times Company

Ramschaktion oder Preisfindungsmodell?

«Wir schreiben das Jahr 2005 n. Chr. Ganz Deutschland ist von Comics befreit. Im Zeitschriftenhandel überleben nur noch Comic-Hefte mit Gimmick, im Buchhandel werden Comics nicht mehr präsentiert, sondern nur noch auf Nachfrage bestellt, und die Comic-Shops leben von Sammlern, die Comics von früher kennen. Seit Jahren wächst das Preisniveau weiter an. (...) Wo soll das enden? Zeigt man Jugendlichen von heute Comics, sind sie interessiert bis begeistert, nennt man ihnen den Preis, sind sie schockiert. Alle Verlage produzieren nur noch Comics zu Sammlerpreisen, die sich Jugendliche nicht leisten können und somit nie zu Sammlern werden... Alle Verlage? Noch!»

Handelt es sich bei dieser Situationsbeschreibung, die sich stilistisch offenbar bewusst an das Opening der Asterix-Stories anlehnt, um Ketzlerworte oder um die realistische Einschätzung der momentanen Lage auf dem Comic-Markt? Der Epsilon Verlag jedenfalls, der mit dieser Darstellung einen «Markttest» einleitet, zieht daraus seine Konsequenzen und senkt den Verkaufspreis für seine Serie *Aria* um 50%, von € 10 auf € 5, für den Zeitraum vom 1. Februar bis zum 5. März 2005 – Händlern gewährt der Verlag obendrein im Rahmen dieses Tests einen Rabatt von 35%. Auf diesem Wege will Epsilon

laut einer Pressemitteilung herausfinden, ob es möglich ist, bei entsprechendem Erfolg dieses Experiments den Preis für Comics auf ein realistisches Niveau zurückzuführen: «Das Ergebnis dieses Markttests wird dann in Ruhe analysiert und darüber entscheiden, ob, wann und in welchem Ausmass eine **generelle Preissenkung** möglich und sinnvoll ist.» Oder handelt es sich vielleicht bei diesem «Test» nur um eine Ramschaktion für einen Ladenhüter?

Sicher führt die momentane Entwicklung, besonders die der Coverpreise, den Comic hier zu Lande in eine Sackgasse, in der ein Stagnationsprozess noch das geringste Übel wäre. Langfristig droht allerdings nicht nur auf Grund der überdrehten Preispolitik der Verlage ein Kollabieren des Marktes, sondern auch durch das kurzsichtige Belobhudeln von Comics mit inhaltlichen Defiziten. Das Experiment wirft allerdings auch Fragen auf: Begründen die Verlage die hohen Coverpreise nicht mit angeblich stetig steigenden Herstellungskosten? Welche Margen kann dann ein Comic noch abwerfen, nachdem der Preis verlagsseitig dauerhaft drastisch gesenkt wurde? Und, sollten erheblich geringere Produktionskosten möglich sein, warum haben die Verlage bislang davon keinen Gebrauch gemacht?

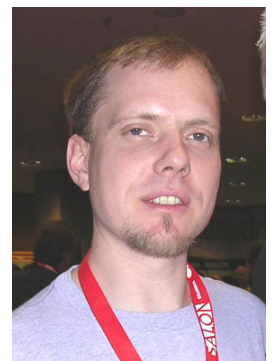
Ein **ehrlich** gemeinter «Markttest», der das Ausloten einer realistischen Preisentwicklung zum Ziel hat, wäre ein hervorragender Beitrag in Richtung Markttransparenz, der allen Verlagen gut zu Gesicht stünde. Anstatt das Profitniveau zu fixieren und exotische Verlagswege, wie z. B. das On-Demand-Printing o. ä., zu beschreiten, könnte das vielbesungene Reformdenken, wie es auch dem lesenden und sammelnden Bürger zugemutet wird, viel eher Kaufsympathien wecken.

Infos auf www.epsilongrafix.de

Panini richtet eigenen Vertrieb ein

Die Panini Verlags GmbH wird ab dem 1. April 2005 mit ihrem Comic-Segment eigene Vertriebswege gehen und die langjährige Partnerschaft mit Modern Graphics Distribution (Rastatt) auflösen. «Die Vorbereitungen für diesen Schritt laufen schon lange,» sagt Steffen Volkmer, der Sprecher von Paninis Presse- und PR-Abteilung, «wir versprechen uns von dieser Entwicklung einen hohen Nutzen bei der Bestell- und Lieferabwicklung.»

Panini will zukünftig noch enger mit den Kunden zusammenarbeiten und den Vertrieb für den Fachhandel in Eigenverantwortung übernehmen. Die Abwicklung wird in der Stuttgarter Filiale stattfinden deren Leitung von Alexander Bubenheimer übernommen wird, der bereits für den Buchvertrieb des Verlages verantwortlich ist.



Steffen Volkmer: Noch engere Zusammenarbeit mit den Kunden.

Impressum

Szene WHatcher #219, Februar 12, 2005 • © Joachim Heinkow
Herausgeber: Joachim Heinkow • Luisenstrasse 32, 12209 Berlin-Lichterfelde
tel 030-768 051 24 • 0171-681 74 11

Redaktion: Gaby & Joachim Heinkow

eMail: 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 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.