

COMICS

Kraß

Krise in Entenhausen: Weil viele Kids sich nicht mehr für Mäuse interessieren, soll ein neuer Chefredakteur die Micky-Maus-Familie ins Diesseits katapultieren.



Chefredakteur Höpfner: „Keine Idee ist zu dumm“

O nkel Dagobert hat es nicht leicht. Seit Jahrzehnten muss der geizige Alte Woche für Woche seine Reichtümer verteidigen, mal vor gierigen Panzerknackern, mal vor seinem trottigen Neffen Donald.

Und nun auch noch das: Der ganze Ärger lohnt sich nicht einmal, die Geschichten um den legendären Erpel im roten Frack und seinen Geldspeicher verkaufen sich eher schlecht. Mit Enten und Mäusen sind nicht mehr ganz so leicht Kröten zu machen wie noch vor ein paar Jahren. Würde Dagobert wissen, wie viel Talerchen der Egmont Ehapa Verlag mit seinen Abenteuern weniger umsetzt, er würde – Äh! – rasen vor Wut.

Auch die Auflage des einstigen Bestsellers „Micky Maus“, den die Comic-Verleger in Spitzenwochen etwa 1,2 Millionen Mal verkauften, schrumpfte im dritten Quartal dieses Jahres auf knapp 450 000 Exemplare.

Damit geht es der Strahlemaus von einst immer noch besser als etwa den „Donald Duck“-Heftchen. Denn die werden wegen noch schlechterer Zahlen gerade eingestellt. In den siebziger Jahren verkaufte sich Donald noch etwa 50 000 Mal die Woche, zuletzt gingen gerade noch 25 000 Heftchen im Monat über den Ladentisch.

Kein Zweifel, es herrscht Krisenstimmung, auch in Entenhausen. Der Mann, der das ändern soll, heißt Peter Höpfner, ist 31 Jahre alt und seit August Chef aller zwölf Donald- und Micky-Publikationen, die der Ehapa-Verlag auf den deutschen Pressemarkt wirft – Gesamtauflage fast zwei Millionen. Seine Mission ist klar: Er will Donald und Co. auch dem älteren Leser schmackhaft machen. „So die Zielgruppe: männlich, 30, gut verdienend, die schwebt mir vor.“ Gut gegackert.

Mit dem einfachsten aller Zeitungstricks will der frisch gebackene Chef jetzt seine Heftchen wieder attraktiver machen: Die Geschichten sollen „aktueller“ werden. Was das konkret bedeutet, weiß der Neue auch schon: „Die Fußball-WM wird thematisiert. Die Bundestagswahl. Und wenn wir uns die Umstellung auf den Euro entgehen lassen, wäre das dumm.“

Der Import von Real Life in die Comic-Welt steht also bevor. Höpfner knüpft an die Tradition von Asterix und den Simpsons an. Asterix hatte vor allem in den frühen Ausgaben viele Anspielungen auf französische Lebensart, die Simpsons machen sich über die amerikanische Kultur lustig. Höpfner selbst kämpft derzeit mit den Widrigkeiten der Comic-Produktion: Denn der Konsum der bunten Blättchen, das hat Höpfner schnell gelernt, ist ungleich leichter als ihre Herstellung. Die Produktion eines Comic-Taschenbuchs zum Beispiel dauert von der Idee bis zum Verkauf immerhin fünf Monate.

Die Storys müssen nicht nur aktuell, sondern gleichzeitig so zeitlos sein, dass sie auch nach fünf Jahren noch frisch wirken und verständlich sind, Charaktere dürfen sich ohnehin allenfalls in Mäusetripelschritten weiterentwickeln.

„Vergessen Sie die Übersetzung nicht“, sagt Höpfner, „die englische Sprache kommt häufig mit weniger Worten aus, das müssen Sie bei der deutschen Übersetzung eindampfen.“ Dank der Idee von Erika Fuchs, Empfindungsverben in lautmalerische Vokative zu verwandeln (Jaul! Stöhn!), hat man dieses Problem aber schon vor Jahrzehnten in einen kleinen Clou verwandelt, der seitdem seiner Erfinderin vielerlei Auszeichnungen und Ehrungen beschert.

„Der Sprachkodex“ bei Donald-Comics bleibe bei allem Veränderungsdruck weiter streng, so Höpfner. „Das Äußerste, was wir einbauen wollen, ist mal ein ‚fett‘ oder ‚kraß‘ von Tick, Trick und Track statt ihres veralteten ‚juchheiß‘.“

Aber immer noch gilt: keine Substantivierung, aktiv statt passiv, keine Amerikanismen. „Ein sauberer Konjunktiv, alle Fälle, auch den Genitiv, eine sinnvoll-kurze Syntax. Niemals Wörter wie ‚geil‘ oder ‚cool‘“, erläutert Höpfner die Micky-Maus-Regeln.

Auch das Wort „Scheiße“ wäre in den heute noch vor allen von Kindern gekauften Heften völlig undenkbar. Stattdessen kann man auch vier Totenköpfe in die Sprechblase malen – oder es bei einem „grrr“ belassen.

Damit Ehapa künftig wieder mehr Spaß an den Heften hat, sollen neue Käufergruppen gefunden werden. „Keine Idee ist zu dumm, als dass sie nicht einmal durchgespielt werden sollte“, sagt Höpfner und sprudelt drauflos: „Ich könnte mir auch Harald Schmidt oder Benjamin von Stuckrad-Barre als Autoren vorstellen.“

KATRIN WILKENS

Dabei war Höpfner als Kind alles andere als ein Disney-Freak. Die Eltern, beide Buchhändler, versorgten ihn mit Literatur in ganzen Sätzen. Erst mit 17 Jahren hat Höpfner seinen ersten „Donald Duck“-Comic zu packen bekommen und war auch dann nur mäßig euphorisiert: „Ich war nie ein Donaldist.“

Eher unspektakulär denn auch sein Lebenslauf: Banklehre, Pizza-Service, Journalistenschule, Sat.1, „Berliner Morgenpost“. Dort fand er immerhin schon Gefallen an kurzen Sätzen und Modewörtern.

Micky in Not

Verkauf von Micky-Maus-Heften in Tausend

jeweils 3. Quartal

