

Jörg Knobloch: Harry Potter™ – vom Kinderbuchhelden zum Film-Idol und zur geschützten Marke

Beitrag aus Heft »2003/06: Kinder im Mediennetz«

Gerade wurde der neueste Band der Erfolgsautorin Joanne K. Rowling in deutscher Übersetzung ausgeliefert und das ganze Land war in Aufruhr: nicht das ganze Land, aber fast das ganze. Postboten machten Überstunden, Buchhandlungen legten Sonderschichten ein und bei der Berichterstattung blieb kein Medium mit den neuesten Nachrichten außen vor.

Wie auch hier wieder einmal kommerzielle Interessen im Vordergrund stehen und welche Ausmaße dies annimmt, davon gibt der Autor im Folgenden einen Einblick ...

(merz 06/2003, S. 37-40)