

So farbenprächtigt wie noch nie

Paul Levitz' wuchtiger Superheldenziel: „75 Years of DC Comics. Die Kunst, moderne Mythen zu schaffen“

Von Christian Schlüter

Ein wuchtiger Band. An die 7 Kilo schwer. 721 Seiten stark. Ausladendes Format. Kostbares Papier. Aufwendiger Druck. Paul Levitz' kolossaler Jubiläumsschmöker „75 Years of DC Comics. Die Kunst, moderne Mythen zu schaffen“ ist mit seinen 150 Euro jeden Cent wert. So farbenprächtigt und hochaufgelöst haben wir die Superhelden aus dem legendären Comic-Verlag noch nicht gesehen: Superman, Batman, Wonder Woman, Green Lantern, Flash...

Die Gründung von DC Comics ist allerdings nicht klar datierbar. Der Name des Verlags leitet sich von den „Detective Comics“ ab, einer Serie von gezeichneten Kriminalgeschichten, für die Major Malcolm Wheeler-Nicholson, ein ehemaliger

Soldat und Abenteurer, der seine Erlebnisse in Groschenheften veröffentlichte und sich auch verlegerisch betätigte, eine neue geschäftliche Grundlage suchte. Seine 1934 gegründeten National Allied Publications taten sich 1937 mit den Independent News des Verlegers Harry Donenfeld zusammen.

Der Verlag Detective Comics, Inc. entstand somit in den Jahren 1934 bis 1937. Eine wirklich einträgliche Marke wurde er allerdings erst später, als Jerome Siegel und Joe Shuster, die sich bereits mit einigen Detektivgeschichten empfohlen hatten, ein neues Konzept präsentierten, eine krude Mischung aus populärkulturellen Geschichten, vor allem der Science-Fiction-Reihe „John Carter of Mars“ des Tarzan-Erfinders Edgar Rice Burroughs, und Philip Wylies Roman

„Gladiator“ über einen außerordentlich kräftigen Kämpfer.

Clark Kent alias Superman hieß der Wunderknabe, kam von einem fernen Planeten und war übermenschlich stark. Die Verleger winkten erst einmal ab, bis 1938 für die neue Reihe „Action Comics“ noch eine kurze Geschichte gesucht wurde: Siegel und Shuster nutzten die Gelegenheit, das Heft war sofort ausverkauft und damit das Goldene Zeitalter der Superhelden angebrochen. In Paul Levitz' Jubiläumsband bestechen vor allem die vergrößerten, für den Zeitungsdruck ursprünglich fein gerasterten Zeichnungen aus dieser Zeit.

Als ehemaliger Generaldirektor von DC Comics verfügt Levitz über genügend Einsichten, die Entwicklung der kraftstrotzenden Helden-schar immer auch als Firmengeschichte und damit nicht allein als ästhetisch, sondern als auch ökonomisch begründet darzustellen, etwa zur Erschließung neuer Absatzmärkte in Kino und Fernsehen. Enttäuschend ist allerdings, dass uns Levitz nicht, wie der Untertitel seines Bandes verspricht, das Mythische der amerikanischen Superhelden erklärt. Nur auf den Erfolg und ein Goldenes Zeitalter zu verweisen, wie der Geschäftsmann offenbar glaubt, reicht nicht aus.

Und etwas übertrieben ist, wenn Levitz uns die Superhelden-Comics mehrmals als Vorläufer der Graphic Novel verkaufen will. Nein, ganz so SUPER war's dann doch nicht.

Paul Levitz: 75 Years of DC Comics. Die Kunst, moderne Mythen zu schaffen, Taschen Verlag, Köln 2010, 721 Seiten, 150 Euro.



„The Flash“, Heft Nr. 110 aus dem Jahre 1959.

2010 DC COMICS