

**ZEICHENTRICKFILME UND COMICS**  
**Eine Sammelrezension**

60 Jahre alt ist sie im letzten Jahr geworden, genauer gesagt, am 18. November - die berühmte 'Micky Maus'. 1928 hatte sie ihren ersten

Auftritt im Colony Theater, einem New Yorker Kino, als sie im ersten Zeichentrickfilm mit synchron zum Bild ablaufenden Ton auftrat: "Steamboat Willie" kann - trotz der vielen originellen Vorgänger von Comic strips und Zeichentrickfilmen - als eigentlicher Beginn des Siegeszuges der Comics betrachtet werden; nicht zuletzt, weil dieser Film, dem 115 weitere nachfolgen sollten (und ab 1930 Zeitungscomics und ab 1931 auch Comic-Hefte), den Erfolg des späteren Disney-Imperiums begründete. - Grund genug, sich zuerst einmal mit der neueren Sekundärliteratur zu dieser speziellen Art anthropomorpher Tiergestalten, ihren bekanntesten und weniger bekannten Schöpfern, mit dem Disney-Imperium überhaupt zu beschäftigen. Unterschätzt werden können die Wirkungen der lustigen vermenschlichten Tiere auf die Sozialisation von Millionen von Kindern in der ganzen Welt wohl kaum; denn mittlerweile trifft man sogar in der Volksrepublik China auf die Disneyschen Mäuse und Enten, mit denen dort für einheimische Produkte, aber auch für amerikanisches Fast Food geworben wird (vgl. Georg Gerster: Duftender Frühling: Chinas Wiederentdeckung der Werbung. In: Süddeutsche Zeitung v. 23.4.1988). Und im Oktober 1988 konnten auch die russischen Kinder zum ersten Mal Original-Zeichentrickfilme von Walt Disney sehen: "Bambi", "Pongo & Perdita", "Fantasia" und "Schneewittchen" - im Rahmen eines Festivals in Moskau, Leningrad und Reval. Für eine einheitliche Welt-Medien-Kultur sind die Disney-Produkte sicherlich ein Indiz. Doch wer war eigentlich der 'Schöpfer' des Disney-Imperiums? Eine neue Biographie von

**Bob Thomas: Walt Disney. Die Original-Biographie.- München: Ehapa-Buchverlag 1986, 384 S., DM 58,- (wird auch schon als Modernes Antiquariat für DM 12,80 angeboten)**

versucht dies zu beantworten. Die Tatsache, daß das amerikanische Original dieses Buches schon 1976 erschienen ist, könnte erklären, daß die Biographie einen etwas antiquierten Eindruck macht, und sich auch um Dinge herumwindet, die heute etwas selbstverständlicher diskutiert werden als vor zehn Jahren. Zum Beispiel die Anerkennung der Leistungen von Disneys Angestellten, insbesondere seinen Zeichnern; auf den über 380 Seiten erwähnt der Journalist Bob Thomas gerade ein einziges Mal den bekanntesten Mickey-Zeichner Floyd Gottfredson (allerdings nur in Zusammenhang mit kritischen Bemerkungen seitens Walt Disneys), während er den genialen Duck-Comic-Heft-Zeichner Carl Barks gleich ganz 'vergißt'; das gleiche Schicksal trifft Al Taliaferro und Paul Murry, die Donald- bzw. Micky-Zeichner der Zeitungstrips. Vor diesem Hintergrund ist der folgende Satz mehr als doppeldeutig: "Disney besaß ein bemerkenswertes Geschick, das Beste aus allen herauszuholen, die mit ihm arbeiteten." (S. 7) - Während der eine Teil der 'Schöpfer' also vergessen wird, darf der andere die ungeteilte Hochachtung des Autors genießen. Das ist bei einer Biographie zwar nicht überraschend, auffallend ist aber doch die fast peinliche Aneinanderhäufung von Genialattributen für die diversen Leistungen Disneys, und das beginnt schon mit der Erwähnung von Walts ersten Schmierversuchen mit Teer auf Gartenzäunen im Alter von sechs Jahren, die zum "ersten Kontakt mit der Kunst" (S. 20) hochstilisiert werden. Vielleicht ist das aber ein generelles Problem des Autors, denn er neigt sowieso zu bombastischen Formulierungen

wie: "1928 fand er die Filmindustrie in einem Zustand vor, der an das Paris des Jahres 1789 erinnerte" (S. 83); oder: "alle waren erfüllt von ihrer Mission, gleich einem Kreuzzug, den ersten abendfüllenden Zeichentrickfilm zu einem Riesenerfolg werden zu lassen" (S. 137). Viele Belanglosigkeiten - wen interessiert schon, daß des "quiriligen, strohblonden Jungen (...) besondere Aufmerksamkeit einem Ferkel (galt), das er Skinny nannte" (S. 19) - und breitausgewalzte Darstellungen vor allem der Jugendjahre lassen die Lektüre alles andere als kurzweilig geraten. Schade auch, daß die filmtechnischen Leistungen Disneys, die ihm immerhin 13 'Oscars' einbrachten, nur relativ kurz beschrieben werden. - Besonders unangenehm fallen Fehler auf, die in einem Buch aus einem einschlägigen Fachverlag einfach nicht vorkommen sollten. So wird z.B. auf S. 60 der Zeichner des klassischen "Mutt And Jeff"-Strips Bad Fisher statt Bud Fisher getauft, und aus dem Schöpfer von "Little Nemo" Winsor McCay wird Windsor McCay. Der Verlag sollte seinen Redakteuren vielleicht das weiter unten erwähnte "Comic-Lexikon" zur Verfügung stellen. Nicht uninteressant sind dagegen die Schilderungen der Verhältnisse in der Filmbranche der späten zwanziger und dreißiger Jahre mit ihrer brutalen Goldrauschmentalität. Wenn man versteht, zwischen den Zeilen zu lesen, dann findet man: Disney wurde offensichtlich auch deshalb zu einem diktatorisch regierenden Unternehmer, weil er in seinen Anfängen, unerfahren wie er war, nicht selten verraten und verkauft wurde, bitteres Lehrgeld zahlen mußte. Ob man es allerdings als 'ein kreatives Modell' bezeichnen muß, daß "im Disney-Studio (...) Walt (...) den gesamten Prozeß in totaler und umfassender Weise überwachte" (S. 122), daß diese "geborene Führungsnatur" mit seinem "Husten" aus dem Hintergrund seine Animatoren "belohnte" (S. 123) und sein "Studio in ein Paradies für seine Mitarbeiter verwandelte" (S. 158) wollte, ist sehr die Frage.

Fazit: Eine vergleichsweise unattraktiv, wenig spannend geschriebene, sehr unkritische Biographie, die für ihren stolzen Preis wenig Neues und noch nicht einmal eine Filmographie bringt (so daß man mit der preiswerten Biographie von Reinhold Reitberger: Walt Disney. Reinbek: Rowohlt 1979, DM 6,80 besser bedient ist).

Lange Zeit existierte über die Disney-'Fabrik', über die Menschen, die die eigentliche künstlerische Arbeit leisteten, erstaunlich wenig Material. Man konnte sich das Wohlwollen der Disney-Leute sehr verscherzen, wenn man darauf beharrte, jenseits des Mythos vom genialen Erfinder Walt Disney etwa das Verhältnis zu seinen 'Untergebenen' analysieren oder gar die politische Rolle des 'unpolitischen' Unterhaltungstycoons Disney während des Zweiten Weltkrieges erforschen zu wollen. (Und auf dieses Wohlwollen war man angewiesen, wenn man etwa die Erlaubnis haben wollte, diese und jene Figur zu reproduzieren.) Diese Zeiten sind jetzt vorbei und der Mythos 'Walt Disney', der viele Jahrzehnte zielstrebig aufgebaut worden war, bröckelt. Ein Beispiel dafür ist das Interesse, das man dem bisher so gut wie totgeschwiegenen Streik der Disney-Angestellten im Jahre 1941 widmet. "Are we mice or men" lautete - nicht unzutreffend - einer der Slogans, mit der damals der größte Teil der Beschäftigten der Disney-Studios um Lohnerhöhungen und um die Bildung einer freien Gesellschaft kämpfte. Mit diesem Ergebnis beschäftigen sich

der Artikel von Raoul O'Hara (Disney von Innen. In: Moxxito 5/1988, S. 57-59) und ein Interview, das Carsten Laqua mit Ward Kimball, einem der wichtigsten Zeichner der Disney-Studios führte (Der politische Disney. Über den Streik und andere Parodien. In: Die Sprechblase Nr. 93/1988, S. 18-29). Kimball, der immerhin zwei 'Oscars' mit seinen Arbeiten an Disney-Zeichentrickfilmen gewann, äußert sich in diesem Interview freimütig über den Streik, in dem es ebenso um eine Verbesserung der finanziellen Situation der Angestellten ging, wie darum, den Einfluß der Mafia zurückzudrängen. Für den politischen Naivling Disney gab es in seinem banal-dichotomen Weltbild nur 'Böse' und 'Gute', weshalb alle, die streikten, für ihn 'Kommunisten' waren. Ausführlich wird auf diese zentrale Angelegenheit auch in dem Buch von

**Klaus Strzyz und Andreas C. Knigge: Disney von innen - Gespräche über das Imperium der Maus.- Frankfurt/M., Berlin: Ullstein 1988, 333 S., DM 16,80**

Bezug genommen, das zugleich die erste Veröffentlichung ist, in der die wichtigsten, zum Teil immer noch fast unbekanntesten Schöpfer von Zeichentrickfilm- und Comicstrip-Figuren wie Micky, Goofy, Donald und Dagobert vorgestellt werden. Der besondere Reiz dieses Buches ergibt sich aus der Tatsache, daß die Zeichner, Texter und Redakteure in Interviews selbst zu Worte kommen: u.a. Carl Barks, Tony Strobl, Floyd Gottfredson, Paul Murry, Art Babbitt, Ward Kimball und Del Connell von den 'frühen' Künstlern, aber auch holländische, italienische und deutsche Comic-Zeichner, die erst in den letzten Jahren in die Dienste des Disney-Imperiums getreten sind, wie Daan Jippes, Volker Reiche, Jan Gulbransson, Ulrich Schröder, Freddy Milton, Luciano Bottaro und andere. - Aus erster Hand erfährt man so etwas über die Arbeitsbedingungen in der Blütezeit der dreißiger Jahre des Disney-Konzerns, aber auch in den schwierigen Phasen während des Zweiten Weltkriegs und während des Streiks 1941. Nicht unerwähnt soll die mehrfach belegte Tatsache bleiben, daß in diesem Streik der Rechtsberater der Disney-Studios und der geschäftlich Verantwortliche Roy Disney gemeinsame Sache mit der Mafia machten, um zu verhindern, daß sich eine freie Gewerkschaft von Cartoonisten und anderen Beschäftigten der Trickfilmbranche bilden konnte. Eine spannende Lektüre, ein wichtiges Nachschlagewerk, das auch deshalb positiv herauszustellen ist, weil endlich einmal viele der kreativen Persönlichkeiten aus der Anonymität herausgeholt werden und die verdiente Anerkennung bekommen. Dazu gehört übrigens auch ein Interview mit Erika Fuchs, die durch ihre hervorragenden Übersetzungen und intelligenten Sprachschöpfungen bei der deutschen Ausgabe der 'Micky Maus' den Erfolg der Comics in Deutschland mit ermöglichte und ihre Anerkennung als seriöses Medium mitbegründete.

Was lange Zeit offenbar vergessen wurde: Die Maus gehörte bereits im Vorkriegsdeutschland zu den bekanntesten und beliebtesten Filmfiguren, wurde schon damals in größerem Umfange kommerziell vermarktet. In den zwanziger und dreißiger Jahren sind fast 200 verschiedene Disney-Filme öffentlich aufgeführt worden und wurden auch von den Nazis geduldet, die genau um die Wichtigkeit von Zerstreuung und Unterhaltung für die Massen wußten. Bisher unbe-

kannte Details dazu bietet ein Artikel von Carsten Laqua (Micky und die Nazis. In: U-Comix N° 99 (1988), S. 46-49). Im Nachkriegsdeutschland konnte der durch den Weltkrieg unterbrochene Siegeszug der Maus fortgesetzt werden. Der Erfolg wird ebenso durch die Tatsache unterstrichen, daß drei Jahrzehnte hindurch das "Micky Maus-Heft" das Synonym für 'Comic-Heft' war, wie dadurch, daß diese Hefte in der Phase der Comic-Hatz der fünfziger Jahre als einzige ungeschoren blieben. Moralisch hatte man gegen sie nichts einzuwenden. Der Siegeszug der Disney-Comic-Figuren war viele Jahrzehnte nicht aufzuhalten. Heute gibt es interessanterweise in vielen europäischen Ländern, besonders in Holland und in der BRD, einen ausgesprochenen Disney-Boom, was die verkauften Auflagen der Hefte und Alben anbetrifft (während in den USA vor allem wohl als Folge des Fernsehens Funny-Comics ein Schattendasein führen). Im deutschsprachigen Raum sind die Enten zweifellos beliebter als die Mäuse, haben Donald und Dagobert Duck die alte Micky Maus und ihren Clan überholt. Deutlich zeigt sich diese Beliebtheit im 'Merchandising', in der geplanten und kontrollierten Verwendung von 'Comic-Figuren' für die unterschiedlichsten Waren (ein Geschäft, das mittlerweile finanziell bei weitem bedeutender ist als das mit den traditionellen Comic-Strips). Einen Eindruck von der Verwertung gerade der 'Ducks' zeigt ein Katalog:

**Walt Disney: Donald Duck 'live' erlebt und fotografiert von Jörg-Peter Storm.** - Frankfurt: Verlag D. Fricke, nicht pag., Preis nicht mitgeteilt

Er demonstriert ohne Worte - an 139 Beispielfotos - den Zusammenhang von Merchandising und Sozialisation, also das Faktum, wie eine Comicfigur im Laufe der Jahrzehnte zum immer selbstverständlicheren Bestandteil der Umwelt von Kindern (und Erwachsenen) werden kann: Donald Duck in der Wohnung, in der Schule, auf dem Spielplatz, auf der Straße, in der Schule; Donald als Alarmwecker, Armbanduhr, Bilderhalter, Citybag, Haarspange, Nachtschlämpchen, Serviettenhalter, Sofakissen, Spiegel, Trinkbecher, Taschentuch; Donald auf Brausepulver, Briefmarken, Handtüchern, Kochtöpfen, Schulranzen, Spielkarten, Zuckerstangen und vieles andere mehr. Daß sich - bei solcher Präsenz der Comic-Figuren in der Alltagswelt - viele Kinder wünschen, auch einmal Comics zeichnen zu können, darf man wohl unterstellen. Das 'How-to-do-Book' von

**Lee James: Mickey's Drawing Class. Featuring: How to draw Donald Duck.** - New York: Simon & Schuster 1983, 64 S., \$ 3,95

ist eine geeignete Zeichenschule, um mit vergleichsweise wenig Aufwand die typischen Duck- und Mouse-Gesichter und -Figuren 'step-by-step' zu lernen. Wer sich dagegen in erster Linie nur an den Geschichten delectieren will, sei hingewiesen auf einen der vielen Jubiläumsbände, etwa

**Micky Maus. Das ist mein Leben. Nacherzählt von Wolfgang J. Fuchs.** - Stuttgart: Unipart 1988, 224 S., DM 14,95

Darin findet sich immerhin - neben qualitativ sehr unterschiedlich reproduzierten farbigen Beispielgeschichten - auch eine Kurzfassung der Disney/Maus-Biographie und eine brauchbare Zusammenstellung aller

Zeichentrickfilme mit Micky Maus. Der Text, im 'Ich, die Maus'-Stil vom Comic-Experten Wolfgang J. Fuchs verfaßt, ist allerdings nicht gerade spritzig geschrieben und ohne jeden kritischen Anspruch.

Zu einem kritischen Umgang mit (Micky Maus-)Comics dürfte nicht zuletzt deren Behandlung im Unterricht beitragen. Eine nützliche Sammlung von Arbeitsmaterialien bietet z.B. die schon etwas ältere Veröffentlichung von Claus Forytta (Donald Duck-Geschichten. Materialien zur Unterrichtsplanung. Pädagogische Berufspraxis/Bremer Arbeitsmaterialien Heft 10, Universität Bremen, 176 S., DM 5,-). Zu den Einsatzmöglichkeiten im Fach 'Ästhetische Erziehung' ist ein neuer Artikel von Hans-Hagen Hartter (Die Comics von Walt Disney. Aus ästhetischer und didaktischer Sicht. In: Pädagogische Welt 8/1988, S. 339-346) erschienen, in dem der Autor vor allem gestalterische und psychologische Aspekte analysiert, wie etwa die Funktion der Farbe, die Prinzipien 'Rundheit', 'Einfachheit', 'Übertreibung' der Figuren, die 'Diagonalität' der Bildgeschichten. Eingegangen wird aber auch auf Parallelen von Comics und Film bzw. Bildende Kunst und auf didaktische Empfehlungen für den Kunstunterricht. Am Wert der Comics, so der Verfasser, kann kein Zweifel bestehen: "Comics (...) stellen einen unverzichtbaren Bestandteil von Unterricht dar."

Aus Unternehmenskursen der AG Politische Ökonomie an der Evangelischen Studentengemeinde in Mainz entstand eine durchaus ernstgemeinte Einführung in die Betriebswirtschaft. Kleine Lektionen, didaktisch gut aufgebaut und - das ist der Clou - garniert mit wirklich klug ausgewählten Comic-Zitaten aus den gesammelten Dagobert Duck-Geschichten:

**Hans Emge: Wie werde ich Unternehmer (Und die knallharte Antwort für 10 Mark).- Reinbek: Rowohlt 1985, 213 S., DM 10,-**

Hierzulande sehr populär, fast schon so populär wie die Disney-Comics sind die Abenteuer von Asterix. (In Frankreich übrigens eifert man dem amerikanischen Vorbild nach: 1990 soll ein Asterix-Dorf-Freizeitpark in der Nähe von Versailles eröffnet werden, der jährlich 2,6 Millionen Gäste anziehen und damit dem für 1993 geplanten Park EuroDisneyland im Osten von Paris scharfe Konkurrenz machen soll.) Was die Analyse der Geschichten selbst, von denen bis jetzt rund 200 Millionen verkauft sein sollen, anbetrifft, gibt es eigentlich nicht mehr viel zu sagen, seit 1974 die Monografie von André Stoll (Asterix. Das Trivialepos Frankreichs. Bild- und Sprechartistik eines Bestseller-Comics.- Köln: DuMont Schauberg 1974) veröffentlicht wurde, die mittlerweile leider vergriffen ist und als Musterbeispiel für eine literaturwissenschaftlich-kulturhistorische Analyse von Comicmaterial gelten kann. Aber man kann sich natürlich noch mit den Ursprüngen und der Geschichte dieser Serie beschäftigen - und mit ihrem Erfinder. Eigentlich ist Asterix das kongeniale Produkt zweier Persönlichkeiten, des Zeichners Albert Uderzo und des Szenaristen René Goscinny. Goscinny starb 1977 und danach waren die von Uderzo allein erarbeiteten Storys, obwohl sie sich nach wie vor hervorragend gut verkauften, nie mehr von der gleichen Klasse. Von und über Uderzo handelt die Publikation:

**Uderzo - Der weite Weg zu Asterix.- Stuttgart: Ehapa 1986, 270 S., DM 98,-**

Merkwürdigerweise weist der Rücken des kunstledergebundenen, auf 'repräsentative' Erscheinung getrimmten Bandes einen anderen Titel ("Auf dem Weg zu Asterix") aus als das Titelblatt, - eine Schludrigkeit, die bei einem Preis von fast hundert DM einfach nicht vorkommen darf, - genauso wenig wie einige schlecht reproduzierte farbige Abbildungen. Ansonsten bietet das Buch eine durch und durch wohlwollende Beschreibung der wichtigsten Phasen im Leben des Albert Uderzo, wobei natürlich ein Schwerpunkt auf seine Arbeit an Asterix gelegt wird; das alles mit vielen Beispielen aus der künstlerischen Produktion, Fotos von Persönlichkeiten des Comic-Berufes usf. Asterix-Freunden wird er viel bringen; es ist ganz einfach interessant, viele der originellen und kreativen, witzigen und ironischen Ideen von Asterix in Text und Bild zusammengestellt zu sehen. Daneben erfährt man auch einige Details, die bisher weniger bekannt waren - der Zeichner von Asterix ist farbenblind (!).

Leider bleibt der Text sehr an der Oberfläche; wichtige Dinge fehlen. So etwa die Tatsache, daß die ersten deutschen Übersetzungen von Asterix eine überaus primitive nationalistische Übertragung aus dem Kauka-Verlag war, die die Asterix-Autoren immerhin dazu veranlaßten, einen Prozeß wegen Rückgabe der Lizenz zu führen. Auch die Gründe und Umstände der Krise in der Asterix-Pilote-Redaktion 1968 werden ausgeblendet. - Ein Band also für betuchte Asterix-Freunde, nicht mehr und nicht weniger.

Vom Stil her vergleichbar, wenn auch weniger präventiös aufgemacht, ist ein Hommage-Band über den heimlichen Liebling der deutschen Comic-Fans und -Freaks der fünfziger Jahre. Aber eben nicht nur der fünfziger Jahre, denn die Begeisterung einer genügend großen Gemeinde für Hansrudi Wäscher, den Zeichner von "Tibor und Akim", "Sigurd", "Falk und Ulf", "Nick und Roy", "Stark", "Buffalo Bill" und vielen anderen Comic-Figuren, hat offenbar die Jahrzehnte konstant überdauert, so daß sich dieser, nunmehr im Vorruhestand befindend, sogar bereitfindet, einige neue Geschichten dieser Abenteuer-Heroen zu zeichnen (von den sich konstant verkaufen lassenden Nostalgie-Nachdrucken ganz zu schweigen). Ein seltenes Phänomen also, über das der Band von

**Gerhard Förster: Das große Hansrudi Wäscher-Buch.- Schönau: Norbert Hethke Verlag 1987, 143 S., DM 34,80**

Auskunft gibt. Eigentlich war auch hier, wie im Fall der oben erwähnten Disney-Biographie, kritische Distanz nicht zu erwarten; schließlich handelt es sich um das Buch eines Fans für Fans ("das Standardwerk für jeden Wäscherfreund", wie es etwas krude auf dem Umschlag heißt), und die sind offensichtlich von großer Zahl. Für sie sind sicher auch Informationen über die Arbeitsweise des Meisters wichtig wie die, daß seine "Zeichenfedern von Brause, Nr. 513, und die Pinsel aus Marderhaar" (S. 9) sind, von dem vierzigseitigen Anhang "Die Wäscher Checkliste 1953-1986" mit der vermutlich ultimativen Bibliographie aller Wäscher-Comics ganz zu schweigen. Dennoch ist das Buch auch für Medienwissenschaftler nicht uninteressant, weil es

eine Menge an Informationen über die Zustände in den fünfziger Jahren gibt, über die Praktiken der Comic-Verlage etwa, sich an ihren Zeichnern zu bereichern; oder über das erstaunliche Arbeitspensum eines Comic-Zeichners in den fünfziger und sechziger Jahren; oder über die innere Zensur, die Zeichner entwickeln mußten, wollten sie an den sich als Galshüter der abendländischen Kultur und Moral aufspielenden Selbstzensurgremien und Prüfbehörden vorbeikommen und ihren Lebensunterhalt verdienen, was offenbar gar nicht so einfach war, da zu bestimmten Zeiten weder ein normaler Busen (Sex!) noch ein paar hingestreuete Reißzwecken (Gewalt!; vgl. S. 16) akzeptiert wurden. Insgesamt also eine Biographie, die mehr bringt als man erwartet.

Auch zu allgemeinen Aspekten der Comics gibt es neues Sekundärmaterial. Da ist vor allem auf ein Nachschlagewerk hinzuweisen, das schon lange fällig war:

**Andreas C. Knigge: Comic-Lexikon.- Frankfurt/M., Berlin: Ullstein 1988, 524 S., DM 24,80**

Über 500 Porträts von Comic-Künstlern sowohl der Strips- und Books-Bereiche, als auch des Zeichentrickfilms finden sich hier: von Zeichnern, Animatoren, Drehbuchschreibern, Szenaristen usw., von Neal Adams bis Philipp Zippermayr. Dabei überrascht, wie überzeugend Knigge die schwierige Integration von Sach- und Faktenwissen mit subjektiven Bewertungen zeichnerischer Leistungen meistert. Die Porträts werden so nie langweilig, ganz davon abgesehen, daß auch Comic-Experten eine Menge Neues erfahren. Um nur ein Beispiel zu nennen: Auch die wichtigsten, wenn nicht unbedingt bekanntesten lateinamerikanischen Comic-Zeichner werden erwähnt. Daß der Autor, der als Leiter eines der wichtigsten Comic-Book-Programme im deutschen Sprachraum natürlich 'an der Quelle sitzt', es aber mit der Aufzählung der Comic-Artisten nicht bewenden ließ, sondern - was besonders die mit dem Medium weniger bewanderten Leser schätzen werden - auch einen längeren Einführungsteil "Kurze Weltgeschichte der Comics" verfaßte, in der die wichtigsten geographischen Regionen beschrieben werden, und daß er ein "Glossar der wichtigsten Fachausdrücke" mit aufnahm, ist sehr positiv hervorzuheben. Eigentlich hat mich an dem Buch nur eine sprachliche Eigenheit gestört, die häufige Verwendung des offensichtlich neudeutschen Verbs 'ghosten', womit die Tätigkeit ungenannter Assistenten an bekannten Comics bezeichnet wird. Ich habe keinen Zweifel, daß dieses 'Comic-Lexikon' für lange Zeit ein ganz wichtiges, ja unentbehrliches Arbeitsmittel für alle am Medium Comics Interessierten darstellen wird (vorausgesetzt, der herausgebende Taschenbuchverlag verfällt bei diesem Buch nicht der immer spürbarer werdenden Tendenz zur allzufrühen Verramschung).

Knigge hat sich in einem weiteren Buch (Fortsetzung folgt. Comic-Kultur in Deutschland.- Frankfurt/M.: Ullstein 1986; vgl. Medienwissenschaft. Rezensionen 3/1988) so ausführlich mit der Geschichte und Gegenwart der deutschen und bundesdeutschen Comics beschäftigt, daß dieser lange lückenhaft aufgearbeitete Bereich der Comic-Szene als gut erschlossen gelten kann. Ein Versuch, die wichtigsten Phasen in der Entwicklung des bundesdeutschen Comic-Angebots zu

analysieren und die gegenwärtige Blütephase der Comics zu beschreiben, wird in einem Zeitschriftenartikel von Ricarda Strobel (Comics in der Bundesrepublik Deutschland. Emanzipation einer Literaturform. In: Media Perspektiven 1988 (Januar), S. 13-25) unternommen, der allerdings viele Fragen offenläßt. Strobel kommt auf vier Phasen, die Wachstumsphase von 1946 bis 1954, die Latenzphase von 1955 bis 1965, die Wachstumsphase mit hohen Zuwachsraten von 1966 bis 1980, und eine neue Wachstumsphase nach einem vorübergehenden Einbruch ab 1981. Es wird hervorgehoben, daß sich der Comic ab Mitte der achtziger Jahre zu einem erstaunlich differenzierten, künstlerisch und literarisch ambitionierten Medium für Erwachsene entwickelt hat; eine Feststellung, der man nur beipflichten kann. Leider weist der Artikel einige Fehler und Defizite auf: daß es vor 1950 Comics in Taschenbuchform gegeben haben soll, ist wohl etwas unwahrscheinlich; Tier-Comics werden mit Funnys verwechselt; und immer noch wird das unseriöse Pamphlet des amerikanischen Psychiaters Wertham als "wissenschaftliche Untersuchung zur Jugendkriminalität" gewertet. Besonders problematisch an den Ausführungen ist die Basis, von der her argumentiert wird: Nicht die - wie auch immer validen - Auflagen-/Verkaufszahlen werden analysiert, sondern die Anzahl der verlegten Titel. Dabei weiß man, und kann sich auch durch einen Blick in ein geeignetes Nachschlagewerk (z.B. Peter Skodziks Deutsche Comic-Bibliographie, Frankfurt/M., Berlin: Ullstein 1985) davon überzeugen, daß die überwiegende Anzahl der neu auf den Markt gebrachten deutschen Serien nur wenige Ausgaben erleben konnten. Ein Verlag wie der Bildschriften-/Williams-Verlag, der Ende der sechziger Jahre eine Zeitlang mit 20 Superhelden-Heftchen (à la "Thor", "Hulk" usw.) in einer Auflage von etwa durchschnittlich zehntausend Exemplaren ziemlich glücklos auf dem Markt operierte, hatte damit zusammen auch nicht entfernt die Bedeutung, die der Ehapa-Verlag mit einer einzigen seiner Disney-Publikationen hatte.

Die lange stiefmütterlich behandelte deutsche Comic-Geschichte wird weiter aufgearbeitet. Ein Projekt am Institut für Jugendbuchforschung, gefördert von der DFG, widmet sich diesem Thema. Eine umfassende Veröffentlichung ist für Ende 1989 vorgesehen. Vorläufiges Ergebnis ist eine Ausstellung, zu der auch ein kleiner Katalog erschien,

**Katja Ott, Christiane Körner und Bernd Dolle-Weinkauff: Comics made in Germany. 40 Jahre deutsche Comics 1947-1987. Eine Ausstellung.- Frankfurt/M.: Institut für Jugendbuchforschung der J.W. Goethe-Universität 1987, 24 S. (erhältlich über das Sekretariat, Myliusstraße 30)**

und ein Beitrag des Projektleiters Bernd Dolle-Weinkauff (Donald Duck, Protagonist in a Life of Disasters. In: Reports of the DFG 3/87, S. 4-7; sowie als deutsche Fassung: Donald Duck und die Katastrophen des Lebens. In: Forschung, Mitteilungen der DFG 2/87, S. 4-7), der sich mit einer interessanten Beobachtung beschäftigt: Der klassische, eindimensionale Held der früheren Jahrzehnte (Superman, Buffalo Bill, Tarzan) scheint endgültig verschwunden zu sein. In den heute hiesulande kursierenden (Action- wie Funny-)Comics gibt es immer mehr 'Anti-Helden': Unglücksrabben, Pechvögel, Dropouts, Ausgeflipte,

selbstzweiflerische, psychisch gebrochene, ambivalente Protagonisten usf. Besonders deutlich werde dies in den 'semi-funnys' (etwa "Lucky Luke", "Asterix", "Jack Palmer") oder in den eher realistischen ('Erwachsenen')-Comics vor allem franko-belgischer Provenienz (Beispiel Francois Bourgeons "Reisende im Wind"), - vom Urtyp des 'Anti-Helden', "Donald Duck", einmal ganz abgesehen, der mehr denn je in Mode ist.

Die "Zeitschrift für engagierte Kunst - tendenzen" hatte sich bereits 1968, zu einem Zeitpunkt also, als die Auseinandersetzung um das Diskutierendürfen von Comics noch nicht entschieden war, diesem Medium gewidmet, und seit dieser Zeit immer wieder darüber berichtet. Ein neues Themenheft -

**Comics. Kult und Kommerz. tendenzen Nr. 149.- Neuss: Damnitz Verlag im Verlag Plambeck 1985, 84 S. (bes. S. 4-31), DM 8,50**

- greift einige Aspekte der Comic-Situation heute auf. Ernst Antoni formuliert (in "Sprechende Enten, Superhelden und andere Menschen") so: "Mit dem Wörtchen 'trivial' herumzuspielen bringt wenig, will man sich dem Massenphänomen Comic Strip nähern. Noch weniger allerdings bringt es, beim Eintritt in das Bunte Bilderreich das gesellschaftskritische Handwerkszeug draußen zu lassen und vergessen zu fragen, wer da wie und warum produziert, welche wirtschaftlichen und politischen Interessen dahinterstecken. Die Ergebnisse können höchst unterschiedlich je nach Produkt ausfallen, mit der 'werkimmanenten' Interpretation jedoch kommt man bei einem millionenfach meist von multinationalen Verlagskooperationen vertriebenen Medium wie dem Comic-Strip sicherlich nirgends hin." (S. 5) So weit so gut; allerdings darf man dann auch nicht veraltete und falsche Informationen bringen: So hat zum Beispiel der Axel Springer Verlag eben nicht mehr 'ganz schön die Finger drin'; sein einziges, und im übrigen nur mäßig erfolgreiches Magazin "Zack" wurde schon 1980 eingestellt. Und die dänische Gutenberghus-Gruppe ist auch nicht mit dem Disney-Konzern verflochten, sie ist schlicht Lizenznehmer. Die "Perry Rhodan"-Comic-Serie wurde zum Mißerfolg, nicht wegen der 'Einfallslosigkeit der Zeichner', sondern weil man die solches nicht gewöhnten Science Fiction-Leser mit ungewohnt barbusigen Mädchen verschreckte. Und man sollte auch endlich davon absehen, die immer gleichen Beispiele tumben Comiczeichnertums deswegen zu bringen, weil sie so schön in das Bild passen, auch wenn mittlerweile längst bekannt ist, daß sie nie über ein ökonomisches Schattenblümchendasein hinausgekommen sind: Natürlich ist z.B. die Serie "Trigan" faschistisch, und natürlich waren "Pravda" und "Jodelle" sexistisch, aber - gottseidank - spielten sie nie eine bedeutende Rolle, sind somit nicht repräsentativ. Die inhaltliche Kritik bleibt in diesem Artikel ziemlich auf der Strecke; daß Comics wie alle anderen Medien Ideologieträger sind, ist nun wirklich nichts Neues; daß der Kater Garfield aber der 'Wende-Kater' per se sein soll, weil da "'funny' verkleidet (...) ein anthropomorpher Fettsack in bester Stammtischmanier vor sich hin (philosophiert) und Zynismus und soziales Desinteresse (predigt)" (S. 11), ist dagegen eine zwar neue, aber eine kaum ernstzunehmende Feststellung.

Weiter bietet das Heft eine Analyse eines englischen Propaganda-Comics für eine freikirchliche Gemeinde, in der in pseudochristlicher

und nicht wenig raffinierter Manier die Ideologie des 'Kalten Krieges' und nordamerikanisches Omnipotenzdenken verkauft werden (Michael Höhn: "Das Mädchen, das das Hakenkreuz liebte"). Von Rainer Hachfeld, selber Karikaturist, wurde ein aufschlußreiches Gespräch mit dem mexikanischen Karikaturisten Eduardo del Rio (oder "Rius") abgedruckt, das für meinen Geschmack der interessanteste Beitrag des Heftes ist. Hier haben wir endlich ein Beispiel für einen engagierten Autodidakten, der mit seinen Comics in einer ganz typischen 'Sprache' das geschafft hat, wovon andere in Europa nur träumen, nämlich gesellschaftskritische Inhalte in einfühlsamer Didaktik für ein Massenpublikum zu produzieren und 'an den Mann zu bringen'. Nichts gegen die UZ-Figur 'Schepper', über die auch berichtet wird (Stefan Siegert und Stefan Schmidt: "Wer ist Schepper?"), aber da liegen doch Welten dazwischen. Und auch die neue Wiener Comic-/Cartoon-Zeichner-Szene ist sicher sympathisch (Manfred Chobot: "Seicherls Erben"), aber, wie es im Abspann zu diesem Artikel heißt, "im Grunde genommen sind sie durchwegs freundliche Menschen (...). Allerdings dort wo es nach Sauwirtschaft, Unterdrückung und Verlogenheit riecht, kennen sie keinen Spaß". Das genau ist es, was sehr viele der europäischen Cartoonisten auszeichnet: sie kennen keinen Spaß. Von Rius könnten sie lernen, wie man bei allem aufklärerischen Impetus sich erlauben kann, sich selbst und sein Thema lustig zu finden.

Einige neuere Arbeiten widmen sich spezielle(re)n Aspekten. So zum Beispiel die erste Pilotstudie zu einem etwas ungewöhnlichen Thema:

**Bernd G. Kalusche: Musik im Comic. Funktion, Ästhetik, Ideologie.- Siegen: Veröff. des Forschungsschwerpunkts Massenmedien und Kommunikation a.d. Univ.-GHS-Siegen 1985 (Nr. 29), 46 S., DM 2,50**

Kernstück dieser Analyse ist die Feststellung, daß das Darstellen von Musik eigentlich nur einer Funktion dient, nämlich durch Verwendung verschiedener Zeichen 'gute Laune' zu signalisieren. Musik/Musikalisches kommt im funny-Comic sehr häufig vor, hat aber nur Requisitenfunktion. Die Feststellung, "daß Comics wenig geneigt sind, die Musik als klingendes abstraktes Phänomen in differenzierter Weise aufzugreifen" (S. 24), ist wohl ebensowenig überraschend wie die, daß alle einschlägigen Szenen durch Vorurteil und Klischee geprägt sind. Im Gegensatz zum Autor finde ich allerdings weder überraschend noch schlimm, daß der "ernsthafte und konzentrierte Umgang mit Musik oder Musikinstrumenten, also der Form musikalischer Betätigung, die nicht ausschließlich kurzfristigen Spaß bringt, sondern körperliche und intellektuelle Auseinandersetzung mit dem Gegenstand erfordert, peinlich gemieden wird" (S. 10), und auch nicht, "daß die Comics wenig geneigt sind, die Musik als klingendes abstraktes Phänomen in differenzierter Weise aufzugreifen" (S. 20).

Mit den Comics als Werbemitteln - am Beispiel der erstaunlich langlebigen - Serie "Lurchis Abenteuer" beschäftigen sich

**Barbara Braun, Klaus Neumann: Werbehefte - vergessene Kindermedien. In: Medium 4/1988, S. 34-37**

Ihre These ist, daß Werbecomics wie andere Werbemittel keine unterschwellig arbeitenden 'geheimen Verführer' sind, sondern ein Medium, das seine Bedeutung aus der Peergruppe erfährt, in der sich ein Kind

befindet. Dann, wenn die Hefte für den Freundes- und Bekanntenkreis eine Rolle spielen, 'in' sind, gewinnen sie plötzlich auch für Kinder (deren generelle Fähigkeit, Medien entsprechend ihren Bedürfnissen zu nutzen, nicht unterschätzt werden darf) Bedeutung und werden Werbewirkungen durch die geschickte Verknüpfung unterhaltsam-lustiger Comic-Geschichten mit latenter Produkt-Image-Werbung für - in diesem Fall - Schuhe möglich. Sicherlich ist es aber richtig, daß dieses Thema bisher nur ungenügend bearbeitet worden ist und weiter erforscht werden muß, um so mehr, da einige psychoanalytisch orientierte Theorien, die auch in dem Artikel präsentiert werden, ziemlich spekulativ scheinen.

Weiter einer Erwähnung wert ist (einmal) der Begleitkatalog zu einer Exposition, die 1988 in München stattfand:

**Muppets, Monster & Magie. Die Welt von Jim Henson. Ausstellung im Münchener Stadtmuseum/Puppentheatermuseum. (25.3.-8.5.88).- Frankfurt/M.: Schriftenreihe des Deutschen Filmmuseums 1987, 40 S., DM 6,-**

Viele Bildbeispiele und ein knapper Begleittext informieren über dieses Medienphänomen, dessen Existenz vor 30 Jahren begann, als man darüber nachsann, wie man es schaffen könnte, die Aufmerksamkeit und emotionale Beteiligung von Kindern bei speziell für sie gemachten ('Lehr'-)Sendungen zu garantieren. Allerdings geben erst die Ausstellungsexponate (Originalpuppen, Videos usw.) einen adäquaten Eindruck von den einzigartigen Puppen, die Jim Henson und seine Mitarbeiter für die TV-Sendungen "Sesamstraße", "Muppets Show", "Fraggles", "Muppet Babies" und andere schufen, - und die wie alle erfolgreichen Fernsehgestalten in vielerlei nicht minder erfolgreichen Comic-Versionen existieren.

Ungefähr gleich 'alt' und nicht minder erfolgreich in der optimalen Vermarktung wie die "Muppets" sind die - besonders bei jüngeren Kindern beliebten - "Schlumpfe", die der belgische Zeichner Pierre Culliford (oder 'Peyo'), seit 1958 entwickelt hatte und die durch ihren multinationalen Erfolg besonders nachdrücklich belegen können, daß bestimmte typische Charakteristika von Comicfiguren offenbar über Länder- und Rassengrenzen hinaus akzeptiert werden, also wirken. Darüber hinaus sind diese 'drei Äpfel-hoch großen' Wesen "eine Mixtur aus Kobold und Klabautermann, Märchengnom und Gartenzweig", eines der seltenen Beispiele für rundum friedfertig-prosoziale Comicfiguren, oder wie es heißt: "Sie lieben alles Lustige, verachten Alkohol, Gewalt und andere Laster. Sie essen vegetarisch und trinken Himbeersaft" (so der "Spiegel" schon 1978). (Vielleicht ist das ein Grund dafür, daß sie bisher keiner Ideologiekritik teilhaftig geworden sind.) Die Broschüre

**Schlumpfe. Das komplette Schlumpf Figuren-Buch für alle Fans und Sammler.- Schwäbisch-Gmünd: Fa. Schleich GmbH & Co KG o.J., 72 S., Preis nicht mitgeteilt**

zeigt alle nämlich 301 Figuren, die bisher hergestellt wurden, und die so der Begleittext, in 56 Ländern der Erde gekauft werden können. Ein hübsches Beispiel, um das bereits erwähnte Merchandising-Prinzip zu veranschaulichen.

Abschließend noch ein Hinweis auf eine notwendige Veröffentlichung für einen Kreis von Lesern, die viel mehr über Comics wissen sollten, als sie offensichtlich heute wissen: die Angestellten der Öffentlichen Bibliotheken. Ein Zeichen für die zunehmende Akzeptanz von Comics ist auch ihre Aufstellung in den Öffentlichen Bibliotheken - einer Institution, die sie vor 30 Jahren mit Vehemenz bekämpft hatte. Hier herrscht ein Nachholbedarf; ein riesiger Comic-Markt mit einem kaum noch zu überschauenden Angebot unterschiedlichster Serien, Hefte, Bücher, verlangt nach Orientierung. Dies will das Buch von

**Alfred Pleuß: Bildergeschichten und Comics. Grundlegende Informationen und Literaturhinweise für Eltern, Erzieher, Bibliothekare.- Bad Honnef: Bock & Herchen 1983, 292 S., DM 29,80**

leisten, das eine Vielzahl an Informationen liefert, allerdings wie alle Überblicksbücher dem schnellebigen Markt nicht entkommen kann: eine beträchtliche Menge der in diesem Buch beschriebenen Comic-Publikationen ist schon längst nicht mehr auf dem Markt (einen Ausweg aus diesem Dilemma würde nur ein Loseblatt-Werk bieten, das ständig aktualisiert werden könnte). Das ist schade, denn die Konzeption des Bandes ist nicht schlecht: Der erste Teil des Bandes wendet sich mit einer Synopse wichtiger Informationen aus verschiedenen Werken der neueren Sekundärliteratur an Eltern und Erzieher; es geht um die Geschichte des Mediums, um Formen, charakteristische Inhalte, Überlegungen zur Wirkung, um Markt und Produktionsmechanismen, Kritik und Zensur, Nutzungsmöglichkeiten in Schule und Vorschule u.a.m. Eltern und Erzieher dürften allerdings mit der Vielfalt von Details, z.B. von Namen, Serien und Titeln manchmal überfordert sein, zumal der Band nur einen kleinen Anhang mit sehr schlecht reproduzierten Abbildungen enthält. Der zweite Teil mit seinen Berichten zur Primärliteratur und Überblicken über die aktuelle Comic-Produktion nach Verlagen geordnet, zielt vor allem auf Bibliothekare. Die insgesamt verdienstvolle, fleißige Arbeit leidet unter dem Defizit, daß die Beschreibungen einzelner Titel, Themen oder Inhalte sehr kurz und manchmal oberflächlich sind, was beim Leser einen unbefriedigten Eindruck hinterlassen muß. Überdies ist die Grenze zwischen referierender Zusammenfassung der Sekundärliteratur und eigenem Urteil (in Teil I) nicht klar, auch tauchen (in Teil II) problematische subjektive und auch vage Wertungen auf ('unnötig süßliche Bilder', 'morbid-abseitige Tendenzen' 'lautstarke Parodie', 'mystisch-blasphemische Inhalte', 'dekadente Story' usw.), - Dinge, die in einer vielleicht später realisierten zweiten Auflage geändert werden sollten, genau wie das Druckbild (Schreibmaschinen-Typoskript), das ebenso antiquiert wie schlecht zu lesen ist.

H. Jürgen Kagelmann