

Bilder: Nintendo

Die Monster für die Tasche

Die japanischen Comic-Figuren stellen alles in den Schatten, was an bislang auf Bildschirmen zu sehen war. Wir erklären, warum die kleinen Monster zu einem Kult wurden.



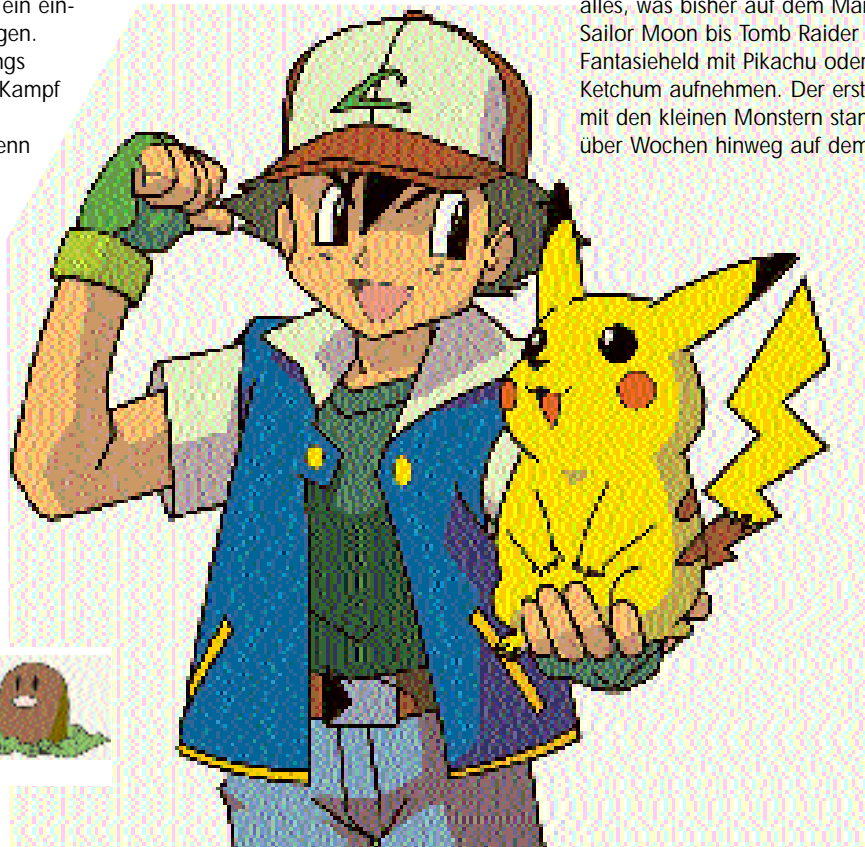
Das legendäre 151ste Wesen Mew (links) und sein Gegenpart Mewtu (oben)

Pikachu sieht aus wie eine 40 Zentimeter große Maus mit gelbem, leicht pummeligem Körper, zwei roten Bäckchen und langen Ohren. Doch diese laut Biographie sechs Kilogramm schwere „Maus“ gehört zu der Gattung „Elektro“, einer von insgesamt 15 Unterarten, wie die Biographie weiter verrät. Im Verband mit anderen Pikachus kann sie ein eindrucksvolles Blitzgewitter erzeugen. Meistens guckt Pikachu allerdings freundlich und ist nett. Nur im Kampf zeigt er, was tatsächlich in ihm steckt: Ein Monster nämlich, wenn auch nur eines für die Tasche! Und genau von der englischen Bezeichnung für die Taschenmonster (Pocket Monster) leitet sich der Name für diese Mischung aus Tamagotchi, Knuddeltier und Cyberspace ab: Pokémon.

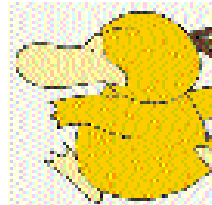
Eigentlich gibt es das Computerspiel schon seit rund vier Jahren, doch der Erfolg der kleinen Monster stellte sich in Deutschland erst ein, als RTL II im September 1999 mit der Ausstrahlung der dazu gehörigen Zeichentrickserie begann. Seitdem gibt es bei den deutschen Fans kein Halten mehr. Die Regale mit den Produkten rund

um die 150 verschiedenen Monster in den Spielzeugläden bestechen zumeist durch eine Leere, die an einen Supermarkt der DDR Mitte der achtziger Jahre erinnert. Und das bei rund 4000 verschiedenen Produkten, die die nicht nur Kinderzimmer rund um die Erde ver-

zieren. Ein Ende der Welle, die auch viele Erwachsene mit sich gerissen hat, ist noch nicht abzusehen: Als im Februar in Japan zwei neue Pokémon-Editionen verkauft wurden, gingen binnen 24 Stunden über 1,8 Millionen Module für den Gameboy des japanischen Spielegiganten Nintendo über den Ladentisch. Pokémon übertrifft alles, was bisher auf dem Markt war: Von Sailor Moon bis Tomb Raider kann es kein Fantasiheld mit Pikachu oder Ash Ketchum aufnehmen. Der erste Kinofilm mit den kleinen Monstern stand weltweit über Wochen hinweg auf dem ersten Platz



Ash Ketchum und sein Pikachu sind unbestreitbar die Helden der Pokémon-Story



der Charts. In den USA hat sich der Film am Startwochenende gleich nach Titanic und Star Wars auf Platz drei der erfolgreichsten Filme alle Zeiten positioniert.

Die Idee, die hinter dem Pokémon-Spiel steht, unterscheidet sich im Wesentlichen nicht von der anderer Rollenspiele: Der Spieler streift in der Rolle des Ash Ketchum durch eine Landschaft – mit erstaunlich vielen Supermärkten – und muss verschiedene Gegenstände einsammeln, mit den Pokémon gefangen werden können. Diese werden dann trainiert, um gegen andere Pokémon anzutreten. Das Schöne und Ungewöhnliche dabei: der eigentliche Kampf spielt sich völlig unblutig ab. Treten zwei Pokémon gegeneinander an, erfährt man aus einer einfachen Textzeile, wer gewonnen hat. Vom Kampf selber ist nichts zu sehen. Das wirklich Besondere an dem Spiel ist jedoch die Tatsache, dass man beim Kauf eines Moduls nur 137 der insgesamt 150 Pokémon bekommt. Und auch diese sind zum Teil recht scheu und müssen erst einmal gefangen werden. Um seine Sammlung zu vervollständigen, muss man mit anderen Spielern handeln und tauschen. Gleichzeitig kann man dann seine Pokémon gegen die eines Mitspielers kämpfen lassen und damit die Handlung der Zeichentrickserie ein Stück weit wirklich werden lassen. Der Datenaustausch geschieht über eine einfache Kabelverbindung. Außerdem gibt es noch das mysteriöse 151ste Wesen Mew, das irgendwo in den Tiefen des Gameboys verborgen ist und sich nur durch einige Tricks aktivieren lässt.

Mittlerweile gibt es zahllose Internetseiten, auf denen Pokémon-Besitzer über Strategien, News, das Drumherum und natürlich über Mew diskutieren. Die Zeichentrickserie hat in der Zielgruppe der acht- bis 14-jährigen enorme Einschaltquoten. Wie schon bei Sailor Moon können sich die Kinder und Jugendlichen mit den Helden leicht identifizieren. Sie sind in ihrem Alter, leben in einer den Zusehern bekannten Umgebung und haben im Prinzip dieselben Probleme. Und: Es geht um das Erwachsenwerden und Verantwortung. Beides Elemente, die sich Kinder im realen Leben wünschen. Mit den Pokémon-

Spielen können sie in einem gewissen Rahmen diese Verantwortung übernehmen. Sicher ist der durchschlagende Erfolg der verschiedenen Spiele auch deshalb zu erklären.

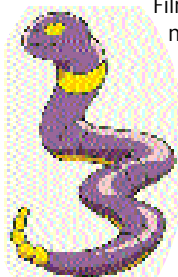
Der Erfinder des Spiels, der 34 Jahre alte Japaner Satoshi Tajiri, war in seiner Kindheit begeisterter Käfersammler und fasziniert von den vielen Arten, die in den Wäldern direkt vor seiner Haustür herumkrabbelten. Als Tajiri älter wurde, verschwanden die Wälder und mit ihnen die Käfer. Dafür entstanden in seiner Umgebung zahllose Spielhallen, in denen der Japaner seine Pubertät verbrachte und schließlich süchtig nach Videospiele wurde. Mit 16 Jahren schmiss er dann die Schule und gewann kurze Zeit später einen Wettbewerb der Firma Sega für die beste Spielidee. All diese Erfahrungen verarbeitete Satoshi Tajiri in Pokémon.



Mauzi, Monster Nr. 52, wird von allen runden Objekten magisch angezogen

Was ursprünglich nur für den Gameboy geplant war, ist heute fast allgegenwärtig: Auf der N64-Spiele-Konsole treten die gesammelten Monster in Pokémon Stadium gegeneinander an. In Film und Fernsehen gibt es die Abenteuer der kleinen Wesen ebenso wie in gleich zwei Comic-Heften. Neben allerlei Plüschtieren, Stickern oder Schulmappchen gibt es auch ein Pokémon-Kartenspiel. Und der Pokémon-Kult ist noch längst nicht vorbei: Nintendo hat neue Spiele angekündigt, und zwei weitere Kinofilme sorgen dafür, dass die kleinen Monster nicht nur die Kleinen weiter auf Trab halten. Ganz getreu dem Pokémon-Motto: „Gotta catch ‘em all!“

wam



Schreibgeräte für Easy Rider

Man braucht keinen Führerschein, um von Freiheit und Abenteuer zu träumen. Mit den beiden Serien **Horizon** und **Free Wheel** von Harley-Davidson by Waterman kann jeder seiner Phantasie freien Lauf lassen und das Harley-Feeling beim Schreiben erleben. Chrom und Lack dominieren das Design der Serie Horizon. Die verchromte Kappe mit gefedertem Clip ist dem Zylinder einer Harley-Davidson nachempfunden. Die Serie Horizon gibt es in den vier typischen Harley-Farben Chrom, Rot, Metallic Orange und Metallic Blau als Füllhalter, Drehkugelschreiber und Rollerball. Zu jedem Schreibgerät gehört ein Geschenketui in Form eines Harley-Davidson-Benzintanks. Die Preise der Serie Horizon



liegen bei 120 DM für den Füllhalter, 99 DM für den Kugelschreiber und 110 DM für den Rollerball. Die Schreibgeräte der Serie Free Wheel gibt es mit drei verschiedenen Dekors. Die Motive sind der amerikanischen Motorradszene entlehnt. Neben der US-Flagge und Flammen auf schwarzem Grund gibt es eine dritte Variante in schlichem Schwarz und dem bekannten Harley-Davidson-Logo. Der Kombi-Pen kann mit einer Rollerball- oder Kugelschreibermine befüllt werden. Zur Aufbewahrung gibt es ein cooles Metalltui mit Aufdruck und Prägung Harley-Davidson by Waterman. Die Preise der Free Wheel-Serie: Füllhalter 49 DM und Rollerball-Kombi-Pen 45 DM.

Modern organisieren mit Succes

Tattoos sind absolut angesagt. Einer der kreativsten und bekanntesten Tätowierer überhaupt ist der Tattoo Bob, der zusammen mit seiner Tochter Dehyathe in den Niederlanden ein Atelier für Tattoos betreibt. Für die **Tattoo Timer Serie** konnte das Unternehmen Succes die beiden Künstler als Designer gewinnen. Bei der Gestaltung der Timer ließen sich die beiden von den rituellen Hautmalereien antiker Völker inspirieren.



College Timer für jede Tasche: Tattoo Timer (rechts), Twister und Arizona (unten, v.l.) von Succes

Herausgekommen ist eine Kollektion modischer Timer aus hochwertigem synthetischen Material und einem faszinierenden Aufdruck. Neben dem speziell für Schüler und Studenten abgestimmten Inhalt, der die College Organizer von Succes auszeichnet, hat die Tattoo Serie noch eine Besonderheit: Sie wird mit einem Tattoo Marker von Edding ausgeliefert. Mit ihm können Tattoos leicht und abwaschbar auf die Haut gemalt werden. Die Kollektion Tattoo reiht sich nahtlos in die College Collection von Succes ein. Die umfangreiche Ausstattung, die keine Wünsche offen lässt, und die hohe Verarbeitungsqualität haben die Serie zu einer beliebten Alternative unter Schülern und Studenten gemacht. Dank günstiger Preise je nach Größe kosten sie zwischen 30,17 € (59 DM) und 65,96 € (129 DM) und innovativer Ideen erfreut sich die Succes College Serie ständig wachsender Beliebtheit.

