



**Stefan Meier:**  
*Superman transmedial. Eine Pop-Ikone im Spannungsfeld von Medienwandel und Serialität.* Bielefeld 2015: Transcript.  
 200 Seiten, 29,99 Euro

## Transmedialer Superman

Superman ist zweifellos eine ikonische Superheldenfigur der Populärkultur des 20. und 21. Jahrhunderts. Der Chemnitzer Amerikanist Stefan Meier hat sich zum Ziel gesetzt, „Superman als serielle Figur in der Vielgestaltigkeit ihrer Repräsentationen und insbesondere mit Blick auf ihre mediale Verortung in historischer Perspektive zu erfassen und zu analysieren“ (S. 21). So wird der Weg der populären Figur von den 1930er-Jahren bis zum Zeitalter der Medienkonvergenz im 21. Jahrhundert nachgezeichnet. Meier geht es dabei vor allem darum, wie sich Zäsuren und Brüche in der Entwicklung der Medienlandschaft auf Superman ausgewirkt haben und wie die Figur von einem Medium in andere Medien übertragen wird. Die erste Superman-Geschichte erscheint als eine von mehreren anderen Bildergeschichten 1938 in einem „Action-Comics“-Band. Hier wird die Figur eingeführt und erlebt erste Abenteuer. Formal war der Superman-Comic nicht neu, aber seine doppelte Identität, in der ein Außerirdischer in die unauffällige Rolle des Reporters Clark Kent schlüpft. „In diesem Zusammenhang ist festzuhalten, dass Superman, geschuldet seiner extraterrestrischen Herkunft, welche er in der Rolle des Clark Kent verschleiern muss, bis heute eine Ausnahme unter den prominenteren Figuren des Superheldengenres darstellt“ (S. 46). Die Figur war schnell sehr erfolgreich, sodass sie bereits 1940 ins Radio übertragen wurde. In der Serie *The Adventure of Superman* bekam der Held eine Stimme. Die einzelnen Episoden hatten eine Länge „von jeweils ca. 12 bis 15 Min. und wurden anfänglich dreimal,

später fünfmal in der Woche ausgestrahlt [...]. Die Serienform ermöglichte das Erzählen zusammenhängender Geschichten über mehrere Wochen hinweg. Oft erstreckten sich die Stories über einen Zeitraum von drei Wochen und waren zumeist durch Cliffhanger am Ende jeder einzelnen Episode miteinander verknüpft“ (S. 56). Auf diese Weise wurden aus einzelnen gezeichneten Abenteuern des Superhelden fortlaufende Geschichten. Ende der 1940er-Jahre gab es dann auch den ersten Superman-Film.

In den 1950er-Jahren wanderte die Figur dann ins Fernsehen. Von 1952 bis 1958 lief die Serie *The Adventures of Superman*, von der die ersten beiden Staffeln noch in schwarz-weiß gedreht wurden. Erst 1954 kam dann Farbe in das Gesicht von Superman, der im Fernsehen nun auch wieder – wie schon in den Comics – bildlich dargestellt wurde. Meier sieht darin einen „Meilenstein für die Herausbildung eines transmedial wirksamen Superheldengenres“ (S. 90). Superman wurde mehr und mehr zu einem Markenprodukt, das in immer mehr Medien präsent war. Nach dem Ende der Fernsehserie wurde es film- und fernsehtechnisch gesehen erst einmal still um den Superhelden. Erst 20 Jahre später kam der erste Blockbuster mit Superman als Held in die Kinos. Der Film konnte nicht umhin, auf das bereits vorhandene Wissen um die Figur einzugehen: „Gerade *Superman the Movie* besitzt insofern eine integrative Funktion, als der Film nicht allein die Comics, sondern ebenso die früheren audiovisuellen Repräsentationen des Narrativs offen als Elemente des Seriengedächtnisses mitführt und entsprechend eben jene Vielstimmigkeit bzw. Vielspra-

chigkeit zu erzeugen vermag“ (S. 123). Die Superman-Geschichte wird dann im Zeitalter der Medienkonvergenz einerseits in Fernsehserien wie *Smallville* aufgegriffen, andererseits in weiteren Blockbustern wie *Superman Returns* aus dem Jahre 2006. Vor allem das Internet bietet die Möglichkeit, die Story auf andere Bereiche zu erweitern. Fans schreiben eigene Geschichten – sogenannte Fan-Fiction – und verbreiten sie im Internet. Auch wenn dadurch eine Erweiterung des Superman-Universums stattfindet, steht der Markenkern doch immer im Zentrum. Zumal die Figur auch Einzug in die Kunst gehalten hat, von Andy Warhol bis hin zu aktuellen Performancekünstlern. Meier stellt resümierend fest: „Wie bereits angedeutet, finden sich Repräsentationen der Superman-Figur in nahezu allen Medien. Das Internet als allumfassendes Netzmedium jedoch markiert den Raum, in dem sich ein großer Teil dieser ursprünglich medial distinkten Texte in rhizomatischer Relationalität neu verortet“ (S. 182). Oder anders ausgedrückt: Superman als popkulturelle Ikone ist überall präsent.

Meier ist eine ausgezeichnete Studie gelungen, die nicht nur der Figur Superman in historischer Perspektive nachgeht, sondern dies auch mit technologischen und gesellschaftlichen Entwicklungen kurzschließt. Das Buch stellt daher im besten Sinne eine Medien- und Kulturgeschichte von Superman dar.

Prof. Dr. Lothar Mikos