

03 2024
7,50 Euro



SUPER MEGA ACTION

MAGAZIN

PRINTED IN
FULL

COLOR

NERD
& POP
CULTURE

30 JAHRE
JURASSIC PARK 2

Barbie

STAR TROOPERS
PLAYSETS

SOUL OF CHOGOKIN

WIE WERDE ICH
HÖRSPIELMACHER?

BANANA
POSTER PRESS

SUI
CREEPY CUTE

BIG
JIM

MARCHÉ NOIR
CONVENTION

kiosk



4 193718 107508 03

TOYS · HÖRSPIEL · COSPLAY · CONVENTIONS

MEISTER DES UNIVERSUMS

Männer, die auf Katzen reiten!



IN ETERNIA GIBT'S JETZT WAS AUF DIE OHREN!

In vier fantastischen Episoden erkundet Berney die Welt der Muskelmänner und warum bis heute die Masters eine ungebrochene Faszination ausüben.

JETZT REINHÖREN!

youtube



spotify



apple



ÜBERALL, WO ES PODCASTS GIBT!

PRODUCED BY heo



MATTEL

EDITORIAL

Hoppla beim SUPER MEGA ACTION Magazin. Was haben wir für spannende Zeiten hinter und vor uns. Die Redaktion hat sich vergrößert, wir haben das Magazin um eine Online-Variante erweitert und neue Veranstaltungskonzepte sind eingeleitet worden. Neben der vierten Ausgabe unseres MARCHÉ NOIR-Events, in neuer wunderbarer Location, ist ein zweitägiges Filmfestival im Cineplex Hamm, mit entsprechenden Ausstellungen und Messe in der Zeche der Stadt hinzugekommen. Wow. Macht euch auf ein spannendes und nerdiges Jahr 2025 gefasst.

NERD CULTURE. Das bedeutet auch neue Rubriken, neue Themengebiete und Medienformate, die wir online weiterführen und ergänzend zum Printmagazin präsentieren. Doch wie sich auch in dieser Ausgabe erneut bestätigt, überzeugen unsere Titelt Themen in der Aufarbeitung und Gestaltung so, wie es nur ein Printmagazin möglich macht. Wir widmen uns der erfolgreichsten und langlebigsten Toy-Linie der Welt und tauchen in das Barbie-Universum ein. Nicht tief, das wird eure Aufgabe sein. Wir animieren und empfehlen. Doch wem noch nicht das Fieber an der bemerkenswerten Geschichte gepackt hat, ausgehend von Ruth Handler, die nicht weniger als Mitbegründerin von Mattel, eines unserer beliebtesten Produktionshäuser in Erscheinung getreten ist, dem empfehlen wir unseren Artikel ab Seite 6. An dieser Stelle möchten wir uns herzlich für den großartigen Einsatz von SUI bedanken. Unser Cover-Barbie-Girl präsentiert diese Ausgabe aussagekräftig und einladend.



Wenn wir über Barbie sprechen, darf Big Jim nicht fehlen. Ja, es gab von Mattel eine Promo-Aktion mit den beiden Haupt-Charakteren dieser Ausgabe in einer Special-Box. Aber Barbie hat Ken schlussendlich vorgezogen. Ob das so gut war, entscheidet selbst. Ab Seite 36 könnt ihr euch von den Vorzügen des Action-Prototypen ein Bild machen.

Plastik, Metall, Roboter, Kunst und Dinosaurier. Alles so schön bunt hier. So wird es bleiben. Und ja...euch ist es aufgefallen. Wir haben unseren Namen der ersten Stunde zurückbekommen. Bahn frei für SUPER MEGA ACTION!

Carsten Gritzan
Chefredakteur

INHALT

Barbie⁶

DIE KÖNIGIN ALLER SPIELZEUGE?

WELTRAUMSCHLACHTEN²²

STAR TROOPERS IM EINSATZ

BANANA POSTER PRESS³⁰

NERD ART

BIG JIM³⁶

DAS 24-ZENTIMETER-ABENTEUER

MARCHÉ NOIR 4⁴⁴

MEGA RETRO-HALLIGALLI

SOUL OF CHOGOKIN⁴⁸

DAS JAPANISCHE VITRINEN-GOLD MIT SEELE

SUI - CREEPY CUTE⁵⁵

ZWISCHEN BARBIE UND SLASHER-FILMEN

30 JAHRE JURASSIC PARK⁶⁰

RÜCKBLICK EINES SPIELZEUGSAMMLERS - TEIL 2

WIE WERDE ICH HÖRSPIELMACHER⁷⁰

EIN EINBLICK IN DIE FREIE HÖRSPIELSZENE

**MARCHÉ
NOIR 4**

SEITE 44

kiosk⁺

Verlag: Kiosk Verlag UG (haftungsbeschränkt), Groppenbrucher Straße 63, 44359 Dortmund
Chefredaktion ViSdPR: Carsten Gritzan (gritzan@kiosk-verlag.de), **Anzeigenredaktion:** Lisa Boettcher (boettcher@kiosk-verlag.de),
Grafik & Layout: der kiosk (www.kiosk-dortmund.de), **Aboservice, Vertrieb:** Kiosk Verlag UG (haftungsbeschränkt),
Mitarbeiter der Ausgabe: Wolfram Damerius, Thorsten Anders, Goreminister, Patrick Jacobs, Fabian Paffendorf
ISSN 2941-2986, **Kontakt:** service@kiosk-verlag.de, www.supermegaaction.de, Telefon: +49 (0) 231.98 8888 42

© 2024 Kiosk Verlag

Barbie

Die Königin aller Spielzeuge?

Von Carsten Gritzan

Barbie ist unbestritten die bekannteste Spielzeugpuppe der Welt. Und die erfolgreichste. Seit 65 Jahren wird die hübsche Lady, nicht zuletzt dank eines perfekten Marketings, millionenfach in alle Herren Länder verkauft. Da gibt es keine Konkurrenz. Über viele Dekaden hat sich Barbie immer wieder neu erfunden, ist in diverse Rollen geschlüpft und hat sich den gesellschaftlichen Anforderungen gestellt und angepasst. Seit ihrer Einführung im Jahr 1959 hat sie eine bemerkenswerte Reise durch die Popkultur gemacht. Ihre Entstehungsgeschichte und ihre anhaltende Relevanz spiegeln nicht nur den Wandel der Mode und des Spielzeugmarktes wider, sondern auch den Kampf um Veränderung, Vielfalt und Inklusion. Für SAM steht ein Bericht über dieses Phänomen schon lange auf der Wunschliste. Nun ist es so weit. Und das schaffen wir (fast) ganz ohne den Kinohit. Versprochen.

Die Idee für die Barbie-Puppe entstand aus der Vision der Unternehmerin *Ruth Handler*, die eine Lücke im Spielzeugmarkt sah. Inspiriert von ihrer Tochter Barbara, die gerne mit erwachsenen Papierpuppen spielte, entwickelte *Ruth* die Idee für eine dreidimensionale Modepuppe. Die erste Barbie-Puppe wurde auf der American International Toy Fair in New York City vorgestellt und sofort zum Hit. Sie legte den Grundstein für die gesamte Marke. Mit ihrem blonden Haar, dem charakteristischen schwarz-weiß gestreiften Badeanzug und ihrem selbstbewussten Auftreten verkörperte Barbie eine neue Ära des Spielzeugs für Mädchen. Doch so ganz ohne Unterstützung ist *Ruth Handler* dann doch nicht auf diesen Coup gekommen. Die Barbie-Puppe wurde von der deutschen Bild-Lilli inspiriert. Wir gehen im Laufe des Artikels näher darauf ein. Die Bild-Lilli war eine Comicfigur, die in den 1950er Jahren von dem deutschen Unternehmen Bild-Zeitung geschaffen wurde. Ursprünglich war sie als eine Art humoristische Darstellung einer jungen Frau in der Großstadt konzipiert. Sie war selbstbewusst, unabhängig und modebewusst. *Ruth Handler* entdeckte die Bild-Lilli während einer Reise nach Deutschland. Sie war von der Figur und ihrem Stil so beeindruckt, dass sie beschloss, eine ähnliche Puppe für den amerikani-

Barbie, die weltweite Ikone des Spielzeugs und der Popkultur!

schen Markt zu produzieren. Die erste Barbie-Puppe, die 1959 eingeführt wurde, war deutlich von der Bild-Lilli inspiriert, obwo. eine Art Vorbild für die Barbie-Puppe diente, die dann zu einer weltweiten Ikone des Spielzeugs und der Popkultur wurde. Ein Besuch in Deutschland mit bahnbrechenden Folgen für den Spielzeugmarkt.

Nicht ohne Kontroversen

In den folgenden Jahrzehnten hat sich Barbie ständig weiterentwickelt, um mit den sich ändernden Mode- und Schönheitstrends Schritt zu halten. Sie hat zahlreiche Karrieren durchlaufen, von Astronautin bis hin zu Präsidentschaftskandidatin, und dabei Generationen von Kindern auf der ganzen Welt inspiriert, ihre Träume zu verfolgen. Jedoch nicht ohne Kontroversen. Eine der prominentesten Kritiken an Barbie bezieht sich auf ihr unrealistisches Körperbild und die damit verbundenen Schönheitsideale. Barbie hat oft eine schlanke Taille, lange Beine und große Brüste, was von einigen als unrealistisch und potenziell schädlich für das Körperbild und das Selbstwertgefühl von Mädchen angesehen wurde. Viele Eltern, Pädagogen und Aktivisten bemängelten das Rollenbild, welches Barbie vermittelte. Viele Barbie-Puppen wurden in traditionell femininen Berufen oder als glamouröse Prinzessinnen dargestellt, was einige Kritiker und Kritikerinnen als Beitrag zur Verstärkung von Geschlechterstereotypen betrachteten. Auch wurden die Barbie-Puppen und das damit verbundene Merchandising für einen übermäßigen Konsumismus und Materialismus kritisiert. Wo Erfolg ist, lässt die Kritik nicht lange auf sich warten.



Selbstbewusst mischt Barbie auch die Kinderzimmer der Gegenwart auf.
Bild: SMA



Die Ur-Barbie von 1959 bekommt in bestimmten Abständen eine Neuauflage in Form einer Jubiläumsausgabe, die bei den Sammlern und Sammlerinnen großen Anklang findet.
Bilder: SMA

Einige Diskussionen wurden sicherlich zu Recht geführt. *Mattel* reagiert und gestaltet Barbie diverser und inklusiver, indem das Unternehmen Puppen mit verschiedenen Körpertypen, Hautfarben und Berufen eingeführt hat. *Mattel* kreiert durch diese Maßnahmen und einem ausgeklügelten Marketing eine kulturelle Ikone, die Mode, Feminismus und gesellschaftlichen Wandel verkörpert.

Barbie hat es geschafft, sich nicht nur als Spielzeug, sondern auch als kulturelles Symbol in der Kunstwelt zu etablieren und bietet einen großen Spielraum für kreative Interpretationen und Diskussionen über Themen wie Geschlechterstereotype, Konsumkultur und Identität. Künstlerinnen und Künstler verwenden Barbie oft als Motiv für Weiblichkeit, Mode und Konsumgesellschaft oder setzen sie in satirischen Kontexten ein, um gesellschaftliche Themen anzusprechen. Ja, hier geht es

immer noch um eine Spielzeugpuppe. Es wird deutlich, dass es sich bei Barbie um ein Phänomen handelt, welches vielleicht in dieser Form nie wieder in Erscheinung treten wird. Barbie beschäftigt die Welt der Erwachsenen und weiß den Nerv der Kinder zu treffen. Und darum geht es doch, oder? Kreatives Spielen, Mode und Styling, Rollenspiel und Identifikation, soziale Interaktion und natürlich Sammeln und Tauschen. Letzteres fasziniert auch die älteren Semester. Und das nicht zu knapp. Wir kennen das nur zu gut. Für Sammler und Sammlerinnen sind die Barbie-Puppen in vielerlei Hinsicht attraktiv. Barbie hat eine lange und aufregende Geschichte als eine der ikonischsten Spielzeugmarken der Welt. Die Designs und die Rolle in der Pop-Kultur, die Seltenheit und Exklusivität sind Anreiz genug, für viele Barbie-Addicts, viel Geld für die Objekte der Begierde auf den Tisch zu

legen. *Mattel* weiß das und bringt entsprechende, aufwendig und exklusiv gestaltete Editionen auf den Markt, die eigens darauf ausgerichtet sind, den Sammler- und Sammlerinnen-Markt zu bestücken. Viele Barbie-Puppen werden von renommierten Designern und Designerinnen entworfen oder sind Teil von künstlerischen Kollaborationen, die nicht selten als künstlerische Meisterwerke geschätzt werden. Wie bei anderen bekannten Toy Lines auch, spielt eine faszinierende Mischung aus Geschichte, Design, Seltenheit und Community eine entscheidende Rolle.

Ken ist Kult

In den 1960er Jahren wurde die Barbie-Puppe schnell zu einem weltweiten Verkaufsschlager. In dieser Zeit wurden viele neue Barbies mit verschiedenen Themen und Outfits auf den Markt gebracht, was zu einem enormen Wachstum des Marktes führte. 1961 erblickt Ken schließlich das Licht der Welt und ist bis heute ein fester Bestandteil des Barbie-Universums. Sein voller Name lautet Ken Carson, benannt nach dem Sohn von *Ruth Handler*. Die *Mattel*-Gründerin erkannte, dass Barbie eine männliche Begleitung brauchte, um ihre Vielseitigkeit zu erweitern und das Rollenspiel der Kinder zu bereichern. Ken wurde als attraktiver junger Mann mit sportlicher Figur und modischem Stil dargestellt. Ähnlich wie Barbie, hat Ken im Laufe der Jahre viele verschiedene Looks und Stile angenommen, um mit den sich ändernden Mode- und Schönheitstrends Schritt zu halten.





viduellen Stil. Sie wurde oft als etwas bodenständiger und zurückhaltender dargestellt als Barbie, was zu einer interessanten Dynamik zwischen den beiden Freundinnen führte. Die Einführung von Midge ermöglichte auch neue Spiel- und Rollenspielmöglichkeiten für Kinder. Mit Midge als beste Freundin konnten Kinder verschiedene Szenarien und Geschichten erfinden und sich in unterschiedliche Rollen hineinversetzen.

Da Ken und Midge die Barbie-Linie auf faszinierende Weise bereichern konnten, natürlich auch wirtschaftlich, wurde Barbies Freundes- und Familienkreis von *Mattel* in den folgenden



Der Ur-Ken von 1961
Bild: Mattel

Er hat zahlreiche Karrieren durchlaufen, darunter Arzt, Astronaut, Feuerwehrmann und vieles mehr. Ob als romantischer Partner, Sidekick und Helfer, Abenteurer und Entdecker oder schlicht als komischer Charakter. In Filmen, Büchern und Fernsehsendungen unterstreicht er durch diese Rollen seine popkulturelle Relevanz an Barbies Seite. Ken ist Kult.

Ein weiterer einschneidender Schritt war die Einführung von Midge, die erstmals im Jahr 1963 als beste Freundin von Barbie vorgestellt wurde. Ihr voller Name lautet Midge Hadley und unterscheidet sich von Barbie durch ihre brünetten Haare, ihre markanten Gesichtszüge und ihren eigenen indi-

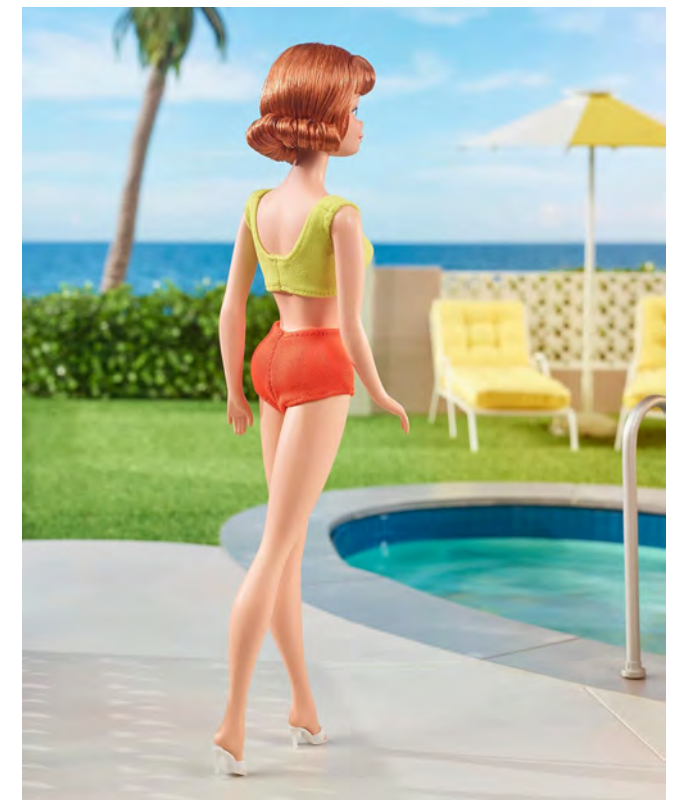
Barbie brauchte eine männliche Begleitung, um ihre Vielseitigkeit zu erweitern und das Rollenspiel der Kinder zu bereichern.

Jahren systematisch erweitert. In den engeren Puppen-Kreis folgte noch in den 1960er Jahren Skipper, die kleine Schwester. Alle in diesem Zeitraum erschaffenden Charaktere haben es bis heute geschafft, mit kulturellen und gesellschaftlichen Angleichungen, die Kinderzimmer und Sammel-Vitrinen zu füllen. Unzählige Abzweigungen und Veröffentlichungen folgen in den kommenden Jahrzehnten. Haustiere, Verwandte, Freunde und Freundinnen kommen und gehen selten wieder. Die Erfolgsgeschichte nimmt ihren einzigartigen Lauf.

In den 1980er Jahren ist Barbie dann endgültig im Pop-Himmel angekommen. Die schrille Mode und die Popkultur kommt *Mattel* entgegen. Das immer erfolgreicher werdende Unternehmen weiß es, die beliebten Trends geschickt auf neue Barbie-Linien anzuwenden. Barbie wird zur Pop-Ikone. Und soll es bis heute bleiben. In den späten 1990er und den frühen 2000er Jahren wurden viele Sondereditionen und Kooperationen eingeführt, die die Popularität der Marke weiter steigern sollte. Eine Strategie, die für das Unternehmen aufging und bis heute in unterschiedlichst kreativen Varianten erfolgreich angewandt wird.

Barbie x Big Jim

In dieser SMA-Ausgabe beschäftigen wir uns mit einer zweiten Spielzeuglinie, die in den 1970er Jahren ebenfalls von *Mattel* auf den Markt gebracht wurde und zumindest für einen gewissen Zeitraum eine ebenso imposante Erfolgsgeschichte abliefern kann. Natürlich geht es um Big Jim. Und es gibt sogar



Midge – Barbies beste Freundin
Barbies engster Kreis hat im Laufe der Jahrzehnte einen ebenso bemerkenswerten Wandel vollzogen, wie unsere Heldin selbst.
Bilder: Mattel

Shortcut
Family
& Friends

Barbie
1959
The Original

Ken
1961
Boyfriend

Midge
1963
Best Friend

Skipper
1964
Little Sister

Dancer
1971
Barbies Horse

Jazzie
1989
Cousin

Stacie
1992
Littlest Sister



Die Bild-Lilli



Die Bild-Lilli - Barbies Vorbild

In den 1950er Jahren im Nachkriegsdeutschland, entstand eine einzigartige Figur, die als Vorläuferin der berühmten Barbiepuppe gelten sollte. Die Bild-Lilli.

Die Bild-Lilli wurde erstmals im Jahr 1952 als Comicfigur in der Bild-Zeitung präsentiert. Sie war eine junge, selbstbewusste Frau, die in der aufstrebenden Nachkriegszeit das urbane Leben in der Großstadt repräsentierte. Ihre Geschichten, die von den Abenteuern und Missgeschicken einer modernen jungen Frau handelten, wurden schnell beliebt bei den Lesern der Zeitung. Die Schöpfer der Bild-Lilli, die Zeichner *Reinhard Beuthien* und Bild-Journalistin *Hanns Holdt*, hatten wohl keine Ahnung, dass ihre Comicfigur später die Inspiration für eine der bekanntesten Spielzeugfiguren der Welt werden würde.

Ruth Handler, Mitbegründerin von *Mattel*, entdeckte die Bild-Lilli während einer Reise nach Deutschland und war von ihrem Stil und ihrer Persönlichkeit beeindruckt. Sie erkannte das Potenzial, eine ähnliche Puppe für den amerikanischen Markt zu produzieren. *Mattel* erwarb schließlich die Lizenzrechte für die Bild-Lilli und begann, eine dreidimensionale Puppe nach ihrem Vorbild zu entwickeln. Die erste Barbiepuppe wurde schließlich im Jahr 1959 eingeführt und wurde schnell zu einem weltweiten Erfolg.

Obwohl die Bild-Lilli nie die gleiche weltweite Bekanntheit erlangte wie Barbie, bleibt sie ein wichtiger Teil der Geschichte der Puppen und ein interessantes Beispiel für den Einfluss der Popkultur auf die Spielzeugindustrie. Ihre Entstehungsgeschichte illustriert auch die kulturellen und gesellschaftlichen Veränderungen der Nachkriegszeit in Deutschland und ihre Auswirkungen auf die Unterhaltungsindustrie.

eine, wenn auch einmalige, Verbindung, die wir unbedingt erwähnen möchten. Big Jim war als Actionfigur auf Jungen ausgerichtet und repräsentierte einen Abenteurer und Actionhelden. Er hatte verschiedene Outfits und Accessoires, mit denen Kinder spannende Abenteuer nachspielen konnten. Ken wird dies nicht gefallen haben. Die Verbindung zwischen Barbie und Big Jim entstand durch einige Crossover-Produkte, die Mattel in den 1970er Jahren auf den Markt brachte. Zum Beispiel gab es ein Set namens „Barbie and Big Jim Sports Set“, das sowohl eine Barbie-Puppe als auch eine Big Jim Actionfigur enthielt, um verschiedene Sportarten wie Tennis oder Basketball nachzuspielen. *Mattel* beschränkte sich jedoch weiterhin auf gemeinsame Werbekampagnen, die

die jeweiligen Produkte präsentierten. Nochmal Glück gehabt, Ken.

TV- und Film-Star

Barbie hat eine lange Geschichte in Film- und Fernsehproduktionen, die von animierten Abenteuern bis hin zu realen Spielfilmen reicht. Seit den frühen Tagen der animierten Barbie-Filme in den 1980er Jahren bis hin zu den modernen CGI-Produktionen hat Barbie die Kinderzimmer über Generationen mit ihren fantasievollen Geschichten und farbenfrohen Welten begeistert. Natürlich war auch hier eine Menge kontroverses Zeug dabei. Ähnlich wie bei der Toy-Produktion wurde auch hier im Laufe der Jahre der richtige Weg eingeschlagen und der Fokus auf



Die Barbie der Gegenwart
Bild: SMA

Ruth Handler – Die Visionärin hinter der Barbie-Puppe



Ruth Handler wurde am 4. November 1916 in Denver, Colorado, geboren. Als Mitbegründerin des Spielzeugunternehmens *Mattel Inc.* und Schöpferin der berühmten Barbie-Puppe prägte sie die Welt des Spielzeugs und der Popkultur maßgeblich.

Gemeinsam mit ihrem Ehemann Elliot gründete sie 1945 *Mattel*, ursprünglich als Hersteller von Bilderrahmen. Doch ihr Blick richtete sich schnell auf den Spielzeugmarkt. Der Durchbruch kam 1959 mit der Einführung der Barbie-Puppe. Der Rest ist Pop-Geschichte.

Ruth Handler war eine Visionärin, die erkannte, dass Spielzeug mehr sein

konnte als nur Unterhaltung. Sie wollte Mädchen dazu ermutigen, sich in ihren Spielen verschiedene Rollen vorzustellen und ihre Träume zu verfolgen. Barbie wurde zu einem Symbol für Weiblichkeit, Unabhängigkeit und Karriere.

Ruth Handler bewies beeindruckende wirtschaftliche Fähigkeiten durch ihr Gespür für Markttrends und Innovationskraft. Ihr unternehmerisches Geschick zeigte sich auch in der Fähigkeit, indem sie Marketingstrategien perfektionierte und frühzeitig in TV-Werbung investierte.

Trotz ihres Erfolgs war *Ruth Handler* nicht ohne Kontroversen. Kritiker bemängelten oft das unrealistische Körperbild der Barbie-Puppe und ihre eingeschränkte Vielfalt. Dennoch blieb sie eine einflussreiche Figur in der Spielzeugindustrie und setzte sich für Innovation und soziale Veränderungen ein.

Ruth Handler verstarb am 27. April 2002, aber ihr Erbe lebt weiter. Die Barbie-Puppe bleibt eine der bekanntesten und meistverkauften Spielzeugmarken der Welt und *Ruth Handlers* Einfluss auf die Spielzeugindustrie und die Popkultur wird noch lange spürbar sein.



Ein klassischer Barbie-Look. Das karierte Sommerkleid hat alle modischen Trends überstanden und gehört noch heute

Bild: SMA



Vielfalt und Kreativität gelegt. So halten sich heute unterhaltende Formate auf den Streaming-Sendern über viele Staffeln und sorgen auch weiterhin für viel Spiel-Inspiration mit den Puppen bei den kleinen Zuschauern und für strapazierte Geldbeutel bei den Eltern.

Meilensteine

Mattel konnte immer wieder mit neuen Produkten die Barbie-Linie aktuell halten. Beispielsweise die Einführung des Barbie Dreamhouse war ein Meilenstein für die Marke. Dieses ikonische Playset ermöglichte es Kindern, die Welt von Barbie in ihrem eigenen Zuhause nachzubauen. Auch hier zeigt sich *Mattel* geschickt und erfindet das klassische Puppenhaus neu. Ob Barbie und ihre Freunde eine Poolparty veranstalten, ein Dinner in der Küche zubereiten oder sich im Schlafzimmer für einen Ball vorbereiten – das Barbie Dreamhouse ist der glamouröse Ort, an dem für die Kinder Träume wahr werden können. Ein Klassiker über Generationen. Ein weiterer wichtiger Meilenstein sind die Barbie Fashionistas. Die Fashionistas-Linie, die verschiedene Körpertypen, Hautfarben, Frisuren und Modestile umfasst, war ein großer Schritt für die Marke in Richtung Vielfalt und Inklusion. Diese Linie hat Barbie-Puppen für eine breitere Palette von Mädchen zugänglicher gemacht und war ein wichtiger Schritt für die Modernisierung der Marke. Und konnte spätestens nach deren Einführung allen Kritikern beweisen, wofür die moderne Barbie-Marke steht.

Denkt doch mal an die Erwachsenen

Das lässt *Mattel* sich nicht zweimal sagen. Extra für die großen Barbie-Freaks und die noch größeren Geldbeutel hebt der Spielzeuggigant die Linie Barbie Signature aus der Taufe. Die Barbie-Premiumkollektion. Diese Linie umfasst limitierte Editionen, Sammlerstücke und spezielle Designer-Puppen, die für erwachsene Sammler und Barbie-Enthusiasten konzipiert sind. Barbie Signature bietet eine Vielzahl von Puppen, die von berühmten Designer*innen, Künstler*innen und Modehäusern inspiriert sind und oft aufwendige Details, hochwertige Materialien und exquisite Handwerkskunst

aufweisen. Die Barbie Signature-Kollektion umfasst auch Puppen, die an berühmte Persönlichkeiten, Filme, historische Ereignisse oder besondere Anlässe angelehnt sind. Wer also eh ständig auf der *Mattel-Creations*-Seite im Web rumlungert, um die nächsten Motu-Exclusives abzugreifen, kann ja mal einen Klick weiter schauen. SMA kann das nur empfehlen.

Und jetzt?

Wie könnte SMA etwas anderes als Lob für die Barbie-Puppen aussprechen. Ja, sie sind aus Plastik. Der Umweltgedanke, die Produktion in diesen Mengen ist sicherlich bedenkenswert. Aber als Toy- und Nerd-Magazin müssten wir diese Bemerkung hinter jeden Artikel setzen. Wir erwähnen diesen Gedanken hier nur, weil unter den unzähligen Kritikpunkte aus der Historie, denen Barbie ausgesetzt war, dies der einzig relevant diskutable Punkt geblieben ist. Wer sich die Kinder anschaut und beobachtet, wie sie mit den Barbie-Toys spielen, alleine oder miteinander, wird schnell feststellen, wie wertvoll diese bunten Puppen für das Rollenspielverhalten, die Kreativität und die Fantasie geblieben sind. Trotz aller Kontroversen bleibt Barbie ein Symbol für Weiblichkeit und ihre Vielseitigkeit, ihre kulturelle Bedeutung und ihre zeitlose Anziehungskraft machen sie zu einer bemerkenswerten Herrscherin in der Welt des Spielzeugs und darüber hinaus. Ja, Barbie ist die Königin aller Spielzeuge.

Mattel erkennt natürlich die Nachfrage auf dem erwachsenen Sammelmarkt und produziert entsprechend darauf zugeschnittene Linien. Bilder: SMA



Unser Barbie-Cover-Girl SUI im Interview...

Sui, erinnerst Du Dich an Deine erste eigene Barbie?

Ja, die erste Barbie, an die ich mich erinnere ist die Sparkle Eyes Barbie von 1991. Sie hat in jedem Auge einen funkelnden blauen Glitzerstein, der sie direkt unverkennbar macht. Diese habe ich mir als Erwachsene wieder geholt und sie ist somit endlich wieder bei mir.

War es Liebe auf den ersten Blick oder ist die Leidenschaft erst später richtig entflammt? Was ja keine Seltenheit ist.

Ich habe Barbie immer geliebt. Natürlich vor allem in der Kindheit bis hin zu meinen ersten Jugend-Jahren. Gesammt habe ich dann jedoch erst wieder im Erwachsenen-Alter.

Barbie erfreut sich ja nicht erst durch den erfolgreichen Kinofilm einer großen Beliebtheit in Sammlerkreisen. Ein Dauerbrenner, der allen gesellschaftlichen Ansprüchen und Wendungen gewappnet zu sein scheint. Weil sich die Figur entsprechend anzupassen weiß?

Ja, Barbie muss sich immer wieder neu erfinden und stellt sich immer wieder neuen Herausforderungen. Barbie passt sich entsprechend den gesellschaftlichen Entwicklungen an. Wie man auch sehr gut im Kinofilm sehen konnte. Sie weiß es sehr gut, sich anzupassen und ist deswegen so ein Dauerbrenner, da sie auch immer den Zeitgeist widerspiegelt. Früher war Barbie einfach nur das typische blonde Vorzeige-Püppchen. Heute kann sich jeder in einer Barbie Puppe wiederfinden. Jeder kann Barbie sein, was ich persönlich sehr schön finde.

Hast Du eine Lieblings-Barbie?

Die Sparkling Eyes Barbie, weil es meine erste Barbie war. Aber ich mag auch

sehr gerne das Birthday Fun at McDonald's Set von 1993, weil das ein richtiger Kindheitsflashback für mich ist. In den 90ern waren Geburtstags-Partys bei McDonalds der Renner und ich war damals ein großer Junior-Tüten Fan sowie fast jedes Kind.

War der erfolgreiche Film von Greta Gerwig wichtig für das Barbie-Image oder hat er dieses womöglich neu definiert? Oder muss der Film unabhängig der Toy-Film- und Merchandise-Produktionen einzuordnen sein?

Ich denke schon, dass es Barbie einen riesigen Boom gegeben hat. Es gab auch davor viele Sammler und Barbie-Börsen. Aber wenn man den Barbie-Markt ein wenig beobachtet hat, merkt man schon einen starken Anstieg bei den Verkäufen nach dem Film. Viele junge Menschen haben Barbie neu entdeckt und jüngere Doll-Collector im Allgemeinen, die vielleicht vorher auf andere Doll-Lines spezialisiert waren, haben den Weg zurück zu Barbie gefunden. Denn bei vielen jüngeren Sammlern war Barbie gar nicht mehr so angesagt, sondern eher andere Doll-Lines. „Ältere“ haben sich vielleicht wieder zurück an ihre Kindheit oder an Ihre erste „Weird Barbie“ erinnert und sich nun wieder die ein oder andere Barbie geholt. Ich denke, dass der Film schon wichtig für das Barbie-Image war. In dem Film wurden auch viele Kritikpunkte an Barbie angesprochen. Es wurde versucht, dies in ein anderes Licht zu rücken und die Vielfalt von Barbie aufzuzeigen. Was meiner Meinung nach dem Film sehr gut gelungen ist.

Vielen Dank SUI!

Instagram: @lady_duckling_toys





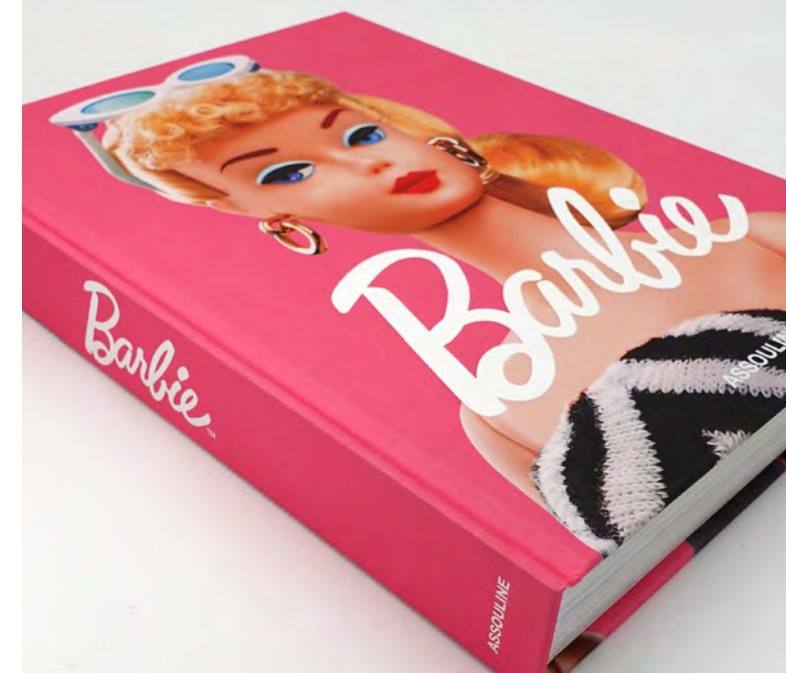
BARBIE
INSPIRING STORIES SINCE 1959

2023 Assouline Publishing
3 Park Avenue , 27th Floor
New York, NY 10016, USA

Nachzulesen gibt es über Barbie und ihre Freunde und Freundinnen viel. Für jedes Alter und jeden Anspruch. Immer wieder werden Medienformate überholt und abgelöst. Magazine, Bücher, Filme, Serien...kein Medium, welches um Barbie herumkommt.

Dennoch ist es uns gelungen, ein für euch wichtiges, wunderbar gestaltetes und informatives Werk zu finden, welches uns in der Redaktion bereits viel Freude bereitet hat und eine nicht unwesentliche Rolle in der Erstellung dieses Artikels gespielt hat.

ISBN: 9781649803214



WELTRAUM SCHLACHTEN

Playing with Playsets – Star Troopers im Einsatz

Von Thorsten Anders

Schon immer war der Bereich der Science-Fiction mit seinen Weltraumeroberern, ultraschnellen Raumschiffen, unerforschten Planeten und fernen Galaxien eines der Spielzeug-Genres, das die Fantasie der Kinder – meist bei den Jungs – anregte, wie kaum ein anderes im Kinderzimmer. Ob FLASH GORDON, BUCK ROGERS, MAJOR MATT MASON, BIG JIM, CAPTAIN FUTURE oder auch G.I. JOE, die Helden der Zukunft bekamen es immer mit größenwahnsinnigen Bösewichten oder außerirdischen Invasoren zu tun. Und manchmal waren sie auch selbst die Invasoren – natürlich nur im Namen des Guten.

Selbst in den LEGO- und PLAYMOBIL-Space-Reihen gab es schon anfangs Antennen in Formen von Laserkanonen an den Schiffen und auch Werkzeuge, die verdächtig nach gefährlichen Laserwummen aussahen, obwohl man sich damals noch eine pazifistische Grundeinstellung auf die Spielzeugfahne geschrieben hatte. Dies gilt übrigens heute immer noch, wird aber mittlerweile weit weniger streng umgesetzt. Denn die heutigen Laserkanonen und Raketengeschütze dienen ja lediglich zu "wissenschaftlichen" Zwecken. Ob dazu dann auch die organische Reaktion außerirdischer Lebensformen unter Laser- und

Raketenbeschuss gehört, ist vermutlich Auslegungssache.

Auf jeden Fall hatte sich die Anzahl der produzierten Spielzeugreihen und Playsets seit dem Erfolg von STAR WARS 1977/78 exorbitant gesteigert. Waren zuvor noch andere, meist historisch orientierte Spielzeugreihen im Kinderzimmer vorherrschend, ging es nun steil Richtung Zukunft. Alle wollten an der neuen Science-Fiction-Welle partizipieren, was zu vielen schönen Produkten führte. So erfreuen wir uns seit Ende der 1970er Jahre an Figuren und Sets zu Filmen & Serien wie DAS SCHWARZE LOCH, BUCK ROGERS, KAMPFSTERN GALACTICA, MONDBASIS ALPHA EINS, STAR TREK oder auch DOCTOR WHO.

Auch skurrile Spielsets, die es z.B. mit den Größenverhältnissen innerhalb ihrer eigenen Reihen nicht immer so ernst nahmen, waren von Ende der 70er bis in die späten 80er hinein populär. Dazu gehörte neben vielen anderen das GALAXY COMMAND-Plastik-Tinneset von MARX aus dem Jahre 1979, oder auch die Alien-Reihe von BRITAINS in der sich seit 1980 Starguards, Starguard-Cyborgs und Space Aliens mit variabel zusammensteckbaren Raumfahrzeugen bekämpften. Die ADVENTURE 2000-Reihe von MATCHBOX,



Bild: Thorsten Anders



Bilder: Thorsten Anders

die mit Weltraumpanzern aus Metall und etwas zu großen Plastiksoldaten im All auftrumpfte, kam zwar im gleichen Jahr wie STAR WARS auf den Markt, sieht aber eher so aus, als hätte man sich bereits vorher Inspirationen bei der Perry Rhodan-Romanreihe geholt. Hierzu kam fast passend der MB Feuervogel und seine Operationsbasis, die zwar größtenteils aus Pappe bestand, aber nicht von Pappe war*. Weitere Serien wie STARCOM, ROBOTECH, DINO RIDERS oder die sensationelle STRATASTATION wie auch andere Fahrzeuge der MICRO-NAUTS aus dem Hause MEGO erweiterten die Galaxien im Kinderzimmer neben den Kenner STAR WARS-Toys. Sogar ein Schlumpf-Weltraum-Set von SCHLEICH und eine vierteilige Mondlandschaft aus dem Hause ECO, die aus gezogenem Kunststoff in Deutschland produziert wurde (die auch bei den

Fotos der STARSHIP TROOPERS zum Einsatz kam), gab es auf dem Markt, der in die unendlichen Weiten schielte.

Diesmal wollen wir uns aber in unserer PLAYSET LOVERS-Rubrik mit zwei weniger bekannten Spielzeugreihen und einer lizenzierten Toyline zu einem populären Science-Fiction-Film von Paul Verhoeven beschäftigen. Letzterer bescherte uns den ersten ROBOCOP-Film und somit auch diverse Toylines zum Gesetzeshüter aus der nahen Zukunft. Doch dazu ein andermal mehr.

Bei den STARSHIP TROOPERS ging es um nichts anderes als den Krieg gegen die fiesen Bugs. Echt miese Weltraum-Insekten, die nur zu gerne über die naiven, wie jungen und später meist toten Kadetten der Föderationsarmee herfielen. Ein wahres Gemetzel und eigentlich eine Anti-Kriegs-Satire im Science-Fiction-Gewand, was aber irgendwie nicht allen Zuschauern aufging und deren Wirkung auch in den Sequels immer weiter abflachte. Ebenso in der Spielzeug-Produktion die natürlich voll auf das Motto "Schlacht" auf dem Bug-Planeten setzte. So präsentierte uns GALOOB 1997 kurz nach dem Kinofilm in der ACTION





FLEET-Reihe kleine bewegliche 1,125 Zoll (ca. 2,9 cm) kleine Spielzeug-soldaten, sowie passende Bugs und Raumschiffe. Die sogenannten Battle Packs oder auch Vehicle-Sets (jeweils 6 Stück) enthielten immer einen großen Bug, ein Geschütz oder ein Raumschiff und 2 bis 3 kleine Soldatenfiguren. Diese wiederum hatten einen Minimagneten in Ihrem Standfuß und auch im Rücken implementiert, so dass man diese an bestimmten metallischen Stellen der Bugs oder der Raumschiffe einfach platzieren konnte. Damit hatte man die Möglichkeit, Ricos Actionstunt auf dem Bug aus dem Film nachzuspielen. Die Bugs waren bunt und beweglich. Der Mannschafts-Transporter konnte Bomben abwerfen, der TAC-Kampfjet und die stationäre Laserkanone Raketen abfeuern. Somit stand einer Schlacht, wie wir

sie früher mit unseren Airfix-Minisoldaten im Sandkasten entfesselten, nichts im Wege.

Es gab noch zwei weitere STRASHIP TROOPERS Reihen von GALOOB die sich von dem hier gezeigten im Maßstab unterschieden. Einmal drei MICRO MACHINES-Sets mit Bugs und Raumschiffen im Minimaßstab und sechs 5,5 Zoll (knapp 14cm) große Actionfiguren der wichtigsten Hauptcharaktere, einen echt großen Warrior Bug und einen TAC-Fighter, in den man eine Figur setzen konnte – beide mit Sound-Effekten. Zusätzlich gab es noch einen kabelgesteuerten hüpfenden Bug und ein fahrendes Drop-Ship.

Ein Weltraum-Fort oder eine Festung, wie sie auch im STARSHIP TROOPERS-

Film gezeigt wurden, sucht man bei der GALOOB-Reihe jedoch vergebens, obwohl sich dies ja wirklich angeboten hätte. Auch wenn eine Weltraum-Festung ja nur die modernisierte Fassung einer mittelalterlichen Ritterburg oder eines Western-Forts ist, so ist dies doch eine echt coole Sache. Bereits Anfang der 1950er Jahren gab es z. B. von MARX-Toys einen SPACE PATROL ROCKET PORT, der wie ein Fort mit Schutzwänden aus Blech versehen war. Da hätte man bei GALOOB eigentlich auch drauf kommen können.

Viele Jahre später – und zwar 2013 – brachte dann die Firma PAPO, die quasi das italienische Pendant zu Schleich ist, ein GALAXY FORTRESS aus bedrucktem Holz (!) für Kinder ab 3 Jahren heraus. Vermutlich versuchte man so den gestiegenen Qualitäts- und Umweltansprüchen der Eltern zu genügen. Die Bedruckung in Grau-, Blau- und Orange-Tönen im Cartoon-Touch ist wirklich spacig und spielt mit einer gewissen Shabby-Optik. Die Kratzer sind hier quasi mit aufgedruckt. Als Zubehör verfügt das Fort über einen Weltraum-Gleiter und einen Spacepanzer. Und da diese ebenfalls aus Holz waren und etwas klobiger ausfielen, wurden diese von den Eltern sicher als weniger martialisch empfunden und konnte die pazifistischen Bedenken-träger bei der Kaufentscheidung hier womöglich ein Stück weit überzeugen. Und zwar genau bis zu dem Zeitpunkt, an dem die dazugehörigen und einzeln zu erstehenden Figuren ins Spiel kamen. Waffenstrotzende Drachen- und Gorillaköpfige Kämpfer in Raumanzügen, vollbewaffnete Cyborgs und Space Troopers, Spacelords mit Schwertern, feuerspeiende Weltraumdrachen und sogar einem Menschen, dem fast der ganze Körper durch einen gepanzerten Roboter-Unterbau ersetzt wurde. Abgefahrene Figuren, ganz nah am elterlichen Albtraum. Was man sich bei PAPO dabei gedacht hat, kann sicher keiner mehr sagen. Aber cool ist es irgendwie



Bilder: Thorsten Anders

schon. Und während die Figuren – wie die ihrer deutschen Vorbilder – nicht beweglich waren, hatte die Festung einige Spielfunktionen intus. Darunter 3 Falltore und Geschütztürme. Bei einem der Türme kann man sogar eine Art Pfeilgeschoss mit einer fetten orangenen Holzkugel (als Kinderschutz) am





vorderen Ende abschießen. Eine zusätzliche Landeplattform kann den Weltraum-Gleiter aufnehmen. Hinter den Festungswänden kann man die Spielfiguren auf Wehrgängen platzieren. Eine 71x54cm große und zweigeteilte MDF-Bodenplatte nimmt das gesamte Fort auf, was ein einfacheres Wegräumen

möglich macht. Mit genug Figuren, die einzeln zwischen 4 und 15 Euro lagen, ein schönes, alternatives Set für martialische Schlachten auf dem Planeten Kinderzimmer.

Die dritte Toyline, die wir hier präsentieren ist nur zu dem einzigen Zweck geschaffen worden, um Weltraum-schlachten im Kinderzimmer zu entfesseln. Hier gibt es kein Vertun und keinen weiteren Interpretations-Spielraum. Alles ist auf ein Gemetzel ausgelegt. Miese außerirdische Insekten, die über die Einsatzkräfte der STAR TROOPERS herfallen.

Moment mal, kennen wir das nicht schon irgendwoher? Ja richtig. Und auch der Name der Reihe STAR TROOPERS lässt keinen Zweifel aufkommen, welcher Inspiration die Spielzeugentwickler der Firma LANARD TOYS da nachgegangen sind. Gut 23 Jahre nach



den STARSHIP TROOPERS hat man diese TRASH-TOY-LINE vom Stapel gelassen, die 1:1 das gleiche Thema bespielt. LANARD TOYS mit Hauptsitz in Hong Kong und einem Design Office in Oxnard, einem kalifornischen Städtchen zwischen Los Angeles und Santa Barbara, hatte bereits neben Reihen wie S.T.A.R. FORCE, PRIMAL CLASH und THE CORPS! auch Spielzeug in Lizenz zu SKULL ISLAND, RAMPAGE, JUMANJI, TOP GUN, ALIEN und auch PREDATOR produziert. Die STAR TROOPERS laufen ohne Lizenz und bestehen auch zum Teil aus wiederverwerteten Figuren und Fahrzeugen aus vorausgegangenen hauseigenen Toylines. So ist die Reihe irgendwie ein echtes Husarenstück und trotzdem cool. Allem voran das große Mutterschiff der Troopers, welches eigentlich der modifizierte Korpus eines Transporthubschraubers der THE CORPS! Militär-Reihe ist. Das nenn ich mal kreativ und clever. Besonders bedrohlich wird es, wenn man sich die Einzelfigurensets der 10cm großen Figuren der Troopers ansieht. Da gibt es Figuren unter dem Motto "Parasiten Käfer" bei denen den Figuren jeweils einer von vier verschiedenen Käfer-Köpfen beigelegt wurde. Einfach aufgesetzt und schon hat man einen infizierten und mutierten Trooper, der sich gegen seine eigenen Leute richtet. Der blanke Horror!

Ansonsten gibt es verschieden große Sets, z.B. einen Trooper 2er-Pack, oder die Planet Attack-Sets, die immer einen Trooper, ein Mini-Fahrzeug samt Bewaffnung und ein Alien enthielten. Die interstellaren Light & Sound Fahr-

Thorsten Anders

Der Autor liebt nicht nur Playsets und Retro-Spielzeug, sondern vor allem unterhaltsame schlechte Filme. Für die **TRASHOTHEK** produziert er u.a. bei YouTube **SPIELZEUCH** Videos und auch die abwechslungsreichen **TRASHOTHEK-PODCAST**-Episoden, die man überall da hören kann, wo es Podcasts gibt.



Bilder: Thorsten Anders

zeuge, etwa die Mondkapsel oder das Geländefahrzeug mit elektronischem Laser-Geschütz waren auch schon mal in anderen Reihen zu sehen, allerdings ist diese Kombination von alten und neuen Elementen gepaart mit dem Bug-Thema ein echt cooler Wurf. Zumindest, wenn man auf Weltraum-schlachten voller Trash und knallig bunten Aliens steht. Also auf ins Playset-Schlachtgetümmel! Um es mit den Worten der STARSHIP TROOPERS zu sagen: "Hunde, wollt ihr ewig leben?"

www.youtube.com/@Trashothek

BANANA POSTER PRESS

Nerd-Art

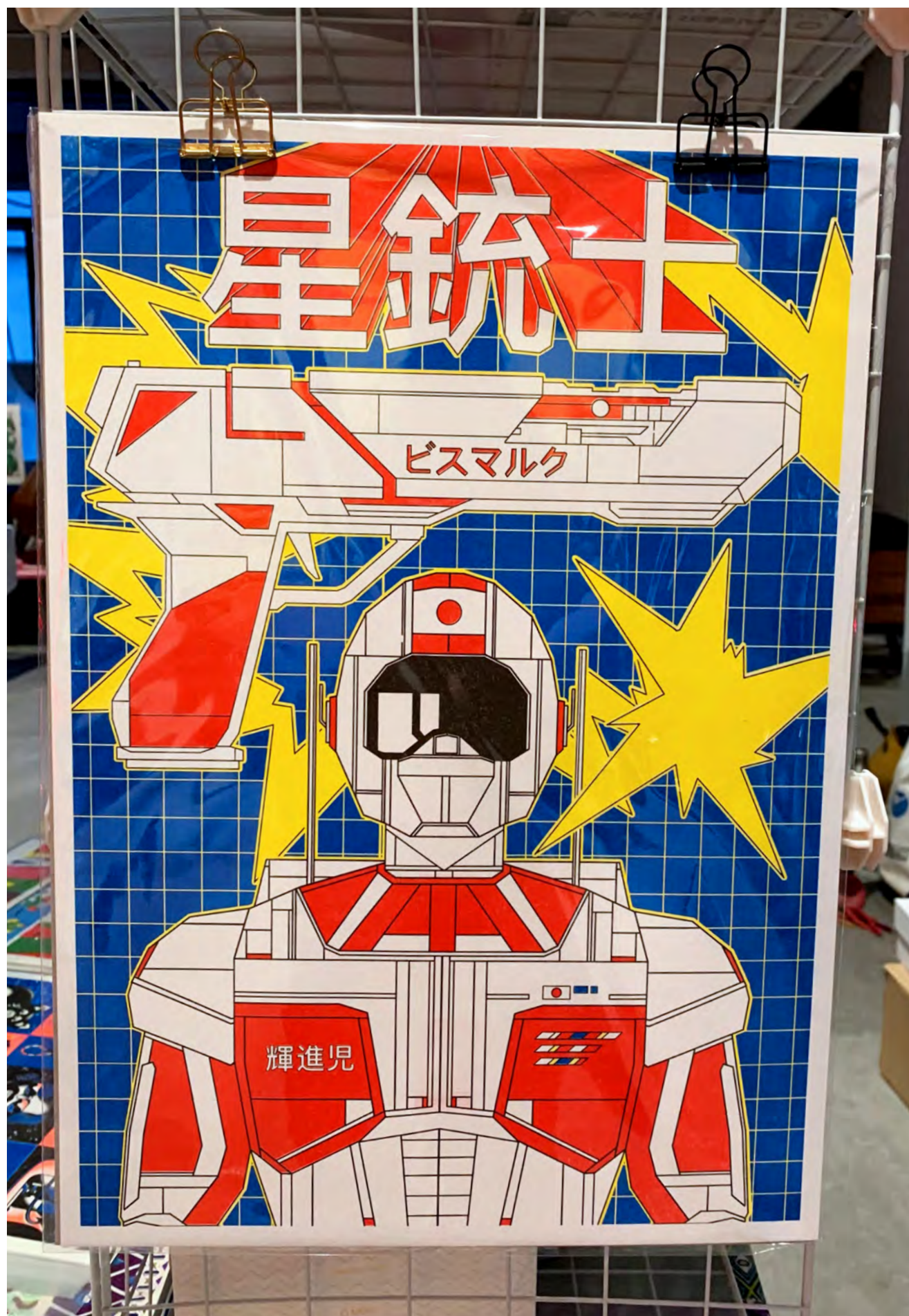
Heiner, wir durften Dich auf unserem Marché Noir-Event in Dortmund begrüßen und an dem kleinen, bunten Stand eure Poster bewundern und natürlich auch kaufen. Ein Hingucker, die Motive angelehnt an unsere Favoriten aus den vergangenen Popkultur-De-kaden. Die perfekte Ergänzung für die Sammlungen unserer Besucher und Besucherinnen. War die Motivauswahl auf das Event ausgelegt, oder ist die Nerdkultur thematisch schon ein Schwerpunkt eures Schaffens?

Die Nerdkultur war der Anstoss für Banana Poster Press alles weitere ergibt sich dann daraus. Eine Motivauswahl bleibt den jeweiligen KünstlerInnen relativ frei überlassen, es gibt vor jedem neuen Release immer ein grobes Thema wie z.B. Serien aus den 80er Jahren aber das ist es dann auch schon.

Aber erzähl uns doch erstmal von eurem Studio, wer ihr seid und was ihr dort macht.

Wir sind eine Gruppe mit wechselnden KünstlerInnen aus dem Bereich Comic und Illustration, hauptsächlich aus dem Hamburger Umfeld, Ausnahmen bestätigen die Regel versteht sich. Ich selbst fungiere als eine Art Verlag oder Initiator, arbeite eng mit der Druckerei „Riso-fort“ zusammen und bin auch derjenige der mit dem Stand auf den Märkten wie dem Marché Noir-Event zu finden ist.

Ihr interpretiert Film- und Serienklassiker in eurem eigenen illustrativen Stil neu. Ein weiteres Highlight ist die drucktechnische Umsetzung eurer Motive. Ihr erstellt die Poster, Karten usw. im Riso-Druckverfahren. Eine gelungene und passende Kombination. Was macht einen Riso-Druck aus?



Bilder: Banana Poster Press



Die Möglichkeiten was Farbauftrag und Haptik der verschiedenen Papierarten angeht ist fast unschlagbar. Obwohl das Riso-Druck Verfahren schon älter ist, erfreut sich die Technik in den letzten Jahren wieder an ganz neuer Beliebtheit. Vergleichbar mit Siebdruck in dem auch jede Farbe einzeln gedruckt wird und man viele Sonderfarben einsetzen kann, hat man hier durch die benutzen Druckmaschinen wesentlich kostengünstiger und schneller die fertigen Drucke in den Händen.

Faszinieren und inspirieren euch künstlerisch die filmischen Vorlagen, oder seid ihr selbst in der Nerd-Collector-Szene verwurzelt und gestaltet eben das, was euch umgibt und beschäftigt?

Selbst bin ich Sammler von Comics und Actionfiguren sowie Filmliebhaber so-

lange ich denken kann, da die Motivauswahl jedem/jeder IllustratorIn selbst überlassen bleibt, ist es im Einzelfall dann immer die Faszination für den jeweiligen Film oder die jeweilige Serie.

Das Wunderbare an einem kreativen Kollektiv wie eurem, ist natürlich die Vielfalt in den grafischen Stilen. Wie habt ihr zueinander gefunden? Ihr habt ja nun offensichtlich eine große Schnittmenge was die Interessen angeht.

Die meisten KünstlerInnen sind ursprünglich aus dem studentischen Bereich der HAW in Hamburg, viele davon haben durch ihre Arbeit beim Comicfestival Hamburg zueinander gefunden, bei dem ich auch seit über 16 Jahren jährlich Mitveranstalter bin.

Die Nerd- und Popkultur wurde und wird immer wieder gerne von der Kunst aufgegriffen. Ob Andy Warhol Barbie porträtiert, Eike König die Simpsons in seine grafischen Postererien integriert oder Jonathan Meese mit John Sinclair kooperiert.



Bilder: Banana Poster Press

Egal welche Richtung die Kunst einschlägt, die bunten Vorlagen reizen auch etablierte und erfolgreiche Künstler*innen und machen ihre Interpretationen zu begehrten Objekten. Es gibt also viele Möglichkeiten, sich als erwachsener Mensch mit seinen Kindheitserinnerungen zu umgeben. Eigentlich haben sich Conventions zu einem Kunstmarkt entwickelt, oder? Zumindest was die Preise angeht, ist man nicht mehr weit davon entfernt.

Was die Preise angeht, hast du allerdings recht, das nimmt sich nicht mehr viel. Die Schnittmenge von Popkultur und Popart könnte gerne größer sein. In der Street-Art und Graffiti Szene ist es ja auch nicht unüblich Motive aus der Popkultur zu verarbeiten, ich habe das Gefühl die Bereitschaft Themenfelder verschmelzen zu lassen ist von dieser Seite größer als von der Sammlerszene



Bilder: Banana Poster Press

aus: packst du drei vintage Skeletor Figuren mit fünf Marshmallow Männer zusammen in einen Rahmen und malst sie bunt an, kriegt mancher eine mittlere Krise und sieht nicht, daß das auch gut aussehen kann und durchaus seine Berechtigung hat. Ich schaue mir das erstmal alles gerne an und fühle mich auf beiden Seiten zu hause.

Wo können wir euch in den nächsten Monaten antreffen? Gibt es bereits Pläne?

Als nächstes ist eine kleinere Ausstellung in Hamburg richtung Frühling geplant.

MOTU oder STAR WARS?

Je nach Tageszeit – but MOTU was my first love.

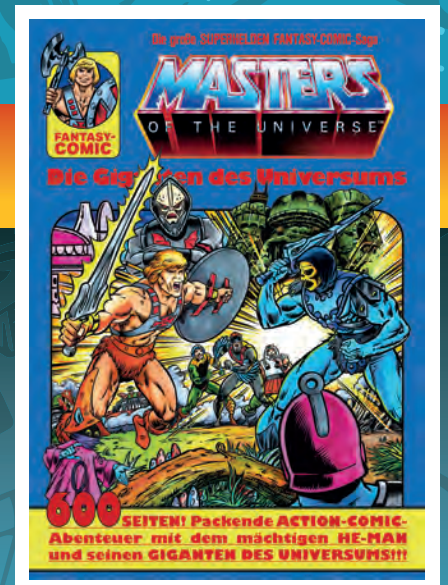
Instagram: @banana_poster_press
Etsy: @BananaPosterPress

HOLT EUCH DIE VOLLE MASTERS POWER VON DER RETROFABRIK!

DIE GIGANTEN DES UNIVERSUMS

Dieser prachtvolle Sammelband erstreckt sich über knapp 600 Seiten und präsentiert das gesamte kreative Schaffen des damaligen Interpart Verlags in einer sorgfältig restaurierten Form!

Doch das ist noch nicht alles: Dieses opulente Werk enthüllt darüber hinaus bisher unveröffentlichtes Bonusmaterial, das die Herzen aller MASTERS OF THE UNIVERSE-Fans höher schlagen lässt!



AUßERDEM ERHÄLTlich:



Die siebenteilige Gesamtausgabe der vom ehapa Verlag von 1987 bis 1989 herausgegebenen MASTERS OF THE UNIVERSE Comic-Magazine beinhaltet, neben zahlreichen Extras und Bonusmaterial, alle 21 Ausgaben in liebevoll restaurierter Form!

ERHÄLTlich IM HANDEL UND AUF [www.RETROFABRIK.DE](http://www.retrofabrik.de)


RETROFABRIK
www.retrofabrik.de



**DEMNÄCHST ERSCHEINT:
DIE NEUE UND OFFIZIELL LIZENZIERTE
MASTERS OF THE UNIVERSE HÖRSPIEL-SERIE!**

ACTION, ACTION, ACTION!

Das starke 24-Zentimeter- Abenteuer

Von Carsten Gritzan

Wieder befassen wir uns im SMA-Magazin mit einer Legende. Mit der vielleicht nicht ersten Action-Figur auf dem Markt, aber sicherlich der populärsten. Bühne frei für Big Jim und seine Spiel- und Abenteuerwelten. Erneut ist es Ruth Handler und ihr Team von Mattel, die auf die Entwicklungen des amerikanischen Spielzeugmarkts gegen Ende der 60-er-Jahre reagieren und eine Figur entwickeln, die als Gegenpol zu der eigenen Erfolgsmarke Barbie fungieren soll.

Der Start verläuft etwas holprig, die Konkurrenz von Hasbro und Co. schläft nicht. G.I. Joe und weitere Action-Formate sind in den Kinderzimmern sehr beliebt. Die Weltraum-Linie um Major Matt Mason ist der erste Versuch von Mattel den Action-Markt zu erobern. Dieser trifft zwar den damaligen Zeitgeist, schafft aber nicht den gewünschten Durchbruch für das erfolgsverwöhnte Unternehmen. Dies sollte sich dank einer Entwicklung des Barbie-



Zu den Olympischen Spielen 1976 wurden für die USA, Kanada und Australien Figuren produziert, die einen Slip in den Farben der jeweiligen Landesflagge trugen oder eine landesspezifische Goldmedaille als Zubehör hatten und das entsprechende Land bei den Spielen repräsentieren sollten. Bild: SMA

36



Mattel's ikonisches Logo der beliebten BJ-Toyline.

Teams schnell ändern. Für Ken, Barbies Freund, wurde ein Muskel-Mechanismus entwickelt, der es ermöglichte, durch einen Knopf am Rücken der Figur den Bizeps anzuspannen und den Arm zu einem Schlag-Effekt zu bewegen. Genau dieser Mechanismus wird der ersehnte Unterscheidungsfaktor zu bestehenden Action-Formaten und sollte zum Merkmal eines Kults werden. Schade für Ken, doch Big Jim ist geboren.

1972 schließlich beginnt ein weiterer Mattel-Siegeszug, der mit voller Wucht die Abenteuerlust vieler Kinderherzen weckt. Erst auf dem amerikanischen Markt, später auch über einen kurzen Umweg in Europa. Hierzulande erscheint der Haudegen mit Schlagkraft vorerst unter den Namen Mark Strong. Ein namensrechtlicher Hintergrund, wir kennen das. Es konnte sich unter Auflagen geeinigt werden und auch in Europa kann Big Jim sich unter seinem Geburtsnamen in die Spielzeugregale katapultieren. Big Jim ist Sportler, Abenteurer und Geheimagent, Pirat, Cowboy und Indianer. Das Marketing spricht unmissverständlich die Jungs an. Mattel's Strategie, die Kinderzimmer vollends in den Griff zu bekommen, geht auf. Big Jim entwickelt sich bereits zu Produktionszeiten zu einer Kultmarke. Eine Spezialität von Mattel, die auf eine vorbildliche Marketing-Leistung und der wirtschaftlichen Handschrift von Ruth Handler zurückzuführen ist.

Während Big Jim in den USA ursprünglich als Sport- und Abenteuerheld positioniert wurde, entwickelte sich die Toy-Line in Deutschland zu einem Phänomen. Ab Mitte der 1970-er-Jahre begann Mattel, die Serie speziell für den europäischen Markt anzupassen. Die deutsche Version von Big Jim erweiterte das ursprüngliche Konzept und führte neue Charaktere, Fahrzeuge und Spielsets ein, die auf eine fantasievollere und actiongeladene Spielwelt abzielten. Eine der bedeutendsten Entwicklungen in Deutschland war die Einführung des Geheimagenten-Themas. In den späten 1970-er Jahren wandelte sich Big Jim vom Sportler und Abenteurer zum Spion und Geheimagenten. Diese Transformation wurde durch die

Big Jim verfügt über einen Druckknopf auf dem Rücken, mit welchem der rechte Arm in Bewegung versetzt werden konnte. Dadurch wurde das Zerschlagen eines Brettes, Ball werfen oder Karate simuliert. Bild: SMA



37

Einführung neuer Figuren und Zubehörs-sets unterstützt, die Hightech-Gadgets, Verkleidungen und Spionageausrüstung beinhalteten. Die Einführung von Big Jim's Team, einer Gruppe von Spezialisten mit unterschiedlichen Fähigkeiten, war ein weiterer Meilenstein. Jeder Charakter dieses Teams hatte seine eigenen unverwechselbaren Merkmale und Fähigkeiten, die durch speziell entworfene Ausrüstungsgegenstände hervorgehoben wurden. Neben den Figuren selbst wurden auch umfangreiche Spielsets und Fahrzeuge entwickelt, die das Spielerlebnis erweiterten. Von Spionagefahrzeugen wie dem „Secret Agent Camper“ bis hin zu exotischen Schauplätzen bot die Toy-Line eine Vielzahl von Abenteuermöglichkeiten. Diese Sets waren in Deutschland besonders beliebt und trugen wesentlich zur Popularität der Serie bei.



BIG JIM's P.A.C.K.
Professional Agents / Crime Killers
Eine Linie im BJ-Universum, die begehrte Kultfiguren hervorbringt.



„Die echten großen Abenteurer. Die können mehr als alle anderen. BIG JIM – Die Abenteuerfigur für Jungen.“

Mit Slogans wie diesem, wirbt Mattel in Deutschland für die Toyline.

Wie schon in unserem Barbie-Artikel in dieser Ausgabe erwähnt, ist es auch im Big Jim-Universum unmöglich, auf alle Charaktere und Spielsets einzugehen. So umfangreich und speziell auf die einzelnen Märkte abgestimmt, stand in den 1970-er- und 1980-er-Jahren die Produktion nicht still und die Konzepte neuer Big Jim-Welten schienen unerschöpflich. Doch einige der wunderbaren Charaktere möchten wir doch erwähnen. Weil sie kreativ und gut umgesetzt wurden, zur damaligen Zeit mit ihren Action-Features neu waren und genau deswegen heute einen besonderen Stellenwert bei den Sammlern und Sammlerinnen haben. Ikonische Gestalten, wie Dr. Steel, Zorak, Captain Drake oder Boris sind nur einige dieser Varianten, die nicht nur damals erfolgreich waren, sondern auch heute noch für leuchtende Augen sorgen. Der Schlagkraft des Helden stand selbstverständlich ein Haufen Schurken gegenüber, die es zu bekämpfen galt. Diese hatten ihre eigenen Besonderheiten. Der Fiesling Zorak beispielsweise, konnte durch das Drehen seines Arms, das Gesicht in eine grüne Fratze verwandeln. Ein unglaublicher Spiel- und Spezialeffekt im Toy-Universum. Auch heute noch. So wurde Zorak schnell zu einem der beliebtesten Schurken innerhalb der Serie. Dieses Special wurde auch bei Captain Drake, dem Piraten-Mistkerl angewandt. Nur war es keine grüne Fratze, sondern ein leuchtend weißer Totenkopf, der zum Vorschein kam. So sind es die ikonischen Merkmale, die eine Plastikfigur zur Legende machen können. Die eiserne Faust von Dr. Steel, dem Vollstrecker in Big Jim's P.A.C.K. (Professional Agents / Crime



Mark Strong – Der Mann von Mattel. Aus namensrechtlichen Gründen erscheint in den Anfängen BJ unter diesem Namen in Europa. Bilder: SMA





Die berühmte Hand von Dr. Steel.
Ein unvergessliches Details des mysteriösen Vollstreckers
aus der P.A.C.K.-Reihe
Bild: SMA

Killers) ist ein weiteres Beispiel, wie leicht ein Spielzeug mit einer begleitenden spannenden Geschichte und einem simplen Action-Feature, für einen für Mattel lukrativen Kultfaktor sorgt. Toy-Marketing at it's best.

Allein muss Big Jim sich nicht lange fühlen. Nach dem Kickstart folgen gleich mehrere Helden für alle erdenklichen Abenteuer-Linien. Big Jack, Big Josh und Big Jeff gehören zu den früheren Kumpanen. Es folgen Charaktere mit Action-Features und vorher beschriebenen Storys. Dazu gehören neben Dr. Steel, Zorak und Captain Drake auch die restlichen P.A.C.K.-Bengel wie The Whip, Big Jim Blue-, sowie Gold Commander, Big Jim Double Trouble, der geniale Torpedo Fist und Warpath. Es folgen



Karl May-Varianten, Piraten, Agenten, Astronauten und so weiter. Und das sind nur die Figuren. Unzähliges Zubehör, Fahrzeuge, Tiere und Playsets gehören zum Standard-Programm. Beinahe zwei Jahrzehnte hat Mattel mit den Big Jim-Lines die Jungs-Fantasien im Griff. Der deutsche Markt hält die Treue zu den Action-Freaks sogar länger als der amerikanische Markt. Dann, Ende der 1980-er-Jahre ist Schluss. Mattel stellt die Produktion ein. Technologien, Ansprüche, Zeitgeist ändern sich. Was gut ist und nachvollziehbar ist. So bleibt die Toy-Line Big Jim ein faszinierendes Kapitel in der Geschichte der Spielzeugindustrie. Besonders in Deutschland entwickelte sich die Figur zu einer Ikone, die weit über ihre ursprüngliche Konzeption hinausging. Die Anpassung an den deutschen Markt und die Einführung neuer Themen wie das Geheimagenten-Genre zeugen von der Flexibilität und dem Einfallsreichtum von Mattel, was letztlich den anhaltenden Erfolg von Big Jim in Europa erklärte.

Wer sich neu mit dem Big Jim-Universum beschäftigt, das wird ein Großteil der Leser und Leserinnen dieses Artikels sein, ist vielleicht von der

Fülle und Vielfalt der diversen Linien überrumpelt und abgeschreckt, trotz anhaltender Begeisterung eine Sammlung zu starten. Aber wir können bestätigen, dass es Spaß macht, immer wieder auf Flohmärkten, auf Börsen oder im Netz die Augen aufzuhalten. Die Puppen sind preislich, im Gegensatz zu vielen anderen Lines, noch überschaubar.



Zorak - Der Feind.
Durch das Drehen seines Arms, verwandelt sich das Gesicht in eine grüne Fratze.
Ein BJ-Action-Feature, welches wir gleich bei verschiedenen Varianten in unterschiedlichen Ausführungen wiederfinden können.
Bilder: SMA



Bild: SMA

„Karateschlagen, Machete schwingen, Alligatoren fangen, Nashörner jagen und Riesen-gorillas bezwingen. Das können nur die echten großen Abenteurer.“

Mattel stellt in der Marketing-Strategie unmissverständlich klar, an wen sich die Toyline richtet.

Die einzelnen Charaktere sind in der Regel gut zu bekommen. Natürlich gibt es auch hier Ausnahmen, die fast unerschwinglich sind. Doch das gehört dazu und sollte nicht abschrecken, weil es möglich ist, sich innerhalb einer Toy-Line zu spezialisieren. Agenten, Welt-raum, Sport...die Auswahl ist groß und der Anfang ist schnell gemacht. Und plötzlich wird klar, dass es doch über-sichtlich wird. Doch genug angestiftet.

Natürlich, ein Klischee jagt das Nächste. So ist Big Jim auch als Phänomen seiner Zeit zu betrachten. Würde Big Jim heute noch produziert, ließe sich eine Parallele zu der Barbie-Linie herstellen. Big Jim würde dem jeweiligen gesellschaftlichen Zeitgeist der De-kaden angepasst und seine Abenteuer in Großraumbüros, an Universitäten, Forschungslabors, auf Bühnen und der Politik bestreiten. Vielleicht aber würde das ursprüngliche Konzept auch wieder genau den Nerv treffen. Wir beob-achten aufmerksam die Regale in den großen Toy-Stores. Wundern würde es uns nicht.

Was meint ihr? Schreibt Eure Meinung unten in das Heft.

Auch gut:
www.supermegaaction.de
 Insta: @supermegaaction_magazin
 YouTube: @supermegacolor

**Toys - Comics - VHS - Vinyl
 Gaming - Magazine - Fashion
 Bücher - Design - Cosplay**

16.02.2025
CreativQuartier
Zeche Fürst Leopold
DORSTEN

Marché
Noir 4

www.supermegaaction.de



MARCHÉ NOIR 4

MEGA RETRO-HALLIGALLI

Bild: Martin Kerstan für SMA

Der Tag, an dem die Zeit still steht.

Für die vierte Runde unseres MARCHÉ NOIR-Events brechen wir unsere Zelte in Dortmund ab und ziehen in eine neue Location. Wir bleiben jedoch dem Ruhrgebiet treu. Unweit unseres Verlagsstandorts, unserer Redaktion, führt uns der Weg zur Zeche Fürst Leopold nach Dorsten ins Kreativ-Quartier. Im Grunde eine Reise zu unseren Anfängen, in denen wir die MARCHÉ NOIR-Premiere ebenfalls im rustikalen Industriecharme einer Zeche präsentieren konnten.

Was ist neu?

Die Location natürlich. Wir wollen uns vergrößern. Nicht zu viel, es bleibt eine nerdige, atmosphärische Party, die unsere Besucher und Besucherinnen zu schätzen wissen und lieben gelernt haben. Wir können mit der vierten Veranstaltung bereits stolz von einem Kult-Event sprechen. Und doch möchten wir unseren eigenen Vorstellungen der MARCHÉ NOIR noch ein Stück näher-

kommen. Dazu gehört, dass wir eine abwechslungsreiche Fülle an Entertainment bieten wollen. Auch können wir die Anzahl an Aussteller und Ausstellerinnen ordentlich steigern. Wir haben mehr Platz und somit wunderbare Möglichkeiten, dieses Vorhaben zu realisieren. An die Location ist ein Hotel gekoppelt, es gibt viele Parkmöglichkeiten, eine spannende Industriekultur, viele Gastro-Spots in Location-Nähe und vor allem...eine Menge Platz. Das sind die besten Voraussetzungen für einen spannenden Nerd-Party-Tag. Und schließlich der Grund für unseren Umzug in das KreativQuartier der Zeche Fürst Leopold in Dorsten.

Was erwartet Euch?

Eine einzigartige Retro-Halli-Galli-Party. Das ist gewiss. Sammler und Sammlerinnen werden auf Toys, Comics, Filme und Vinyl aller Dekaden treffen. Die Herzen werden höherschlagen und die Geldbeutel verzweifeln. Es werden Cosplayer und Cosplayerinnen für Aufsehen, Schmunzeln und Staunen sorgen. Dafür ist das Event bekannt. Youtuber und Youtuberinnen aus dem ganzen Land werden die MARCHÉ NOIR erneut zum Anlass eines „Klassentreffens“ nutzen und ihren Fans begegnen. Es wird an kultigen Flippern ausgerastet, an alten Spielkonsolen gezockt, mit schnellen Nadeln tätowiert und zwischen VHS-Regalen getanzt. Wir lassen die Zeit für einen Tag still stehen. Das ist unser Konzept. Spielen, Freunde und Freundinnen treffen, neue Bekanntschaften schließen, die Community feiern...Spaß haben und gute Laune verbreiten. Reicht doch oder?

Alle Infos:

www.supermegaaction.de

Tickets:

shop.kiosk-verlag.de



SOUL OF CHOGOKIN

Das japanische Vitruin-Gold mit Seele

Von Fabian Paffendorf

Sind das jetzt hochwertig produzierte Action-Toys oder etwa doch Collectibles für die Vitrine? – Bei Bandais Retro-Lines Soul of Chogokin und Super Robot Chogokin sind die Grenzen nicht nur fließend, sondern geradezu komplett verwischt. Im deutschsprachigen Raum weitestgehend eher unbekannt, erfreuen sich diese japanischen Brands insbesondere bei italienischen, spanischen und französischen Sammlern großer Beliebtheit.

Der dänische Klemmbausteinhersteller Lego hat den anhaltenden „Kiddult“-Trend mittlerweile erkannt und produziert vermehrt Sets für eine erwachsene Käuferschaft. Und auch die US-Spielzeugriesen Hasbro und Mattel haben ihre stärksten Marken wie Star Wars, Transformers, GI Joe, Barbie oder Masters Of The Universe im Laufe der vergangenen Jahre immer mehr auf ein Publikum ausgerichtet, das das Kindsein seit Jahrzehnten hinter sich gelassen haben dürfte. Zumindest, wenn man den Angaben in deren Personalausweisen glauben schenkt. Das Potenzial dafür, wie weit die Fans von früher ihre Geldbörsen für Retro-Lines öffnen, hat man allerdings im Land der aufgehenden Sonne schon viel früher erkannt als bei den Branchenriesen des Westens. Die

Sehnsucht nach modernisierten Versionen des Lieblingsspielzeugs der Kindheit bedient der japanische Hersteller Bandai nämlich in Sachen Superroboter bereits seit den späten 1990er-Jahren. 1997 startete Bandai mit Soul of Chogokin (SOC-GX) eine Line für erwachsene Fans der ikonischen Mechs aus 70er- und 80er-Animes und Tokusatsu-Serien. Aufgrund der schiereren Menge an Lizenzen, die Bandai hält, können japanophile Sammler bis heute rund 150 State-of-the-Art-Umsetzungen ihrer Lieblingshelden ins Regal stellen, ebenso viele limitierte (Farb-)Varianten der Veröffentlichungen kommen nochmals hinzu.

Typische Vertreter der Toyline sind durchschnittlich 18 Zentimeter groß, verfügen über zahlreiche Artikulationspunkte und auch Actionfeatures. Außerdem liegen in den recht kompakt gestalteten Boxen in der Regel überaus viele An- und Umbauteile und weiteres Zubehör bei. Von Wechselhänden und -köpfen bis hin zu Raketenrucksäcken und sogar Display-Stands bleiben kaum Wünsche offen. Hinsichtlich der schiereren Menge an Zubehör in den Packungen kann die Line gar mit Mondos Masters Of The Universe-Inkarnationen konkurrieren. Hüben wie drü-



Bilder: Fabian Paffendorf



Bilder: Fabian Paffendorf

ben bekommen Sammler*innen keinen 08/15-Stuff, sondern wertige Klopper, die von Haus aus mehr auf die Waage bringen als viele andere Figuren.

Mazinger Z, Spider-Mans Roboter Leopard oder Voltes V aus der Line Soul of Chogokin sind echte Schwergewichte. Weil der Hersteller Bandai auf einen Materialmix aus PVC- und ABS-Plastik und Die-Cast setzt. Das gilt ebenso für die DX-Subline (mit 40 Zentimetern Größe und zusätzlichen Gimmicks) sowie für den seit 2010 erhältlichen Ableger Super Robot Chogokin, bei dem kleinere und kostengünstigere Varianten der Figuren präsentiert werden. Obwohl die Ursprünge der Retro-Lines von Bandai bis in die frühen 70er hineinreichen und über die Jahre auch vereinzelte Toys der Vorgängerreihen in die Regale der deutschen Spielwarenhändler gelangten, sind Soul of Chogokin & Co. In hiesigen Landen weitgehend unbekannt. Der Grund dafür liegt in erster Linie darin, dass die Serien und Filme aus dem Hause Toei Animation, die die Vorlage für die Figuren liefern, bei uns nie oder nur im geringen Maße ausgewertet wurden. Zusammenschnitte der Kamen Rider-Reihe wurden beispielsweise als „Krieg der Infrar“ fürs Kino ausgewertet, ebenso die japanische Spider-Man-Se-

DIE-CAST METAL! COLLECT THEM ALL!

rie. Die Anime-Serien um Mazinger Z, Grendizer oder Voltes V, deren Charaktere die Chogokin-Welt ausmachen, wurden jedoch vornehmlich für Italien, Spanien und Frankreich synchronisiert. Deutsche Kids schauten in den 70ern die Röhre – und bekamen die Abenteuer der japanischen Super-Roboter dort nicht geboten. In Blick in die Historie von Bandais Kultspielzeugen zeigt auf, wie einzelne Toys dennoch ihren Weg zu uns fanden.

Der Startschuss für das Die-Cast-Fieber: Popinica

Im Gegensatz zur westlichen Welt hatte man in Japan schon zu Beginn der 1970er-Jahre erkannt, dass sich in Verbindung mit beliebten Sci-Fi-Serien und -Filmen Spielzeuge besser verkaufen lassen. Eine prägende Rolle in Sachen Lizenz-Spielzeugen sollte dem japanischen Hersteller Popy zukommen. 1971 als Tochtergesellschaft des Branchenriesen Bandai gegründet, mauserte sich die Manufaktur recht



schnell zum Tie-in-Spezialisten. Den ersten großen Verkaufserfolg feierte die Firma schon 1972 mit einem Spielzeug zur Live-Action-TV-Serie Kamen Rider. Der Kamen Rider Henshin Belt war eine kindgerechte Replik des Gadget-Gürtels der Titel gebenden Hauptfigur, gefertigt aus Softvinyl und Plastik. Ein weiteres Toy zur Serie, das Mini-Mini Cyclone, sollte im April 1973 dann den wegweisenden Quantensprung in Popys Produktion bedeuten. Erstmals hatte man für das Spielzeug, das Kamen Riders Motorrad darstellte, eine Kombination aus Materialien verbaut, die später zu Popys Markenzeichen werden würde – eine Mischung aus Plastik und Leichtmetall (Die-cast). Auf den Zug mit Die-Cast-Toys aufzuspringen war das Gebot der Stunde für Popy. Denn unter dem Label Tomica verkaufte Mitbewerber Takara Tomy seit 1970 bereits erfolgreich seine Metall-Spielzeugautos. Zum Marktstart „Mini-Mini“ getauft, wurde die erste Die-Cast-Reihe von Popy, die mit dem Kamen-Rider-Motorrad begründet wurde, später in Popinica (Kurzform von Popy Mini Car) umbenannt. Bei den Toys handelte es sich durchweg um Lizenz-Produkte zu in Japan beliebten Mangas, Animes, TV-Serien oder Tokasatsu-Shows. Darunter vorweg im asiatischen Raum bekannte Namen wie Truck Yaro, Ninjacaptor, Paul's Miraculous Battle, The Fifth Grade, Magic Club, Fire Man, Kikaider 01, Robot Keiji, Ultraman Taro, Zero Tester, Inazuman, Tiger Seven oder Cutie Honey. Aber auch im Westen Bekannteres wie Captain Future, Space: 1999 oder die Thunderbirds fanden sich im reichhaltigen Lizenz-Portfolio Popys wieder.

Aus dem Mazinger wird der Verkaufsschlager Jumbo Machinder

Die Popinica-Line war ein riesiger Hit für Popy, weswegen man immer mehr Geld für weitere, vielversprechende Lizenz-Deals locker machte. Und einen potenziellen Super-Hit hatte 1972 der



Künstler Gō Nagai im Köcher – Mazinger Z. Im Wesentlichen handelte es sich bei der Manga-Serie, die ab Herbst 1972 im japanischen Magazin Weekly Shōnen Jump erschien, um einen weiteren Eintrag in die Annalen der Superroboter-Historie. Doch zwei Merkmale stachen besonders hervor. Zum einen begeisterte das Design der in der Serie auftretenden Riesenroboter. Zum anderen gab es ein absolutes Novum zu bestaunen: Erstmals in der Geschichte launiger Robo-Kloppereien aus Fernost nahm ein jugendlicher Held selbst Platz im Cockpit der titelgebenden Superwaffe. Was zuvor an fantastischen Kampfmaschinen in Mangas, Animes oder auch Tokasatsus gesehen worden war, besaß ein Eigenleben oder wurde ferngesteuert. Beim Mazinger Z nun, bildete ein roter Jet, der auf den Kopf aufgesetzt wurde, die Kontrolleinheit. Der Plot der Serie geriet freilich wenig innovativ, sondern geradezu konventionell: Professor Juzo Kabuto gewinnt aus dem neu entdeckten Element Japanium das Metall Chōgokin Zetto, aus dem der Kampfroboer Mazinger Z gebaut wird. Nachdem die Schergen des Bösewichts Dr. Hell den Professor getötet haben, nimmt dessen Enkel Koji Platz im Roboter, um Monster und Mechs aus Dr. Hells Produktion zu ver-

trimmen. Der Manga und auch die 1972 von Toei produzierte 92-teilige Anime-Serie Mazinger Z begründeten ein Franchise, das bis heute in zahlreichen Nachfolge-Serien, Spin-Offs und anderen Ablegern fortlebt. Bei Popy wurde aus dem über 20 Meter hohen Super-Roboter dann ein beweglicher Plastik-recke mit zahlreichen Actionfeatures, der gerade einmal 61 Zentimeter misst. Als Launch-Produkt der Toline Jumbo Machinder verkaufte sich das Toy innerhalb von nur fünf Monaten mehr als 400.000 Mal in Japan.

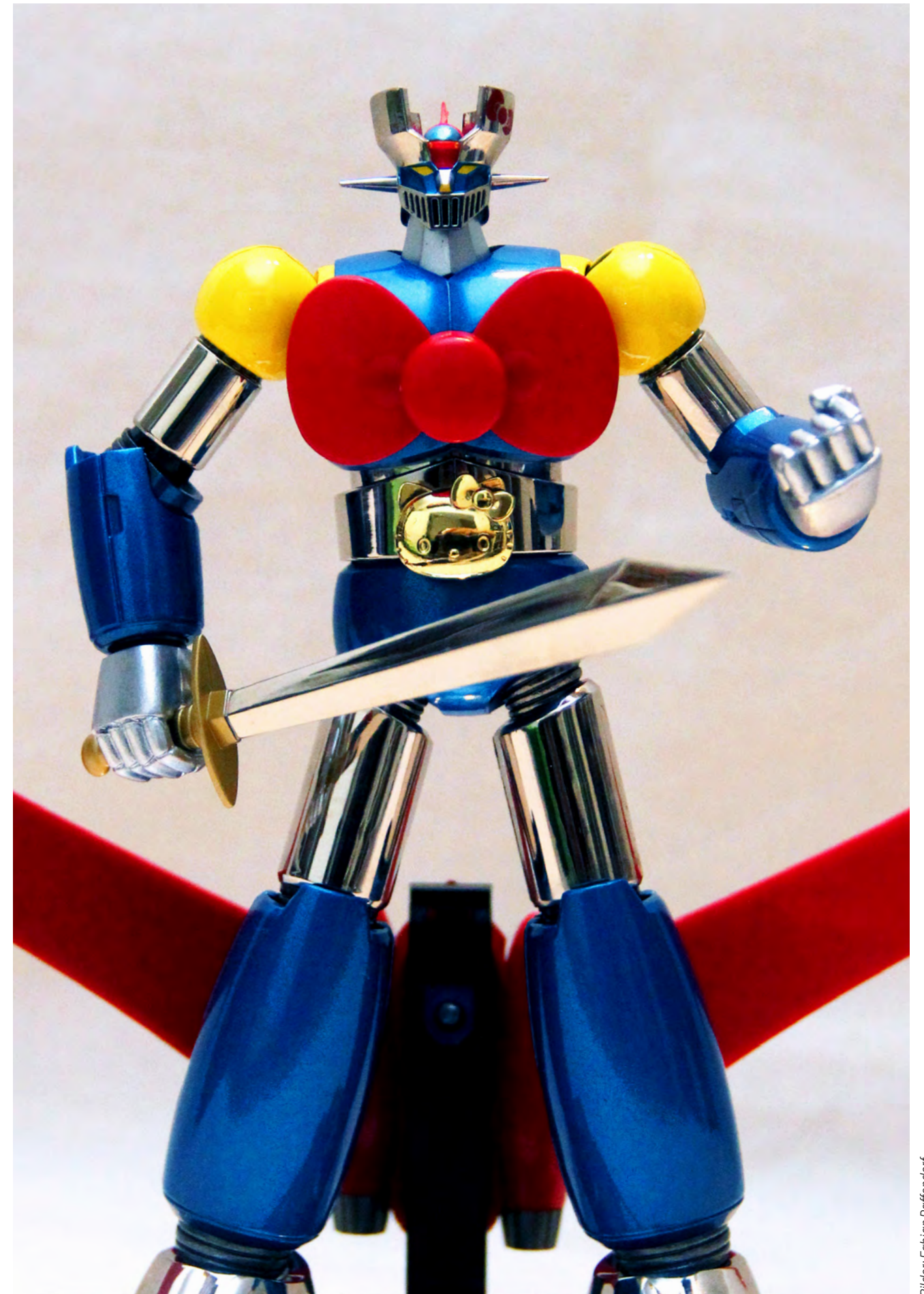
Die Toline The Chogokin (benannt nach dem Supermetall aus Mazinger Z), die Popy dann ab Februar 1974 veröffentlichte, kombinierte das Beste aus der hauseigenen Popinica-Serie mit dem Mazinger-Robot-Toy: Die-Cast-Elemente mit Plastik-Teilen und Action-features wie Abschussmechanismen mit einer Springfedertechnik. Das erste Kind dieser Line, die in den Größenvarianten Standard (ST) und Deluxe (DX) veröffentlicht wurde, war eine Neuauflage des Mazinger Z. Die ST-Varianten besaßen eine Actionfigurengröße von 5 Inch für die Serie, die DX-Versionen waren weitaus größer (ab 10 Inch) und wiesen, je nach Modellierung, mehr oder weniger viele Artikulationspunkte und mitunter komplexere Actionfeatures auf.

Mattel bringt die Shogun Warriors in den Westen

Ab 1977 brachte US-Branchenprimus Mattel die japanischen Jumbo Machinder-, Chogokin- und Popinica-Toys aus der Popy-Produktion in den Westen. Unter dem Namen „The Shogun Warriors“ erhielten die Neuankömmlinge prominente Unterstützung in Sachen Marketing – Roboterfiguren aus Fernost sollten sich Schlachten an der Seite von Reed Richards und Tony Stark leisten. Denn für den Westen wurden die japanischen Charaktere einfach in den offiziellen Kanon des Marvel-Comic-Universums integriert.



Für die eigene Reihe von Comic-Hefen, die zwischen Februar 1979 und September 1980 in 20 Ausgaben erschien, hatte Marvel drei Figuren lizenziert: Raydeen, Combatra und Dangard Ace. Mechas, die ursprünglich den Animes Brave Raideen (Yūsha Raidin), Chōdenji Robo Combattler V (V Chōdenji Robo Konbatorā Bui) und Planet Robo Dangard Ace (Wakusei Robo Dangādo Ēsu) entstammten. Die tauchten dann in Comics auf, für die sich (hauptsächlich) der Autor Doug Moench und der Zeichner Herb Trimpe verantwortlich zeigten. Marvel sollte sich dann 1984 noch als Partner von Hasbro zeigen, als es darum ging, das Re-Branding japanischer Takara-Toys als The Transformers in Comicform voranzutreiben – tatsächlich gibt es hier bei der 1979er-Comic-Reihe zu Mattels Shogun Warriors überraschende Details zu entdecken: Herb Trimpe sollte später noch – wenn auch nur



Bilder: Fabian Paffendorf



Bilder: Fabian Paffendorf

kurzzeitig – als einer der Transformers-Zeichner bei Marvel in Erscheinung treten. Und in der Ausgabe # 18 des Shogun-Warriors-Comics tauchte ein Roboter auf, den man bei Marvel auf den Namen Megatron getauft hatte. Zum Ende der Comic-Reihe überführte man den Handlungsstrang um außerirdische Invasoren und bemannte Riesenroboter dann in die reguläre The-Fantastic-Four-Serie von Marvel. Und nachdem Marvel die Rechte an den Figuren nicht länger hielt, erklärte man die Mechs einfach als zerstört (durch eine eigene Robotercreation, die The Samurai Destroyer getauft wurde). So hinterließ auch die Einstellung der Shogun-Warriors-Serie bei Marvels Geschichte keine merkliche Lücke in der Kontinuität.

Auf dem TV-Screen, erlangten die Charaktere als Akteure der Serie Force Five, die nur in wenigen US-Bundesstaaten ausgestrahlt wurde, Bekanntheit. Bei Force Five handelte es sich um eine Anthologie-Reihe, die synchronisierte Episoden von fünf japanischen Original-Animes zusammenfasste. Produziert von Jim Terry und seiner Produktion American Way, beinhalteten die 130 Episoden der Serie gekürzte Folgen der Toei-Animation-Serien. Je nach

Wochentag wurden Gaiking (Divine Demon-Dragon Gaiking), Dangard Ace (Planetary Robot Danguard Ace), Starvengers (Getter Robo G), Grandizer (UFO Robot Grendizer) oder Spaceketeers (Sci-Fi West Saga Starzinger) im Wechsel als neue Episode der Force Five gesendet. Great Mazinger sollte zwar auch in das Programm mit aufgenommen werden, aber der Deal um die Ausstrahlungs- und Synchronisationsrechte für den US-Markt scheiterte. Force Five lief von 1979 bis 1989. Zusammenschnitte der einzelnen Anime-Serien in Spielfilmlänge wurden zu Beginn der 1980er auch für den Heimvideomarkt in Amerika und England ausgewertet. Ein abendfüllender Zusammenschnitt, der 1981 auf dem US-Kabelsender Showtime zu sehen war, wurde als Shogun Warriors gesendet.

Trotz der Begleitung durch die Force Five-Serie war den Shogun Warriors im Westen keine lange Lebensdauer beschieden. Der Grund dafür war, dass Spielzeuge mit Abschussmechanismen vorerst aus den Läden der US-Händler verschwanden, nachdem es einen Unfall mit einem Battlestar Galactica-Spielzeug von Mattel gegeben hatte, bei dem ein Kind zu Schaden gekommen war. Zu Beginn der 80er versuchte es Bandai noch einmal selbst am US-Markt und bot bis 1985 eine Roboter-Toyline unter dem Namen Godaikin an. Bei den Spielzeugen handelte es sich um Varianten der Figuren und Vehikel der ursprünglichen Popinica- und Chogokin-Lines. Nur dass diese um viele Actionfeatures erleichtert und mit weniger Die-Cast-Teilen produziert worden waren. Angesprochen werden sollten damit allerdings erwachsene Sammler*innen. Die Line war ein kompletter Flop. Restbestände daraus wurden bis 1988 dann aber als neue Toyline unter dem Namen Robo Machine nochmals nach Europa gebracht, während man sie für den nordamerikanischen Markt in Tonkas GoBots-Toyline integrierte.

SUI Zwischen Barbie und Slasher-Filmen CREEPY CUTE



Bild: SUI

Sui, Deine Favoriten aus der Popkultur kannst Du in Deinen Auftritten, sei es im Netz oder auf Conventions, schwer verbergen. Schrill, bunt und wunderbar schräg. Barbie meets Monster High meets Enchantimals. Liege ich da richtig?

Fast, Enchantimals sind tatsächlich nicht so mein Ding. Aber Barbie und vor allem Monster High sind meine absoluten Favoriten. Ich bin jedoch auch ein riesiger Horror-Fan und besitze einiges

an Merchandise wie etwa eine lebens-echte Annabelle-Puppe aus dem Conjuring-Universum oder eine Michael Myers Schaufenster-Puppe in Lebensgröße. Zudem habe ich eine Sammlung von antiken Rubber-Face Toys der amerikanischen Marke Rushton Company aus den 50er-70er Jahren. Diese erinnern häufig an Requisiten welche oft in Horror-Filmen genutzt werden. Von diesen gibt es nur noch sehr wenige, dementsprechend ist es schwer an diese heran zu kommen. Außerdem ha-

ben es mir 80er/90er Mädchen-Spielzeuge sowie Sailor Moon Merchandise angetan.

Was fasziniert Dich an diesen Toylines?

An Monster High ganz klar, dass die Puppen creepy sind und an ein bekanntes Monster angelehnt sind. So gibt es Puppen, die zum Beispiel Werwölfe, die Mumie oder Zombies repräsentieren. Monster High ist quasi das Pendant zu Barbie, welches jedoch nicht nur cute ist, sondern auch einen touch von creepy hat. Dasselbe gilt auch für die Rush-ton Toys. Diese sind zwar eigentlich niedlich, aber haben auch etwas gruseliges. Ich liebe es, cute mit creepy zu mischen. Das beschreibt mich einfach auch perfekt. Barbie und 80er/90er Toys haben es mir natürlich sehr angetan, weil es mich sehr stark an meine Kindheit erinnert und ich damit schöne Erinnerungen wie etwa an meine Großeltern verbinde. Wenn man ein Spielzeug aus seiner Kindheit sieht oder aber

auch ein Spielzeug findet, was man als Kind nie bekommen hat, so gibt dies einem ein wenig dieses unbeschwerte Gefühl von damals wieder. Aber ich denke, das kennt jeder Vintage-Toy-Sammler.

Würdest Du Dich als Sammlerin bezeichnen? Oder sind die Toys nur eine Randerscheinung eines großen und bunten Sui-Universums?

Ich würde mich definitiv als Sammlerin bezeichnen und dies tue ich auch schon sehr lange. Ich sammle circa seit meinem dreizehnten Lebensjahr. Einige Dinge davon collecte ich auch noch heute. Da das Sammeln eine große Bedeutung für mich hat, trage ich dies gerne auch nach außen. Die Toys und Dolls passen natürlich sehr gut in mein Gesamtbild, da mir diese Ästhetik – pastellig, etwas kitschig, aber auch etwas creepy sehr gut gefällt. Ich versuche nicht einfach nur meine Sammlung zu fotografieren. Da ich ein sehr kreativer Mensch bin, möchte ich mich auch immer durch meine Bilder kreativ ausleben. Ich freue mich, wenn ich durch mein Fotos auch andere Menschen für mein Hobby begeistern kann. Und natürlich freue ich mich auch immer wieder neue Leute, die ähnliche Interessen wie ich habe, darüber kennenzulernen.

Deine Outfits reihen sich stilsicher in die Deiner Lieblingscharaktere ein. Ist das Cosplay oder siehst Du Dich eher als eigenständige Kunstfigur?

Ich mache hin- und wieder auch mal ein Cosplay. Allerdings würde ich sagen, das mindestens 90 Prozent oder mehr meine eigene Stilrichtung ist. Die Cosplays sind auch meistens Closet-Cosplays. Wie der Name es ableitet, mache ich die Cosplays mehr oder weniger mit dem was ich im Kleiderschrank habe. Bis auf einige Accessoires, die ich extra hinzukaufe. Natürlich soll das Outfit dem Charakter, den ich darstelle, sehr ähnlich sein, aber es ist nicht





100-prozentig. Das ist kostengünstiger und weniger zeitintensiv, da das Sammel-Hobby natürlich auch schon einiges an Ressourcen in Anspruch nimmt. Oft bin ich auch einfach nur inspiriert von meinen Toylines. Ich interessiere mich generell sehr für Mode. Besonders pastellige Farben und Outfits mag ich sehr. Wie oben schon gesagt, liebe ich creepy cute. Das heißt, ich trage cute Outfits, stehe jedoch total auf Slasher-Filme.

Hast Du eine Lieblingsfigur? Wenn ja, warum?

Meine Lieblingsfigur ist Draculaura von Monster High. Ich mag, dass Sie ein vegetarischer Vampir, tollpatschig und niedlich ist. Ihre Ästhetik gefällt mir sehr gut. Es liegt aber auch daran, dass Dracula einer meiner Lieblingsfiguren des klassischen Horrors ist. Und für die, die es nicht wissen, Draculaura ist die Tochter von Dracula bei Monster High. Barbie fand ich auch immer wirklich toll. Mich hat Sie nie heruntergezogen und ich habe mich durch sie auch nie als Mädchen oder Frau abgewertet gefühlt. Ganz im Gegenteil, sie hat mir schon als Mädchen durch ihre vielfältige Begabung gezeigt, dass man alles erreichen kann. Und Barbie hat mich motiviert, alles werden zu können, was ich möchte. Für mich war Barbie immer eine tolle Freundin. Und ich liebe Ken. Aber erst seit dem neuen Barbie Film. Großartige Arbeit von Mattel, Ryan Gosling und Greta Gerwig. Die Promo hat bei mir gewirkt (lach).

Zeitlich ist das sehr anspruchsvoll, oder? Es wirkt alles bis ins kleinste Detail perfekt inszeniert. Bleibt da noch Zeit für andere Leidenschaften?

Zum ersten ist Instagram natürlich nur eine kleine Scheinwelt. Man muss nicht immer alles direkt glauben, was man dort sieht. Auch ich sitze oft einfach nur ungeschminkt zu Hause auf der Couch und streame irgendwas. Mein größtes Hobby ist meine kleine Familie. Hierfür nehme ich mir natürlich am meisten Zeit. Ich habe einen eineinhalbjährigen Sohn und einen tollen Ehemann, der mich bei meinen Fotoprojekten unterstützt. Was meinem Hobby natürlich positiv zu Gute kommt ist, dass mein Mann ebenfalls ein leidenschaftlicher Toy-Sammler ist und wir dementsprechend natürlich auch zusammen auf Toy-Jagd und Conventions gehen. Außerdem male ich sehr gerne und habe auch so immer wieder viele kreative Projekte, die ich nicht immer alle auf Social-Media teile.

Monster High und Enchantimals sind sehr erfolgreiche Marken aus dem Hause Mattel. Die Vermarktung der Figuren und Spielwelten richtet sich vorwiegend an die Kids. In der Nerd- und Toy-Community allerdings sind sie sehr selten anzutreffen. Schreckt die eindeutige Vermarktungsstrategie die älteren Sammler und Sammlerinnen ab? Oder wird es in zwei bis drei Generationen einen ähnlichen Run auf die Figuren geben, wie wir ihn bei Motu oder TMNT beobachten können? Dann, wenn die heutigen Kids sich an ihre damaligen Spielzeuge erinnern.

Das ist bei Monster High nun schon der Fall, da die Monster High Szene jetzt schon einen großen erwachsenen Fan-Kreis hat. Monster High ist zwar noch kein Vintage. Allerdings sind die Kids, die ab 2009 mit den Monster High Dolls gespielt haben, heute schon junge Erwachsene – und dies weiß inzwi-

schen auch Mattel. Sie haben eigene Collector-Puppen herausgebracht, die definitiv nicht in erste Linie an Kinder gerichtet sind, sondern bewusst die erwachsenen Sammler ansprechen sollen. Sei es vom Preis her oder von den Details und der Aufmachung der Puppen. So gibt es etwa San Diego Comic Con Exclusives und MattelCreations hat unter anderem eine eigene Monster High Collector-Linie, die Skullector heißt. Bei dieser Reihe werden Horror-Figuren als Monster High Puppen dargestellt, wie etwa Pennywise, die Shining-Twins, Chucky die Mörderpuppe, Annabelle oder die Gremlins. Dies sind ja nicht unbedingt Filme für Kinder. Inzwischen erzielen viele Puppen in Sammlerzustand mehrere Hundert Euro auf Auktionsplattformen. Einzelne sogar an die 1.000 Euro. Es ist aber richtig, die Playline wird immer noch gezielt an Kinder vermarktet. Was mir aber gar nichts ausmacht, da ich es schön finde, wie sich diese Linie entwickelt hat. Und ich bin mir sicher, das einige der Kinder, die heute damit spielen, in ein paar Jahren diese sammeln werden.

Wo können wir Dir demnächst über den Weg laufen? Hast Du Pläne, die Dein nerdiges Hobby angehen?

Definitiv auf der nächsten TOYPLOSION, der nächsten Marché Noir und den Barbie-Börsen in NRW. Vielleicht auch auf dem Weekend of Hell und der ein oder anderen Retro-/Filmbörse. Auf die TOYPLOSION und die Marché Noir freu ich mich jetzt schon wieder riesig. Besondere Pläne hab ich nicht, meine meisten Ideen sind eher spontan. Allerdings würde ich mich sehr freuen, wenn sich ein paar mehr Menschen auch für Vintage-Girls Toys begeistern könnten, da diese in der Szene doch immer noch stark unterrepräsentiert sind.

MOTU oder STAR WARS?

STAR WARS. Mit STAR WARS verbinde ich viele schöne Erinnerungen. Mit mei-

ne Eltern habe ich als Kind alle STAR WARS Filme geschaut. Als ich klein war, habe ich C-3PO immer nur der goldene Mann genannt. R2-D2 war für mich der Staubsauger. Ich kann mich noch ganz genau an meinen ersten STAR WARS-Film im Kino Episode 1 erinnern, weil ich dort zusammen mit meinen Eltern drin war. Fun Fact: Einer der Gründe warum ich meinen Mann kennengelernt habe war, dass wir uns am Anfang viel über Star Wars unterhalten haben und ich froh war, auch endlich einen Nerd kennengelernt zu haben.

Instagram: @lady_duckling_toys



Bilder: SUI

30 Jahre

JURASSIC PARK

Rückblick eines
Spielzeug-Sammlers

Von Patrick Jakob



Eine neue Ära bricht an

Von Patrick Jakob

2018 wurde der zweite Teil von Jurassic World „Das Gefallene Königreich“ veröffentlicht. Passend dazu brachte Mattel eine ganz neue gigantische Palette an Dinosauriern, Menschen und Fahrzeugen auf den Markt. Und nicht nur das. Mattel setzte auch bei der Detailgenauigkeit ganz neue Maßstäbe.

Zwar verwendete Mattel nicht die von Sammlern geliebten Gummimaterialien, brachte aber dafür die filmgetreuesten Actionfiguren auf den Markt, die es bis dato je von Jurassic Park gegeben hat. Neben der hohen Detailgenauigkeit, legte Mattel seinen Fokus auch auf etwas ganz anderes: den Maßstab. Mit wenigen Ausnahmen werden alle Figuren im gleichen Maßstab von 1:18 hergestellt und haben damit ein realistisches Größenverhältnis zueinander. Das bringt natürlich neue Chancen aber auch Herausforderungen mit sich. Die



Dinosaurier waren ja bekanntermaßen nicht gerade die kleinsten Lebewesen und daher fallen Dinosaurierfiguren im Maßstab von 1:18 auch nicht gerade klein aus. Mattel brachte auch gleich zu Beginn den ersten großen Dinosaurier auf den Markt: den Mosasaurus. Dieses Tier welches genau-



Bilder: Patrick Jakob

men ein aquatisches Urzeitreptil war, brachte Mattel mit einer Gesamtlänge von 76cm auf den Markt. Dieser Riese sollte aber nicht das einzige große Modell sein. Im gleichen Atemzug wurde die erste „Super Colossal Figur“ in Form eines Tyrannosaurus Rex vorgestellt. Es handelt sich dabei um eine vergrößerte einen Meter lange Version und nicht zur eigentlichen Hauptserie zählt. Er kann natürlich sein Maul öffnen und zahlreiche Minifiguren verschlingen. Über eine Luke an der Bauchunterseite kann man die Opfer wieder aus dem finsternen Verlies befreien. Die erste Super Colossal Figur sollten sehr erfolgreich werden und noch zahlreiche Nachfolger nach sich ziehen. Mattel setzte nicht nur bei der Größe neue Maßstäbe, sondern verpasste auch jeder Figur eine innovative Neuerung: dem Scan Code. Zum Release 2018 wurde eine Applikation für das Smartphone entwickelt, mithilfe dessen man seine Figuren auch digital sammeln konnte. Dieser Scan-Code lässt sich ähnlich einem QR-Code, mit Hilfe der Kamera einscannen und der Dinosaurier wird digital zum Leben erweckt. 2018 war der Code noch in Form eines Aufklebers an der Unterseite der Füße angebracht. 2022 wurde der Scan Code überarbeitet und lässt sich bei den aktuellen Figuren ähnlich wie eine Sim-Karte bei Handys, aus der Figur herausziehen.

Neben der gewaltigen Auswahl an neuen Figuren, ging Mattel auch einer altbekannten Tradition nach, die Kenner in den 90er bei den Figuren eingeführt hatte. Die Dinosaurier mit wiederverschließbaren Fleischwunden. Mattel brachte dafür extra eine kleine Serie heraus, die den Namen Battle Damage trägt. Aber nicht nur neue Fans sollten auf Ihre Kosten kommen. Mattel erkannte das Potenzial, das hinter der Jurassic World Lizenz steckt und brachte zusätzlich die Legacy Collection auf den US-Markt. Diese Serie brachte

die Charaktere der ersten drei Jurassic Park Filme zurück und sorgte bei vielen Sammlern für nostalgische Gefühle. Die neuen Figuren von Mattel schlugen ein wie eine Bombe. Die Figuren gingen auch hierzulande so gut über die Ladentheke, dass bereits im darauffolgenden Jahr 2019 die nächste Serie DINO RIVALS veröffentlicht wurde. Dabei wurde die Serie sogar mit dem TOTY Award „Toy of the Year 2019“ in der Kategorie Actionfiguren ausgezeichnet. Nach dem großen Erfolg der ersten Super Colossal Figur musste man nicht lange auf einen Nachfolger warten und die nächste Figur in Form des Velociraptors Blue wurde vorgestellt.

Was es nicht gibt, muss man selber schaffen

Meine Geschichte als Sammler der Jurassic Park Actionfiguren begann Weihnachten 1994. Ich wurde damals mit reichlich Jurassic Park Figuren beschenkt. Eine Entscheidung, die für meine Eltern folgeschwere Jahre





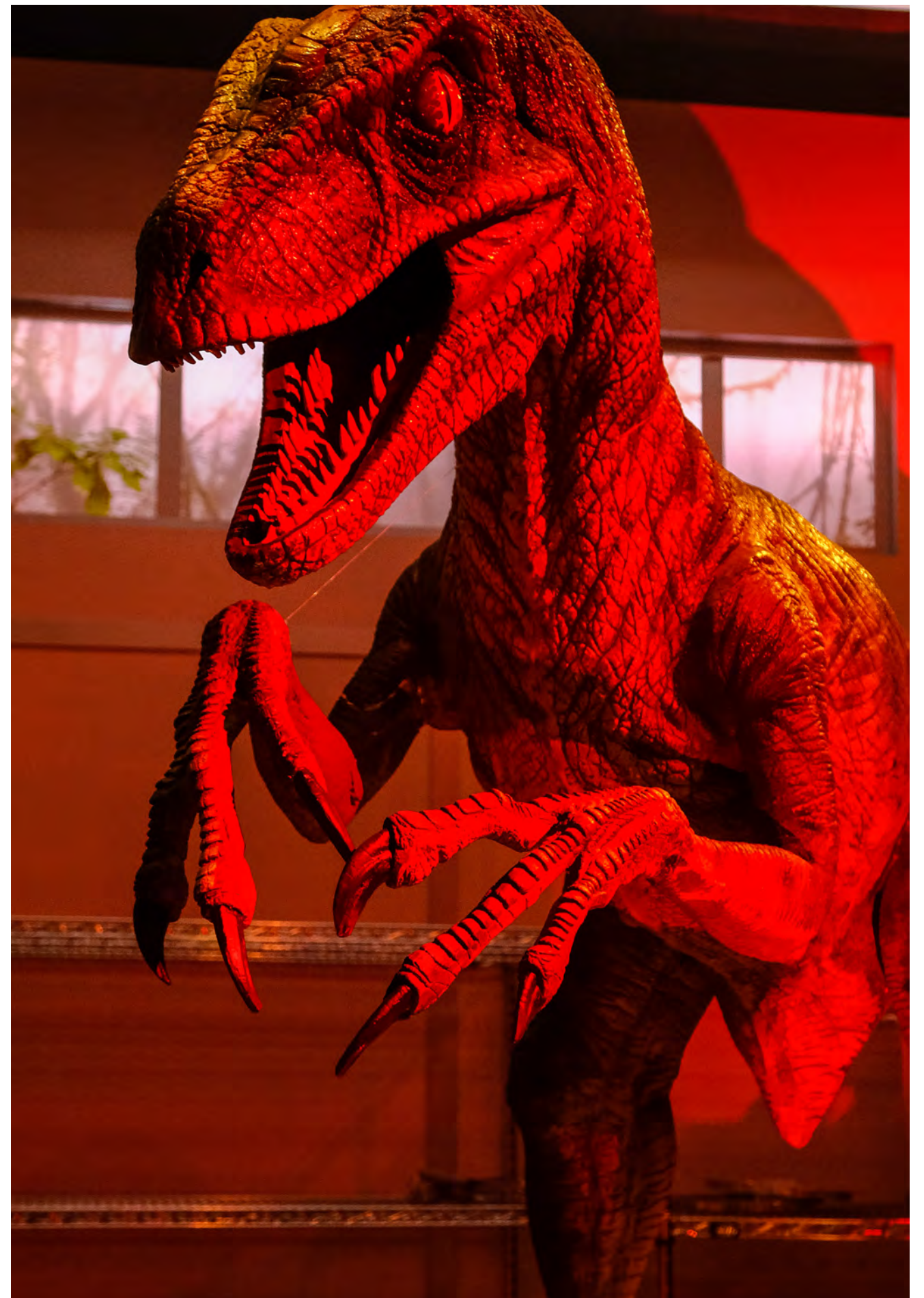
Bilder: Patrick Jacob

nach sich ziehen sollte. Man könnte auch sagen „ Sie wissen nicht was sie tun“. Denn nachfolgend blieb kaum ein Weihnachten, Ostern oder ein Geburtstag von den Jurassic Park Wünschen verschont. Meine Eltern hatten es regelrecht satt „immer nur Dinosaurier zu schenken“. Nach dem Hasbro 2001 die Jurassic Park Lizenz mehr oder weniger auslaufen lassen hat, wurde es auch bei mir (zwangsläufig) still im Bereich der Jurassic Park Sammlung. Die Sammelleidenschaft kam aber nie ganz zum Erliegen und immer mal wieder gesellte sich das eine oder andere Objekt zur Sammlung dazu. Die richtige Blüte der „Sammelleidenschaft“ begann bei mir allerdings erst im Jahr 2018. Zwischenzeitlich hatte sich ein weiteres Hobby, die sogenannte Terraristik, dazugesellt, da ich ja schon von klein auf das In-

teresse für „Urzeitliche Echten“ hegte. Für die Zahlreichen Echten, Frösche und Vogelspinnen, die ich über 10 Jahre in Terrarien gehalten habe, unterhielt ich ein eigenes Hobbyzimmer. Dieses wurde ab 2018 allmählich von den „Plastikechten“ zu einem Sammelzimmer transformiert, da ich familienbedingt nicht mehr die viele Zeit für die Tierpflege aufbringen konnte. In dieser Zeit schaute ich auch sehr häufig YouTube Videos an und ärgerte mich zunehmend darüber, dass es diese Toy Videos nicht auch auf Deutsch gab. Ganz nach dem Motto „was es nicht gibt, musst du selber schaffen“ gründete ich kurzerhand meinen eigenen YouTube Kanal „Dinosaurs Toys and Merchandise“ und mache seit dem eigene Videos über die Jurassic Park Figuren, die ich so sehr liebe.

Mattel macht weiter

Etwa parallel zur Gründung meines Kanals im Jahr 2020 brachte Mattel eine weitere Hauptlinie, die Primal Attack Serie auf den Markt und bediente den Markt mit weiteren neuen Dinosaurierarten. Außerdem stellte Mattel eine Serie vor, die speziell für Sammler konzipiert worden war: die Amber Collection! Diese Serie umfasste erstmals Dinosaurier und Menschen im Maßstab von 1:12. Sie waren also deutlich größer als die kleinere Hauptserie. Mit den vielen Details und dem mehr an Bewegungspunkten konnte die neue Serie viele Fans für sich gewinnen. Erstmals wurden den menschlichen Charakteren alternative Köpfe und Hände mit beige packt, was bis dato eine absolute Neuheit bei den Jurassic Park Figuren war. Die Amber Collection konzentrierte sich nicht nur auf die Charaktere wie Alan Grant und Ian Malcom aus Jurassic Park, sondern brachte auch einige Rap-toren und andere kleinere Arten aus den Jurassic World Filmen zum Vorschein. Wobei klein hier relativ ist, da die Dinosaurier durch ihren vergrößerten Maßstab schon „mittelgroße Figuren“ (bezogen auf die Kenner Figuren) waren.



Das sollte im Übrigen auch der Grund sein, warum die Serie wenig später eingestellt werden sollte.

2021 wurde dann im Zuge der Netflix-Serie Camp Cretaceous, die Dino ESCAPE Serie veröffentlicht. Erstmals seit der Serie von 2018 gab es nun auch neue menschliche Figuren. 2018 wurden die Menschen einzeln verkauft, was sie offenbar nicht so rentabel und sie zum Ladenhüter machte. Daher änderte Mattel seine Strategie und veröffentlichte nun die 6 neuen jugendlichen Hauptdarsteller aus Camp Cretaceous, gemeinsam mit einem Dinosaurier in Doppelpacks, um die Verkaufszahlen wieder anzukurbeln. Leider war die Verfügbarkeit in Deutschland sehr schlecht, so dass man lediglich zwei der insgesamt sechs Doppelpacks in Deutschland erwerben konnte.

Das Jahr 2022 stand ganz im Zeichen von Jurassic World „Ein neues Zeitalter“. Bedingt durch die Corona Pandemie wurde die Veröffentlichung des neuen Films um ein Jahr verzögert und der Kinostart von 2021 auf 2022 verschoben. Natürlich veröffentlichte Mattel auch diesmal wieder eine riesige Anzahl an Dinosauriern und Fahrzeuge. Auch die Dinosaurier Menschen Doppelpacks waren wieder verfügbar und erstmals seit 2001 wurde ein Playset veröffentlicht, welches das Schutzgebiet von Biosyn nachstellt.

Aus groß mach klein

Anfang 2022 entschied sich Mattel dafür, die mittlerweile sehr beliebte Amber Collection einzustellen. Grund dafür war, wie ich es schon angedeutet habe, dass man im Maßstab von 1:12 nur eher wenig Dinosaurier umsetzen konnte. Mattel tauschte die Amber Collection gegen eine neue Serie ein, die ebenfalls auf den Maßstab von 1:18 setzte. Diese Serie sollte nach dem Gründer von Jurassic Park John Hammond benannt werden und trägt nun den Namen Hammond Collection. Viele Elemente, wie die zusätzlichen Bewegungspunkte und die wesentlich detaillierteren Modelle wurden in diese neue Serie übernommen. Rückblickend war es genau die richtige Entscheidung von Mattel gewesen, auch wenn ich auf Grund der Größe die Amber Collection gerne weiterverfolgt hätte. Die Hammond Collection hat den Vorteil, dass sie durch die „handlichere Größe“ weitaus mehr Dinosaurier hervorbringen kann. Der Focus liegt hier nicht nur auf den beliebten Fleischfressern, sondern auch auf den Pflanzenfressern. Das Beste Beispiel dafür ist, der bei Fans sehr beliebte Brachiosaurus. Der Pflanzenfresser wurde erstmalig in der Hauptserie Dino Rivals Serie veröffentlicht und hatte nur sehr wenig Bewegungspunkte. Jetzt hat er es glücklicherweise in die Hammond Collection geschafft und ein umfangreiches „Update“ bekommen. Dieser verfügt nicht nur über einen Hals, der aus einem gummiähnlichen Material gefertigt wurde, sondern auch über viele Gelenke, die es zulässt, sie wie im Film auf die Hinterbeine zu stellen. Die Hammond Collection wird so gut umgesetzt, dass sie viele neue Sammler akquiriert, da sie nicht wie typisches Spielzeug aussieht und auch für Erwachsene sehr ansprechend ist.

Das große Jubiläum

2023 jährt sich das Filmjubiläum zu Jurassic Park zum dreißigsten Mal und



Bild: Patrick Jacob

neben der Hauptserie Dino Trackers veröffentlichte Mattel zusätzlich die 93er Classic Collection. Diese Serie orientiert sich in ihrer Gestaltung an den alten Kenner Figuren aus den 90ern. Mattel brachte bisher vier Sets in dieser Serie auf den Markt, wobei zwei Sets Ian Malcom und Alan Grant mit viel Zubehör und Dinosauriern enthalten. Die anderen beiden Sets umfassen den Legendären Red-Rex von 1993 und den Ford Explorer als neu Interpretation und verwendet dabei auch unveröffentlichte Konzepte von Kenner als Vorlage.

Zum großen Geburtstag von Jurassic Park hatte Universal viele Veranstaltungen rund um den Globus geplant. Wie ich bereits beschrieben habe, mache ich seit mehreren Jahren Videos

über die Jurassic World Actionfiguren und konnte schon einige Erfolge erzielen, die ich mir damals hätte nicht träumen lassen können. Mitte diesen Jahres wurde ich von Heo Media angesprochen, ob ich genau auf eine solche Veranstaltung von Universal, nach San Diego in die USA reisen wollte... Als ich diesen Anruf bekommen habe war ich förmlich sprachlos, schließlich sprechen wir hier von dem Mekka der Actionfiguren! Nur wenige Wochen später, saß ich im Flieger nach San Diego. Glücklicherweise ermöglicht es Heo mir, Patrick Pchalek mit auf die Con zu schicken und mich bei der ganzen Reise zu unterstützen. Wir hatten die Möglichkeit Mattels Designer Team vor Ort zu treffen und einige Fragen zu stellen. Zugegebenermaßen war ich ziemlich gerädert an dem Tag, da ich

Marché Noir 4

16.02.2025

CreativQuartier
Zeche Fürst Leopold
DORSTEN



Bild: Patrick Jacob

zuvor meinen Anschlussflug nach San Diego verpasst hatte und ich zwangsläufig 14 Stunden im Flugzeugterminal hausen musste. Was für eine Nacht! Aber wenn es um die Figuren geht, bin ich fit wie ein Turnschuh und wir hatten die Gelegenheit Georgy Murphy, dem Chefdesinger des Jurassic Teams, zu treffen und ein Interview zu führen. Greg war super sympathisch und hat auch selbst kritische Fragen bezüglich der Figuren freundlich beantwortet. Ich wollte beispielsweise von ihm wissen, ob ihm der Umstand bekannt ist, dass sich bei den Schwänzen der Raptoren aus der Amber Collection schon nach kurzer Zeit Risse gebildet hatten. Dies bestätigte er mir und erklärte dass bei der neuen Hammond Collection ein anderes Material zum Einsatz gekommen ist, bei dem das nicht auftreten soll. Greg ist im Übrigen auch hauptsächlich für die Hammond Collection zuständig und präsentierte uns stolz den neuen Brachiosaurus. Gemeinsam schauten wir uns auch das 30 Jahre Jubiläums-Display von Mattel an und konnten auch das Jurassic Park Tor Playset mit eigenen Augen sehen, welches sich dazu mal im Crowdfundingprozess befand. Heute wissen wir dass dieses Playset leider nicht finanziert wurde,

aber zumindest habe ich es einmal live gesehen. Am nächsten Tag konnten wir noch eine kleine Sonderausstellung unweit des Convention Center besuchen. Neben Show Cars wie dem Jeep Wrangler und dem Ford Explorer, waren da in einer umgestalteten Lagerhalle, mit lebensgroßen Figuren einige Szenen aus Jurassic Park nachgestellt. Zusammenfassend war es für mich die Comic Con und der Treff mit Mattel eine einzigartige Begegnung. Es zählt zu meinen absoluten Highlights in meiner Sammlerkarriere und es war unglaublich die Menschen live zu treffen, die die Figuren entwerfen, die ich so sehr liebe. Wir waren insgesamt 3 Tage von früh bis spät auf dem Event, und selbst am dritten Tag hatte ich noch nicht das Gefühl alles gesehen zu haben. So umfangreich ist diese Comic Con. Ich kann jedem Anhänger der Pop Kultur nur empfehlen, einmal dieses Event zu besuchen, denn egal ob ihr Jurassic Park, Marvel oder Anime Fans seid, wirklich jeder kommt da auf seine Kosten.

Ausblick

Seit 2018 hat Mattel jedes Jahr eine neue Serie auf den Markt gebracht. Wenn man alle Sets zusammenzählt, sind es insgesamt über 450 Jurassic World Sets. Das sind mehr Figuren als Kenner und Hasbro jemals zusammen veröffentlicht haben! Und ganz zu meiner Freude ist ein Ende dieser Erfolgsgeschichte bisher nicht abzusehen. Ganz im Gegenteil. Die nächste Hauptserie „Jurassic World Epic Evolution“ steht bereits in den Startlöchern. Und auch im Serienuniversum von Jurassic World ist bereits die Netflix Spin-off Serie Chaos Theory in Sicht. Aus der Sicht eines Sammlers kann ich zusammenfassend sagen, dass die Übernahme der Lizenz ein wahrer Erfolg gewesen ist und wir uns auf viele weitere Figuren freuen können.

Instagram:
@dinosaurs_toys_and_merchandise

05. Juli 2025

Cineplex Kino,
Hamm

Film
Festival

Screening

Award

Become
the first

Eye Shock
Winner

2025



06. Juli 2025

Creativ Revier
Zeche Heinrich Robert,
Hamm

Event

Market

Photo-
Exhibitions

Magazine
Launch

Schwarz
präsentiert

Eye Shock Fest

Film and Photo
Celebration

FilmFreeway

CINEPLEX
HAMM

schwarz
MAGAZIN

www.schwarz-magazin.de/eye-shock-fest

kiosk
+

S
SUPER MEGA COLOR

WIE WERDE ICH HÖRSPIELMACHER?

von WOLFRAM DAMERIUS

Ein Einblick in die freie Hörspielszene



Dennis Künstner

Von kleinauf faszinierten mich Hörspiele. Das Eintauchen in ferne Welten hat immer schon einen großen Reiz auf mich ausgeübt. Irgendwann wuchs das Interesse, selber Hörspiele umzusetzen. Zusammen mit Freunden und zwei Kassettenrekordern, versuchten wir im Kinderzimmer unsere eigenen Abenteuer zu erzählen. Mit mäßigem Erfolg. Im Zeitalter des

Internets und erschwinglichen Technologien ist das heutzutage sehr viel einfacher. Vor allem finden sich über diverse Foren schnell viele Gleichgesinnte. Mit Dennis Künstner, dem Gründer der größten Community für Hörspielmacher, sprach ich über die Möglichkeiten, auch als Amateur ein Hörspielmacher zu werden.

Es war Zufall, als ich vor etwa 15 Jahren auf die Internetseite www.hoerspielprojekt.de gestoßen bin. Ich weiß nicht mehr, ob ich direkt nach Hörspielen gesucht habe oder mich dafür interessiert habe, wie man selber Hörspiele produziert. Aber ich habe schnell gemerkt, dass ich hier richtig bin. Auf der Homepage standen dutzende von kostenlosen Hörspielen von Amateuren zur Verfügung. Die Themenbreite und die Qualität der Produktionen war sehr unterschiedlich. Von charmanten Trash-Produktionen bis hin zu aufwendig produzierten Hörspielen war alles vertreten. Quer durch alle Genre. In der dazugehörigen Community fand ich schnell hunderte von Gleichgesinnten, die vor allem eins wollten: Spaß am Ausprobieren. Ob als Autor, Regisseur, Illustrator, Cutter, Musiker und natürlich Sprecher. Die Möglichkeiten, sich kreativ auszutoben waren mannigfaltig.

„Hörspielprojekt“-Gründer Dennis Künstner erinnert sich, wie damals die

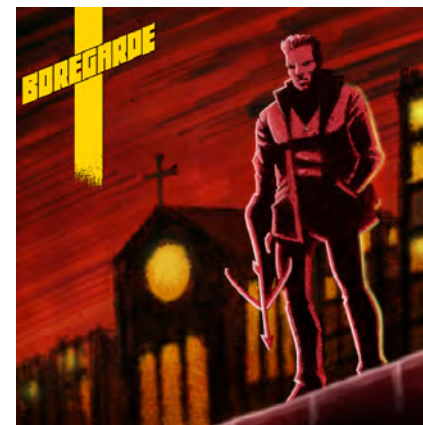
Idee zur Internetseite entstand: „Seit meiner Kindheit bin ich Hörspielfan. Irgendwann hatte ich Lust selber ein Hörspiel zu produzieren. Leider gab es in meinem Bekanntenkreis keine Mitstreiter, sodass ich mir gedacht habe, ich recherchiere mal im Internet. Es gab schon einige Hörspiel-Fan-Foren, aber keine reinen Produktions-Foren in denen sich Sprecher, Autoren und andere Gleichgesinnte treffen können. Da ich mich in dem Bereich Webdesign und Programmierung auskenne, habe ich dann 2007 ein eigenes Forum angelegt, mit der Hoffnung, dass vielleicht 5 Leute zusammenkommen würden, um ein Hörspiel zu produzieren. Erfreulicherweise hat es sich anscheinend recht schnell herumgesprochen, dass die neue Community www.hoertalk.de existiert und es gab kontinuierlich regen Zuwachs. Über die Jahre sind in dieser Community schon Hunderte Hörspiele entstanden.“

Der stetige Zuwachs riss nicht ab. Von jung bis alt, von Newbie bis Technik-Freak, von blutigem Amateur bis hin zum erfahrenen Sprecher ist so ziemlich alles vertreten. Und das verteilt über die ganze Welt. „Aktuell sind knapp 5.000 Mitglieder registriert, aber das ist natürlich keine Zahl der realen Benutzer. Viele Karteileichen, Mitglieder, die z.B. irgendwann das Interesse verloren haben und nicht mehr aktiv sind. Schätzungsweise



200 Mitglieder sind aktiv, die sich regelmäßig beteiligen“, ergänzt Dennis.

Aber was braucht es, um beim „Hörspielprojekt“ mitsprechen zu können? Welche technischen Voraussetzungen sollte man mitbringen? Dennis hierzu: „Da wir alle dezentral, das bedeutet von Zuhause aufnehmen und nicht gemeinsam in einem Studio, benötigt man ein Mikrofon und zugehörige Software zum Aufnehmen. Zum Bearbeiten kann man für den Einstieg auf kostenlose Varianten zugreifen. Es muss sich dabei nicht um Profi-Equipment handeln, denn die heutigen Mikrofone sind von der Qualität im kleineren Preissektor



Hörspiel Cover-Auswahl, Bild: Hörspielprojekt

sehr viel besser geworden. Eine Hürde, die man bei Aufnahmen beachten sollte, ist der sogenannte Raumhall. Von diesem sollte möglichst wenig zu hören sein, aber das lässt sich oft schon mit einfachen Hausmitteln wie Bettdecken stark minimieren. Man muss jedoch jede Aufnahmesituation und den Raum separat bewerten. Dafür gibt es in unserer Community viele hilfreiche Tipps, wie man seine Akustik verbessern kann.“

Über die Jahre sind so zahlreiche Hörspiele produziert worden. „Auf unserer offiziellen Seite befinden sich über 200 Produktionen zum Download. Aber es kommen noch zahlreiche Kurzhörspiele hinzu, die nur auf unserem YouTube Kanal veröffentlicht wurden. Zusätzlich sind schon Hunderte externe Produktionen anderer freier Hörspielmacher entstanden, die einen Bereich in unserem Forum für externe Castings benutzen können“, so Dennis.

Die Bandbreite der Themen ist groß. In über 200 Produktionen sind sämtliche Genre-Themen zu finden. „Im Prinzip sind alle großen Mainstream-Genres wie Krimi, Thriller, Science-Fiction, Horror und Kinderhörspiele vertreten“, führt Dennis aus. „Da bei uns die Autoren ihre eigenen Geschichten umsetzen und jeder natürlich andere Genre-Interessen hat, gibt es dort auch eine große Auswahl an Geschichten. Auch kleinere

„Auf unserer offiziellen Seite befinden sich über 200 Produktionen zum Download. Aber es kommen noch zahlreiche Kurzhörspiele hinzu, die nur auf unserem YouTube Kanal veröffentlicht wurden.“

Dennis Künstler

Themen wie Noir, Superhelden, Western und Mittelalter-Hörspiele sind vertreten. Es sind eben die eigenen, individuellen Themen, die unsere Autoren interessieren und umsetzen möchten. Kein Druck von außen. Das ist auch ein großer Vorteil.“ Und das alles kostenlos und mit beachtlichen Aufrufzahlen. Dennis ergänzt: „Ganz genau kann ich das gar nicht beziffern. Auf YouTube beispielsweise sind es aktuell einige Millionen. Mit den Downloads über unsere Homepage sowie der Auslieferung unserer Hörspiele in Podcastform über die großen Streaminganbieter wie Amazon Music, Spotify und iTunes kommt sicherlich auch noch mal eine Million hinzu.“ Aber die Zahlen sind nicht der Motivator für Dennis Künstler. Im Gegenteil. Er sieht die freie Hörspielszene auch nicht als Konkurrenz zu den kommerziellen Labels. „Ich glaube, eine Konkurrenzsituation kann ich ausschließen“, erklärt Dennis.



Hörspiel Cover-Auswahl, Bild: Hörspielprojekt

Super Verlag®
Adult Nerd Culture.

www.super-verlag.de



„Die Beteiligten eines Hörspiels freuen sich natürlich, wenn Hörer in Kommentaren erwähnen, wie professionell eine Produktion klingt oder dass sich diese Produktion nicht hinter kommerziellen Hörspielen verstecken muss. Das ist natürlich toll. Aber Fakt ist auch, dass wir ganz klar eine Amateur-Community sind, die semi-professionell arbeitet und bei der jeder mitmachen darf. Und das ist ja auch das schöne. Wir haben alle einfach Spaß zusammen und ein tolles Hobby, welches wir betreiben.“ Aber es gibt auch klare Vorteile. „Der größte Unterschied zum kommerziellen Hörspiel ist sicherlich, dass man nicht auf Verkaufszahlen achten muss und wie viel Streamingabrufe und Einnahmen eine Produktion generiert. Das sorgt dafür, dass man sehr viel wilde Sachen, Genre-Geschichten oder auch Soundexperimente umsetzen kann, die vielleicht nur eine kleine Zielgruppe ansprechen. Was natürlich nicht heißt, dass wir uns nicht über viele Hörer freuen. Feedback und Austausch ist natürlich für die eigene Entwicklung wichtig. Aber natürlich ist es ein großer Vorteil, wenn man Verkaufs- und Absatzzahlen nicht berücksichtigen muss. Das gibt viel kreative Freiheit und sorgt für ein breiteres inhaltliches Repertoire“, so Dennis.

Auch wenn über die Jahre die Produktionen des „Hörspielprojekts“ viele Hörer und Aufmerksamkeit in der Hörspiel-szene bekommen haben und einige

Mitglieder teilweise vor und hinter dem Mikrofon bei kommerziellen Produktionen aktiv sind, ist die Community kein Garant für das Sprungbrett in den Profi-Sektor. Aber ein gutes Übungsfeld ist es allemal. Dennis dazu: „Wenn man bedenkt, dass es die Community jetzt seit über 17 Jahren gibt, hat sich in der Entwicklung viel getan. Neben der technischen Seite und dem Aufwand hat sich natürlich auch die Community weiterentwickelt. Es gab Mitglieder, die bei uns sicherlich viel ausprobiert haben und mehr Erfahrungen sammeln konnten. Einige Autoren, Cutter und Sprecher hatten dann auch einen erfolgreichen Einstieg in die kommerzielle Szene gefunden. Dort konnten sie mittlerweile Geld verdienen oder sich selbstständig machen. Ab und zu kommt auch etwas zurück. Wenn Sprechschulen, Labels oder andere Verlage unsere Community zum Einstieg empfehlen, ist das natürlich toll.“

Für mich persönlich war es ein kleines Sprungbrett. Ich habe viel ausprobieren dürfen, viele Leute kennengelernt und ein Netzwerk aufgebaut, das auch nach 15 Jahren noch vorhanden ist. Jeder, der Lust hat, sich auszuprobieren, zu üben oder sich entwickeln möchte, dem sei das „Hörspielprojekt“ ans Herz gelegt. Du bist nicht alleine!

www.hoerspielprojekt.de
www.hoertalk.de



Hörspiel Cover-Auswahl, Bild: Hörspielprojekt

OUTPOST ONE



GALAKTISCHE FAN-ART AUSSTELLUNG IN DASSOW

Sichert euch Tickets unter
WWW.OUTPOST-ONE.DE

TEL: 038826 882940

OUTPOSTONE



BLOODY WATER

DRINK OR DIE!



Motiv: www.gottgilz.de

Mineralwasser still oder mit Kohlensäure
aus der 0,5 l Dose!

www.bloody-water.com