

# SZENE WHATCHER

No. 269  
11. August 2008

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



## Ein Blick in namenlose Welten

Die Medien sind heuer voll der anerkennenden Worte über den Comic-Vordenker Moebius, auch bekannt unter seinem bürgerlichen Namen Jean Giraud, dessen Geburtstag sich am 8. Mai zum 70. Mal jährte. Man lässt den Meister zu Recht hochleben, denn immerhin bereichert er bis zum heutigen Tage die im Gleichschritt trabende Comic-Welt um Perspektiven, deren Bedeutung allorts unumstritten sind. Besonders seine Mitte bis Ende der 70er Jahre des vorigen Jahrhunderts entstandenen Werke hatten bahnbrechenden Einfluss auf Inhalt und Gestaltungsmöglichkeiten der Comics der folgenden Jahre.

Seine Sichtweiten begeisterten eine neue Generation von Comic-Lesern und führten gleichzeitig die geübte Leserschaft auf ein neues Terrain, das für die Aus-dem-Trott-Gerissenen zwar zunächst gewöhnungsbedürftig war, für die aufgeschlossenen Zeitgenossen jedoch die Erneuerung des Mediums Comic bedeutete.

Zwei Meilensteine aus jener Zeit, die noch heute Fantasien beflügeln und eine Vielzahl von inhaltlichen Interpretationsmöglichkeiten zulassen, sind heuer in vorbildlicher Aufmachung im Cross Cult Verlag erschienen. Mit einer übersichtlichen Neuauflage von *Arzach* (1975) und *Die Hermetische Garage* (1976 - 1979) bringt der Verlag dem Meister ein würdiges Geburtstagsständchen, bei dem auch die Fans und Leser munter mitfeiern dürfen.

*Arzach* weist einem breiten Publikum überdeutlich den Weg in das umfassende fantastische Weltbild des von seinen mexikanischen Exkursionen stark beeinflussten Moebius. Der schweigsame *Arzach* fliegt per Flugsaurier durch eine namenlose nordamerikanische Wüstenlandschaft, in der er unentwegt mit Absurditäten konfrontiert wird. Zudem duldet Moebius keinen glatten Erzählverlauf, rauhe Wildnis und Elektrotechnologie greifen ineinander und selbst der Name des Protagonisten hat keinen Bestand und ändert sich im Laufe der Episoden von *Arzach* in *Harzak* oder *Harzakc*.

Die fast wortlosen und augenzwinkernd humorvollen Erlebnisse des Cowboys der Wüste liessen seinerzeit zunächst viele Comic-Enthusiasten mit offenen Mündern, gleichfalls wortlos, dastehen, bevor die Begeisterung für neue grafische Perspektiven und fantastisch-surrile Inhalte ihren Höhepunkt erreichte. Das Experiment nahm seinen Lauf.

Die ersten Episoden *Der Hermetischen Garage* erreichten das Fandom ein Jahr darauf, als Moebius einen Comic schuf, der zwar auf älteren Entwürfen basierte, aber eine bislang unbekannte Struktur aufwies. Kurze, verschachtel-

te Episoden, die von einem Panel zum anderen zwischen Fiction und Realität wechseln können und für die selbst das Wort Ende nicht das Ende bedeutet, liessen anfangs den Aufbau eines Comics im klassischen Erzählstil vermuten. Im Folgenden fand man sich jedoch mehr und mehr in unbekanntem Gefilden wieder, wo sich Universen offenbar überschneiden und Welten nicht das sind, was sie zu sein

scheinen. Letztendlich wird es immer schwieriger dem Roten Faden zu folgen – warum auch nicht?

Moebius ist genial. Er präsentierte seinen Fans und Lesern mit *Der Hermetischen Garage* im weitesten Sinne ein gut organisiertes Sketchbook, das er beliebig gestalten und fortsetzen konnte, das sich ineinander windet und am Ende wieder am Anfang ist, ein Moebiusband eben, das bei der Schaffung seines zweiten Ichs Pate stand.

Moebius ist ein Schelm. Selbstverständlich hatte er viel Spass an dieser Episodensammlung, denn es gab ihm allen Raum zum Experimentieren mit Strichen, Stilrichtungen und Perspektiven. Dass die offen gehaltene Story bei der inzwischen für utopisch-fantastische Themen sensibilisierte Leserschaft obendrein auf fruchtbaren Boden fiel, war um so erfreulicher. Das

Experiment wurde zum Programm.

Die hervorragende Cross Cult-Ausgabe *Der Hermetischen Garage* führt den Leser leider nicht bis an das derzeitige Ende dieses raum- und zeitlosen Experiments. Zwar beinhaltet sie die beiden speziell im Jahre 1987 für die US-amerikanische Moebius-Edition\* des Marvel Verlags gefertigten Seiten (die Seiten 70 und 90 des Cross Cult-Bandes), aber sie übernimmt die 1987 unter der Aufsicht von Moebius vorgenommene Kolorierung leider nicht. Die etwas despektierliche Begründung im redaktionellen Teil des Buches für den Verzicht auf die Kolorierung gibt uns Rätsel auf. Gründe dafür gibt es sicher einige, wobei der ästhetische Aspekt wenig überzeugt, denn die Kolorierung ist sauber, feinfühlig und extrem dezent.

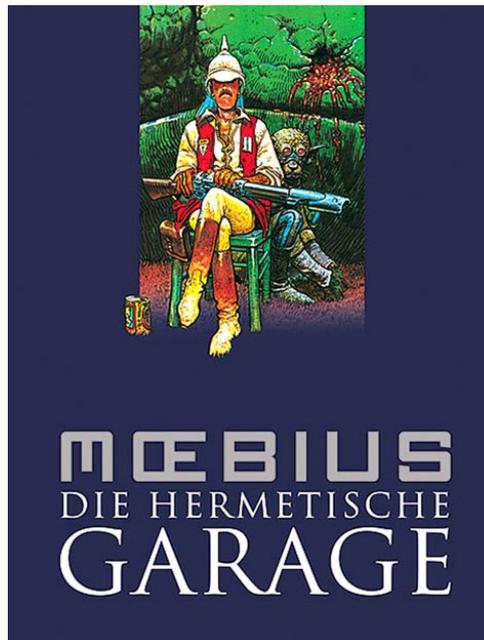
Die beiden Cross Cult-Ausgaben sind ein Schankerl für jede ordentliche Comic-Sammlung und für die Fans von Moebius sowieso ein absolutes Muss, denn egal in welcher Form die beiden Meisterwerke hier zu Lande schon erschienen sind, hier halten wir die bislang beste deutsche Edition in den Händen. Very highly recommended!!

\* *Epic Graphic Novel: Moebius 3 – The Airtight Garage*, The Marvel Entertainment Group, 1987

*Arzach*, HC-Album, sw/farbig, 64 Seiten € 16,00, ISBN 978-3-936480-68-9.

*Die Hermetische Garage*, HC-Album, sw, 128 Seiten, € 19,80, ISBN: 978-3-936480-69-6

Infos auf [www.cross-cult.de](http://www.cross-cult.de)



© Les Humanoïdes Associés, SAS - Paris, 2006

## San Diego Hollywood Con Ein anderes Gesicht der Mega-Show

Die Spatzen pfeifen es schon lange von den Dächern: Der San Diego Comic Con wird mehr und mehr zum Werbeballon Hollywoods. So mancher wird ob dieser Entwicklung mit den Schultern zucken und ein «na und?» murmeln, warum sollte es anders sein, vielleicht ist der Comic nicht mehr en vogue aber die Comic-Verfilmung im Hype? Sicher ist das der Gang der Dinge, einer kommt und der andere geht. Der Trend bringt die Kohle und nicht die Stagnation.

Kann ja alles sein, aber viele US-amerikanische Comic-Händler sehen diese Entwicklung nicht so leidenschaftslos und manchmal kann man sich des Eindrucks nicht erwehren, dass sie während des Schreibens ihrer bitterbösen Newsletter in die Tastatur weinen.

Comic-Händler fühlen sich in San Diego inzwischen wie «Bettler am eigenen Tisch» und immer wieder werden die alten Zeiten beschworen, als der Con noch um die 1.000 Besucher anlockte, sich die Veranstalter gern im Lichte der Comic-Stars sonnten und alle an einem Strick zogen. Am Lagerfeuer wird die Geschichte von dem Con-Direktor erzählt, der die Einnahmen mit nach Hause nahm, sie unter's Bett legte und nach einer tollen Party feststellte, dass das Geld verschwunden war. Damals bat man die Comic-Händler unbescheiden um Spenden, damit der nächste Con stattfinden konnte. Und jetzt soll der Comic verdrängt werden, von den *suits* aus Hollywood, die sich noch nie die Hände schmutzig gemacht haben und stattdessen «opm» (other peoples money) verpulvern?

Dass die Schlangen der Lieferwagen vor den Laderampen immer länger wurden, nahm man noch murrend hin, es dauerte eben alles länger, aber man konnte schon neidvoll beobachten, dass die Film-Elite es sich leisten konnte, im Café zu sitzen und Arbeitstrupps für sich schuften zu lassen. Die Veranstalter boten den einfachen «riff-raff» Comic-Händlern an, ihre LKWs in einen sogenannten *marshalling yard* zu fahren und die Ware dann von Trupps in die Halle bringen zu lassen, natürlich damit die Rampen für die *suits* aus Hollywood frei blieben. Bud Plant hatte vor zwei Jahren von diesem Angebot Gebrauch gemacht, am Ende der Aufbauphase allerdings vor leeren Regalen gestanden, weil seine Ware noch unterwegs war.

Als die Comic-Händler jetzt zum Abladen in einem *marshalling yard* nahe des Airports, einem Areal auf dem auch Autowracks unter freiem Himmel auf rauhem Acker schlummern, gezwungen werden sollten, war das Mass voll und die Nerven der geschundenen Händler lagen blank. Aufschreie u. a. in Newslettern bewegten die Veranstalter den gehasste *marshalling yard* auf einen in der Nähe des Congress Centrus gelegenen Parkplatzes nahe der Yachtanlageplätze zu verlegen. «Warum nicht gleich so», mochten sich die Händler gedacht haben.

Die Verkehrslage im verträumten San Diego während des Cons wird als absolut katastrophal bezeichnet. Mit «Zu viele Menschen auf zu kleinem Raum» wird die Lage beschrieben. Die Strassen sind hilflos verstopft und der öffentliche Nahverkehr ist eher niedlich als nützlich. Wer am Samstagmorgen aus Los Angeles über die Interstate-5 anreist, braucht für die 120 Meilen auch schon mal um die sechs Stunden (normal: bei starkem Verkehr 3,5 Std). Ein Zimmer in einem Mittelklasse-Hotel kostet statt der regulären US\$ 84 pünktlich zum Con US\$ 299 und in der Gastronomie blockieren die *suits* tagelang ganze Restaurants.

Was vor ein paar Jahren noch ein Geheimtipp war, ist nunmehr zu einem Event für fast jedermann geworden: Der

Abend des Con-Mittwochs. Einst konnten hier Dauerkartenbesitzer ab 18h (-21h) schon mal *early bird* sein und in den Comic-Kisten wühlen, bis Hollywood irgendwann den Abend für sich entdeckte und ihn für seine Werbeaktionen auskor. Der Ansturm auf *freebies*, sprich Plastik-Ramsch und mpeg-Filmchen, wird von Beobachtern als Massenhysterie beschrieben, die von «ansteigendem Gierverhalten» geprägt ist und von den Medien-Giganten munter geschürt wird.

Am Mittwochabend ist nirgendwo mehr ein Durchkommen, wenn sich um die 30.000 Besucher in die Halle drängen, nur an den Comic-Ständen ist ein gemütliches Schlendern möglich. Die Displays der Hollywood-Mogule werden derweilen von kreischenden Fanboys gestürmt, so dass inzwischen von einer Stampede gesprochen wird und man sich fragt, was passiert, wenn der erste Con-Teilnehmer in diesem panischen Gedränge zu Schaden kommt. Dabei hatten die Comic-Händler ursprünglich die Öffnung am Mittwochabend begrüsst, um eine Messlatte für den Con-Verlauf anlegen zu können, heute hält sich ihre Begeisterung in Grenzen, denn aus einem coolen Gag ist ein ungeliebtes Spektakel geworden – die Geister, die sie riefen.

Die Veranstalter sind offenbar nicht unglücklich über diese Entwicklung und haben die Konterfeis der Comic-Helden von den Bannern auf den Strassen bereits verbannt, jetzt lautet der Schlachtruf: *Celebrating the popular Arts*.

Vor Jahren schon machte der Wunsch die Runde, man möge doch eine Con-Polizei einführen, die für Ordnung sorgt und überforderten Besuchern zur Seite steht, da die Räumlichkeiten immer unübersichtlicher würden und die Gänge zu Stosszeiten unpassierbar seien. Da sich der Con 2008 in Sachen Publikumsandrang noch kritischer entwickelt hat, ist die Idee aktueller denn je.

Die unvermeidlichen Veränderungen nehmen

ihren Lauf, denn waren vor 39 Jahren auf dem San Diego Con noch die SF-Fans in der Majorität, gefolgt von den Comic-Fans in den 80ern des vorigen Jahrhunderts, so haben jetzt die Film- und Spiele-Multis das Geschehen mit ihrem *convenient entertainment* an sich gerissen – Schrift und Sprache haben nur noch werbetechnische Bedeutung. Der «Teufelspakt» mit Hollywood Anfang der 90er hat die verhängnisvolle Wende gebracht.

Inzwischen ist der Comic nur noch mit knapp 100 Händlern vertreten und mehr und mehr, besonders Gold Age- und Silver Age-Händler, haben ihr Wegbleiben angekündigt, zumal auch immer mehr Comic-Sammler der Show den Rücken kehren. Für den Comic ist die Schlacht verloren und längst scheint New York das Ruder übernommen zu haben, auch wenn einige Vertreter des Con-Komitees nach Ende der diesjährigen Veranstaltung Gesprächsbereitschaft gegenüber DC, Mile High und Bud Plant, als Vertreter der Comic-Händler, bekundet haben.

Was schert's die Besucher, denn es werden Jahr für Jahr mehr und der Erfolg gibt den Veranstalter Recht, deshalb bedanken sie sich artig auf ihrer Homepage: *Thanks to everyone! For making Comic-Con 2008 our best yet! Sigh ...*



San Diego Comic Con 2008. Programmpunkt 1: Schlangestehen.

### Impressum

Szene WHatcher #269, August 11, 2008 • © Joachim Heinkow  
Herausgeber: Joachim Heinkow • Luisenstrasse 32, 12209 Berlin-Lichterfelde  
tel 030-768 051 22 • 0171-681 74 11  
Redaktion: Gaby & Joachim Heinkow  
eMail: heinkow@gmx.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.