



universität
wien

MAGISTERARBEIT

Titel der Magisterarbeit

„Das mediale Stiefkind“

Die Entwicklung des Comics in Westdeutschland und den USA

verfasst von

Johanna Maria Schodl Bakk. phil.

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, 2013

Studienkennzahl lt. Studienblatt:

A 066 841

Studienrichtung lt. Studienblatt:

Magisterstudium Publizistik- und Kommunikationswissenschaft

Betreuerin / Betreuer:

Ao. Univ. Prof. Dr. Fritz Hausjell

Hinweis:

Bezeichnungen wie "Autor" (oder auch später "Zeichner", "Rezipient" etc.) finden im Rahmen dieser Arbeit keinen geschlechtsspezifischen, sondern eine generische Verwendung, welche "Zeichnerin" ("Autorin", "Rezipientin" etc.) impliziert.

Ebenso soll darauf hingewiesen werden, dass die Bezeichnung "Deutschland" (sowie "Bundesrepublik") in dieser Arbeit für die von 1949 bis 1990 bestehende Bundesrepublik Deutschland verwendet wird.

Danksagung

Mein besonderer Dank gilt Herrn Prof. Hausjell für die verständnisvolle Betreuung und dafür, dass er mir stets mit seinem umfangreichen Wissen und seiner Erfahrung hilfreich zur Seite stand und sich immer wieder Zeit nahm, mich zu beraten.

Außerdem danke ich meiner wundervollen Familie - Mama, Papa und meiner Schwester Kisi - die mich immer unterstützt, fleißig Korrektur gelesen und mir Feedback gegeben haben; meinem (äußerst geduldigen) Freund Andreas, der mir stetig Mut gemacht, mir zugehört und mich beraten hat, sowie meinen wunderbaren Freundinnen Milena und Réka, die gleichzeitig an ihren Arbeiten schrieben, sodass wir uns - wie schon während des gesamten Studiums - gegenseitig stützen und motivieren konnten.

Auch bei meinem Tutor des ersten und zweiten Semesters, Georg, möchte ich mich bedanken. Sein Comic-Tutorium brachte mich gleich im ersten Semester auf den Weg zum Diplomarbeitsthema.

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	11
2. Forschungsfragen und Hypothesen	15
3. Definition - Was sind Comics?	19
3.1. Präsentationsmedien der Comics und Etymologie	26
3.2. Seit wann gibt es Comics?	29
3.3. Situation der Comics.....	33
4. Theorie und kommunikationswissenschaftliche Einbindung	37
5. Entstehungsgeschichte des Comics in den USA	49
5.1. Die Anfänge (Ende 19. Jahrhundert bis 1929).....	49
5.1.1. The Yellow Kid (Richard Felton Outcault).....	50
5.1.2. The Katzenjammer Kids (Rudolph Dirks)	53
5.1.3. Little Nemo in Slumberland (Winsor McCay)	55
5.1.5. Krazy Kat (George Herriman)	59
5.1.6. The Gumps (Sidney Smith) 1917	60
5.1.7. Die Frau als Protagonistin	61
5.2.1. Tarzan (Hal Foster)	64
5.2.2. Dick Tracy (Chester Gould).....	66
5.2.3. Micky Maus, Donald Duck & Co. (Walt Disney et al.).....	66
5.3. Die Superhelden in Heftform (ca. 1930er Jahre)	71
5.3.1. Superman (Jerry Siegel / Joe Shuster).....	74
5.4. Comics und Krieg	76
5.4.1. Der Zweite Weltkrieg und Comics	76
5.5. 1945 - Helden in der Krise	85
5.6. Rückkehr der Funnies.....	86
5.6.1. Pogo (Walt Kelly).....	86
5.7. "Schmutz und Schund" (1950er).....	88
5.8. Der Underground	95
5.9. Die 80er bis 1990.....	97
6. Entstehungsgeschichte des Comics in Deutschland.....	101

6.1. Anfänge in der Nachkriegszeit	102
6.1.1. Comic Strips	104
6.2. Comic-Hefte	111
6.2.1. Die 50er Jahre	112
6.3. Schmutz- und Schundkampf in der Bundesrepublik	119
6.4. Maßgebliche Veränderungen - 1956.....	125
6.5. Die 60er und frühen 70er Jahre	129
6.6. Die späten 70er und die 80er Jahre.....	141
7. Auswertung und Conclusio.....	147
8. Literaturverzeichnis	153
Lebenslauf.....	161
10. Abstract.....	163

1. Einleitung

Der Comic ist die demokratischste aller Kunstformen, weil jeder ihn lesen und verstehen kann.

(Platthaus, 2000, 11)

Jeder kennt sie, jeder hat sie bereits einmal in der Hand gehabt oder war mit ihnen konfrontiert: Comics. Doch die Meinungen über das Medium gehen auseinander. Sind Comics Kunst? Sind sie Literatur? Sind sie triviale Unterhaltung oder können Comics auch ernsthafte Themen aufgreifen und adäquat bearbeiten?

So sehr die einzelnen Meinungen innerhalb der Bevölkerung differieren, so sehr unterscheidet sich auch die Rolle, die Comics in einzelnen Staaten spielen. Sie werden in manchen Ländern, wie beispielsweise in den USA, als Kulturerbe gesehen, haben einen hohen Status und werden auch auf akademischem Niveau wissenschaftlich analysiert und untersucht. Andere Länder wiederum haben es bis heute nicht geschafft, das Medium als legitime Kunstform aufzugreifen und eine Comicwissenschaft zu etablieren. So steckt die Comicforschung etwa im deutschsprachigen Raum noch immer in den Kinderschuhen und muss sich immer wieder von Neuem rechtfertigen. Zwar werden bestimmte Comics in den Feuilletons ausgewählter Tageszeitungen aufgegriffen und neben "echter" Literatur rezensiert, jedoch handelt es sich dabei oftmals um spezielle, herausragende Werke, die aufgrund ihrer "Andersartigkeit" und ihrer Unterscheidung von den restlichen Comics ausgewählt werden.

Comics entstanden zur gleichen Zeit wie das Medium Film¹, jedoch kommt letzterem innerhalb der Presse und auch der Wissenschaft eine weitaus größere Bedeutung zu. Film wurde bald als künstlerisch betrachtet, die Stars und auch die Produktionen fanden in den Tageszeitungen große Publicity, während Comics weitestgehend ignoriert wurden und in Artikeln keine Erwähnung fanden. Harald Havas und Gerhard Habarta führen dies darauf zurück, dass der Film zur damaligen Zeit eine großartige Neuheit war und sich stetig weiterentwickelte, etwa zu Ton- und Farbfilm sowie heutzutage zu 3-D-Filmen. Weiters legte die

¹ Als erster Film wird der Kurzfilm "Arbeiter verlassen die Lumière-Werke" der Brüder Lumière angesehen, der am 22. März 1895 in Paris präsentiert wurde (vgl. Faulstich, 2005, 19) .

Filmindustrie auch großen Wert auf Berichterstattung in den Tageszeitungen. Das Medium Comic hingegen konnte nichts Neuartiges bieten - die Verschmelzung von Text und Bild war durch Buchillustrationen oder Karikaturen bereits bekannt. Die wohl größte Aufmerksamkeit bekamen Comics unfreiwillig in den 50er Jahren des 20. Jahrhunderts, als Jugendschützer eine groß angelegte Kampagne gegen das Medium ins Leben riefen.

Selbst den Verfilmungen von Comics wurde stets mehr Beachtung geschenkt als den gezeichneten Werken selbst. Havas und Habarta führen dies wiederum darauf zurück, dass die Illustration in ihrer Entwicklung immer mehr als ein Kunsthandwerk gesehen wurde, was schlussendlich auch dazu führte, dass selbst die Comiczeichner ihre Arbeit nicht als künstlerisches Schaffen verstanden und die Verlage dieses scheinbar "minderwertige" Produkt nicht besonders bewarben (vgl. Havas/Habarta, 1992, 189f).

Ebenso trugen die Inhalte der Comics zu dieser Geringschätzung bei. Die bekanntesten Genres sind Superhelden-, Action-, Abenteuer- oder schlichtweg unterhaltende Comics. Auch diesen Kategorien angehörende literarische Texte genießen kein derart hohes Ansehen wie etwa dramatische Werke, da ihnen scheinbar die notwendige Seriosität zur Behandlung relevanter Themen fehlt (vgl. Havas/Habarta, 1992, 190).

Auch innerhalb der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft wird dieses Medium weitestgehend ignoriert und selten im Rahmen wissenschaftlicher Arbeiten erforscht. Daraus resultiert, dass bisher wenige Methoden entwickelt wurden, die die Vielschichtigkeit und die verschiedenen Ebenen, mit denen ein Comic arbeitet, entsprechend aufzugreifen imstande sind. Auch umfassende geschichtliche Überblicke über die Entwicklung des Mediums im deutschsprachigen Raum sind dünn gesät, oft veraltet oder nur auf die Entwicklung einer speziellen Serie konzentriert.

Im Rahmen dieser Magisterarbeit soll versucht werden, einen Überblick über die Geschichte des Mediums im deutschsprachigen Raum zu schaffen und sie jener in den USA gegenüberzustellen. Mit Hilfe einer Literaturstudie soll erforscht

werden, welche gesellschaftlichen, ökonomischen und politischen Bedingungen dazu führten, dass sich Comics in den USA als legitime und akzeptierte Kunstform - einer wissenschaftlichen Analyse würdig - etablieren konnten und warum dies in Deutschland nicht in dieser Form möglich war. Worin liegen die Gründe dafür, dass dem Medium in den Vereinigten Staaten eine größere Beachtung entgegen gebracht wurde und wird, wohingegen Deutschland jedoch lange brauchte, um Comics überhaupt vom Stigma der Trivialität zu befreien?

Es sollen also sowohl die formalen Entwicklungen - wie z.B. das Aufkommen verschiedener Präsentationsformate - als auch die Entwicklung der gesellschaftlichen Stellung des Mediums nachvollzogen und mit den verantwortlichen Faktoren in Verbindung gebracht werden.

2. Forschungsfragen und Hypothesen

Das zentrale Forschungsinteresse dieser Arbeit soll darauf liegen, herauszufinden, auf welche gesellschaftlichen, politischen und ökonomischen Faktoren es zurückzuführen ist, dass sich das Medium Comic in Westdeutschland nicht derart etablieren konnte wie in den USA.

Ziel der Arbeit ist es, einen chronologischen Ablauf der Entwicklung des Mediums Comic in den beiden Ländern unter Berücksichtigung gesellschaftlicher, politischer und ökonomischer Faktoren zu illustrieren.

Hinsichtlich der Entwicklung des Mediums in Deutschland konzentriert sich die Arbeit vor allem auf Westdeutschland, da die politischen und gesellschaftlichen Umstände in der DDR nicht mit der Bundesrepublik vergleichbar wären sowie die Comic-Szene dort noch nicht ausreichend erforscht ist, um genügend Material für eine detaillierte Literaturstudie zu liefern.

Der untersuchte Zeitraum variiert ebenfalls, wobei in den USA der Zeitraum von 1895 bis 1990 als Referenzrahmen gilt. Der für Deutschland angesetzte Zeitraum reicht von 1945 bis 1990, da Comics vor Ende des Zweiten Weltkriegs zwar vorhanden waren, die Erforschung des genauen Bestands jedoch viele Fragen und Wünsche offen lässt, sowie Gegenstand einer eigenen historischen Untersuchung sein müsste, die den Rahmen dieser Arbeit sprengen würde.

FF1: Unter welchen Umständen entwickelte sich das Medium Comic in den USA?

FF2: Unter welchen Umständen entwickelte sich das Medium Comic in Westdeutschland?

FF3: Welche Faktoren waren für den Erfolg des Mediums Comic in den USA förderlich bzw. abträglich?

FF4: Welche Faktoren waren für den Erfolg des Mediums Comic in Westdeutschland förderlich bzw. abträglich?

FF5: Inwiefern unterscheiden sich die einzelnen Entwicklungsgeschichten des Mediums Comic in den zwei untersuchten Ländern?

Hypothesen

Hypothese 1: Der Nationalsozialismus und die gesellschaftlichen, politischen und wirtschaftlichen Umstände in Westdeutschland nach dem Zweiten Weltkrieg behinderten die Entstehung einer eigenen Comic-Kultur. Die Kulturpolitik der Nationalsozialisten unterband Comics weitgehend und sorgte dafür, dass das Medium sich nicht entwickeln konnte. Die Papier- und generelle Materialknappheit der Nachkriegsjahre verhinderte schließlich, dass sich regelmäßig erscheinende Serien etablieren konnten und begünstigte vor allem Verlage, die finanzkräftiger aufgestellt waren und sich Rückschläge leisten konnten.

Hypothese 2: Die vermehrte Konzentration auf Kinder und Jugendliche führte in beiden Ländern zu einer Image-Schädigung des Mediums. Durch die Ausrichtung auf Kinder und Jugendliche als vornehmliches Zielpublikum der Hefte wurde der Jugendschutz auf Comics aufmerksam und versuchte, potentiell schädigende Inhalte zu unterbinden, sowie das Medium vom Markt zu verdrängen.

Hypothese 3: Die Hegemonie eines bildungsbürgerlichen Hochkulturbegriffs in Westdeutschland behinderte die Etablierung des Comics als anerkanntes Medium. "Hochkultur" wurde in Westdeutschland vornehmlich über die bürgerlichen Schichten definiert, und bestand weiters aus der strikten Trennung zwischen Literatur und Bildender Kunst.

Hypothese 4: Die Trivialität, die unterhaltenden Medien in Westdeutschland attestiert wurde, behinderte die Comics in ihrer Weiterentwicklung. Ein Medium, das hauptsächlich Unterhaltung präsentiert, war nach Meinung der Bevölkerung nicht fähig, seriöse Inhalte zu transportieren.

3. Definition - Was sind Comics?

Schon seit Jahrzehnten bemüht man sich in der Literatur um eine allgemeine Definition des Begriffs "Comic". Das Medium vereint Elemente der Literatur und der Bildenden Kunst in sich und ist daher als "hybrides Medium" schwierig zu definieren (vgl. Ahrens, 2011, 78). Krichmayr konstatiert hierzu, dass Comics schwer abzugrenzen sind, da sie von den Kultur- und Medienwissenschaften stets ignoriert oder ins Abseits geschoben wurden (vgl. Krichmayr, 2004, 59).

In diesem Kapitel soll versucht werden, sich schrittweise einer brauchbaren Definition des Comics zu nähern.

Friedrich Weltzien, Dozent am Institut für Künste und Medien der Universität Potsdam, sieht in seinem Aufsatz "Hybrider Legitimationsdruck" selbst 2011 noch Bedarf an einer umfassenden Definition:

Ist der Comic also ein Medium zwischen allen Medien und liegt hier der Kern seines Imageproblems begraben? Aus medientheoretischer Sicht gesprochen muss festgestellt werden, dass Comics mit der Sorge einer definitorischen Unschärfe nicht alleine stehen. Bereits über die Frage, was eigentlich ein Medium in diesem Sinne ist, wird nicht erst seit Marshall McLuhan heiß debattiert (der bekanntermaßen unter diesem Terminus alles zu fassen bereit war, was die Formen menschlichen Zusammenlebens verändern kann) und eine verbindliche und allgemein anerkannte Definition ist ferner denn je. (Weltzien, 2011, 115)

Zuerst ist es notwendig, zu klären, ob Comics unter den Begriff der **Medien** beziehungsweise Massenmedien fallen. Hierfür soll Roland Burkarts Definition von Massenmedien herangezogen werden:

***Massenmedien** oder auch **Massenkommunikationsmittel** sind all jene Medien, über die durch Techniken der Verbreitung und Verfielfältigung [sic] mittels Schrift, Bild und/oder Ton optisch bzw. akustisch Aussagen an eine unbestimmte Vielzahl von Menschen vermittelt werden.*

(Burkart, 2002, 139)

Diese sehr generelle Definition erlaubt es, Comics als Massenmedium zu definieren, das versucht, über Bild und Schrift eine Aussage an den Leser zu vermitteln und sich dabei der Drucktechnik bzw. Trägermedien Zeitung, Heft oder Album bedient.

Dolle-Weinkauff plädiert dafür, den Comic nicht als Medium zu bezeichnen, sondern von seinen Präsentationsformen zu trennen², ihn also zur Literaturform zu ernennen und die haptischen Erscheinungsformen wie etwa Heft, Buch, Tageszeitung als Medien zu sehen, nicht jedoch den Comic selbst. Nach dieser Annahme wäre dem Comic der Status eines Mediums abzusprechen, er wäre stattdessen als **Literaturform** zu deklarieren.

Sackmann sieht den Comic ebenfalls als eine "literarisch-künstlerische Ausdrucksform" (2010, 7), tituliert ihn jedoch auch als Medium, das sich je nach Präsentationsform (Heft, Buch, Album) verändert. Die Veränderungen resultieren daraus, dass der Comic je nach Präsentationsmedium mehr oder weniger Platz vorfindet. So ist beispielsweise in einer Tageszeitung weniger Platz vorhanden, um eine Geschichte zu erzählen, als in einem ganzen Heft.

Zu differenzieren ist zwischen dem Medium - der grafischen Erzählung an sich - und dem Präsentations- oder Trägermedium, mit dessen Hilfe der Comic den Leser erreicht. Das schließt laut Sackmann auch andere Materialien als Papier

² Dolle-Weinkauff sieht den Comic als "Literaturform der gezeichneten Bilderfolge" an (Dolle-Weinkauff, 1990, 15).

ein; er setzt den Beginn des Comics daher nicht an den Anfang des 20. Jahrhunderts, sondern verfolgt die Ursprünge der Bildgeschichte bis zu ägyptischen Wandbildern hin zurück (vgl. Sackmann, 2010, 7).

Diese Annahme kommt Dolle-Weinkauffs Plädoyer nach, ohne den Medienstatus der Comics zu negieren. Gleichzeitig werden sie getrennt von ihrer jeweiligen Präsentationsform betrachtet, ohne wiederum Letzterer die Bedeutung und Auswirkung auf die Konzeption des Mediums selbst abzusprechen.

Was aber macht einen Comic - unabhängig von der Beschaffenheit des Präsentationsmediums - aus? Handelt es sich um Bildende Kunst oder Literatur?

Platthaus definiert den Comic als einen Weg, "mit Worten und Bildern gleichzeitig und gleichwertig zu erzählen" und klassifiziert dies auch als dessen "Anspruch" (Platthaus, 2000, 8).

Diese Gleichwertigkeit spricht Sackmann dem Comic jedoch ab und stellt das Bild auf eine höhere Ebene, konstatiert aber:

Obwohl das Bild dem Text übergeordnet ist, ist der Comic primär als Form der Literatur zu begreifen, denn anders als in der Bildenden Kunst, ist die grafische Seite des Comics nie Selbstzweck, sondern immer zuerst Träger von Handlung.

(Sackmann, 2010, 6)

Sackmann sieht den Comic demnach trotz des hohen Stellenwerts der grafischen Komponente mehr der Literatur als den Bildenden Künsten zugehörig.

Es handelt sich also um ein **literarisches Medium**, das sich jedoch auch der **grafischen Mittel** bedient, um Information zu vermitteln.

Im Laufe der wissenschaftlichen Diskussion um den Comic wurde aufgrund der für das Medium unerlässlichen Zeichnungen auch des Öfteren der **Kunstcharakter** erörtert und zu bestimmen versucht.

Dolle-Weinkauff bezieht sich auf Werner Hofmann, der argumentiert, dass Comics über die Massenproduktion und Kommerzialisierung "eine weitgehend

unter das 'System des Fließbands' geratene Kunstform" (Dolle-Weinkauff, 1990, 234) seien, trennt sie jedoch deutlich von einer sog. "Hochkunst" (vgl. Hofmann, 1970, 48). Unter "Hochkunst" versteht Hofmann:

[...] die Kunst also, von der die kunstgeschichtlichen Handbücher, die Museen und Ausstellungen berichten - die Kunst aller nur möglichen Ausstellungswerte.

(Hofmann, 1970, 48)

Comics sind also nach Hofmann und Sackmann eine Kunstform, wobei Hofmann hier die **Massenproduktion** in die Definition mit einbezieht. Dies tut auch Grünewald:

Comics sind Bildgeschichten des 20. Jahrhunderts, vorwiegend der engen Bildfolge verpflichtet, dank moderner Drucktechnik über Massenprintmedien wie Zeitung, Heft, Album und Buch verbreitet.

(Grünewald, 2000, 15)

Hofmanns Integration der Massenproduktion als Definitionsmerkmal würde für die Entwicklung des Mediums wichtige Produktionen wie die *Underground Comix* der USA oder die nicht in großem Stil aufgelegten *Graphic Novels* jedoch aus dem Bereich der Comics ausgliedern und ist somit als Merkmal nicht haltbar. Grünewald charakterisiert hingegen die Präsentationsmedien als Massenmedien, was es wiederum erlaubt, das Medium Comic selbst nicht als Massenprodukt aufzufassen, sondern lediglich den jeweiligen Träger. Insofern wäre die Auflagenzahl eines bestimmten Comics nicht mehr für die Definition relevant, da lediglich das Präsentationsmedium an sich, jedoch nicht der Comic, ein Massenproduziertes ist.

Sackmann verweist in seiner Definition außerdem darauf, dass ein Comic aus **mindestens zwei oder mehr Bildern** bestehen muss (vgl. Sackmann, 2010, 6). Auch Schwarz integriert die Bildreihung neben anderen Komponenten:

*Maßgebend für die Definition des Comic-Begriffs bleiben die [...] Bestandteile: Erzählcharakter, Bildreihung, Sprechblasen.
(Schwarz, 1977, zit. nach Grünewald, 2000, 4)*

Hier widerspricht Grünewald, indem er festhält, dass Sprechblasen, Panels, Bildfolgen und ähnliches zwar Merkmale des Comics seien, aber nicht als definierend gelten könnten, da es hier viele Ausnahmen gäbe, die sich einiger dieser Merkmale nicht bedienen und daher aus der Definition fallen müssten (vgl. Grünewald, 2000, 4).

Ein kurzes Zwischenresümee der bisher angeführten Definitionen zeigt: Ein Comic ist ein aus zwei oder mehr Bildern bestehendes Medium aus dem Bereich der Literatur, welches seine Verbreitung im 20. Jahrhundert vornehmlich über Massenmedien - als Präsentationsmedien - fand.

Eine gängige Definition in der wissenschaftlichen Literatur ist die Scott McClouds, die sich wiederum an eine frühere seitens Will Eisner anlehnt. Scott McCloud versteht Comics

*als zu räumlichen Sequenzen angeordnete, bildliche oder andere Zeichen, die Informationen vermitteln und/oder eine ästhetische Wirkung beim Betrachter erzeugen sollen.
(McCloud, 1994, 17)*

McCloud sieht Comics also vornehmlich als Zeichen und reduziert sie damit auf ihre ikonographische Ebene, woran Becker wiederum kritisiert, dass man damit die vom Holocaust handelnde Graphic Novel *Maus* von Art Spiegelman, welche mit einem Pulitzer Preis ausgezeichnet wurde, aufgrund der äußerlichen Ähnlichkeit in die Nähe der *Micky Maus* rückt, jedoch von anderen

anspruchsvollen Autoren-Comics entfernt. Insofern kann mit Scott McClouds Definition nicht auf die Eigenarten niveauvoller und seriöser Comics eingegangen werden, da hierbei die Handlung und der Anspruch nicht mit einbezogen werden (vgl. Becker, 2011, 13f.).

Jedoch ist wiederum anzumerken, dass eine Unterscheidung der "seriösen" von den "trivialen" Comics in der hier gesuchten Definition nicht vonnöten ist, da die Entwicklung der gesamten Spielart des Mediums anhand diverser Beispiele, die in jede Sparte fallen können, illustriert werden soll.

Die Definition Grünewalds erscheint für diese Arbeit gerechtfertigt, jedoch ist Grünewald der Auffassung, dass auch bereits ein einziges Panel (i.e. ein einzelnes umrahmtes Bild im Comic) als Comic gelten könne und klammert insofern die **sequentielle Anordnung** aus, da ein einziges Panel unmöglich eine Sequenz darstellen könnte, wie es Scott McCloud beispielsweise von den Bildern eines Comics verlangt. Da es sich bei der sequentiellen Anordnung nach Meinung der Autorin jedoch um ein nicht außer Acht zu lassendes Merkmal des Mediums handelt, kann mit Grünewalds Definition in vorliegender Arbeit nur begrenzt gearbeitet werden.

Der hier verwendeten Definition sollen jedoch ebenfalls die Merkmale inhärent sein, die Dolle-Weinkauff heranzieht, um Comics begriffsbestimmend zu umreißen: Das **gleichzeitige Auftreten von Text und Bild** sowie **mindestens zwei aufeinanderfolgende und in Zusammenhang stehende Einzelbilder** (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 14f). Mit dem gleichzeitigen Auftreten von Text und Bild bezieht sich Dolle-Weinkauff auf "in das Bild integrierte Textformen - sei es als Inserttext, Blockkommentar, Blasentext oder onomatopöetische Graphik" (Dolle-Weinkauff, 1990, 15).

Da bei sogenannten Pantomimen-Strips im Regelfall kein Text Verwendung findet, sie aber dennoch als Comic-Strips gelten können, plädiert Sackmann für eine individuelle Entscheidung im Falle solcher Ausnahmen. Für die vorliegende Arbeit gelten demnach auch Pantomimen-Strips wie e.o. Plauens *Vater und Sohn* als Comics, obgleich sie keinen Text aufweisen.

Nicht nur das Vorhandensein, sondern auch die **Integration des Textes** in das Bild ist ein weiteres Merkmal, das viele nach 1895 erschienene Comics aus der Definition ausnehmen würde, da gerade in Europa über lange Zeit strikt auf eine Trennung zwischen Text und Bild geachtet wurde (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 21). Ein Absehen von der Integration des Textes in das Bild als Merkmal würde jedoch auch bedeuten, dass die viel früher entstandenen Geschichten Wilhelm Buschs oder Rodolphe Töpffers unter den Begriff der Comics fallen. Diese sollen in vorliegender Arbeit zwar als Vorläufer des Mediums und dessen Einflüsse, jedoch nicht als Comics an sich behandelt werden.

Um Wilhelm Buschs und Rodolphe Töpffers Werke zwar als Vorläufer und Ahnen des heutigen Comics definieren zu können, ohne sie gleichzeitig aufgrund ihrer Merkmale unter den in vorliegender Arbeit gebrauchten Begriff des Comics zu stellen, ergeben sich zwei Möglichkeiten: Einerseits die zeitliche Abgrenzung, also das Festsetzen eines Rahmens, beginnend bei den Anfängen des 20. Jahrhunderts; andererseits die von Grünwald konstatierte Verpflichtung zur **"engen Bildfolge"**, die bei Busch und Töpffer aufgrund der großen räumlichen und auch zeitlichen Abstände zwischen den Einzelbildern nicht eingehalten wird.

Eine Definition, die alle geforderten Eigenschaften mit einbezieht und einen Mittelweg zwischen den beiden Positionen der übermäßigen Aufgeschlossenheit und der speziellen Exklusivität findet, ist die Martin Schüwers:

Unter "Comics" wird [...] also die seit Beginn des 20. Jahrhunderts dominante, grundsätzlich auf Reproduzierbarkeit angelegte Ausprägung des "Prinzips Bildgeschichte" verstanden, die mithilfe von Sequenzen starrer Bilder zeitliche Abläufe vermittelt, dabei überwiegend von der 'engen Bildfolge' Gebrauch macht und verbale Sprache, so sie verwendet wird, formal ins Bild integriert.

(Schüwer, 2008, 10)

Schüwer integriert in seine Definition also die von Grünwald als Merkmal klassifizierte "enge Bildfolge" und einen adäquaten zeitlichen Rahmen, sowie die sequentielle von Scott McCloud postulierte Anordnung der Bilder und die von

Dolle-Weinkauff geforderte Integration des Textes - so er Verwendung findet - in das Bild. Demnach soll in vorliegender Arbeit auch Schüwers Definition Verwendung finden.

Obwohl einige nach 1895 erschienene - aber für die Entwicklungsgeschichte des Comics unerlässliche - Produktionen zwischen Text und Bild separieren, sollen sie dennoch im Sinne von Randphänomenen als Comics definiert werden, da eine klare Abgrenzung der vielfältigen Erscheinungen des Mediums nicht möglich ist und - wie von Sackmann festgehalten - in einigen Fällen individuell beurteilt werden muss.

3.1. Präsentationsmedien der Comics und Etymologie

Havas und Habarta listen in ihrem Buch *Comic Welten* drei verschiedene Erscheinungsformen des Comics auf: Strip, Heft und Album. Während der Strip als ursprüngliche Form der Comics vornehmlich in Zeitungen, Zeitschriften und anderen Printmedien als Begleitung erscheint und somit größtenteils die erwachsene Leserschaft ansprechen möchte, sind Heft und Album in erster Linie als Comics für Jugendliche konzipiert worden. Die Form des Comic-Heftes entstand in den USA etwa um 1933. Es erzählt meist eine abgeschlossene Geschichte, ist in Farbe gehalten und hat - im Gegensatz zu den Zeitungs-Strips - Kinder zum Zielpublikum (vgl. Havas/Habarta, 1993, 8).

Welche Inhalte ein Comic kolportieren kann, bestimmte wie im vorhergehenden Abschnitt bereits erwähnt - zu einem großen Teil das Präsentationsmedium durch seine entsprechenden Platzverhältnisse. Der Platz, den ein Strip zur Verfügung stellt, ist verständlicherweise geringer und lässt dem Zeichner weniger Fläche für Details, als ein 20 bis 40seitiges Heft.

Das Format des Albums fand vor allem in Europa große Verbreitung. Es handelt sich hierbei um im A4-Format mit hartem Einband gebundene Comics, die hauptsächlich die Aufgabe hatten, das Comic von seinem Image der trivialen massenproduzierten Unterhaltung, das von der Erscheinung der Hefte evoziert worden war, abzugrenzen. Auch die Zeichner der Alben genossen eine größere Anerkennung und wurden - im Gegensatz zu den Heften, wo der Zeichner in den

meisten Fällen anonym blieb - in den Vordergrund gerückt (vgl. Havas/Habarta, 1993, 8f).

Vor allem in den USA sind Comic-Strips in Zeitungen noch immer beliebt, sodass bis heute in fast jeder Zeitung Strips erscheinen; oft gibt es sogar ein eigenes Ressort dafür. Das ist in Deutschland nicht der Fall - Comic-Strips finden ihren Platz in Tageszeitungen, wenn überhaupt, in Gesellschaft von Anzeigen, Horoskopfen oder dem Wetter.

Zwecks Vollständigkeit sei hier auch noch die vierte Form angeführt, in welcher Comics uns heute begegnen können: das Webcomic. Dieses wird in vorliegender Arbeit jedoch ausgeklammert, da eine Behandlung der im Internet erscheinenden Comics den Rahmen sprengen.

Etymologisch leitet sich der Begriff "Comic" vom englischen "comical" ab (lat.: "comicus"), was übersetzt soviel bedeutet wie "komisch" oder "lustig". Grünewald hält in seinem Buch "Comics" fest, dass sich der Begriff im England des 18. Jahrhunderts auf veröffentlichte Witzzeichnungen bezog. Zu einem späteren Zeitpunkt wurden schließlich ganze Zeitschriften, welche eben genannte Witzzeichnungen enthielten, unter dem Begriff "Comics" subsumiert, wie etwa *Comic Cuts* (1890) oder *The Comic Home Journal* (1895). Die in den amerikanischen Zeitungen abgedruckten und zuvor als "funnies" oder "the new humor" bezeichneten Bildgeschichten "Comics" zu nennen, wurde erst im 20. Jahrhundert gebräuchlich (vgl. Grünewald, 2000, 3).

Der Begriff "Comic" setzte sich durch und ist die heute gängige Bezeichnung für das Medium. Er umfasst dabei jedoch auch Geschichten, bei denen Humor nicht im Vordergrund steht, sondern entweder subtil oder gar nicht vorkommt. Auch Bildgeschichten, die ernste Themen behandeln, werden - wohl aus Ermangelung eines passenden Begriffs - "Comics" genannt.

In der Bundesrepublik versuchte man sich nach Ende des Krieges den Begriff "Comic" als Bezeichnung für die nun vermehrt erscheinenden und produzierten Geschichten zu vermeiden, da dem Begriff auch damals schon die aus den USA

mit den Heften importierten Vorurteile anhafteten. Die eigenen Produktionen wurden also entweder wie gehabt schlicht "Bildergeschichten" genannt, oder als "Bildserie" oder gar "Buch-Filme" betitelt (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 61).

Im Laufe der 50er Jahre jedoch setzte sich der Begriff Comic schließlich als gebräuchlich durch und verdrängte die deutschen Pendanten im Sprachgebrauch zunehmend.

Als weitere Form des Comics sei an dieser Stelle noch die "Graphic Novel" erwähnt. Als solche werden längere, abgeschlossene und seriöse Comicgeschichten bezeichnet. Jedoch wird dies auch von vielen Verlagen ausgenutzt; viele Comicgeschichten ohne ernsthaften Anspruch werden mit dem Begriff "Graphic Novel" versehen, um Niveau zu suggerieren und die Verkaufszahlen zu steigern (vgl. Ditschke, 2009, 275).

Von der Karikatur - die in deutschen Zeitungen ihren festen Platz hat - sollen Comics hier abgegrenzt werden. Sie unterscheiden sich von der Karikatur entweder durch formale Kriterien, da diese zumeist nur aus einem Panel und nicht aus mehreren in Sequenzen angeordneten besteht, das - im Gegensatz zu den in Comics verwendeten Panels - keine feste Umrahmung besitzt. Eine weitere Differenz zu den Comics besteht darin, dass eine Karikatur sich zumeist auf aktuelle Begebenheiten bezieht und oft in Verbindung mit einem Artikel steht.

3.2. Seit wann gibt es Comics?

Um den Entstehungszeitpunkt des Comics wird in der Literatur viel diskutiert. In diesem Kapitel soll ein kurzer historischer Abriss präsentiert werden, um zu erläutern, welche Künstler und welche Umstände einen wichtigen Beitrag zur Entstehung des Comics geleistet haben.

Höhlenmalereien waren bereits ein Weg, Geschichten mit Hilfe von Bildern zu erzählen, können jedoch nicht unter die hier verwendete Definition des "Comics" fallen. Erwiesen ist, dass seit Menschengedenken Bilder Verwendung fanden, um Geschichten zu erzählen oder zumindest zu illustrieren.

Auch der Wandteppich von Bayeux, welcher zirka um 1080 entstand, gilt für viele als eine frühe Form der Bildergeschichte. Dieser Teppich zeigt in mehreren Einzelbildern die Invasion Englands durch Wilhelm den Eroberer (vgl. Knigge, 1996, 12).

Die katholische Kirche bediente sich des Öfteren des Bildes, um den Gläubigen - zur damaligen Zeit zum Großteil Analphabeten - ihre Lehren näher zu bringen. Man denke etwa an die *Biblia Pauperum*, die anhand von Bildern das Neue Testament zu erzählen versuchte, oder den Kreuzweg, auf dem der Leidensweg Jesu illustriert wird.

Bereits im 14. und 15. Jahrhundert wurden in Europa Bilderbögen vertrieben, die mit Hilfe von Einzelbildern Geschichten erzählten. Fortschritte innerhalb der Drucktechnik machten es schließlich möglich, Bildergeschichten in der Öffentlichkeit zu verbreiten. Dies resultierte in der Herausgabe illustrierter Zeitschriften humoristischen und satirischen Inhalts. Knigge zählt hier unter anderem *Punch* (1841, England), *Die Fliegenden Blätter* (Deutschland, 1844) oder *Kladderadatsch* (Deutschland 1848) auf (vgl. Knigge, 1996, 12). Vor allem England setzte hierbei wichtige Impulse für die Entstehung des Comics. Der Zeichner William Hogarth nahm sich moderner Themen an und versuchte diese in einer angemessenen innovativen Art und Weise darzustellen. Die Popularität seiner Stiche verleitete jedoch auch andere dazu, Raubkopien anzufertigen und diese zu vertreiben. Hogarth ging rechtlich dagegen vor und erreichte, dass

später, im Jahre 1735, Zeichnern erstmals per Gesetz ein Urheberrecht an ihren Werken zugestanden wurde. Es erlangten immer mehr Zeichner Bekanntheit durch ihre Bilderserien, in denen sie - oft satirisch - aktuelle politische und gesellschaftliche Themen aufgriffen (vgl. Knigge, 1996, 12f).

Doch nicht nur in England waren Bildergeschichten und Satire beliebt. Der Schweizer Rodolphe Töpffer wird ebenfalls oftmals als Künstler angeführt, der großen Einfluss auf die Entstehung des Comics hatte und dessen Zeichnungen fraglos als Vorläufer des heute so beliebten Mediums gelten können. Töpffer - selbst Schriftsteller und Universitätsprofessor - zeichnete Bilder-Romane, die eigentlich nur dem Zeitvertreib dienen und nicht veröffentlicht werden sollten. Als Goethe diese im Jahr 1831 las, war er hellauf begeistert und überredete den Künstler, sie zu veröffentlichen und weitere zu zeichnen. (vgl. Knigge, 1996, 13). Auf Goethes Drängen hin erschienen nun weitere Bilder-Romane von Töpffer, die unter anderem aus dem Französischen auch ins Deutsche oder Englische übersetzt wurden. Töpffer schrieb 1845 auch die erste Abhandlung über das Erzählen in Bildern, seinen *Essai de Physiognomie* (vgl. Knigge, 1996, 14).

Auch Töpffer trennte noch immer den Bild- vom Textraum und platzierte seine erklärenden Texte nicht innerhalb des Bildes, sondern in Textzeilen darunter.

Ebenso verfuhr auch Wilhelm Busch, der hier als weiterer Wegbereiter des modernen Comics genannt werden soll. Busch begann 1859 für die oben genannten *Fliegenden Blätter* zu zeichnen. Im Jahr 1865 erschien schließlich Buschs berühmtestes Werk *Max und Moritz* beim Verlag Braun & Schneider, das unter anderem auch später erscheinende Comic-Strips wie *The Katzenjammer Kids* inspirieren sollte (vgl. Knigge, 1996, 22).

Horst Leinweber führt die Bildgeschichten Wilhelm Buschs als Anstoß für die Entwicklung der Comics an, hebt sie aber gleichzeitig aber auf eine höhere Ebene:

Busch aber wollte viel mehr: er betonte stets das Zeitlose seiner Zeichnungen und Bildgeschichten, er bemüht sich immer um ein Allgemeingültiges und darum, das allgemein Menschliche aufzuspüren. Seine humorvollen, satirischen und moralischen Zeichenserien haben bleibenden Wert - Comic Strips dagegen werden nur für den Augenblick gezeichnet. Sie erheben keinen Anspruch auf Ewigkeitswerte und fallen nach wenigen Stunden schon dem Vergessen anheim.
(Leinweber, 1958, 20f.)

Leinweber illustriert damit treffend die Stimmung, die im Jahr der Veröffentlichung seiner Arbeit (1958) dem Medium im deutschsprachigen Raum entgegenschlug.

Alle diese genannten Drucke, Werke oder Bildergeschichten entsprechen zwar nicht der vorangegangenen Definition von Comics, sind aber mit Sicherheit maßgeblich für die Entstehung des Mediums verantwortlich.

Auch Hoffmann wird in der Literatur als einer der Begründer genannt. Der von ihm 1945 gezeichnete *Struwwelpeter* sollte ursprünglich ein Geschenk an ein befreundetes Kind und nicht zur Veröffentlichung bestimmt sein. Als Hoffmann sein Werk dann doch publizierte, stieß er damit auf große Begeisterung. Trotz der heute als brutal empfundenen Geschichten und der "schwarzen Pädagogik" des Werkes wurde es damals lustig gefunden und fand rasenden Absatz (vgl. Havas/Habarta, 1993, 26).

Karl Riha verortet die Anfänge des Comics dort, wo auch die gegenwärtige Literatur in den meisten Fällen ansetzt: gegen Ende des 19. Jahrhunderts und Anfang des 20. Jahrhunderts in den amerikanischen Tageszeitungen (vgl. Riha, 1970, 7). Auch in vorliegender Arbeit wird dieser Standpunkt eingenommen und die Entstehung und Entwicklung des modernen Comics somit im US-amerikanischen Zeitungsmarkt verortet.

Ebenda setzt auch Schüwer an:

Den Status eines eigenständigen Mediums, dessen sich eine Vielzahl von Künstlern bedient und das vom Publikum gefordert und von Verlegern gezielt gefördert wird, erlangen die Comics in den 1890er Jahren in Nordamerika.

(Schüwer, 2008, 8)

Innerhalb Europas zeichnet bemerkenswerter Weise Österreich - das sonst auf eine verschwindend geringe Anzahl an Eigenproduktionen verweisen kann - mit Ladislaus Kmochs *Tobias Seicherl* für den ersten Tagesstrip innerhalb einer Zeitung verantwortlich (vgl. Havas/Habarta, 1993, 36ff.).

Ist ein Comic jedoch nur lustig?

Wie oben in der etymologischen Ableitung erläutert, meint der Begriff "Comic" ursprünglich grundlegend lustige Geschichten, er spielt auf den humoristischen Inhalt an. Dies träfe zwar durchaus auf die Anfänge des Mediums zu, wo der Comic Strip tatsächlich vornehmlich zur Unterhaltung und Verkaufsförderung konzipiert in der amerikanischen Presse auftauchte. Das Medium beschränkte sich jedoch nicht lange auf lustige Inhalte und nahm sich bald Satire und Gesellschaftskritik an.

Während Horst Leinweber in seiner Diplomarbeit 1958 noch festhält:

Ein Comic Strip will dagegen in erster Linie Unterhaltungsmedium sein. Gericht zu üben liegt dem Comic Strip fern und das Gebiet der Politik ist für den Comic-Zeichner tabu. (Leinweber, 1958, 12),

konstatiert Marianne Fix in ihrer Arbeit "Politik und Zeitgeschichte im Comic" 1996 bereits:

Die Erwartungshaltung geht bei Comics immer noch in Richtung Funny und Cartoon. Dabei werden in dem Medium schon lange zeitgeschichtliche

Sujets behandelt. Politik im Comic ist längst selbstverständlich, ob als Tagespolitik oder als Science Fiction. (Fix, 1996, 161f.)

Sie spielt damit unter anderem auch auf Art Spiegelmans Comic *Maus* an, der in den 80er Jahren des 20. Jahrhunderts für Aufregung sorgte, da er sich mit der Thematik des Holocaust auseinandersetzte. Dies sorgte damals verstärkt für die Diskussion, über die thematischen Grenzen des Mediums.

3.3. Situation der Comics

Der Comic hatte es schwer, sich in Europa zu etablieren. Je nach Land unterscheiden sich Konsum der Comics und deren Entwicklungsgeschichte. Jutta Wermke führt dies in ihrem Buch "Wozu Comics gut sind" unter anderem darauf zurück, dass in Europa ein elitärer Kunstbegriff herrschte, der in den USA so nicht existierte und somit eine unvoreingenommene Rezeption der Comics gewährleistet war (vgl. Wermke, 1973, 2).

In Europa gilt als Kunst, was schön ist, was gut ist, erzieherisch wertvoll und neben all und aufgrund dieser Qualitäten auch begrenzt verfügbar sein muss. Die Comics passten als Massenprodukt nicht in dieses Bild und wurden so von Anfang an als "Unkunst" geschmäht (vgl. Wermke, 1973, 23). Die Auflagenstärke der Comics wusste man sich damals nur davon abzuleiten, dass sich das Medium dem Leser anpasst und so nicht eigenständig für sich existiert, wie etwa "echte" Literatur. Somit wurden Comics als Konsumartikel angesehen, die einer Erachtung als Kunst nicht wert waren (vgl. Wermke, 1973, 29).

Die Unterschiede innerhalb der Comic-Kultur der einzelnen europäischen Staaten werden hier aus Platzgründen nur kurz angerissen.

Frankreich und Belgien zählen fraglos zu den Pionieren Europas hinsichtlich einer eigenständigen Comic-Szene. Comics werden hier offiziell als "Neunte Kunst" gesehen und sind gesellschaftlich akzeptiert. So verfügt Frankreich in Angoulême über das größte Comic-Museum der Welt. Sogar einen eigenen Zeichenstil brachte die frankobelgische Comic-Szene unter Mitwirkung vieler berühmter Künstler hervor (vgl. Havas/Habarta, 1993, 10).

Italien produziert innerhalb Europas die meisten Disney-Comics; auch Deutschland bezieht den Großteil der in den *Lustigen Taschenbüchern* veröffentlichten Geschichten von dort. Die Szene besteht sonst zumeist aus Kiosk-Comics (vgl. Havas/Habarta, 1993, 11).

Auch Spanien konnte sich nach Ende der Franco-Diktatur (1977) innerhalb der Comic-Szene etablieren und publizierte fleißig eigene Comics. Aufgrund der weiten Verbreitung der spanischen Sprache, war es Spanien auch möglich, viele seiner Comics ins Ausland zu exportieren und sich mit dem mittel- und südamerikanischen Raum auszutauschen (vgl. Havas/Habarta, 1993, 11).

Der deutschsprachige Raum hinkt den restlichen Entwicklungen in Europa und den USA hinterher. Es wurden zwar bereits in der Zwischenkriegszeit Versuche unternommen, eigene Comics zu produzieren, diese wurden jedoch schließlich von den Nationalsozialisten und später von Schmutz-und-Schund-Kampagnen gegen das Medium unterbunden. Die nach dem Zweiten Weltkrieg importierten Übersetzungen von frankobelgischen und amerikanischen Comics halfen dem Comic, in Deutschland an Popularität zu gewinnen, behinderten aber gleichzeitig die Entwicklung eines eigenständigen "Stils" (vgl. Havas/Habarta, 1993, 9ff).

Die Wissenschaft setzte sich in Deutschland mit Comics erst sehr spät nach deren erstmaligem massenhaftem Auftreten auseinander und auch dann konzentrierte man sich auf die pädagogischen oder psychologischen Aspekte, um die mit fraglichen Methoden arbeitenden Studien als Rechtfertigung für Hetze und Kampagnen gegen das Medium heranzuziehen. Erst in den späten 60er Jahren begann die Wissenschaft, sich auch auf andere Aspekte des Mediums zu konzentrieren. Der Comic fand unter anderem Eingang in den Unterricht, was wiederum zu Untersuchungen hinsichtlich des didaktischen Wertes führte (Dolle-Weinkauff, 1990, 228ff).

Schüwer stellt auch 2008 noch fest:

Von einem vernetzten System lässt sich angesichts dieser Lage kaum sprechen, eher von verstreuten Inseln Aktivität. [...] Eine Comicwissenschaft gibt es nicht.

(Schüwer, 2008, 13)

Trotz teilweise herausragender wissenschaftlicher Artikel und Arbeiten über Comics gibt es bis heute nur beschränkt Möglichkeiten des Austausches für Forscher verschiedener Disziplinen, die sich mit dem Medium auseinandersetzen.

Die "Bonner Online-Bibliographie zur Comicforschung" von Dr. Joachim Trinkwitz kann hier als erfreuliches Beispiel gelten, gibt sie doch einen ansehnlichen Überblick über die bisherige Literatur zum Thema Comics und Comicforschung.

Ebenfalls zu erwähnen seien hier auch gedruckte Bibliographien zu Comics, wie etwa jene von Skodzik aus dem Jahre 1985, Sammlungen von Aufsätzen mehrerer Forscher, die sich aus verschiedenen Perspektiven mit dem Medium, einem bestimmten Genre oder einer speziellen Serie beschäftigen, etwa Hein, Hüners und Michaelsen (2002) oder Ditschke, Kroucheva und Stein (2009).

Es wurden unter anderem auch Versuche unternommen, eine Chronologie der Comic-Entwicklung aufzustellen, wie etwa bei Dolle-Weinkauff (1990), Knigge (1986 und 1996), Havas und Habarta (1993) oder Grünwald (2000). Diese Chronologien konzentrieren sich freilich stets auf die Entwicklung innerhalb eines bestimmten Landes, da es unmöglich ist, die Entwicklung in allen Ländern gleichzeitig detailliert nachzuverfolgen.

Allerdings gab es bisher in der akademischen Forschung zu dem Medium Comic wenig Beteiligung seitens der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, die sowohl dem Medium selbst als auch den Autoren, Zeichnern und Serien stets eine stiefmütterliche Behandlung zuteilwerden ließ. Die Arbeit Horst Leinwebers aus dem Jahre 1958 setzte sich ausschließlich mit Comic-Strips auseinander und entsprach der damaligen negativen Haltung Comics gegenüber durchaus, indem

Leinweber ihnen jedwede Fähigkeit, sich mit seriösen Themen auseinanderzusetzen, absprach. Comics werden des Weiteren in der fachspezifischen Literatur niemals unter dem Begriff "Medium" erwähnt, geschweige denn in größeren Werken, die einen Überblick über die in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft behandelten Gegenstände geben wollen, auch nur peripher angeführt.

Zeichner und Autoren erfahren ebenso wenig Aufmerksamkeit und Würdigung seitens der Wissenschaften, sei es nun in der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, den Bildenden Künsten oder der Literaturwissenschaft.

Der in vorliegender Arbeit unternommene Versuch, die Entwicklung des Mediums anhand soziokultureller Faktoren nachzuvollziehen und zu rekonstruieren, welche Einflüsse dafür verantwortlich sind, dass der Comic uns in der heutigen Form und mit seinem heutigen Image begegnet, wurde von Horst Grabensberger (2000) mit Blick auf die österreichische Chronologie des Mediums bereits an der FH St. Pölten unternommen. Eine detaillierte Chronologie der Entwicklung in Deutschland, die gesellschaftliche und generationsbedingte Faktoren als konstitutive Einflüsse annimmt und gleichzeitig versucht, Unterschiede zur Entwicklung in den USA hervorstreichend und zu begründen, existiert bislang jedoch nicht.

4. Theorie und kommunikationswissenschaftliche Einbindung

Um die in dieser Arbeit gestellten Fragen adäquat zu beantworten, ist eine Theorie erforderlich, die politische, ökonomische, gesellschaftliche und kulturelle Faktoren mit der Entwicklung eines Mediums in Bezug bringen kann. In der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft ist derzeit keine solche Theorie vorhanden, es soll jedoch hier versucht werden, aus verschiedenen Modellen eine theoretische Grundlage zu bilden, die die gewonnenen Erkenntnisse ausreichend zu stützen vermag.

Da der Comic sowohl als Medium, als auch als Kunstform oder Ausformung der Populärkultur gilt, können rein medienorientierte Theorien seine Entwicklungsgeschichte nicht ausreichend beschreiben, da sich diese hauptsächlich auf Massenmedien konzentrieren, die vornehmlich aktuelle Informationen liefern, was jedoch nicht zu den Haupteigenschaften des Comics zählt. Durch die stiefmütterliche Behandlung des Mediums seitens der Kunst-, Literatur- und Medienwissenschaft ist der Comic auch hier kaum in gängigen Theorien berücksichtigt worden, was dazu führt, dass zur Entwicklung des Mediums Comic unter Berücksichtigung der gesellschaftlichen, politischen oder ökonomischen Faktoren keine Theorien bestehen, die es erlauben würden, den Werdegang der gesellschaftlichen Stellung des Comics in zwei verschiedenen Ländern zu illustrieren.

Somit ist es vonnöten, für die Entwicklung dieses Hybridmediums eine "hybride theoretische Grundlage" heranzuziehen, also interdisziplinär nach Modellen zu suchen, die einzelne Aspekte bieten, welche dabei helfen, die Entwicklung des Mediums nachzuvollziehen.

Kellner plädiert dafür, dass sich Theorien, die sich mit Medien und der sie umgebenden Kultur auseinandersetzen, am besten anhand der Erforschung konkreter Phänomene, die innerhalb der damaligen Gesellschaftsstrukturen kontextualisiert werden, entwickeln lassen.

Thus, to interrogate contemporary media culture critically involves carrying out studies of how the culture industries produce specific artifacts that reproduce the social discourses which are embedded in the key conflicts and struggles of the day.

(Kellner, 1995, 3f)

Für ihn ist *media culture* sowohl für soziale und politische Prozesse konstituierend sowohl als auch aus ihnen resultierend. Insofern können Comics sowohl als Produkt einer Gesellschaft als auch als Einfluss auf dieselbe aufgefasst werden. Es ist also notwendig, ihre Entwicklung in den sozialen Kontext einzubetten, um ihre Stellung innerhalb der Gesellschaft und den Verlauf ihrer allmählichen Akzeptanz als Bestandteil der Medienlandschaft und Vermittler von (nicht nur unterhaltender) Information nachzuvollziehen.

Köster liefert hier einen theoretischen Ansatz, in welchem er mit Hilfe der Analyse von auf Medien bezogenen Argumentationsweisen des 20. Jahrhunderts versucht, eine Medienevolution innerhalb der Gesellschaft zu skizzieren. Er sieht die Evolution als einen zunehmenden Prozess der Akzeptanz, dem ein Medium nach seiner "Neueinführung" unterworfen ist. Köster wählt zwar beispielhaft den Film aus, um zu illustrieren, wie dieses Medium es schaffte, die kulturelle Hegemonie des Bildungsbürgertums zu durchbrechen oder die Legitimation der von ihm produzierten kulturellen Definition zumindest in Frage stellte, spricht den "Heftchenreihen" jedoch gleichzeitig ebensolche Tendenzen zu (vgl. Köster, 2002, 156).

Für ihn kristallisieren sich drei grundlegende Haltungen neuen Medien gegenüber heraus, wobei die dritte Haltung laut Köster das vorläufige Endstadium markiert. Es handelt sich hierbei um:

- Eine Haltung der *Ablehnung und Exklusion* mit Blick auf eine "echte Kultur", die bewahrt werden muss. Fernsehen und Radio wurden - wie auch Comics - als kulturzerstörerisch, -gefährdend oder als "Schmutz und Schund" betitelt. Die Prinzipien der Serialität, Technizität und vor allem Reproduktion waren für Kritiker und Gegner Anzeichen für "Unkunst", da

für jene nur das in sich abgeschlossene Kunstwerk als ein solches zählen konnte.

- Eine Haltung der *Integration und Modifikation* macht sich daran bemerkbar, dass bestehende Kunst- und Kulturbegriffe, wie auch das Konzept der Bildung unter Konfrontation mit den neuen Medien erweitert und modifiziert werden, um das neue zu integrieren. Dies erklärt beispielsweise auch den Gebrauch bereits älterer Medienbegriffe und ihre Verschmelzung mit den neuen, wie etwa "Autorencomic" oder der Versuch, Comics als Kunst zu nobilitieren.
- Die Haltungen der *Erosion und Entidentifikation* beschreiben den Vorgang, dass sich Kunst und Avantgarde der Mittel der neuen Medien annehmen, um diese - sich stets der Provokation bewusst - zu gebrauchen und die Trennung zwischen "Hochkunst" und "Massenkunst" aufzuheben.

(vgl. Köster, 2002, 157)

Kösters drei Stufen der gesellschaftlichen Akzeptanz eines neuen Mediums können als grundlegendes und grobes Modell herangezogen werden, um zu illustrieren, welchen Prozess ein Medium und die gesellschaftliche Haltung ihm gegenüber gemeinsam durchlaufen. In vorliegender Arbeit wird sich zeigen, dass sich diese Stufen ebenso in der Entwicklung des Comics, eingebettet in die Gesellschaft, nachvollziehen lassen.

Gründe für die Akzeptanz oder Änderungen in der Haltung gegenüber eines Mediums können mit diesem Modell zwar nicht gefunden werden, allerdings gibt es eine brauchbare Grundstruktur eine Beschreibung der Haltung der Gesellschaft im Laufe der Medienevolution vor.

In den Cultural Studies finden sich zwar Modelle, mit deren Hilfe eruiert werden kann, inwiefern Medien oder Populärkultur eine Gesellschaft beeinflussen und formen können, jedoch gibt es wenige Tendenzen, derartige Theorien auch für die entgegengesetzte Richtung aufzustellen.

Es wäre demnach vonnöten, ein Modell zu konzipieren, das sich nicht darauf konzentriert, was die Medien mit der Gesellschaft machen, sondern was die Gesellschaft mit den Medien macht bzw. wie sich beide gegenseitig unter Einbeziehung des sie umgebenden politischen und ökonomischen Umfelds bedingen.

Externe Faktoren, die die Medienlandschaft prägen und für das gegenwärtige Angebot konstitutiv sind, werden in wenigen bis keinen Theorien angesprochen oder erörtert. Da sich ein Medium jedoch nicht abgekoppelt von seinem Umfeld entwickeln kann, wäre es notwendig, nicht nur formal chronologisch zu arbeiten sondern politische, ökonomische und soziale Umstände des jeweiligen Zeitabschnitts herauszuarbeiten, um bestimmte Punkte innerhalb der Entwicklung nachvollziehen zu können.

So könnte beispielsweise auch geklärt werden, weshalb ein bestimmtes Genre des Comics zu einem speziellen Zeitpunkt der Geschichte große Beliebtheit erfuhr oder warum sich die "Superhelden" in Deutschland auf Dauer nicht durchsetzen konnten, während sie in den USA noch immer zum beliebtesten Genre des Comics zählen.

Keine Medienentwicklungstheorie, die sich lediglich auf formale Kriterien (Aussehen, Präsentationsform etc.) beschränkt, kann hierfür Begründungen produzieren.

Siegfried J. Schmidt setzt sich in seinem Aufsatz "Medienentwicklung und gesellschaftlicher Wandel" 2003 mit der Frage auseinander, inwiefern die Geschichte eines Mediums von der gesellschaftlichen und politischen Entwicklung entkoppelt werden kann, kommt zu dem Schluss, dass dies nicht möglich sei und postuliert eine *Co-Evolution* (vgl. Schmidt, 2003, 138).

Er stellt acht Konstanten auf, nach denen sich seines Erachtens neu eingeführte Medien entwickeln. Diese Konstanten sollen als medienwissenschaftlich theoretische Basiskonstruktion herangezogen werden, um die in dieser Arbeit gefundenen Ergebnisse einordnen zu können.

1. Konstante: *Disziplinierung der Wahrnehmung.* Schmidt führt an, dass sich der Rezipient das nötige Werkzeug aneignen muss, um ein Medium zu konsumieren. Jemand, der ein Buch verstehen möchte, muss des Lesens mächtig sein, um daraus Wissen, Unterhaltung oder Information zu beziehen. (vgl. Schmidt, 2003, 146).

Auf Comics umgelegt bedeutet dies, dass der Konsument sowohl lesen können als auch über ein Verständnis der vom Comic verwendeten Zeichensprache verfügen muss. In welcher Richtung die Panels zu lesen sind, um eine chronologische Handlung zu ergeben, was Sterne um den Kopf einer Figur bedeuten, warum gezackte Sprechblasen Schreien und Wolken einen Gedankengang ausdrücken - all das muss der Leser sich aneignen, um einen Comic "richtig" lesen zu können. Jedoch kann im Fall des Comics hier auch konstatiert werden, dass Lesekompetenz nicht zwingend vonnöten ist, da gerade die Arbeit mit Bildern es dem Konsumenten in den meisten Fällen ermöglicht, die Grundhandlung des Comics auch ohne Lesen des Textes zu verstehen³. Für das vollständige Verständnis ist allerdings die Fähigkeit des Lesens durchaus notwendig.

2. Konstante: *Demokratisierungsversprechen.* Mit dieser Konstante beschreibt Schmidt die beiden Pole, die sich bei der Einführung eines neuen Mediums gegenüber stehen: die Befürworter und Gegner.

Er konstatiert, dass beide mit den immer gleichen Argumenten für/wider das Medium ins Feld ziehen. Während die Gegner Argumente wie den Verfall der bestehenden Kultur auf das Tapet bringen, halten die Befürworter mit der Annahme einer kulturellen Bereicherung dagegen. Von gegnerischer Seite wird außerdem eine vermeintliche Gefahr für die Gesellschaft und/oder ihre Individuen befürchtet, während die Befürworter des neuen Mediums in seiner Einführung eine Demokratisierung von Information verstehen - dass also Information, Wissen oder Unterhaltung für alle frei zugänglich werde (vgl. Schmidt, 2003, 146).

³ Wie später gezeigt wird, ist der herrschende Analphabetismus in den USA gegen Ende des 19. Jahrhunderts mit ein Grund für die Einführung von Bildergeschichten in den Zeitungen. Bereits anhand der *Biblia Pauperum* ist ersichtlich, dass zur Informationsvermittlung an illiterate Bevölkerungsgruppen schon sehr früh auf das Bild zurückgegriffen wurde.

Die Argumentation, die Schmidt in seinen Konstanten anführt, ist derjenigen der Comic-Gegner und -Befürworter sehr ähnlich. Während die einen Befürchtungen äußerten, dass die Jugend durch "Bildidiotismus" verdorben, zu Kriminalität angestiftet und in der Lesefähigkeit geschwächt würde, konterte die andere Seite damit, dass Comics einen wichtigen Beitrag zu Bildung und Unterhaltung leisten könnten, dass sie durch ihre neuartige Darstellungsweise eine kulturelle Bereicherung für die Gesellschaft darstellten und durch ihren geringen Preis auch für jeden zugänglich wären.

Dahrendorf hält 1972 fest:

*Dieses Medium [Comics, Anm.] ist kein im engeren Sinn literarisches, es hat wenig zu tun mit der kulturellen Tradition des Schriftlichen, aber viel mit dem massenkulturellen Demokratisierungsprozeß, in dem wir stehen, wenig mit den vom gebildeten Bürgertum genormten Inhalten und Kulturtechniken, aber viel mit den Bedürfnissen der in bürgerlicher Umwelt nicht zu ihrem Recht Kommenden, der Frustrierten und von der esoterischen literarischen Kultur nicht Erreichten und Angesprochenen.
(Dahrendorf, 1972, zit. nach Maier, 1993, 218)*

Dahrendorf postuliert also eine Demokratisierung durch Comics und hält fest, dass sie aufgrund ihrer Einfachheit denjenigen bestimmte Inhalte zugänglich machen können, die der dominierenden Wort- und Bildkultur nicht nahe stehen.

3. Konstante: Kommerzialisierung. Da jedes neue Medium bestimmter Techniken bedarf, um auf den Markt zu kommen, werden auch neue Institutionen benötigt, die die Herstellung regeln und möglich machen. Was für den Hörfunk etwa Sendestationen, Empfangsgeräte und technisches Equipment ist, sind für Comics Druckereien, Syndikate, Vertriebs- und Verkaufseinrichtungen. Diese unterliegen natürlich auch gesetzlichen und gesellschaftlichen Regelungen.

All das muss bei der Etablierung eines neuen Mediums einkalkuliert werden und ist zumeist mit einem finanziellen Aufwand verbunden. Um rentabel zu wirtschaften, wird der Herausgeber versuchen, so gut als möglich der breiten Nachfrage seitens der Konsumenten zu entsprechen. Er bietet an, was sich

verkauft und der Konsument kauft, was ihm (in Massen) angeboten wird (vgl. Schmidt, 2003, 147).

Auf Comics umgelegt illustriert diese Konstante sehr ansehnlich, warum Abenteuer- und Unterhaltungs-Genres auf dem Comic-Markt führende Rollen einnehmen. Was sich gut verkauft - also entweder lustig oder aktionsgeladen ist - wird in hohem Maß angeboten, weniger beliebte Thematiken halten sich mit Schwierigkeiten über Wasser. Insofern sind die Themen der Comics auch von laufenden Trends innerhalb der Gesellschaft abhängig, die sich wiederum aus weiteren externen Faktoren ergeben, wie etwa geschichtlichen oder politischen Ereignissen.

4. Konstante: Individualisierung. Schmidt verknüpft diese vierte Konstante stark mit der oben erläuterten dritten und konstatiert: "Um sich zu rechnen, genügt es nicht, immer das Gleiche anzubieten; vielmehr lautet die Devise: Immer mehr Anderes!" (Schmidt, 2003, 147)

Aufgrund der dritten Konstante bieten Comic-Produzenten und -Verlage also - wie oben erwähnt - hauptsächlich humoristisches oder aktionsgeladenes Material an, das sie aber auch immer wieder erneuern und verändern müssen, um das Publikum weiterhin für sich begeistern zu können. Es müssen neue Figuren, neue Szenarien, Feinde, Abenteuer oder Pointen entworfen werden, um die Serie auf Dauer spannend und abwechslungsreich gestalten zu können. Natürlich macht sich diese Individualisierung nicht nur innerhalb der einzelnen Serien bemerkbar, sondern greift auch auf ganze Genres über: Findet beispielsweise *Superman* als Helden-Comic bei den Lesern großen Anklang, werden auch mehrere, andere und verschiedene Superhelden die Bühne betreten, um das Angebot zu verbreitern.

Doch auch innerhalb des Mediums Comic selbst ist eine Individualisierung im Laufe der Geschichte festzumachen: So treten neben die Funnies und Abenteuer-Comics zu späterem Zeitpunkt auch historische Comicserien, die das Ziel der Bildung verfolgen, sowie Erotik-Comics, Mädchen-Comics etc., die insgesamt das Spektrum des Mediums verbreitern und versuchen, bestimmte Zielgruppen spezifisch - also individuell - zu bedienen.

5. Konstante: Entkopplung. Schmidt illustriert die Konstante der Entkopplung anhand der Einführung der Schrift als Medium, die es möglich macht, zeitliche und räumliche Bindungen zu überwinden bis hin zur heutigen Online-Kommunikation, die temporale oder geographische Differenzen zu einer Nebensächlichkeit disqualifiziert (vgl. Schmidt, 2003, 148).

Der Comic entkoppelt nicht nur Zeit und Raum in seinen Geschichten, sondern schafft es mitunter auch, komplett differente Welten entstehen zu lassen. Eine Comic-Geschichte kann immer unabhängig von ihrem Entstehungszeitpunkt konsumiert werden und ist räumlich ebenso ungebunden.

6. Konstante: Latenzbeobachtung. Als Latenzbeobachtung definiert Schmidt, dass Mediennutzer Medien dabei beobachten, wie diese wiederum andere Medien und sich selbst bei der Observierung beobachten (vgl. Schmidt, 2003, 148).

Ein Comic orientiert sich ebenso auch an anderen Comics, was Handlungen, Settings, Figuren oder Aufmachung angeht, was wiederum den Rezipienten nicht entgehen dürfte.

Im Fall der Comic-Landschaft im Nachkriegsdeutschland der 50er und 60er machte sich dies bemerkbar, als sich die Produzenten in der Wahl der Thematik stark an den aus den Vereinigten Staaten importierten Comic-Serien orientierten, da sich diese großer Beliebtheit erfreuten und daher hohe Rentabilität versprachen.

Insofern kann der Konsument mitverfolgen, wie sich die neu aufkommenden inländischen und die bereits bestehenden ausländischen Serien in der Präsentation ähneln.

Doch auch andere Medien werden von Comics beobachtet, zum Beispiel politische Strips, die sich auf aktuelle Begebenheiten und die Berichterstattung bestimmter Tageszeitungen beziehen. Es entstanden jedoch auch viele Comics, die sich auf das Medium Film bezogen und Figuren aus Zeichentrickfilmen in Comic-Form auftreten ließen. Umgekehrt bezieht sich auch die Filmindustrie auf

Comics, wie die mittlerweile häufig erscheinenden Superhelden-Kinofilme, die auf Comic-Handlungen basieren, beweisen.

7. Konstante: *Intermedialität und Reflexivität.* "Medien beziehen sich auf sich selbst und auf andere Medien, sie beobachten und kommentieren, was die anderen Medien beobachten und kommentieren, sie kritisieren sich gegenseitig und machen daraus ein eigenes Programm." (Schmidt, 2003, 149) Der Bezug von Medien aufeinander in Form von Kommentaren oder Kritik wird von Schmidt als *Intermedialität* bezeichnet, während *Hybridisierung* der Fall ist, wenn ein Medium andere Medien integriert, sich also seiner Darstellungsmittel bedient (vgl. ebd, 149).

Im Laufe der Entwicklung des Mediums Comic kamen unter anderem auch Serien auf den Markt, die es sich zur Aufgabe gemacht hatten, andere Serien zu persiflieren, karikieren oder kritisieren. Ebenso werden - wie oben erwähnt - auch andere Medien innerhalb des Comics kommentiert oder kritisiert. Doch auch die Übernahme von Stoffen der reinen Verballiteratur und deren Transfer in eine Comic-Form können als Intermedialität gelten. Zwar trifft dies - wie oben erwähnt - nicht auf die gesamte Mediengattung "Comic" als Eigenschaft zu, wird aber bei bestimmten Genres durchaus angewandt.

Da der Comic an sich schon als Hybridmedium gilt, das Bild und Text in sich vereint, ist die von Schmidt postulierte *Hybridisierung* hier bereits von Anfang an der Fall. Jedoch kann auch bei Trickfilmen die auf Comic Figuren basieren, und vice versa, von einer *Hybridisierung* gesprochen werden.

8. Konstante: *Autologie und Medienforschung.* Schmidt bezieht sich vor allem darauf, dass es nur innerhalb eines Mediums selbst möglich ist, Medien zu erforschen.

Damit ist Medienforschung notwendig auf sich selbst bezogen, sie muss ihre eigenen Erklärungen erklären, sie benutzt ihre Mittel (Medien), um ihren Problembereich (Medien) zu bearbeiten.

(Schmidt, 2003, 149)

Für vorliegende Arbeit sollen vor allem die zweite, dritte und vierte Konstante von besonderer Bedeutung sein.

Einen weiteren theoretischen Ansatz hinsichtlich der Entwicklung eines Mediums innerhalb einer sich wandelnden Gesellschaft liefert Wolfram Peiser, indem er sich auf das Prinzip des Generationenwandels bezieht.

Wenn nun dauerhafte Unterschiede zwischen den Generationen bestehen, in ihren Werten und Verhaltensweisen usw. [...], dann führt der Generationswechsel in der Bevölkerung langfristig zu gesellschaftlichem Wandel. So kann man z.B. die Ausbreitung von Medien zum Teil mit generationsspezifischer Affinität zu neuen Medien - in Verbindung mit dem Generationswechsel erklären.

(Peiser, 2003, 197)

Nach diesem Ansatz erscheint eine Entwicklung des Comics vor allem durch die nachkommenden Generationen geprägt. Eine Generation, die in ihrer Jugend etwa im Deutschland der Nachkriegszeit mit Comics konfrontiert wurde und diese mit Begeisterung konsumierte, vertritt dem Medium gegenüber eine andere Sichtweise als jene, die zu dieser Zeit bereits erwachsen war und damit nicht in die vornehmliche Zielgruppe der Comics fiel. Wenn diese Generation der ehemals jugendlichen Leser nun Eintritt findet in die Verlags- oder Medienlandschaft, kann sie mit ihren differenten Standpunkten und Haltungen somit zu einem Medien- und gleichzeitig Gesellschaftswandel führen, indem etwa verstärkt Comics verlegt werden oder der Ton innerhalb der Presse eine positivere Note bekommt, da die beurteilenden Instanzen mit dem Medium aufwachsen und keine rigoros abwehrende Haltung ihm gegenüber einnehmen (vgl. Peiser, 2003, 203).

Peiser konstatiert jedoch auch weiters, dass ein solcher Ansatz ein sehr vereinfachtes Modell ist, das sich nur auf eine lineare Verbindung zwischen Medien und Gesellschaft bezieht und dabei andere Faktoren, wie etwa kulturelle, politische oder ökonomische Einflüsse, ausklammert (vgl. Peiser, 2003, 198f).

Diese sind jedoch für vorliegende Arbeit von Bedeutung, da gerade diese Faktoren eine Gesellschaft und die Haltung einer jeweiligen Generation prägen.

Es ist also notwendig, das prägende historische Umfeld der jeweiligen Generation zu erörtern, um ihren Einfluss auf die Medienlandschaft nachvollziehen zu können.

Das Modell, auf das sich diese Arbeit stützen soll, ist somit eine Synthese differenter Ansätze, die einerseits die technischen, politischen und gesellschaftlichen Faktoren berücksichtigt, die ein Medium in seiner Entwicklung beeinflussen (Schmidt) und gleichzeitig den einer Gesellschaft inhärenten Faktor des Generationenwandels als Bedingung eines Medienwandels mit einbeziehen (Peiser). Da eine Generation und ein Medium nicht ohne das jeweilige historische Umfeld sowie ökonomische und politische Faktoren beschrieben werden können, sollen diese ebenso als Einflussfaktoren eingebunden werden. Dies ermöglicht es, den Zusammenhang zwischen Medien- und Gesellschaftsentwicklung plausibel darstellen zu können.

5. Entstehungsgeschichte des Comics in den USA

Im folgenden Kapitel soll ein detailreicher Überblick über die Entwicklung des Comics in den USA gegeben werden; über die Entstehungsbedingungen des Mediums, Gründe für eventuelle Behinderungen oder Fortschritte und die Ursachen dafür, dass sich der Comic in diesem Land zu einem akzeptierten und weitläufig erforschten Medium entwickeln konnte.

5.1. Die Anfänge (Ende 19. Jahrhundert bis 1929)

Die Geburtsstunde des Comics wird in der gängigen Literatur oft mit dem Jahr 1895 festgelegt und in der damaligen Zeitungslandschaft der USA verortet. Die bereits erwähnten Witzzeichnungen, welche im England des 18. Jahrhunderts hohe Popularität erreicht hatten, fanden in den USA großen Anklang, weshalb sich die amerikanischen Zeitungen gegen Ende des 19. Jahrhunderts entschieden, sie in ihr Repertoire aufzunehmen. Die sogenannten *comic supplements* waren dafür gedacht, die Sonntagsausgaben der Tageszeitung mit Hilfe von Illustrationen und Witzbildern besser zu verkaufen beziehungsweise sollte durch die lustigen Zeichnungen auch mehr Aufmerksamkeit generiert werden (vgl. Grabensberger, 2000, 27).

Da es zum damaligen Zeitpunkt noch viele Analphabeten in der Bevölkerung gab, boten sich die Zeichnungen als Informationsvermittler und Verkaufsförderung durchaus an, da sie von jedem verstanden wurden. Zwar ist es für das volle Verständnis von Comics generell vonnöten, lesen zu können, jedoch vermitteln auch die Bilder ausreichend Information, um die dargebotene Handlung in groben Zügen zu verstehen.

Um die Wende zum 20. Jahrhundert erlebten die USA gerade eine einschneidende gesellschaftliche Veränderung. Die Industrialisierung hatte Einzug gehalten und die Städte wuchsen durch den Zuzug aus ruralen Gegenden in rasantem Tempo. Außerdem bedingte sie die Entstehung einer neuen Gesellschaftsschicht - der Arbeiterklasse. Diese suchte nach ihren langen und harten Arbeitstagen Entspannung und Zerstreuung, die bisher dem

Bildungsbürgertum und den höheren Schichten vorbehalten war. Förderlich hinzu kam die zunehmende Alphabetisierung. Die vormals illiteraten "Massen" suchten - nun des Lesens mächtig - ebenfalls nach Informationsquellen und fanden diese in den mittlerweile über Straßenverkauf betriebenen Tageszeitungen. Über die derart gewonnenen Informationen entwickelte sich auch unter ihnen ein politisches Bewusstsein welches in einem Aufbegehren hinsichtlich ihrer gesellschaftlichen Stellung und Situation resultierte. Das neu gewonnene Publikum wollte nun die Gesellschaft mitgestalten, seine Situation verbessert sehen (vgl. Grabensberger, 2000, 60ff). Hieran wird bereits sichtbar, in welchem starkem wechselseitigem Verhältnis sich Medien und Gesellschaft bewegen, wie sie einander bedingen, aufeinander reagieren und schließlich zu Wandel führen können.

5.1.1. The Yellow Kid (Richard Felton Outcault)

Unter denen, die mit ihren Zeichnungen einen Platz in einer amerikanischen Zeitung fanden, war auch Richard Felton Outcault. Outcault griff in seinen Zeichnungen über *Hogan's Alley* das damalige Leben der Straßenkinder New Yorks auf. Diese Illustrationen - anfangs in dem Magazin *Truth* veröffentlicht - waren bei den Lesern sehr beliebt und schon bald zeichnete Outcault für die Sonntagsausgabe der *New York World* Joseph Pulitzers und griff auch dort die vorher verwendete Thematik auf (Knigge, 1996, 16f).

Ein kahlköpfiger Junge mit Segelohren, bekleidet mit einem Nachthemd, stach dabei besonders hervor und wurde schließlich zum Hauptprotagonisten der Serie - Mickey Dugan. Er begann auch zu "sprechen", wobei seine Äußerungen auf dem Nachthemd zu lesen waren. Anfangs waren die Zeichnungen in den Sonntagsbeilagen noch in Schwarz und Weiß gehalten, doch wenig später warben die Zeitungen in den Vereinigten Staaten mit Hilfe bunt gedruckter Wochenendbeilagen fleißig um Leser. Der Farbdruck - um diese Zeit noch eine Novität - ließ das Nachthemd des kleinen Lausbuben 1896 plötzlich in gelb erstrahlen und faszinierte die Leser. Die Farbe seines Kleidungsstücks war es schließlich auch, die Mickey Dugan seinen geläufigeren Namen einbrachte:

Yellow Kid. Da es sich bei der *New York World* um eine Boulevardzeitung handelte, entstand auch bald die heute noch geläufige Bezeichnung *yellow press* für dieses Genre von Tageszeitung (vgl. Knigge, 1996, 16f).

Hier wird ersichtlich, dass die externe technische Entwicklung des Farbdrucks einen ausschlaggebenden Einfluss auf die Entstehung des Mediums hatte, da die erste populäre Comic-Figur der Geschichte ihre Bekanntheit der auffälligen Farbe verdankte.

Yellow Kid wies noch nicht alle Elemente auf, die man als Bestandteile eines Comic-Strips definiert, was innerhalb der Comicforschung vereinzelt für Kritik an der Annahme Outcaults Werk sei der "Vater der Comics" sorgt. Horst Grabensberger sieht *Yellow Kid* jedoch als "Role Model" für nachher entstehende Comics an, da es sich dabei um die "erste allgemein bekannte Comicfigur" handelte.

Role Model deshalb, weil mit Yellow Kid zum ersten mal alle Mechanismen aus ökonomischer, kommunikationswissenschaftlicher und auch kulturphilosophischer Sicht in Gang gesetzt wurden, welche die Massenkultur seit jeher prägen.

(Grabensberger, 2000, 29)

Es sollte noch einige Zeit vergehen, bis Outcault sich statt des Nachthemds der Sprechblase bediente, um Text in den Bildern zu platzieren. Diese Form der Kombination von Text und Bild war zwar bereits in den Karikaturen im England des 18. Jahrhunderts gebräuchlich gewesen, hatte sich jedoch bis jetzt noch nicht in den Bildgeschichten Amerikas durchgesetzt.

Bald schon war die Figur des *Yellow Kid* in ganz New York bekannt, erfreute sich bei den Lesern großer Beliebtheit und sorgte damit für einen Zugzwang unter den anderen Zeitungsverlegern, die sich nun ebenfalls dafür interessierten, mithilfe von Illustrationen und Bildergeschichten die Verkaufszahlen ihrer Sonntagsausgaben zu erhöhen. Als der Zeitungsverleger William Randolph Hearst 1896 von der West- an die Ostküste der USA übersiedelte und dort eine

eigene Zeitung, das *New York Journal*, gründete, konnte er Outcalt dafür abwerben (vgl. Knigge, 1996, 19).

Beim *New York Journal* zeigte sich der Zeichner dann noch innovativer. Er begann sich am Prinzip der Bildergeschichte zu orientieren und sequentiell zu zeichnen. So zerteilte er eine Folge in mehrere Einzelbilder, und verteilte so auf mehrere Zeichnungen, was vorher in einer einzelnen ausgedrückt werden musste. Anfangs befanden sich zwischen den einzelnen Panels noch große Leerräume, die er aber bald durch dünne Linien trennte, um sie schließlich später, gegen Anfang des Jahres 1897, durch einen weißen Steg voneinander zu separieren, wie es heute bei den meisten Comics üblich ist. (vgl. Knigge, 2009, 8ff.)

In einem Großteil der Literatur wird die Geburtsstunde des Comics mit dem 5. Mai 1895 angeführt, also jener Tag, an dem Outcalt anfing, das *Yellow Kid* exklusiv für die *Sunday World* zu zeichnen (vgl. Knigge, 1996, 17). Knigge hält jedoch den 25. Oktober 1896 für sinnvoller, da Outcalt an diesem Datum begann, die Bilder seriell anzuordnen und die Sprechblase in das Bild zu integrieren (vgl. Knigge, 1996, 17).

Auch Merchandising fehlte bereits bei diesem ersten Comic nicht. Sämtliche Begleitprodukte erschienen auf dem Markt, man konnte *Yellow Kid* als Figur, als Spiel oder Puzzle kaufen und ihn als Testimonial für verschiedenste Produkte werbend auffinden (vgl. Knigge, 1996, 17).

Bereits damals kam es zu Protesten gegen die Serie, deren von der Gellschaft als derb empfundener Humor nun durch die große Bekanntheit ins Kreuzfeuer der Öffentlichkeit gekommen war. Als Outcalt später seinen nächsten Erfolg *Buster Brown* zeichnete, versuchte er, solchen Protesten durch eine im letzten Panel platzierte moralische Botschaft entgegenzuwirken und nutzte gleichzeitig die Erfahrungen, die er beim Merchandising von *Yellow Kid* gemacht hatte - er verkaufte Lizenzen an seiner neuen Figur und konnte sich so ebenfalls als Geschäftsmann etablieren (vgl. Grabensberger, 2000, 29; Knigge, 1996, 17f).

Pulitzer entschied sich, nachdem ihm Outcault wiederum abgeworben worden war, *Yellow Kid* in seiner Zeitung zu behalten und stellte George B. Luks ein, um unter dem Titel *Hogan's Alley* weiterhin *Yellow Kid* für seine Zeitung zu zeichnen. Er hatte er zuvor versucht, Outcault wieder abzuwerben, wurde allerdings erneut von Hearst überboten. Die beiden Herausgeber lieferten sich einen Kleinkrieg um die besten Zeichner, allen voran um Outcault. Pulitzer versuchte sogar, den Zeichner auf Unterlassung zu klagen, damit dieser *Yellow Kid* nicht für Hearsts *Journal* zeichnen könnte. Letzterer hatte sich jedoch bereits die Rechte an seiner Figur gesichert und die Klage prallte ab. Der Entscheid des Gerichtes erlaubte Outcault, *Yellow Kid* zu zeichnen, für wen er wollte, erlaubte aber Pulitzer gleichzeitig, die Serie *Hogan's Alley* mit einem anderen Zeichner weiterhin zu veröffentlichen (vgl. Knigge, 1996, 19).

Hausmanninger sieht einen Grund für diesen Streit der beiden Verleger um einen Comic-Zeichner eben in der damaligen sozialen Situation, in der es wichtig war, die Leser auf der Straße - die "Masse" - mit Hilfe der bunten Beilagen und berühmten Strips zu gewinnen und damit die Auflagen zu steigern (vgl. Hausmanninger, 1994a, 30).

Doch nicht nur um Richard Felton Outcault entstand solch ein Streit, auch Rudolph Dirks, dessen Werk im nun folgenden Abschnitt erläutert werden soll, wurde stark umworben.

5.1.2. The Katzenjammer Kids (Rudolph Dirks)

Als sich 1898 die einzelnen Boroughs von New York zu einem Greater New York zusammenfügten, entstand in der neuen Metropole nicht zuletzt auch durch die starke Zuwanderung aus Europa, eine ethnische Vielfalt, in welcher über 70 Sprachen gesprochen wurden. Hier fanden die Bildgeschichten in den Zeitungen großen Anklang: jeder verstand den Witz dahinter, jeder konnte darüber lachen, egal welche Muttersprache er hatte (vgl. Knigge, 2009, 10). Außerdem wurden die Lebenswelten der damaligen "Massen" oder "Unterschichten" in diversen Strips humoristisch widergespiegelt, sodass man sich mit den Figuren

identifizieren konnte. Hausmanninger sieht hierin unter anderem einen wichtigen Beitrag zur Formung der amerikanischen Gesellschaft:

Dabei tragen diese Comics nicht wenig zur Bindung der fremdsprachigen Gruppen an die amerikanische Zivilisation bei, denn bei allen Sprachbarrieren sind sie dennoch rezeptabel, und über die lustvolle Anamnese der eigenen Typika ermöglichen sie zugleich eine sympathisierende Bewußtwerdung.

(Hausmanninger, 1994a, 30)

Die Comics wurden so zu einer Zugkraft für Zeitungsverkauf, was die Herausgeber dazu veranlasste, nicht nur eine Serie sondern mehrere zu publizieren und folglich auch mehrere Zeichner für ihre Zeitungen zu engagieren. Hearst entschied sich ebenfalls, noch einen Zeichner anzustellen, um sein *New York Journal* mit lustigen Comic-Strips zu versorgen. Er wurde in dem Deutschen Rudolph Dirks fündig und bat ihn, etwas Ähnliches wie Buschs *Max und Moritz* zu zeichnen, um auch die deutschen Einwanderer mit seiner Zeitung ansprechen zu können. Dirks entwarf die *Katzenjammer Kids*, die ein Gemisch aus Deutsch und Englisch sprachen und am 12. Dezember 1897 das erste Mal im *Journal* erschienen. (vgl. Knigge, 2009, 10) Es handelte sich hierbei anfangs um drei - sehr bald aber nur noch um zwei - Buben, die - gleich *Max und Moritz* - ihren Mitmenschen Streiche spielten. Dieser Strip ist der langlebigste in der Comic-Geschichte, da er seit seinem ersten Erscheinen 1897 bis heute herausgegeben wird. Dirks wich in seinen Darstellungen vom naturalistischen Stil ab und malte die *Katzenjammer Kids* cartoonhaft, in dem er als einer der ersten sogenannte "Speedlines" verwendete, um Geschwindigkeit und Bewegung grafisch darzustellen oder auch Sternchen, um Schmerz zu symbolisieren (vgl. Knigge, 1996, 22).

Im Jahr 1912 wechselte Dirks zu Pulitzer, woraufhin erneut ein Rechtsstreit um eine Comics-Serie und ihre Figuren entbrannte. Es wurde ähnlich entschieden, wie im Fall des *Yellow Kid*: Dirks durfte seine Figuren weiterhin zeichnen und Hearsts *Journal* den Titel behalten. Hearst ließ den Zeichner Harold Knerr die *Katzenjammer Kids* weiter zeichnen und schaffte so auch einen nahtlosen

Übergang. Nach Knerr's Tod fanden sich immer wieder Zeichner, um die Serie fortzusetzen, sodass der Strip bis zum heutigen Tag erscheinen konnte (vgl. Knigge, 1996, 24).

Somit wurden die wichtigsten Elemente des heutigen Comics bereits kurz nach der Jahrhundertwende verwendet: sogenannte "Stehende Figuren" (also eine Figur, die sich während der ganzen Serie nicht ändert und die gleichen Charakterzüge behält), Sprechblasen zur Platzierung von Text innerhalb des Bildes und eine Handlung, die sich in aufeinander folgenden Einzelbildern abspielt (vgl. Knigge, 1996, 25). Diese heute gängigen Merkmale waren zur damaligen Zeit allerdings keine Norm, stellten jedoch, wie Knigge es ausdrückt, die "wichtigsten Elemente der Comic-Grammatik" dar (Knigge, 1996, 25). Ebenso stand auch die Bezeichnung für das neue Medium noch nicht fest. Anfangs als "the new humor" oder "funnies" betitelt, bis sich schließlich der Begriff "comics" durchsetzte, der dem Medium bis heute als Bezeichnung erhalten geblieben ist (vgl. Knigge, 1996, 26).

Dabei darf jedoch nicht übersehen werden, dass die damaligen Comic-Strips zwar humoristische Aspekte in den Vordergrund stellten, jedoch auch auf eine subtile Art und Weise Gesellschaftskritik verübt wurde. Die Strips besaßen Potential zur politischen Mobilisierung, indem sie die Situation der Schichten abbildeten, die zur damaligen Zeit wenig bis kein Mitspracherecht besaßen.

5.1.3. Little Nemo in Slumberland (Winsor McCay)

Doch nicht nur Slapstick, Satire, Spaß und Gesellschaftskritik sollten das Metier der Comics bleiben. Auch simplifizierte Zeichnungen, zwecks höheren Identifikationsgrades waren zwar häufig, aber nicht immer der Fall. 1905 erschien Winsor McCays *Little Nemo in Slumberland*, das mit künstlerischer Gestaltung und Elementen des Jugendstils die Geschichte des kleinen Nemo im Traumland erzählt. Die großformatigen und farbigen Sonntagsseiten, auf denen der Strip erschien, gaben den künstlerischen Details und den grafischen Spielereien genügend Raum, sich in ihrer vollen Pracht zu präsentieren (vgl. Knigge, 1996, 27).

McCay trug mit seiner Geschichte viel zur Entwicklung des Comics bei, da er der erste war, der in seinen Strips keine abgeschlossene Handlung sondern einen Abschnitt einer Fortsetzungsgeschichte präsentierte. Dies erweiterte - auf Zeit gesehen - den Raum, den ein Künstler hatte, um seine Geschichte zu erzählen, ins Unendliche. Zwar endeten Nemos Abenteuer im Strip immer damit, dass sich seine Abenteuer im Traumland als profane Zustände in der "realen Welt" entpuppten - er war entweder aus dem Bett gefallen, hatte die Decke weggestrampelt oder wurde vom Schnarchen seines Vaters aufgeweckt - jedoch setzte die nächste Folge genau dort wieder ein, wo die vorige aufgehört hatte und die Strips erzählten so im Großen eine zusammenhängende Geschichte (vgl. Knigge, 1996, 29).

Gerade um diese Zeit war die Welt der Träume dank der Veröffentlichung von Freuds "Traumdeutung" für die Gesellschaft interessant und es galt als "chic", sich damit zu beschäftigen. Freud selbst änderte das Erscheinungsjahr für sein Buch von 1899 auf 1900, um es zu einem Kind des neuen Jahrhunderts zu machen, wodurch es mit dem "Geburtsjahr" Nemos zusammenfiel (Knigge, 2009, 15). An dieser Ausrichtung ist zu erkennen, dass sich das Medium bei der Themenwahl bereits früh an gesellschaftlichen Trends orientierte, um Aufmerksamkeit zu generieren.

Sonst blieb Nemo, Latein für "niemand", trotz des künstlerischen und detailreichen Zeichenstils stets ohne besondere äußerliche Merkmale oder Charakter. Knigge führt dies darauf zurück, dass sich McCay als Kind aus der Provinz in der großen Stadt New York nie richtig einleben konnte und sich ebenso verloren fühlte, wie Nemo in seinem Traumland (vgl. Knigge, 2009, 15).

Sechs Jahre nach dem erstmaligen Erscheinen des Strips, wurden die Bilder der Serie kontinuierlich weniger detailreich und verspielt und gegen Ende waren sie gar nur noch zweifarbig. Knigge findet hierfür gleich zwei Gründe: Einerseits wurde McCay von Hearst für das *Journal* abgeworben und übernahm dort auch weitere Illustrationsaufgaben, andererseits begann der Zeichner auch an dem ersten Zeichentrickfilm der Geschichte zu arbeiten, der 1911 gezeigt wurde. Er konzentrierte sich von da an mehr auf das neue Medium des "bewegten Bildes" (vgl. Knigge, 1996, 32).

5.1.4. Mutt and Jeff (Harry Conway Fisher)

Dass Comics auch in den Werktagsausgaben der Zeitungen erschienen, ist dem Zeichner Harry Conway Fisher zu verdanken. Der Sportcartoonist begann ab 1907 die Serie *A.Mutt* für die Zeitung *San Francisco Chronicle* zu zeichnen. Zuvor war bereits ein Strip für die Sportseite der Zeitung geplant gewesen, der sich mit Pferderennen beschäftigte, dieser wurde jedoch schon bald abgesetzt. Fisher ließ in seinen Strips Pferde vorkommen, die am selben Tag ins Rennen gingen und sorgte damit nebenbei für Aktualität (vgl. Knigge, 1996, 35). Bei der Figur Mutt handelte es sich um einen Schussel mit langen Armen, der in jedes erdenkliche Fettnäpfchen trat, seinem Erfinder aber mit seiner ungeschickten Art zu großem Erfolg und Reichtum verhalf. Nach mehreren Zeitungswechseln - während jener sich die Herausgeber am laufenden Band überboten, um Fisher abzuwerben und ihm so ein gutes Einkommen sicherten - gründete er seine eigene Firma, in welcher er mit Hilfe von über sechzig Zeichnern Trickfilme produzieren ließ, in denen seine Figuren vorkamen. Ab dem Jahr 1908 kam zu Mutt auch eine zweite Figur dazu: Jeff. Die beiden wurden ein unzertrennliches und bei den Lesern beliebtes Paar und der Strip wurde in *Mutt and Jeff* umbenannt. Bald waren die Figuren so berühmt, dass Mutt als erste Comicfigur weltweit für das Amt des Präsidenten kandidierte (vgl. Knigge, 1996, 36).

Um Pferdewetten ging es nun schon lange nicht mehr, Fisher bezog sich jedoch bei der Handlung oft auf aktuelle Begebenheiten. So ließ er die beiden zum Beispiel zu Zeiten der Prohibition Alkohol schmuggeln oder sorgte dafür, dass Mutt sich im Jahr 1928 erneut als Kandidat für die Präsidentschaftswahl aufstellte (vgl. Knigge, 1996, 37).

Hier ist ersichtlich, dass sich Comics bereits damals mit aktuellen Begebenheiten befassten, potentiell diskursiv thematisierten, was die Gesellschaft bewegte und sich sogar - wie in diesem Fall - aktiv an der Politik beteiligten. Außerdem kommt es hier zu der von Schmidt postulierten *Hybridisierung*, also der Verschmelzung zweier unterschiedlicher Medien, indem auch Filme der bisher nur gedruckten Comic-Figuren produziert wurden und der Comic nun auch als bewegtes Bild verfügbar war.

Dass der erste Strip, der in den Werktagsbeilagen erschien, auf den Sportseiten der Zeitung seinen Ursprung hat, ist kein Zufall. Die Fotografie war noch jung, doch die sportlichen Ereignisse des Tages mussten illustriert und in Bildern wiedergegeben werden. Nach den Erfolgen des Strips *Mutt and Jeff* begannen immer mehr Zeitungen, ihre Strips auch werktags erscheinen zu lassen. Knigge listet vier Typen an Comic-Strips auf, die aus diesen Entwicklungen heraus entstanden:

- *Serien, die auch weiterhin nur sonntags erschienen wie Little Nemo.*
 - *Comics, die wie Mutt and Jeff (bis 1918) nur schwarzweiß an den sechs Werktagen erschienen.*
 - *Serien, in denen eine Geschichte über die Tagesstreifen und eine zweite auf den Sonntagsseiten erzählt wurde. [...]*
 - *Serien, deren Story über alle sieben Tage der Woche lief. [...]*
- (Knigge, 1996, 39)*

5.1.5. Krazy Kat (George Herriman)

Dadurch, dass den Comics nun auch in den Werktagsausgaben Platz gemacht wurde, reduzierte sich der Raum, den die Zeichner für die Entwicklung einer Pointe hatten, stark - nämlich auf nur eine Bildzeile.

Soviel Raum hatte auch George Herriman, als er ab Juni 1910 für das *Journal* die Comic-Serie *The Dingbat Family* entwarf. Die Serie hatte den Kleinkrieg zweier benachbarter Familien zum Thema und wurde später in *The Family Upstairs* umbenannt. Doch dieses Konzept war nicht das Revolutionäre, das George Herriman zu einem der berühmtesten Zeichner weltweit machte. Es waren eine Katze und eine Maus, die er in der Ausgabe am 26. Juli 1910 im unteren Bildbereich platzierte, da ihm dieser Raum noch zu leer erschien. Die Handlung ist einfach: Eine Maus greift sich einen Kieselstein und wirft ihn der im rechten unteren Bildraum sitzenden Katze an den Kopf. Der Effekt war jedoch groß. Als sich der Zeitungsbote beim Anblick der konsternierten Katze vor Lachen nicht mehr einkriegen konnte, bat der damalige Chefredakteur Arthur Brisbane Herriman, die beiden Tiere beizubehalten. Herriman hatte hiermit eine Nebenhandlung innerhalb der Panels konstruiert, die sich vom Rest der Handlung abschottete - etwas, das vorher nicht gebräuchlich war. Katze und Maus wiederholten ihr Spiel in den anschließenden Ausgaben in verschiedenen Variationen, wurden später durch eine Linie vom Rest der Handlung getrennt und erschienen schließlich am 18.10.1913 als eigener Comic-Strip namens *Krazy Kat*.

Hier durfte dann bereits eine dritte Figur mitmischen: eine Bulldogge namens *Offissa Pupp*, die heillos in *Krazy Kat* verliebt war, während letztere für Ignatz die sadistische Maus schwärmte. Ignatz wiederum erwiderte diese Liebe nicht, sondern pfefferte der Katze weiterhin Ziegelsteine an den Kopf. Diese Dreiecksbeziehung sollte die Leser des *Journals* über die nächsten 30 Jahre erheitern (vgl. Knigge, 1996, 39ff).

Da der Strip zwar nicht wie andere in hunderten Zeitungen veröffentlicht wurde, sondern lediglich in knapp fünfzig, zählt er zwar nicht zu den kommerziell erfolgreichsten Strips, wird jedoch von vielen Kennern zu einem der besten gezählt. Knigge erwähnt unter anderem, dass Pablo Picasso ein bekennender Fan von *Krazy Kat* war und sich die Folgen, die er nicht in der Zeitung lesen konnte, am Telefon beschreiben ließ. Auch US-Präsident Woodrow Wilson erfreute sich regelmäßig vor Kabinettsitzungen an *Krazy Kat* (vgl. Knigge, 1996, 41).

5.1.6. The Gumps (Sidney Smith) 1917

Die Zeitungen übernahmen nun allmählich die Kontrolle über die Comic-Strips der Zeichner. Comic-Redakteure verkauften die gezeichneten Serien über Syndikate an andere Zeitungen, die es sich nicht leisten konnten, eigene Comic-Künstler anzustellen (vgl. Knigge, 1996, 46). Um die Strips nun an möglichst viele Zeitungen zu bringen, mussten sie in eine Form gebracht werden, die jedem in den USA gefiel - sie wurden standardisiert.

Diese Entwicklung kann als die von Schmidt aufgestellte dritte Konstante - die Kommerzialisierung - gesehen werden. Da der Comic nun bereits einen Bekanntheitsgrad hatte, der Profit versprach, entstanden Institutionen, die damit als Produkt handelten und ihn in eine Einheitsform brachten, um damit möglichst viele Leser akquirieren zu können.

Vor allem Joseph Medill Patterson tat sich hier hervor. Der Herausgeber der *Chicago Tribune* und der *New York Daily News* orientierte sich vor allem an der Mittelschicht, der er die lustigen Bilderstreifen zwecks abendlichen Amusements zugänglich machen wollte. Aus diesem Grund beauftragte er den Zeichner Sidney Smith, eine Mittelstandsfamilie zum Star seines Comic-Strips zu machen und alltägliche Begebenheiten so auf eine lustige Art und Weise zu präsentieren. Es entstand die Familie *The Gumps* (1917), mit deren Problemen sich jeder identifizieren konnte (vgl. Knigge, 1996, 47).

Haushaltsgeld, Politik, Steuern und andere alltägliche Sorgen einer amerikanischen Durchschnittsfamilie sind die ständig wiederkehrenden Themen.

(Knigge, 1996, 47)

Ob es die Möglichkeit der Identifikation war oder schlicht und einfach der Humor der Serie und ihr spannender Fortsetzungscharakter: *The Gumps* wurden zur beliebtesten Comicserie der zwanziger Jahre. Die Leser verfolgten das Schicksal der Familie wie heutzutage eine Seifenoper und fieberten begeistert mit. Als etwa die Figur der Mary Gold verstarb - eine der Hauptfiguren des Strips und überhaupt eine der ersten Hauptfiguren, die innerhalb einer Serie ums "Leben" kam - konnte sich die *Chicago Tribune* der eingehenden Leserbriefe und Anrufe kaum erwehren (vgl. Knigge, 1996, 47ff).

5.1.7. Die Frau als Protagonistin

Im Jahr 1920 wurde den Frauen das Wahlrecht zugestanden, wobei sie auch gleichzeitig vermehrt eine berufliche Laufbahn einschlugen. Auch diese politische und gesellschaftliche Entwicklung ging nicht spurlos an den Comics vorüber, die nun begannen, Frauen auch als Protagonistinnen einzusetzen. Das Medium antwortet hier also auf einen politischen Umstand und einen gesellschaftlichen Trend mit einer grundlegenden strukturellen Veränderung, nämlich dem Hinzufügen weiblicher Hauptfiguren.

Einer der Zeichner, der sich schon früh Serien mit Protagonistinnen angenommen hatte, war Gene Carr mit *Phyllis* (1902) und *Lady Bountiful* (1904). Bei diesen beiden Damen handelte es sich jedoch um sorgende und liebende Mütter - also das klassische Frauenbild. Später stand schließlich mit *Somebody's Stenog* eine Sekretärin im Mittelpunkt der Serie, die A. E. Hayward 1918 geschaffen hatte. Es folgten noch weitere Comic-Strips, in denen Frauen die Stars waren, wie etwa *Betty* (A. Voights) oder *Winnie Winkle* (Martin Branner). Im Fall von *Winnie Winkle* waren weniger ihr beruflicher Alltag als ihre Liebesbeziehungen und Flirts das zentrale Thema (vgl. Knigge, 1996, 50). *Winnie Winkle* konnte auch in Europa Erfolge verzeichnen und inspirierte weitere

Künstler, Frauen als Hauptfiguren in ihre Strips aufzunehmen. Darunter waren etwa *Tillie the Toiler* (Russ Westover), *Connie* (Frank Goodwin) oder *Jane Arden* (Monte Barrett und Frank Ellis) (vgl. Knigge, 1996, 50).

Der Erfolg von Winnie Winkle beeinflusste auch die Entscheidung, welches Geschlecht der Star des neuen Comic Strips von Sidney Smith haben sollte. Die abenteuerlichen Seifenopern-Comic-Strips wie *The Gumps* hatten ihr Potential bereits bewiesen und als Smiths Assistent 1922 vorschlug, einen Strip über die Abenteuer eines kleinen Waisenjungen zu machen, wies ihn Joseph Patterson von der *Chicago Tribune* an, aus dem Jungen ein Mädchen zu machen, da Strips wie *Winnie Winkle* zu dieser Zeit gerade einen großen Erfolg verzeichnen konnten. Somit war *Little Orphan Annie* geboren, die 1924 das erste Mal auftreten sollte. Das kleine Waisenmädchen macht sich nach der Flucht aus dem Haus ihrer Adoptiveltern zusammen mit ihrer Puppe Emily Marie und ihrem Hund Sandy auf den Weg, um in deren Begleitung die Welt zu erkunden (vgl. Knigge, 1996, 55).

Marshall McLuhan meinte über den Comic-Strip:

Mit Annies Einsamkeit und weiblichen 'Hilflosigkeit' hat Harold Gray für Millionen von Lesern das zentrale amerikanische Erfolgsdrama zu Papier gebracht, das der der Zurückweisung durch die Eltern ausgesetzten Jungen, das beide entlastet: die Eltern und sie selbst.
(Mc Luhan zit. n. Knigge, 1996, 55)

Die Serie - aufgeteilt in eine klare Dichotomie der guten Armen und der bösen Reichen - traf während der Depression in den USA einen Nerv. Annie teilte ihre Lebensweisheiten in langen Monologen mit dem Publikum und verkündete, dass mit Fleiß und Ehrlichkeit die Welt noch zu retten wäre. Der Zeichner wurde aufgrund seiner Kritik an der Politik Roosevelts auch des Öfteren attackiert, doch *Little Orphan Annie* blieb weiterhin ein großer Erfolg (vgl. Knigge, 1996, 55).

5.1.8. Popeye (Elzie Crisler Segar)

Das Prinzip der Fortsetzung ermöglichte unter anderem die Geburt eines der berühmtesten Comic-Helden der damaligen Zeit - *Popeye*. Als der Zeichner Elzie Crisler Segar im Jahr 1919 mit seinem Strip *Thimble Theatre* anfang, war dieser als Parodie aktueller Filme und Theaterstücke gedacht. Die bis dahin vorhandenen Figuren waren *Ham Gravy* und *Olive Oyl* sowie deren Bruder *Castor*, die in verschiedenen Abenteuern versuchten, schnell zu Geld zu kommen. Auf einem dieser Abenteuer - einer Seereise - trafen sie dann in der Episode vom 17. Januar 1929 auf den Matrosen Popeye, der die Leser mit seiner Bodenständigkeit und seinem Humor sofort in seinen Bann zog. So wurde Popeye in dem Strip beibehalten. Später avancierte er sogar zum Hauptakteur des ganzen Strips und schließlich zum berühmtesten Comic-Helden der damaligen Zeit (vgl. Knigge, 1996, 52f). Das Phänomen, dass er aus Spinat seine unglaublichen Kräfte bezog, tauchte jedoch erst in den ab 1933 von den "Fleischer Studios" produzierten Trickfilmepisoden auf. Auch hier zeigte sich Popeyes unglaublicher Effekt auf die Zuseher: die amerikanische Spinatindustrie konnte in den darauffolgenden Jahren ein Drittel mehr Umsatz verzeichnen (vgl. Knigge, 1996, 53).

Popeye ist somit auch ein gutes Beispiel für die *Hybridisierung*, die schon bei *Mutt and Jeff* aufgetreten war. Die Filme verhalfen dem Strip zu noch mehr Popularität und beeinflussten gleichzeitig indirekt einen speziellen industriellen Sektor.

Wäre es nicht möglich gewesen, eine Geschichte in mehreren Fortsetzungsepisoden als fortlaufende Handlung zu erzählen, wäre Popeye wahrscheinlich nie in dem Comic-Strip aufgetaucht.

Segar verstarb 1938 an Leukämie und der Strip wurde von anderen Zeichnern fortgeführt, die seinem charakteristischen Humor aber nicht annähernd das Wasser reichen konnten (vgl. Knigge, 1996, 53).

5.2. Das Abenteuer beginnt... (1929 als Schnittstelle)

Das Jahr 1929 erwies sich, nicht nur durch das Aufkommen von Popeye, sondern allgemein als wichtig für die Comic-Geschichte. In diesem Jahr erlebten die USA mit dem Zusammenbruch der New Yorker Börse den "schwarzen Freitag" und stürzten anschließend in eine tiefe wirtschaftliche Depression. In den trüben und hoffnungslosen Zeiten traten nun plötzlich heroische Figuren auf die Bühne der Comic-Strips und verdrängten die bis dahin dominierenden "Funnies". So debütierte am 7. Januar 1929 ein Comic-Strip, der sich in seinen Geschichten auf das Element der Dramatik konzentrierte und der die Geschichte des Mediums weiter bestimmen sollte. Es handelt sich dabei um niemand geringeren als den von Hal Foster gezeichneten Dschungelhelden *Tarzan* (vgl. Knigge, 1996, 64ff).

5.2.1. Tarzan (Hal Foster)

1929 erschien *Tarzan* erstmalig in Comic-Form. Der 1912 publizierte Pulp-Roman - wie die damals auf billigem Material gedruckten trivialen Abenteuer geschichten genannt wurden - von Edgar Rice Burroughs wurde von Hal Foster gezeichnet und so auch im Medium Comic zum Leben erweckt (vgl. Knigge, 1996, 67).

In dieser Zeit der wirtschaftlichen Depression dienten die Geschichten des Helden, der kämpft und Unrecht nicht stumm erduldet, der US-amerikanischen Bevölkerung als Eskapismus und Motivation.

Der Zeichner entschied sich, den Text in diesem Comic nicht in Sprechblasen auftauchen zu lassen, sondern ihn unterhalb des Bildes zu platzieren. Dieser Vorgehensweise bediente er sich auch bei seinem später (1937) erschienenen Abenteuer-Comic *Prinz Valiant*, das bis heute in eben diesem Stil gezeichnet wird und auf Sprechblasen verzichtet (vgl. Knigge, 2009, 16f.). Später wurde jedoch auch bei Tarzan der Text innerhalb der Panels platziert. Als Foster die ganze Sonntagsseite mit seinem Comic füllen durfte, machte er von den sich dadurch bietenden grafischen Möglichkeiten keinen Gebrauch. Knigge weist hier

darauf hin, dass der Zeichner das Medium Comic offenbar noch nicht richtig unter Kontrolle hatte, da sich bei ihm auch oft Text und Bild gegenseitig im Weg waren, wahrscheinlich weil Foster den Text lieber unterhalb des Bildes platziert hätte und mit dieser neuen Weise nicht umgehen konnte (vgl. Knigge, 1996, 67). Als Foster vom King Features Syndicate abgeworben wurde, folgte ihm Burne Hogarth nach, um die Sonntagsseiten mit Tarzan-Comics zu füllen. Er versuchte anfangs, sich an Fosters Stil zu orientieren, fand aber bald seinen eigenen, in welchem er Elemente verschiedener Kunstrichtungen wie etwa Renaissance und Expressionismus kombinierte und daraus eine eigene originelle Dschungelwelt erschuf (vgl. Knigge, 1996, 67).

Der Stil der Abenteuer-Comics war nicht mehr abstrahierend sondern naturalistisch und realitätsgetreu. Vor allem bei Hogarths Zeichnungen war Dynamik eines der wichtigsten Elemente. Knigge vergleicht die von den Bildern erzeugte Spannung gar mit der "Angespanntheit eines Hundertmeterläufers wenige Sekundenbruchteile vor dem Startschuß" (Knigge, 1996, 68).

Es ging nicht mehr um die parodistische Darstellung und Überzeichnung der Figuren, sondern um realitätsgetreue Zeichnungen. Ganze Städte und Welten wurden erfunden, um den Lesern einen Eskapismus zu ermöglichen, sie aus ihrem grauen Alltag herauszuholen und ihnen Abenteuer und Abwechslung zu bieten.

Den Bezug zur Realität verloren die Comics jedoch nicht vollständig. "Echte" Bedrohungen fanden genauso Eingang in die Geschichten wie imaginäre. So kämpfte etwa Alex Raymonds *Flash Gordon* sieben Jahre lang auf einem fremden Planeten gegen den dort herrschenden Diktator *Ming*, bis ihn im Jahr 1941 die Existenz eines - nicht nur in der Comic-Welt vorhandenen - Diktators auf seinem Heimatplaneten Erde zur Rückkehr zwang (vgl. Knigge, 2009, 17).

5.2.2. Dick Tracy (Chester Gould)

Ein Zeichner hing dem nun vorherrschenden naturalistischen Stil nicht an, obwohl er sich ebenso auf das Genre des Abenteuer-Comics spezialisiert hatte. Hierbei handelt es sich um Chester Gould und seinen 1931 das erste Mal veröffentlichten Krimi-Comic-Helden *Dick Tracy*. In den späten 1920er und 30er Jahren war der Typus des Gangsters in den USA gerade in der Filmindustrie und in Theaterstücken sehr beliebt. Während der Prohibition in den USA von 1919 bis 1933 stieg auch die Kriminalität, was den Stereotyp des Gangsters zu einem realistischen Bösewicht machte. Dick Tracy war der Polizeiinspektor der sich gegen diese Unruhestifter stellte und sie oft martialisch beseitigte. Chester Gould zeichnete, wie oben erwähnt, nicht in einem naturalistischen Stil und konnte somit seinen Bösewichten Gesichter verleihen, die sie auch eindeutig als solche identifizierbar machten (vgl. Knigge, 1996, 69f).

Gould beschäftigte sich außerdem eingehend mit den Methoden der Verbrechensbekämpfung und versuchte, immer auf dem neuesten Stand der Technik zu bleiben, was einmal sogar einen FBI-Direktor dazu brachte, Gould zu bitten, er möge doch aufhören, die Geheimnisse der Polizei in seinen Comics öffentlich zu machen (vgl. Knigge, 1996, 70f).

5.2.3. Micky Maus, Donald Duck & Co. (Walt Disney et al.)

Micky Maus, Donald und die zugehörigen anderen Figuren kommen den meisten beim Stichwort "Comics" als erste in den Sinn. Dabei waren die Comics, die mit diesen Figuren erschienen, eher ein Nebenprodukt wie das restliche Merchandising, das die Vermarktung der Filme und der Erlebnisparks unterstützen sollte. Walt Disney selbst hatte mit den Comic-Geschichten und deren Fertigstellung wenig zu tun. In den USA wird Disney als das wahrgenommen, was der Konzern wirklich ist: eine Filmfirma und ein Unterhaltungskonzern, der seinen Schwerpunkt auf Erlebnisparks und Trickfilme setzt (vgl. Havas/Habarta, 1993, 40).

Walt Disney startete damit, dass er in einer Garage anfang, Trickfilme zu zeichnen, die er verschiedenen Kinos verkaufte, um sie vor dem eigentlichen Hauptfilm vorzuführen. Er entwarf hierfür *Oswald the Lucky Rabbit*, eine Figur, die - der frühen *Micky Maus* nicht unähnlich - wie die meisten Zeichentrickfiguren einen schwarzen Körper und große weiße Augen hatte sowie weiße Schuhe oder Handschuhe. Diese Merkmalsvergabe ist unter anderem darauf zurückzuführen, dass eine derart einfache Darstellung den Zeichenaufwand reduzierte und für die damaligen Schwarz-Weiß-Filme tauglich war (vgl. Havas/Habarta, 1993, 40). Disney wurde bald enttäuscht, indem ihm die Rechte für seine Hasen-Figur von einem listigen nicht näher bekannten Verleiher abgekauft wurden. Er zog sich zurück und hatte beim Gedanken an eine kleine Maus, die ihm stets beim Zeichnen zugesehen hatte, den Einfall, eine ähnliche Figur wie *Oswald* zu entwickeln, die einer Maus ähneln und fortan Mortimer Maus heißen sollte. Seine Frau intervenierte gegen den Namen Mortimer und schlug im Michael - als Kurzform: Mickey - vor, da dieser Name ihr moderner vorkam (vgl. Havas/Habarta, 1993, 40).

Disney produzierte zwei Stummfilme mit der kleinen Maus, die er allerdings nicht vorführen ließ. Stattdessen richtete er seine Aufmerksamkeit hauptsächlich darauf, mit Tonaufnahmeverfahren zu experimentieren, um schließlich einen dritten Film - *Steamboat Willie* - in vertonter Form in die Kinos zu bringen. Den Erfolg verdankte dieser kurze Film schließlich Mickys unvergleichlichem Charme und der perfekt passenden Filmmusik, die das Publikum damals dazu brachte, im Kino laut loszulachen. Aufgrund des Erfolgs entschied sich Disney, Micky mehr Figuren an die Seite zu stellen, um das Repertoire ein wenig zu vergrößern. So entstanden Minnie Maus, Kater Karlo, Pluto, Goofy und Donald (vgl. Havas/Habarta, 1993, 42).

1938 gelang Walt Disney ein weiterer Erfolg im Metier des Zeichentrickfilms: er produzierte mit *Schneewittchen* den ersten abendfüllenden Trickfilm (vgl. Havas/Habarta, 1993, 42).

1941 überwarf Disney sich schließlich mit seinen Cartoonisten. Diese forderten das Recht auf eine Gewerkschaft ein, während Disney ein ausgesprochener

Gewerkschaftsgegner war. Es gelang ihm nicht mehr, das Image der Heile-Welt-Familien-Firma aufrecht zu erhalten. Hinzu kamen finanzielle Probleme, da Europa als großer Absatzmarkt für die Firma aufgrund des Zweiten Weltkriegs größtenteils ausfiel. Durch den Streit mit seinen Zeichnern endete schließlich die Ära des Familienbetriebs und wich dem Großkonzern *Disney*, den man heute kennt (vgl. Havas/Habarta, 1993, 43).

Zu Zeiten des Zweiten Weltkriegs wurden schließlich auch Filme produziert, die der Motivation der Soldaten und der Unterstützung des Kriegs dienen sollten. So entstand etwa *Der Fuehrer's Face* oder *Donald Duck in Nutziland*, in dem Donald die Schrecken des Nazi-Regimes erlebt, um schließlich erleichtert aufzuwachen und sich zu freuen, dass alles nur ein Albtraum war und er noch immer Staatsbürger der Vereinigten Staaten von Amerika ist. Der Trickfilm *Victory through Air Power* beschäftigte sich wiederum mit der Theorie eines Sieges über Deutschland durch Flächenbombardement aus der Luft. Winston Churchill und Theodor Roosevelt sollen sich diesen Film mehrmals angesehen haben und davon begeistert gewesen sein (vgl. Havas/Habarta, 1993, 43).

Der erste Tages-Strip, in dem *Mickey Mouse* vorkam, erschien am 13. Januar 1930. Dabei handelte es sich jedoch nicht um einen humorvollen lustigen Gag-Strip, sondern um einen Abenteuer- und Fortsetzungs-Strip. Disney zeichnete diese Strips jedoch nicht selbst, er ließ zeichnen. Der wohl berühmteste Zeichner, der Micky Maus zu Papier brachte, war Floyd Gottfredson. Gottfredson zeigte sich sehr innovativ solange Gottfredson sich des Fortsetzungsprinzips bedienen durfte. Als ihm dies jedoch 1955 vom King Features Syndicate zu Gunsten abgeschlossener Gags in den Strips verboten wurde, ließ seine Kreativität merklich nach (vgl. Knigge, 1996, 60).

Dem Erfolg der *Micky Maus* tat dies jedoch keinen Abbruch. Die Maus erschien auch auf den Sonntagsseiten und bald folgte auch ein Strip namens *Silly Symphonies*, der verschiedene neue Figuren aus den Trickfilmen vorstellen sollte.

In diesem erschien auch *Donald Duck* erstmals im September 1934. Er war an und für sich von Art Babbit und Dick Huemer für einen Trickfilm als Nebenrolle erschaffen worden, gelangte aber durch seinen Jähzorn und seine cholerische Natur schnell zu großer Beliebtheit.

Donald erwies sich als Publikumsliedling und erhielt 1938 seinen eigenen Strip und 1939 noch eine Seite in den Sonntagsausgaben dazu.

Bald tauchten - geschaffen vom Zeichner Al Taliaferro - auch seine Neffen Tick, Trick und Track (anfangs Huey, Dewey und Louie) und seine Großmutter *Grandma Duck* auf und erweiterten die Familie der Ducks.

Dass die Disney-Figuren nicht nur im Print-Format sondern vor allem auch in Trickfilmen erschienen, war ein wesentlicher Grund für ihren schlagenden Erfolg, denn eigentlich war in den 30er Jahren des 20. Jahrhunderts mit den Abenteuer-Comics eine ganz andere Form der Comics populär. Die Bewohner von Entenhausen verdanken ihre große Popularität jedoch vornehmlich den Bildgeschichten, obwohl Donald bis jetzt sogar in mehr Filmen auftrat als Micky. Donald entwickelte sich - vor allem in den Comics - zu der beliebtesten Figur, da er in den gezeichneten Geschichten gegen den altklug und besserwisserisch wirkenden Micky erfrischend und lustig wirkte (vgl. Havas/Habarta, 1993, 48).

Der wohl berühmteste Donald-Zeichner ist Carl Barks, der die Figur zwar nicht erfand, ihr jedoch den Charakter und die Züge verlieh, die man bei Donald und den anderen Bewohnern Entenhausens jetzt kennt. Barks schuf die Comic-Stadt mit nahezu all ihren Bewohnern und verlieh den Figuren wie kein anderer Zeichner Dynamik. Die Schwächen, die er seinen Comic-Figuren als offensichtliche Charakterzüge verlieh, sorgten dafür, dass sich der Leser mit Donald und den anderen Figuren gut identifizieren konnte, dass die Enten menschlicher wurden und die Comics Tiefgang bekamen (vgl. Havas/Habarta, 1993, 48). Diese Qualität fiel natürlich auch den Lesern auf. Wenn diese jedoch Fan-Briefe schreiben wollten, standen sie vor dem Problem, das der kommerzialisierte Comic mit sich brachte: sie wussten nicht, wem sie diese Briefe zukommen lassen sollten. Waren bei den frühen Comic-Strips die Zeichner noch bekannt gewesen, so wurde bei den Geschichten in den Heften weniger Wert auf die Nennung des Künstlers gelegt, da die Figur im Vordergrund stehen sollte. Somit bekam der Verlag Körbe voll Leserbriefe, die an den "guten Donald-

Zeichner" - gemeint war Carl Barks - adressiert waren (vgl. Havas/Habarta, 1993, 48).

Die Hefte fanden auch bereits in der Zwischenkriegszeit großen Absatz in Europa, das sich seit jeher mehr für die *Micky Maus*-Hefte begeisterte als das Publikum in den USA. Dort erschienen die Hefte in den 70er und 80er Jahren nicht mehr regelmäßig, während sich *Micky Maus* in Europa zu einem der beliebtesten Kiosk-Hefte entwickelt hatte (vgl. Havas/Habarta, 1993, 46). Für den großen Erfolg zeichnete unter anderem auch die Übersetzung der Geschichten durch Erika Fuchs verantwortlich, die die Geschichten ins Deutsche übertrug. So feierten die Disney-Comics in Westdeutschland und Österreich - eigentlich dem Comic gegenüber nicht durchwegs positiv eingestellte Länder - große Erfolge, die bis heute ungebrochen sind (vgl. Havas/Habarta, 1993, 50).

Keno Don Hugo Rosa war ein weiterer Zeichner bei Disney, der vor allem der Figur des Dagobert Duck, dem reichen alten Onkel von Donald, eine eigene Familiengeschichte verlieh, wobei er sich stark an Carl Barks anlehnte, der die Figur erfunden hatte. In seinem großen Werk *Onkel Dagobert - sein Leben, seine Milliarden* (engl.: *The Life and Times of Scrooge McDuck*) versteckte er in jedem Eröffnungspanel die kleine - oftmals unauffindbare, weil so gut versteckte - Signatur D.U.C.K. (Dedicated to Uncle Carl from Keno), um seine Geschichten Carl Barks zu widmen.

5.3. Die Superhelden in Heftform (ca. 1930er Jahre)

Comic-Hefte feierten in den 20ern und frühen 30ern große Erfolge. Wie bereits oben beschrieben, kristallisierte sich das aufkommende Comic-Heft, basierend auf den Pulp-Romanen der damaligen Zeit, während der Wirtschaftskrise zunehmend als Hilfsmittel zum Eskapismus heraus. Anfangs handelte es sich bei den in Heften publizierten Comics um eine Sammlung von bereits in den Zeitungen abgedruckten Strips, die Verleger bemerkten jedoch sehr bald, dass es billigere Wege gab, als den Zeitungen viel Geld zu zahlen, um ihre Strips im Heftformat publizieren zu können: sie stellten Teenager ein, die die Geschichten schrieben und zeichneten. Das funktionierte problemlos, gab es doch in Zeiten der Depression viele Jugendliche, die sich nach einer Perspektive oder einer Chance sehnten und diese schließlich im Comicmarkt fanden. Doch nicht nur die Zeichner wurden jünger, auch das Zielpublikum bestand nun nicht mehr nur aus Erwachsenen. Man versuchte zunehmend, Jugendliche anzusprechen, da man gemerkt hatte, dass auch diese mit Begeisterung in der Zeitung der Eltern mitschmökerten, um die neuesten Comic-Strips zu verfolgen (vgl. Knigge, 1996, 108).

Freilich verringerte sich dadurch, dass die Strips nun von unerfahrenen Teenagern fertiggestellt wurden, auch die Qualität, doch das schien niemanden weiter zu stören. Auch die Produktionsweise wurde einer Veränderung unterzogen: die Comics wurden nun vorrangig in sogenannten 'Comic-Shops' hergestellt, also in Studios, in denen der Prozess arbeitsteilig ablief, um der rasant steigenden Nachfrage Herr zu werden (vgl. Knigge, 1996, 108). Für die jungen Zeichner war die damalige Zeit aufregend. Der Comic hatte keine festen Regeln, wie er auszusehen hatte, es war ein junges Medium und Tabu-Brüche waren noch selten begangen worden. Die Jugendlichen konnten sich also bei jeder Idee, die sie verwirklichten, innovativ und revolutionär fühlen (vgl. Knigge, 2009, 18).

Das Heftformat an sich wurde bereits 1933 von Harry Wildenberg und Max C. Gaines entworfen, indem sie die erscheinenden Comics auf den Sonntagsseiten verkleinerten und in ein handlicheres Format brachten. Nachdem man einige Exemplare versuchsweise zum Verkauf angeboten und damit einen hohen Umsatz erzielt hatte, setzte sich das Heft - anfangs als Giveaway konzipiert - innerhalb kurzer Zeit durch (vgl. Knigge, 1996, 111).

Verantwortlich für den großen Erfolg des Comic Heftes war der ökonomische Aufschwung des Landes ab Mitte der 30er Jahre, der es auch Kindern erlaubte, ihr Taschengeld für Annehmlichkeiten wie etwa Heftchen und Magazine auszugeben und die Tatsache, dass auch die Händler vermehrt Comics in ihr Sortiment aufnahmen. Den größten Einfluss sieht Gabilliet jedoch eindeutig im Aufkommen der Superhelden, die dem Präsentationsmedium zu einem großartigen Aufschwung verhelfen (vgl. Gabilliet, 2010, 17).

Der erste Superheld der Comic-Geschichte war *Superman* (siehe Kapitel 5.3.1.). Mit seinem Erfolg wurde eine ganze Welle an verschiedenen Superhelden-Comics losgetreten: so tauchten in den 40er Jahren immer mehr kostümierte Helden auf, die übermenschliche Fähigkeiten aufwiesen und ihre Identität geheim halten mussten. Diese drei Faktoren - das Kostüm, die übermenschlichen Kräfte und die Geheimidentität - nennen Havas und Habarta als drei Merkmale eines Superhelden, die jedoch nicht immer vollständig vorhanden sein müssen. So hat *Batman* beispielsweise ein Kostüm und eine geheime Identität, aber keine Superkräfte, zählt jedoch zu den Superhelden (vgl. Havas/Habarta, 1993, 68).

Die Feinde *Supermans* und der auf ihn folgenden Helden waren leicht gefunden: Nationalsozialisten, Adolf Hitler persönlich, Spione oder Japaner wurden aus Aktualitätsbezug als Erzfeinde herangezogen und von den Superhelden ihrer Strafe zugeführt (vgl. Knigge, 1996, 124f).

Nicht nur gefährliche Gegner sondern auch persönliche Probleme wurden in den Heldencomics der Nachkriegszeit immer häufiger thematisiert. Wenn etwa ein Superheld wie *Iron Man* dem Alkoholismus verfiel oder *Spiderman* an sich selbst zweifelte und an der Verantwortung, die er tragen musste, zerbrach, waren dies

Versuche, den Helden menschlichere Züge und ein wenig mehr Tiefe angedeihen zu lassen. Für derartige Entwicklungen zeichnete beim Marvel Verlag - heute einem der größten Comic-Verlage weltweit - Stanley Lieber (Stan Lee) verantwortlich, der oben genannte Helden in seinen Geschichten gerne auch in existenzielle Krisen stürzen ließ (vgl. Havas/Habarta, 1993, 75f.).

Doch nicht nur einzelgängerische Helden verkauften sich rasend unter den Jugendlichen und Erwachsenen: ganze Superhelden-Truppen stießen auf ebensolche Begeisterung seitens des Publikums. Sie hatten in den meisten Fällen optisch sehr ähnliche Kostüme - gleich einer Uniform - und ein gemeinsames Hauptquartier.

Das Prinzip der Superheldengeschichten war es, reine Unterhaltung zu bieten. Politische oder soziale Probleme wurden anfangs selten behandelt, Naturkatastrophen oder Bedrohungen für die Menschheit hatten ihren Grund immer in einem Bösewicht und Opponenten des Helden.

Das Genre der Superhelden erfreut sich in den USA auch heute unter Jugendlichen und Erwachsenen großer Beliebtheit. Das kann einerseits daran liegen, dass die eigens erschaffenen Welten eine Art Paralleluniversum bilden, in das man entfliehen kann; die Begeisterung kann andererseits ihre Gründe auch schlichtweg darin haben, dass sich der Leser an den Schaukämpfen der bunt kostümierten Helden und ihrer mächtigen Gegenspieler erfreut. Denn ebenso wichtig wie die Helden selbst wurden zu späterer Zeit - als nach dem Zweiten Weltkrieg die "realen" Feinde nicht mehr vorhanden waren - die Superschurken, die mit ihrer tollen Ausstattung oder eigenen Superkräften den Helden und der Menschheit gefährlich wurden (vgl. Havas/Habarta, 1993, 84).

5.3.1. Superman (Jerry Siegel / Joe Shuster)

Ein Superheld sollte dem Comic Heft dazu verhelfen, zu einem bedeutenden Format innerhalb der Comicbranche zu avancieren: *Superman*. Der von Jerry Siegel und Joe Shuster 1933 erfundene Superheld hatte es anfangs nicht leicht. Die Zeichner - inspiriert von antiken Helden - hausierten mit ihren Entwürfen von Verlag zu Verlag, wurden jedoch oft mit dem Argument abgewiesen, dass *Superman* unglaublich und kindisch erscheine und sich so etwas doch nicht verkaufen ließe. Im Juni 1938 debütierte *Superman* dann schließlich als Lückenfüller in der Erstausgabe des Heftes *Action Comics*. Die Verlage hatten sich geirrt: bereits nach einem Monat verlangten die Kinder am Zeitungskiosk das Heft *Action Comics*, nannten es aber nicht beim Titel, sondern suchten das "comic book with Superman" (vgl. Knigge, 2009, 19).

Bereits im darauffolgenden Jahr - 1939 - hatte *Superman* seine eigene Heftreihe und ebnete mit seiner Beliebtheit sämtlichen Superhelden den Weg, die noch nachkommen und das Genre des Comics in Amerika bis heute bestimmen sollten. Natürlich kam es auch hier zu Medienverbundprojekten wie etwa Zeichentrickfilmen, eigenen Radioserien oder Zeitungsstrips. Den Radioserien ist unter anderem die Erfindung von Supermans Schwachpunkt *Kryptonit*⁴, zuzuschreiben, sie prägten also auch das Bild des Helden selbst, indem neue Eigenschaften oder Feinde innerhalb der Radiogeschichten ersonnen und in den Kosmos des *Superman* eingebaut wurden.

Derartige Projekte wiederum stützen Schmidts siebente Konstante, dass es im Laufe der Entwicklung eines Mediums zu Konvergenzen - zu *Hybridisierung* - kommt, also andere Medien aktiv eingebunden werden.

Eine weitere Konstante wird durch die *Superman*-Serie gestützt: die der *Individualisierung*. Die Serie war sehr wandelbar, änderte oft ihre Erscheinung, die Settings und die Abenteuer, bot also immer wieder Neues, um die jungen Leser bei Laune zu halten.

⁴ Es handelt sich hierbei um ein Mineral von *Supermans* Heimatplaneten Krypton, welches ihn außer Gefecht setzen kann.

Superman wurde vielfach interpretiert und seine Entstehungsgründe verschieden ausgelegt. Havas und Habarta führen in ihrem Werk *Comic Welten* einige an. Da Supermans Aufkommen zeitlich mit dem deutschen Nationalsozialismus zusammenfällt und seine beiden Schöpfer Juden waren, wurde der Held unter anderem als eine Art moderner Golem gesehen. Doch die Interpretationen reichen hier auch - wie die Autoren anmerken - bis zu Superman als Nietzsches Übermensch oder neu erlangtes Selbstbewusstsein der US-Amerikaner nach den Zeiten der Depression (vgl. Havas/Habarta, 1993, 53).

Im Jahr 1941 schließlich griff Superman in seinen Geschichten aktiv ins Geschehen des Zweiten Weltkriegs ein. Hitler, Goebbels oder auch Mussolini traten als Gegner auf, denen Superman das Handwerk legte. Der Held wurde unter anderem auch als Werbefigur verwendet, die den Menschen nahe legte, für das Rote Kreuz zu spenden (vgl. Knigge, 1996, 116). *Superman* ist jedoch nicht der einzige Comic-Held, der im Zweiten Weltkrieg kämpfte, auch andere Helden folgten seinem Beispiel.

Doch auch abseits des Krieges behandelte *Superman* Themen aktueller Natur und trug somit auch zum gesellschaftlichen Diskurs bei. Er sprach Probleme wie die Jugendkriminalität großer Ballungsräume ebenso an wie die Diskrepanzen, die sich aus dem Verhältnis der Ökonomie zur Ökologie ergeben oder versuchte, einen Beitrag zur Tierversuchsdiskussion zu leisten. Hausmanninger zieht dies als Beispiel heran, um die emanzipativen Eigenschaften von Comics zu präsentieren und zu beweisen, dass auch diese Form des Mediums es schafft, gesellschaftliche Diskussionen zu starten, zu fördern oder zumindest verschiedene Positionen zu vermitteln (Hausmanninger, 1994a, 34).

Somit kann ein Comic zwar, wie in Schmidts dritter Konstante dargestellt, kommerziell und profitorientiert aber gleichzeitig fähig sein, einen gesellschaftlichen Diskurs zu fördern.

5.4. Comics und Krieg

Der Erste Weltkrieg fand kaum Eingang in die damals erscheinenden Comic-Strips, während jedoch die Strips der 30er Jahre mit Hilfe des Abenteuergenres eine Umgebung vorfanden, in der sie aktuelle politische Begebenheiten in Europa und Asien thematisieren und zum Aufbau der Geschichte verwenden konnten (vgl. Knigge, 1996, 84).

So behandelt Roy Crane in seiner Serie *Wash Tubbs* bereits 1931 den autoritären Ständestaat in Österreich und ist auch der erste, der 1934 den Namen Hitlers in seinen Comics fallen lässt - damals in Zusammenhang mit dem Bürgerkrieg in Österreich (vgl. Schaffer, 1994, 87).

5.4.1. Der Zweite Weltkrieg und Comics

Die Unruhen steigerten die Angst der amerikanischen Bevölkerung und während in den Zeitungen heftig über einen Kriegseintritt Amerikas diskutiert wurde, erhob auch der Comic-Held *Joe Palooka* seine Stimme, um sich dafür auszusprechen, dass die USA in diesem Krieg aktiv werden sollten. *Joe Palooka*, ein von Ham Fisher gezeichneter Boxweltmeister - einer der erfolgreichsten Sportstrips der Geschichte - ließ sich bereits im Jahre 1940 im Rahmen des Comics für das Heer einschreiben, um so die Bevölkerung zu animieren, selbiges zu tun (vgl. Knigge, 1996, 84). Weitere Helden sollten sich nun ebenfalls militärisch engagieren, wie dies Knigge in seinem Buch *Comics* darlegt:

Buck Rogers kämpfte gegen eine Invasion von Marsmenschen, die wie Japaner aussahen. Tarzan verhinderte, daß ein Nazikommando in Afrika eine geheime Basis errichten konnte. Jungle Jim stieß in Burma auf japanische Truppen. Flash Gordon verließ den Planeten Mongo und kehrte auf die von einem Diktator bedrohte Erde zurück. Scorchy Smith unterstützte die Sowjetarmee an der Ostfront. [...] und auch Mickey Mouse griff ab 1943 in Geschichten wie "The Nazi Submarine" oder "Pluto Catches a Nazi Spy" unmittelbar in das Geschehen ein.

(Knigge, 1996, 84f.)

Vor allem ab dem Kriegseintritt der USA im Jahr 1941 beschäftigten sich die Comic-Zeichner auf verschiedene Art und Weise mit dem Zweiten Weltkrieg. Manche Zeichner setzten ihre Helden oder ihren bekannten Zeichenstil für Poster und militärische Lehrbücher ein oder brachten die Kriegsgeschehnisse in abgeänderter Form in ihre Comic-Geschichten ein. Allerdings gab es auch Serien, die sich der Kriegsgeschehnisse direkt annahmen und ihre Helden vor Ort kämpfen ließen. Laut Schaffer passierte dies entweder aus dem inneren Bedürfnis heraus, Solidarität zu zeigen, oder aus der sich bietenden Gelegenheit, sich nicht selbst neue Geschichten oder Schauplätze ausdenken zu müssen (vgl. Schaffer, 1994, 11)

Auch für Bösewichte war in der Form von Adolf Hitler, Hermann Göring, Joseph Goebbels und Heinrich Himmler zur Genüge gesorgt. Will Eisner erwähnt in *Spirit* 1942 sogar den Namen "Adolf Schickelgruber" (statt: Schicklgruber) und beweist damit, dass er bereits in diesem Jahr gut über den familiären Hintergrund Hitlers informiert war. Des Weiteren verwendete er in seinen Geschichten die damals gebräuchlichen Bezeichnungen für Deutsche wie "Fritz" oder "Kraut". Andere Autoren bedienten sich des Wortspiels, wie beispielsweise Roy Crane in *Wash Tubbs*, als er 1938 über "Adolfo de la Cucaracha", einen Diktator in "Panazuela", schreibt oder Al Capp, der "Werkelmann Adolfo und seinen Affen "Benito" auftreten lässt (vgl. Schaffer, 1994, 68).

Benito Mussolini kam also ebenso in den Comic-Geschichten vor und wurde persifliert oder lächerlich gemacht. Im Gegensatz zu den Nationalsozialisten lehnte Mussolini Comics jedoch nicht strikt ab, er mochte die italienische Ausgabe der *Micky Maus* (Topolino) oder *Popeye*. Comics waren in Italien damals bereits ein fester Bestandteil der Tageszeitungen. Einige Serien wurden zwar verboten, jedoch spornte dies die italienischen Zeichner erst dazu an, Kopien der amerikanischen Helden anzufertigen und ihre Vorbilder nachzuahmen (vgl. Schaffer, 1994, 96).

Auch die Gestapo, die SS oder die SA fanden Eingang in die Comic-Strips dieser Zeit. Die Propagandamaschinerie der Deutschen wird in einigen Comics implizit thematisiert, wie etwa in Frank Millers *Barney Baxter*, wo in einem Strip des Jahres 1941 auf einem Plakat der Slogan "Reich-Broadcasting Company - Death

penalty if you don't lie" zu lesen ist, um zu illustrieren, dass größere Verluste an der Front dem Volk verschwiegen werden sollen (vgl. Schaffer, 1994, 69).

Die Deutschen wiederum werden wie in *Barney Baxter* meist stereotyp abgebildet: sie tragen ein Hitlerbärtchen, wirken dummlich, sind brutal und martialisch. Das Monokel wird zu einem Erkennungszeichen für deutsche Offiziere, ebenso wird die Titelsilbe "von" oft in den Fantasienamen für Deutsche verwendet. Der Hitlerguß wird zu einem allgemeinen Merkmal für die "Bösen". Jedoch nicht nur in Zusammenhang mit dem Zweiten Weltkrieg und den Nationalsozialisten; auch in vielen anderen Geschichten zeugt der rechte ausgestreckte Arm von einer brutalen, herrischen Einstellung der Figuren, wie es etwa in einem Strip der Serie *Buck Rogers* aus dem Jahr 1948 der Fall ist, in dem der Held von Soldaten einer Diktatur auf dem Planeten Saturn auf diese Art und Weise begrüßt wird und sich fragt, woher er diesen Gruß kennt (vgl. Schaffer, 1994, 76).

Das Hakenkreuz findet als Symbol für den Nationalsozialismus oftmals Verwendung. Vor allem in den Jahren 1942 und 1943 wird es in vielen Comic-Strips abgebildet, wie etwa in *Spirit*, *Superman*, *Wash Tubbs* oder *Captain Midnight* (vgl. Schaffer, 1994, 87)

Der Zeichner Alex Raymond versuchte anfangs, die Abbildung des Hakenkreuzes, die Nennung Deutschlands und Hitlers zu vermeiden und ließ in seinen Geschichten "den Diktator" auftreten, vor dem sein Held *Flash Gordon* die Erde retten müsse.

Jedoch tauchen auch hier später Hakenkreuze und ein Bild Hitlers in den Comic-Strips auf, wenn auch erst im Jahre 1953 im Zusammenhang mit einer Zeitreise in das Jahr 1945. Die Kreuze wurden in der amerikanischen Version belassen, in der deutschen Übersetzung der Geschichte jedoch schließlich retuschiert und das Bild Hitlers durch ein Fenster ersetzt (vgl. Schaffer, 1994, 87).

Die Zeitungs-Comics behandeln in verschiedenen Ausmaßen alle Themen, die mit dem Zweiten Weltkrieg in Verbindung stehen: Durchhalteparolen oder ganze Reden werden von den Helden gehalten, Verbündete der USA gegen Deutschland werden immer wieder erwähnt, Werte der Demokratie werden hoch

gehalten - als Schlagwort fällt in diesem Zusammenhang besonders oft "Freiheit" - oder einzelne Figuren machen Werbung für Kriegsanleihen. *Superman* machte Werbung für das Recyceln von Altmetall, um so die Waffenproduktion billiger zu gestalten (vgl. Schaffer, 1994, 74).

Auch Entbehnungen, wie beispielsweise die Benzinrationierung in den USA, oder Angst vor heimischen Kollaborateuren wurden ebenfalls als eine Facette des Krieges thematisiert. Ebenso finden Hinrichtungen oder erzwungener Selbstmord Eingang in die Comic-Geschichten, wie etwa in *Spirit* (1943) oder *Superman* (1942).

Was jedoch selten in den Comics der damaligen Zeit auftauchte, waren die Konzentrationslager. Über die Grausamkeiten, die dort passierten, war noch wenig bekannt. Laut Schaffer kommt Roy Crane, der 1941 eine ganze Story in einem KZ ansetzte, der Realität noch am nächsten (vgl. Schaffer, 1994, 91). Auch die Thematik der Opfer und Flüchtlinge wurde selten aufgegriffen. Zwar erscheint in *Flash Gordon* im Jahr 1941 für kurze Zeit ein Flüchtlingstrupp in Skandinavien, die Geschichte konzentriert sich jedoch später vielmehr auf die flüchtige Königsfamilie (vgl. Schaffer, 1994, 91).

Die Frauen waren nun - da die meisten Männer in den Krieg gezogen waren - eine wichtige Arbeitskraft für die Rüstungsindustrie geworden. Die bereits oben genannten Comic-Strips wie *Winnie Winkle*, in denen Frauen in der Rolle der Sekretärin im Mittelpunkt standen, waren trotz ihrer Popularität auf dem großen Comic-Markt eher eine marginale Erscheinung geblieben. Nun jedoch waren die weiblichen Protagonistinnen nicht mehr an profane Handlungen wie ihre Sekretärinnenjobs oder ihre Liebesabenteuer gebunden, sondern durften in die vormals ausschließlich von Männern ausgefüllten Rollenbilder schlüpfen und sich beispielsweise als Reporterinnen und Abenteurerinnen beweisen. So etwa *Brenda Starr*, deren Zeichnerin Dale Messicks ihre Heldin auf der ganzen Welt unglaubliche Abenteuer erleben ließ, wobei aber auch die Liebe ein stetiges Thema blieb (vgl. Knigge, 1996, 87).

Die weiblichen Figuren übernahmen nun nicht mehr die Rolle der zu Rettenden, sondern kämpften Seite an Seite mit den Helden. Schaffer hält jedoch fest, dass auch diese Kämpferinnen nach gebannter Gefahr wie "hilflose Mädchen" in die Arme des Mannes sinken (vgl. Schaffer, 1994, 74). Frauen traten ebenso in der Form feindlicher Agentinnen auf, die oftmals brutal und kaltherzig dargestellt wurden, jedoch nicht selten dem Charme des Helden verfielen und die Seiten wechselten (vgl. Schaffer, 1994, 74).

Es gab jedoch nicht nur kämpferische Heldinnen, weibliche Figuren sollten auch als Motivation für die Soldaten dienen: ab dem 11. Oktober 1942 trat *Miss Lace* auf die Bühne und verhalf mit ihrer Pin-Up-Erotik dem Strip *Male Call* zu rund dreitausend Abonnements seitens Armeezeitungen. *Male Call* war ebenso einer der wenigen Strips, der die Thematik der Kriegsversehrten offen aufnahm, um für Verständnis in der Umgebung der Verletzten zu sorgen und ihnen eine Rückkehr in ihr normales Leben zu erleichtern. Der Zeichner Milton Caniff ließ *Miss Lace* einige Male mit Kriegsversehrten ausgehen, oder sprach Probleme wie etwa Schwesternmangel oder monetäre Engpässe in den Lazaretten in seiner Serie *Terry & the Pirates* im Jahr 1942 offen an (vgl. Schaffer, 1994, 92f.).

Vor allem Geschichten über Piloten wurden zu dieser Zeit mit großer Begeisterung gelesen. Frank Millers *Barney Baxter* etwa bombardierte in seinem Strip Tokio, nachdem er sich zuvor in die US Air Force eingeschrieben hatte (vgl. Knigge, 1996, 86). Ebenso wie *Flyin' Jenny*, die europäische Ziele bombardierte oder *Buz Sawyer*, der von Zeichner Roy Crane schlichtweg dafür kreierte wurde, um als Navy Pilot mit seinen actiongeladenen Erlebnissen einen Beitrag zur Motivation der Soldaten leisten. Diese Piloten-Comics waren in ihrem Stil besonders naturalistisch gehalten, selbst erdachte Welten wichen realen Schauplätzen, auf denen die Handlung ausgetragen wurde. Oftmals wurden die Strips jedoch mehrere Wochen im Vorhinein produziert, womit den Zeichnern nichts anderes übrigblieb, als Spekulationen über den weiteren Verlauf des Krieges anzustellen. Durch diese Vorausproduktion ließ beispielsweise Frank Miller seine Figur des Gopher Gus in *Barney Baxter* die deutsche Luftwaffe bereits im Jahr 1941 besiegen (vgl. Schaffer, 1994, 93).

Ebenso flog *Buz Sawyer* auch nach dem offiziellen Ende des Krieges noch Angriffe, woraufhin sein Schöpfer Roy Crane in dem Strip vom 16. August 1945 - also bereits eine Woche, nachdem die zweite Atombombe auf Japan niedergegangen war - seine Leser darüber informierte, dass die dargestellte Geschichte vor der Kapitulation der Japaner begann und sich ein Ereignis, das in der realen Welt innerhalb von Stunden vorbei ist, im Comic über mehrere Tage ziehen kann (vgl. Knigge, 1996, 86f.).

Die Darstellung von Luftkämpfen reduzierte sich jedoch bereits nach dem 7. Dezember 1941, dem Angriff auf Pearl Harbor, erheblich (vgl. Schaffer, 1994, 93).

Diese eigens für den Einsatz im Krieg geschaffenen Helden fanden kurz nach Ende des selbigen ihr eigenes. Entweder wurden die Serien gänzlich eingestellt, wie etwa *Flyin' Jenny*, oder der Geschichte ein gänzlich neuer Verlauf gegeben, wie es etwa bei *Buz Sawyer* der Fall war, der nach Ende des Zweiten Weltkrieges in die USA zurückkehrte und sich dort anfangs als Arbeitsloser durchs Leben kämpfte, bis er sich wieder auf der Suche nach Abenteuern in die weite Welt begab (vgl. Knigge, 1996, 87).

Die Soldaten zogen also mit Comic-Heften im Gepäck in den Krieg, da ihnen die Geschichten während des harten Alltags kurzfristige und leichte Unterhaltung boten und kurbelten somit den Verkauf der Hefte ordentlich an. Robert Harvey nennt dies sogar als Grund für die vollständige Etablierung und den Erfolg von Comic-Heften:

Comic books were produced for civilian consumption too, but it was the military appetite that generated the enormous demand that propelled the infant industry to robust maturity within a very few years.

(Harvey, 1996, 16)

Somit war der Zweite Weltkrieg die Hintergrundkulisse und der Grund für den großen Erfolg der Comic Hefte und der zugehörigen Industrie. Es erschienen mehr und mehr Serien und auch die Inhalte wurden verschiedenartiger und differenter. Als größter institutionalisierter Kunde der Heft-Industrie galt, wie zuvor

erwähnt, das US amerikanische Militär, das die Hefte in großen Mengen zu den GIs schickte, um sie zu motivieren und ihnen auch unkomplizierte Unterhaltung im Kriegsalltag bieten zu können.

Doch die Kriegszeit sorgte auch dafür, dass in den USA selbst mehr Comic-Hefte gekauft wurden. Ein höheres Haushaltseinkommen traf auf einen gleichzeitigen Mangel an Konsumgütern, bedingt durch die Konzentration der Industrie auf die Produktion von militärischen Gütern. Dies führte dazu, dass Kinder lediglich die bunten Hefte als Unterhaltungsprodukte kaufen konnten.

The rise of illustrated magazines stemmed from the momentum gathered by the nascent industry before the war as much as the historic economic, and sociological circumstances linked to the conflict that shaped the size, composition and tastes of readers.

(Gabilliet, 2010, 20)

In den USA hatte die Comic Heft Industrie also nun neben Erwachsenen und Jugendlichen die Kinder als Konsumenten entdeckt und sich verstärkt auf die Produktion von lustigen Comics konzentriert. Dabei wurde jedoch auch nicht außer Acht gelassen, dass es noch immer die Eltern waren, deren Erlaubnis für das Lesen eines Heftes vonnöten war. Die Produzenten versuchten nun, auf die Eltern zuzugehen und ihnen Hefte anzubieten, die sie für gut erachteten. Insofern wurden nun Jugendliche zu den Protagonisten, die Superhelden bekamen junge "Sidekicks" zur Seite gestellt, es wurde großer Wert auf Comic-Serien gelegt, die gleichzeitig Bildung vermitteln sollten, sowie auch humoristische Serien, die nun in Konkurrenz mit den Heften traten, die bisher gesammelt bereits veröffentlichte Comic Strips aus den Zeitungen abgedruckt hatten (vgl. Gabilliet, 2010, 23).

Mit diesen humoristischen Serien gingen die Produzenten sicher, dass die Eltern keine gewalttätigen Inhalte befürchten mussten und bauten gleichzeitig auf den großen Erfolg der animierten Trickfilme, wie etwa jene Walt Disneys oder die der Warner Brothers Studios. An diese Filme lehnte man sich auch an und produzierte daher nun in den Zeiten von 1940 bis 1945 viele "funny animal"-Comics für die zuhause gebliebenen Kinder (vgl. Gabilliet, 2010, 25).

Ihren Höhepunkt erreichte die Comic Industrie in den sieben Jahren nach Ende des Zweiten Weltkriegs, obwohl die Zeichen dafür anfangs schlecht standen: Mit dem Ende des Zweiten Weltkriegs hatte die Industrie zwei wichtige Verkaufsfaktoren verloren. Einerseits bedienten sich viele der neu entstandenen Heldenserien des Weltkriegs als Hintergrund, was nun jedoch aufgrund der aktuellen Umstände nicht mehr realistisch und damit nicht möglich war. Auf der anderen Seite bestellte die amerikanische Armee - zuvor einer der größten Abnehmer von Comics - keine Hefte mehr, die sie den stationierten Soldaten tonnenweise zuschickten. Nichtsdestotrotz wuchs die Comic-Industrie jedoch weiter an (vgl. Gabilliet, 2010, 29).

Welche Faktoren waren für solch einen Erfolg trotz vermeintlich ungünstiger Umstände verantwortlich?

Einerseits verfügten Kinder und Jugendliche nun über genügend Geld, um die Hefte zu kaufen, während sich der günstige Preis (10 Cent) seit 1933 unverändert hielt. Auf der anderen Seite steht der Baby Boom, der Anfang der 40er Jahre begonnen hatte und für mehr Leser pro Haushalt sorgte (vgl. Gabilliet, 2010, 30).

Als weiterer Grund für die andauernde Expansion erscheinen die Strategien, die die Verlage während der Kriegsjahre erarbeiteten, um ein breiteres Publikum zu erreichen. Neben Kindern und Jugendlichen interessierten sich nun auch Erwachsene für die Hefte. Und auch eine weitere Gruppe an Lesern wurde nun für die Verlage interessant: das weibliche Publikum (vgl. Gabilliet, 2010, 30f).

Superheldinnen erwiesen sich hierbei nicht als zugkräftig, da junge Mädchen sich von verkleideten und kämpfenden Heldinnen scheinbar nicht derart faszinieren ließen wie Jungen von den männlichen Pendants. Marvel veröffentlichte ab 1945 Serien wie *Millie the Model* oder *Nellie the Nurse*, deren Protagonistinnen junge arbeitstätige Frauen waren, die vor allem lustige Abenteuer erlebten (vgl. Gabilliet, 2010, 31).

Als besonders beliebt erwiesen sich schließlich die ab 1947 erscheinenden "romance"-Comics, die nach eigener Beschreibung "realistische" Geschichten für jugendliche und erwachsene Leserinnen erzählten. Das erste derartige Heft war *Young Romance* von Joe Simon und Jack Kirby (die Schöpfer *Captain Americas*). Das Heft richtete sich von Anfang an explizit an "adults", also Erwachsene und war damit das erste Magazin, welches von Haus aus mit Blick auf das erwachsene Publikum publiziert wurde. Bereits zwei Jahre später - 1949 - boomten die "romance"-Titel, die sich jedoch von ihren rein Text-basierenden Pendanten in Handlung und Setting kaum unterschieden. Auf diese Ähnlichkeit setzten auch die Herausgeber, als sie begannen, die Hefte äußerlich den Romanheftchen anzupassen, also etwa ein Foto für den Einband zu verwenden, um Romanheft-Leserinnen anzuziehen und durch Täuschung zu gewinnen (vgl. Gabilliet, 2010, 32f).

Die Geschichten und Bilder wurden immer eindeutiger und lasziver, sodass Verleger nun auch schon versuchten, männliche Leser mit Hilfe suggestiver Bilder anzulocken. Natürlich konnten sich derartige Serien während der folgenden Comic-Hetze der 50er Jahre und dem Comics Code, worauf im weiteren Verlauf der Arbeit noch eingegangen wird, nicht halten.

5.5. 1945 - Helden in der Krise

Ab Mitte der 40er Jahre war es schließlich unmöglich, neue Helden am Markt zu etablieren. Dies resultierte einerseits daraus, dass bereits alle Nischen besetzt waren, da während des Krieges rund 700 Helden debütiert hatten und in 40 verschiedenen Titeln erschienen waren. Andererseits trat auch das Fernsehen als großer Konkurrent in Sachen Unterhaltung, Comedy und Abenteuer auf den Plan. Das Fernsehen war es auch, das die Zeitungen schließlich als Leitmedium verdrängte und so auch den Comics einen erheblichen Leserverlust einbrachte. Das neue Medium konnte innerhalb kürzester Zeit Bilder von wichtigen Geschehnissen liefern und war damit den Zeitungen um einiges voraus. Dies führte schlussendlich dazu, dass in den fünfziger Jahren in den USA rund 160 Zeitungen ihr Erscheinen einstellen mussten (vgl. Knigge, 1996, 91).

Nur wenige Superhelden überlebten das Ende des Zweiten Weltkriegs. Unter denjenigen, die weiterhin in der Gunst der Leser standen waren: *Superman*, *Batman*, *Wonder Woman*, *Green Lantern* oder *Aquaman*.

Der Marvel Verlag ersetzte seinen letzten Superhelden im Jahr 1949 durch eine der damals beliebten "romance"-Serien (vgl. Gabilliet, 2010, 34).

Das Aufkommen des Fernsehens beeinträchtigte auch die Comic-Hefte. Die Verleger entschieden sich nun, vermehrt Themen aufzugreifen, die das Fernsehen noch nicht sendete oder aufgrund technischer Gründe nicht senden konnte: Horror- und Krimigeschichten (vgl. Gabilliet, 2010, 30).

Der Großteil aller Neuerscheinungen wurde bereits nach einer kurzen Laufzeit wieder eingestellt, da es mittlerweile schwieriger geworden war, das Publikum mit den Bildgeschichten zu faszinieren.

5.6. Rückkehr der Funnies

Die Funnies hatten in den 20ern ein Tief erlebt, nachdem es ihnen unmöglich war, ein Thema aufzugreifen, das nicht bereits von Helden-Comics behandelt worden war. Einzig und allein *Blondie* und die *Mickey Mouse* konnten um diese Zeit noch Erfolge feiern. Die Krise der Abenteuer- und Helden-Comics in den 40ern bot sich den Funnies jetzt allerdings als Chance, um den Humor in den Comics neu aufleben zu lassen (vgl. Knigge, 1996, 92).

Hatten die Comic-Heft-Produzenten diesen Trend schon während der ersten Hälfte der 40er aufgegriffen - sich jedoch dabei meist auf Kinder als Zielpublikum konzentriert - orientierten sich nun auch die Comic-Strips wieder hauptsächlich an humoristischem Material.

5.6.1. Pogo (Walt Kelly)

Diesen Trend nutzte auch Walt Kelly, als er im Jahr 1942 die Figur des Opossums *Pogo* für das Heft *Animal Comics* schuf. Zuvor hatte er bereits fünf Jahre für Walt Disney gearbeitet (1936 - 1941) und sich dort schon mit dem Comic als Medium auseinandergesetzt. *Pogo* war durch seine Erscheinung in *Animal Comics* anfangs nur für jüngere Leser gedacht, bis die Heftserie 1948 eingestellt wurde (vgl. Knigge, 1996, 96). Walt Kelly fand als Art Director beim *New York Star* als Zeichner politischer Cartoons Arbeit. Doch auch hier führte er seine Figur *Pogo* bald als Comic-Strip ein. Das Opossum war nun jedoch nicht mehr für ein junges, sondern für ein erwachsenes Publikum gedacht: Kelly baute Bezüge zu aktuellen politischen Ereignissen auf und gestaltete die Gags insgesamt anspruchsvoller. Dem *New York Star* war jedoch keine lange Existenz beschieden und so musste Kelly sich nach Einstellung der Zeitung im Jahr 1949 bereits wieder auf Arbeitssuche begeben. Er bot seine Serie *Pogo* dem *Post-Hall Syndicate* an, was dem Strip zu einem landesweiten Vertrieb und schon bald zu großem Erfolg verhalf (vgl. Knigge, 1996, 96).

Wie schon zuvor *Mutt & Jeff* ließ sich auch *Pogo* 1952 als Kandidat zur Präsidentschaftswahl aufstellen. Kelly wollte seine Leser damit eigentlich bloß zum Urnengang motivieren, viele wählten die Comic-Figur jedoch tatsächlich. Natürlich gab es auch vor *Pogo* Comic-Strips, die den politischen Alltag behandelt hatten, doch war dies die erste Serie, die auch politische Persönlichkeiten - als Tiere verkleidet - auftreten ließ (vgl. Knigge, 1996, 96f).

Als Kelly Richard Nixon und seinen Gegenkandidaten McCarthy 1954 in seine Comic-Strips integrierte, förderte er damit die Proteste gegen McCarthys konservative Standpunkte. Als dieser an Kreditabilität verlor, ließ Kelly die Figur aus den Strips verschwinden, da McCarthy für ihn nun ein zu einfaches Ziel geworden war. Doch auch Nikita Chruschtschow, Fidel Castro oder J. Edgar Hoover hatten Auftritte in *Pogo*. Mit dieser Strategie zeigte Kelly - entgegen allgemeinen Annahmen in den 1950er Jahren - dass Leser sich auch für Comic-Strips interessierten, die politische Themen aufgriffen (vgl. Knigge, 1996, 97f.).

Mit Ausnahme von *Pogo* stützten sich die meisten nun erscheinenden "funny animal"-Strips auf Figuren, die bereits aus dem Fernsehen bekannt waren. Andere Versuche, eigens für Serien kreierte Figuren zu etablieren, scheiterten. Ein Gegenbeispiel stellt hier jedoch der von Carl Barks erfundene reiche und geizige Onkel von Donald Duck: *Scrooge McDuck* (dt.: Dagobert Duck) dar, der sich großer Beliebtheit erfreute, ohne zuvor in einem Film aufgetaucht zu sein (vgl. Gabilliet, 2010, 30).

Durch die zunehmende Popularität des Fernsehens verloren die Comics immer mehr an Bedeutung. Gleichzeitig erkannten die Zeitungen, dass es für sie weitaus lukrativer war, bunte Anzeigen in ihren Sonntagsbeilagen zu drucken, was den Comics viel Raum nahm und sie auf wenige Bilder reduzierte. Diese Reduktion führte wiederum dazu, dass sich die Zeichner auf einen minimalistischeren, einfacheren Stil besannen, da dieser Stil auch in klein gedruckten Strip noch zu erkennen war (vgl. Knigge, 1996, 102). Auch das Leben in der amerikanischen Gesellschaft wurde schneller, sodass sich ein kurzer pointierter Gag eher bewährte, als langatmige narrative Handlungen, die anhand komplizierter Bilder illustriert werden mussten (vgl. Knigge, 1996, 102).

5.7. "Schmutz und Schund" (1950er)

Nach dem Zweiten Weltkrieg unternahmen die Verlage den Versuch, auch die Erwachsenen für das Medium Comic in Heftform zu begeistern und brachten Geschichten heraus, die immer gewalttätiger und expliziter wurden.

Vor allem das aufkommende Genre der Horror-Comics fiel den Jugendschützern unangenehm auf (Havas/Habarta, 1993, 174).

Der EC Verlag profilierte sich vor allem auf diesem Gebiet, nachdem William Maxwell Gaines den Verlag von seinem Vater übernommen hatte. Eigentlich waren die Serien, die der Verlag publizierte, als "educational comics" (daher EC) gedacht, also Geschichten, die gleichzeitig Bildung vermitteln sollten. Die Geschichten verkauften sich jedoch nicht sehr gut und Gaines begann bald, auf beliebtere Genres zu setzen und konzentrierte sich dabei vornehmlich auf Horror. Schon bald drehte sich alles im nun in "Entertaining Comics" umbenannten Verlag um gruselige Comics, wie etwa in *The Haunt of Fear*, *Tales from the Crypt* oder *Vault of Horror*, die auf Spannung und Gänsehaut bauten (vgl. Gabilliet, 2010, 38).

Der EC Verlag zeichnet außerdem für das beliebte *MAD Magazine* verantwortlich, ein Satire-Magazin, das sich großer Beliebtheit erfreute und unter Jugendlichen schon bald einen unverzichtbaren Bestandteil ihres Alltags darstellte.

Die nun vermehrt erscheinenden Horror-Serien sorgten dafür, dass sich Vertreter der Comic-Industrie schließlich im Frühling 1954 vor dem "United States Senate Subcommittee on Juvenile Delinquency" verantworten mussten. Die Medien berichteten eifrig und vornehmlich negativ über dieses Hearing und propagierten damit ebenfalls ein schlechtes Image der Comics (vgl. Gabilliet, 2010, 39).

Überhaupt stellte sich die Nachkriegszeit für Comics als keine einfache Zeit heraus. Gerhard Habarta beschreibt dies im Vorwort zu seinem Buch *Comic Welten* anhand eigener Erlebnisse in Österreich, als er in seiner Jugend dem Kinderclub des US-Information Service angehörte, der ihm viel über die

Alltagskultur der USA beibrachte, Comics jedoch als einzige davon ausklammerte. Die anfangs harmlosen und satirischen Geschichten waren mit der Zeit zu einem mächtigen Propaganda-Instrument geworden, das dazu diente, die Soldaten an der Front zu motivieren. Doch jetzt erlebten sie während des Kalten Krieges einen herben Rückschlag, als die Helden der Strips verdächtigt wurden, Anhänger des Kommunismus zu sein (vgl. Havas/Habarta, 1993, 6).

Vor dem Hintergrund der Ängste innerhalb der Bevölkerung während der Anfänge des Kalten Krieges boten sich Comics als geeigneter Sündenbock an, dem zugeschrieben wurde, Kriminalität unter Jugendlichen zu steigern oder gar zu verursachen. Die Jugendkriminalität darf zu einer der größten Ängste der US-Amerikaner der damaligen Zeit gezählt werden, wurde sie doch redundant in den Medien und von den Behörden thematisiert (vgl. Gabilliet, 2010, 29).

Die USA versuchten nun, den Comics einen schlechten Ruf zu verschaffen. Die CIA sponserte in diesen Zeiten Studien, die das Lesen von Comics mit einer Leseschwäche bei Kindern in Zusammenhang stellten. Die mitunter etwas fragwürdigen Ergebnisse dieser Studien wurden durch den US-Information Service vertrieben und verbreitet (vgl. Havas/Habarta, 1993, 6f).

Doch so einfach waren die Comics nicht klein zu kriegen, wofür es laut Habarta zwei Gründe gibt. Er nennt hierbei die Popularität der Zeichentrickfilme im Kino, von der der Comic profitieren konnte und verweist als zweiten Grund darauf, dass die Comics zur damaligen Zeit "die einzige verfügbare Bilderwelt" gewesen seien, die den Kindern und Jugendlichen half, der harten Welt der Nachkriegszeit zu entfliehen (vgl. Havas/Habarta, 1993, 7).

Auch mit den Mitteln der Kunst wurde versucht, Comics zu verdrängen. Der abstrakte Expressionismus wurde zur nationalen Kunstform der USA erkoren, um dem sowjetischen Realismus einen Gegenpol zu setzen. Da es zur damaligen Zeit keine abstrakten Comics gab, erhoffte man sich dadurch unter anderem eine Abkehr von dem Medium, das sich aber entschieden wehrte und den abstrakten Expressionismus als Feindbild einführte und parodierte (vgl. Havas/Habarta, 1993, 7).

Frederic Wertham, ein deutsch-amerikanischer Psychiater, veröffentlichte 1954 sein Buch "Seduction of the Innocent", in welchem er konstatierte, dass Comics Jugendliche in die Kriminalität treiben. Zwar wurde Wertham schon davor für seine unwissenschaftlichen Methoden kritisiert, etwa von Frederic M. Thrasher, doch all das tat dem Verkauf seines Buches keinen Abbruch. Comics wurden von der Öffentlichkeit nach und nach als "Gefahr von innen" (vgl. Knigge, 2009, 19) gesehen, die man bekämpfen musste. Das Buch von Wertham wurde innerhalb kurzer Zeit zu einem nationalen Bestseller und sorgte mit seinen überspitzten Visionen und seiner Verteufelung des Comics für landesweite öffentliche Comic-Verbrennungen. Comics wurden als "Blasenfutter für Analphabeten" und "Opium der Kinderstube" betitelt (vgl. Knigge, 2009, 20). Diese Hetzjagd auf Comics schadete dem Image des Mediums nachhaltig, da sich die Auffassung, dass Comics nur triviale Literatur für Kinder seien noch sehr lange Zeit - in manchen Staaten bis heute - aufrecht erhielt.

Wertham unterstellte dem Medium, bei den jungen Konsumenten durch die scheinbar zufällig und verwirrend platzierten Sprechblasen eine Krankheit hervorzurufen, die er "lineare Dyslexie" nannte und als die Unfähigkeit zum linearen Lesen beschrieb. Die Jugendlichen wären demnach nicht mehr imstande, beim Lesen eines "normalen" Textes vom Zeilenende zum Zeilenanfang zu springen. Der Psychologe konstatierte außerdem, dass sich die jugendlichen Leser anhand der Bilder eine eigene Handlung zurechtlegten, in welcher der Verbrecher zum Held hochstilisiert würde, selbst wenn der Text - laut Werthams Annahmen ohnehin vom jugendlichen Leser unbeachtet - Gegenteiliges vermitteln wolle (vgl. Knigge, 1996, 141f; Havas/Habarta, 1993, 184f).

Um staatlicher Zensur vorzubeugen und dem Widerstand der Händler, Comics zu vertreiben, beizukommen, entschieden sich die Verlage 1954, die CMAA (Comics Magazine Association of America) zu gründen und sich somit selbst zu zensieren. Die CMAA erstellte den "Comics Code", der vorgab, was in Comics erscheinen durfte und was zu beanstanden war. Jedes Heft wurde vor der Veröffentlichung einer strengen Prüfung unterzogen und erst im Falle keiner Beanstandungen oder nach Korrektur der als unzulässig aufgezeigten Elemente

mit dem Siegel "Approved by Comic Code Authority" versehen. Nur Hefte, die solch ein Siegel trugen, durften im Handel verkauft werden; andere wurden entweder abgewiesen oder ihr Verkauf in manchen Bundesstaaten illegalisiert und unter Strafe gestellt (vgl. Knigge, 2009, 19).

Verbotene Darstellungen waren etwa "Sympathie für Verbrecher" oder "Einzelheiten und Methoden von Verbrechen". Aber auch "Nacktheit in jeder Form", Flüche, sowie Abschwächung oder gar Gutheißen einer Scheidung waren untersagt.

Auch hinsichtlich der innerhalb der Hefte veröffentlichten Werbung wurden Regulierungen getroffen. Es durften dort weder Zigaretten noch Alkohol, Waffen oder Glücksspiel beworben werden (vgl. Gabilliet, 2010, 43; Knigge, 1996, 141f).

Knigge notiert, dass zum Zeitpunkt der Einführung etwa sechshundertfünfzig Hefte monatlich erschienen. Eine Zahl, die sich ein Jahr nach Einführung des Comic Codes um die Hälfte reduzierte. Für die kommenden 30 Jahre waren die Inhalte von Comics also zensiert und somit sowohl in der Qualität des Zeichenstils als auch des Inhalts auf einem niedrigen Niveau verhaftet. (vgl. Knigge, 2009, 20).

Der Comics Code erwies sich als restriktiver als ähnliche Maßnahmen, die dem Film und Fernsehen bereits auferlegt worden waren. Schon bald verschwanden kleine und mittlere Herausgeber vom Markt, die sich - aufgrund der Rentabilität - ausschließlich auf die nun verpönten Genres konzentriert hatten. Mit ihnen verschwand ein Drittel der Verlage, die Comics publizierten (vgl. Gabilliet, 2010, 41).

Von den verbleibenden 27 Verlagen gehörten 24 der CMAA an. Die drei, welche sich gegen eine Mitgliedschaft verwehrt, waren Dell, Gilberton und EC. Dell negierte, derartige zu beanstandende Publikationen zu veröffentlichen, während sich der Gilberton Verlag - der mit seiner *Classics Illustrated*-Reihe stetig erfolgreich war - durch eine Mitgliedschaft nicht in die Nähe von Verlagen rücken lassen wollte, die derartig verpöntes Material produzierten (vgl. Gabilliet, 2010, 41f).

Gaines und sein EC Verlag hatten sich anfangs dagegen gewehrt, Mitglied der CMAA zu werden, gaben jedoch nach, als sie mehrere Pakete mit Comics ungeöffnet von den Händlern retour erhielten, weil ihre Comics das Siegel des Comics Codes nicht trugen und daher als gefährlich eingestuft wurden (vgl. Gabilliet, 2010, 42).

Die CMAA sah sehr bald ein, dass ihr die notwendige Legitimation ihrer Urteile und Siegel fehlen würde, wenn nicht eine von der Gesellschaft für anständig erachtete Person als "Außenseiter" im Führungskomitee sitzen würde. Der Richter Charles F. Murphy erklärte sich bereit, legte sein Amt jedoch nach Vertragsabschluss nieder, als sich herausstellte, dass der Comics Code viele Reihen nicht indizierte, die Murphy - selbst ein Comic-Gegner - gerne als vom Markt verbannt gesehen hätte (vgl. Gabilliet, 2010, 43).

Die Verlage begannen nun, sich auf vormals bereits funktionierende Prinzipien, wie etwa die Superhelden zu berufen und versuchten, diese mit Hilfe neuer "origin stories", Kostüme oder Superkräfte wieder zu beleben. So verlegte etwa DC im Jahre 1956 *Flash* neu und konnte diese Serie, die zehn Jahre zuvor geendet hatte, 1959 aufgrund großen Erfolgs sogar als eigene Heftreihe wieder aufnehmen und 1960 einen weiteren Helden - *Green Lantern* - re-etablieren (vgl. Knigge, 1996, 144).

Auch die Superhelden-Teams gewannen zu Beginn der 60er wieder an Zuspruch. Somit konnten sich *Superman*, *Batman*, *Wonder Woman*, *the Flash* und *Green Lantern* neben weiteren Helden zur *Justice League of America* vereinigen und als Helden-Kontingent neue Abenteuer erleben (vgl. Knigge, 1996, 144).

Auch der Marvel Verlag eignete sich das Prinzip der Heldenteams an und startete 1961 seine Reihe der *Fantastic Four*, verlieh den Helden jedoch einen menschlichen Touch hinzu, indem er sie bewusst nicht unfehlbar oder frei von Schwächen präsentierte. Dieses Prinzip bewährte sich und illustriert auch treffend, warum *Spiderman* es ab 1962 zum beliebtesten Helden der 60er Jahre brachte: der stets von Liebeskummer und Selbstvorwürfen geplagte Student

Peter Parker ist auch in seiner Rolle als Spinnenmann nicht frei von Zweifeln an der großen Verantwortung, die er zu tragen hat (vgl. Knigge, 1996, 147f).

Der große Erfolg von *Spiderman* verleitete Marvel dazu, eine ganze Reihe von Heldengruppen und Superhelden herauszubringen, wobei sich der Verlag in großem Stil auf die Arbeiten von Autor Stan Lee und Zeichner Jack Kirby stützte (vgl. Knigge, 1996, 148). So erschienen 1963 etwa die *X-Men* und *The Avengers*, die sich bis heute gehalten haben und in verfilmter Form für große Kinoerfolge sorgen.

Die Comic-Hefte hatten jedoch weiterhin eine große Bedeutung für die Jugend: sie halfen ihnen dabei, eine Jugendsubkultur herzustellen, die sich von der gängigen Kultur der Erwachsenen abgrenzte oder gar zu ihr in Konkurrenz trat. Dies sorgte natürlich für Unruhe in der Gesellschaft, da "die Erwachsenen" die neue Jugendkultur weder begreifen noch verstehen konnten und daher noch mehr versuchten, Comics loszuwerden (vgl. Havas/Habarta, 1993, 204).

.

5.8. Der Underground

Die 60er Jahre des 20. Jahrhunderts brachten dem Medium Comic wiederum einen Aufschwung. Ab 1960 beteiligten sich die USA aktiv militärisch an der Auseinandersetzung zwischen dem kommunistischen Norden und dem Süden Vietnams. Die ältere Generation akzeptierte die Argumente, die eine Notwendigkeit des Einsatzes postulierten, während sich bei den Jüngeren eine große Skepsis gegenüber der Regierung und ihren militärischen Entscheidungen entwickelte. Auch Superhelden wie *Superman* oder *Batman* wurden von Studenten damals kritisch beäugt, da diese bereits lange auf dem Markt waren und ihre Haltungen und Einstellungen auf die Jungen naiv und überholt wirkten (vgl. Krensky, 2008, 69).

Die großen Verleger hielten sich von solch heiklen Themen wie dem Vietnamkrieg fern, um mit einer Parteinahme nicht zu riskieren, eine Seite vor den Kopf zu stoßen und Leser zu verlieren. Auch andere sozial brisante Themen wie etwa der Kampf der Afro-Amerikaner, der Frauen oder der Lesben- und Schwulenszene um Gleichberechtigung und faire Behandlung wurden von den Verlagen konsequent ignoriert. Die einzige Aktivität beschränkte sich darauf, besonders rassistische oder sexistische Äußerungen aus den Comics zu entfernen (vgl. Krensky, 2008, 70).

Auch die wachsende Drogenszene, die nun auch Jugendliche und Studenten der höheren Schichten erreichte, wurde nicht thematisiert, nicht zuletzt aufgrund der Richtlinien des Comics Codes, keine Kriminalität abzubilden, wozu auch Drogenkonsum zählte (vgl. Krensky, 2008, 70). Die Underground Comix nahmen sich auch dieser Themen an.

Vor allem San Francisco kann als Hochburg der Underground-Comix gesehen werden und die von dort ausgehende Hippie-Bewegung als großer Einfluss auf das nun entstehende neue Genre, das vornehmlich das neuartige Lebensgefühl widerspiegelte und mit sämtlichen Tabus brach (vgl. Knigge, 1996, 161).

Die entstandenen Bürgerrechtsbewegungen gingen nicht spurlos an den Comics vorbei. So entstand etwa im Jahr 1964 der Strip *Wee Pals*, in dem ein afroamerikanischer Junge den Protagonisten stellte und der in den darauffolgenden Jahren nicht der einzige bleiben sollte, der in den Zeiten nach Aufhebung der Rassentrennung in den USA ethnische Minderheiten in den Mittelpunkt des Geschehens stellte. Auch die *Peanuts* zogen etwa 1968 mit dem Erscheinen des schwarzen Jungen Franklin nach (vgl. Knigge, 1996, 103).

Gleichzeitig verwendeten die Studentenbewegungen der 60er Jahre Comics als Transportmedium ihrer Botschaften. Die literarischen, künstlerischen und politischen Underground-Bewegungen, die Hippies und vor allem auch die entstehende Rock-Szene erfreuten sich am Bilderreichtum der Comics und verwendeten sie als Markenzeichen (vgl. Rosenkranz, 2002, 39).

Die nun erscheinenden Comics setzten auf Tabubrüche, wie explizite Gewalt oder Sex, um den Bürger wachzurütteln. Doch auch die Bildende Kunst begann sich nun der Stilmittel des Comics anzunehmen und verhalf dem Medium über Künstler wie Andy Warhol oder Roy Lichtenstein zu Akzeptanz (vgl. Havas/Habarta, 1993, 7).

Doch nicht nur ihre Thematiken unterschieden diese neuen Comics von den Mainstream-Comics: auch die Produktionsweise und der Vertrieb waren anders. Die Underground Comix waren meist billig produzierte selbstgedruckte und -gefaltete Heftchen, die über Headshops oder Plattenläden ihre Verbreitung fanden, statt - wie der "Mainstream" über Comic-Shops oder Kioske an den Leser gebracht zu werden. Ihre Wurzeln liegen in den College-Zeitungen, die an den Universitäten erschienen und unter den Studenten kursierten. Das Geburtsjahr der Underground-Comix wird meist mit dem Jahre 1967 beziffert, in dem Robert Crumb die erste Ausgabe seines Magazins *Zap* veröffentlichte. Crumb gilt als einer der wichtigsten Zeichner der Underground-Szene und verarbeitete in seinen Geschichten Themen wie Drogenkonsum, freie Liebe, seine erotischen Fantasien aber auch Kritik an der Gesellschaft (Knigge, 1996, 162).

Immer mehr Zeichner und Autoren begannen, sich mit verschiedenen, bis dahin tabuisierten oder schlichtweg nicht behandelten Themen wie etwa Rassendiskriminierung, Feminismus, der Schwulenszene oder freier Liebe in Comic-Form auseinanderzusetzen. Im Unterschied zu den "Mainstream"-Comics gab es für die Underground-Produktionen keine Deadlines und keine festen Erscheinungszeiträume (vgl. Rosenkranz, 2002, 123).

1970 bildeten etwa sechs Kleinverlage die Infrastruktur, über die die Underground-Comix vertrieben wurden, Anfang der 80er sollten es bereits 60 sein (vgl. Knigge, 1996, 165). Jedoch gingen die "Comix" zu dieser Zeit auch bald unter, da sich die Protestgeneration immer mehr zurückzog und das Medium daher auch nicht mehr als ihr Sprachrohr benötigt wurde.

5.9. Die 80er bis 1990

In den 80er Jahren kristallisierte sich schließlich für die großen Verlage ein neuer, risikofreier Vertriebsweg heraus. In den USA existierten zur damaligen Zeit tausende Comic-Shops, die ab den 70er Jahren aufgekommen waren und denen die Verlage nun ganze Heftreihen exklusiv anboten. Die Vorteile dieses "direct sales" bestanden darin, dass die Berechnung der Auflagenhöhe aufgrund der Bestellungen seitens der Shops präziser ausfallen konnte, sowie keine Remissionsrechte gewährt wurden, was einen enormen Vorteil für die Verlage bedeutete (vgl. Knigge, 1996, 154).

Die Popularität, die bestimmte Zeichner bis dahin unter ihren Fans erlangt hatten, kombiniert mit den neuen Vertriebsmöglichkeiten, brachte die Verlage nun auch dazu, Graphic Novels zu veröffentlichen, welche vermehrt die Zeichner in den Vordergrund rückten. Diese Konzentration auf einzelne Zeichner wirkte sich allerdings nicht nur positiv auf das Medium aus, traten nun doch die Handlungsstränge und der erzählerische Aspekt zugunsten des künstlerischen Stils in den Hintergrund. Insofern kam es zu künstlerischen Experimenten, die zwar schön anzusehen waren, jedoch keine narrative Substanz boten (vgl. Knigge, 1996, 158).

Die Verlage hatten die Popularität ihrer Zeichner als weitere Einnahmequelle entdeckt und begannen aus deren Namen Kapital zu schlagen, indem sie zum Teil ein und dieselbe Geschichte mit verschiedenen Cover-Umschlägen drucken ließen, um mehr von derselben zu verkaufen. Hier kamen ihnen wiederum die neuen Vertriebswege zu Hilfe: Der populäre Name eines Zeichners und der fehlende Nachdruck der besonders beliebten Hefte steigerte den Sammlerpreis (vgl. Knigge, 1996, 158).

War *Spiderman* in den 60er Jahren für eine ganze Generation der unumstritten beliebteste Held gewesen, fiel diese Rolle in den 80er Jahren nun *Batman* zu. Zwar hatte dieser sich in den Beliebtheitswerten aufgrund einer Fernsehserie bereits Mitte der 60er nach oben katapultieren können, jedoch sind die Gründe für das neuerliche Aufflammen einer "Batmania" (Knigge, 1996, 157) diesmal nicht nur dem Medium Film geschuldet, sondern vor allem einem Zeichner: Frank Miller. Er hatte mit seinem Werk *The Dark Knight Returns* Batman eine tragische Note verliehen, die den Lesern gefiel. Ein gealterter Held, der sich aus der Verbrechensbekämpfung eigentlich schon zurückgezogen hatte, griff in dieser Erzählung erneut zu seinem Kostüm und verlieh dem unantastbaren Helden-Image einen Hauch von Gebrechlichkeit (vgl. Knigge, 1996, 157). Einen zusätzlichen Erfolgsgrund dürfte auch der 1989 erschienene Film unter der Regie Tim Burtons darstellen, der mit Stars wie Michael Keaton, Jack Nicholson und Kim Basinger aufwartete.

The Dark Knight Returns kann als eines der Werke gesehen werden, die in den 80er Jahren bewiesen, dass Comics auch seriös, stilistisch hochwertig und erzählerisch kompetent arbeiten können, traten doch gerade während der 80er Jahre - begünstigt durch die Etablierung des direct-sales-konzepts - verstärkt Independent Publishers auf die Bühne, die zu einem großen Teil dumpfes, klischeeverhaftetes und sinnbefreites Material billig auf den Markt warfen (vgl. Knigge, 1996, 171).

Frank Miller bemerkte den Mangel an erzählerischen Qualitäten innerhalb des Mediums während der 80er und 90er Jahre und produzierte ab 1991 mit *Sin City* eine stilistisch reduziertere, in Schwarz-Weiß gehaltene und sich wieder auf die

Erzählung per se konzentrierte Reihe (vgl. Knigge, 1996, 159), die mit der Verfilmung eines ihrer Teile 2005 großartige Erfolge feierte.

Ein weiteres Opus, das in den 80er Jahren erfolgreich demonstrierte, dass der Comic begann, seine erzählerisches Potential weiter auszubauen, war die bei DC erschienene und von Alan Moore und Dave Gibbons ersonnene Graphic Novel *Watchmen*. Die Handlung thematisiert - ähnlich wie *The Dark Knight Returns* - gealterte Superhelden, die aufgrund der (auch tatsächlich vorhanden gewesenen) Antipathien gegenüber Superhelden in den 60er Jahren zur "Pension" gezwungen waren und nun ihre Kostüme wieder vom Haken nehmen, um zurückzukehren (vgl. Knigge, 1996, 157).

Knigge honoriert diese Graphic Novel:

Watchmen ist die wohl vielschichtigste, intelligenteste und dichteste Geschichte, die jemals im Bereich des Superheldengenres geschrieben wurde.

(Knigge, 1996, 157)

Auch Art Spiegelman steuerte gegen Ende der 80er und Anfang der 90er mit *Maus* eine abgeschlossene Geschichte bei, die aufgrund ihrer Themenwahl weltweit für Aufsehen sorgte und durch die Auszeichnung mit einem Pulitzerpreis im Jahr 1992 schließlich bewies, dass es dem Comic nun erlaubt war, sich mit seriösen Themen auf seine eigene narrative Art und Weise auseinanderzusetzen und damit großartige Erfolge zu feiern. Art Spiegelman setzt sich in *Maus* mit der Vergangenheit seines Vaters Wladek - eines polnischen Juden - auseinander, der den Holocaust überlebt hatte. Die Juden sind in dieser Geschichte als Mäuse, die Deutschen als Katzen und die Amerikaner als Hunde, sowie die Polen als Schweine dargestellt, der Stil ist grob und holzschnittartig in Schwarz-Weiß gehalten und versucht nichts zu verschleiern oder schönzufärben.

Schließlich kann auch das Werk des Autors Neil Gaiman, der ab 1988 die Serie *The Sandman* schrieb und sie von verschiedenen Zeichnern zu Papier bringen ließ, als großer Meilenstein in der künstlerischen Ausweitung des Mediums

gelten (vgl. Knigge, 1996, 157f). Der subtile Gänsehautfaktor, die teilweise sehr poetischen Texte und der sich immer wieder ändernde Zeichenstil stellen ein abwechslungsreiches und vielschichtiges Leseerlebnis dar.

Schließlich steuerte Scott McCloud 1993 ein Werk bei, das die achte Konstante Schmidts schön zu illustrieren weiß: *Understanding Comics* (dt.: Comics richtig lesen) beschäftigt sich mit Form, Geschichte, Produktion, Konsum und Theorie des Comics - in Form eines Comics.

Die Comics hatten sich so bis zum Jahr 1990 zu einem Medium gewandelt, das in den USA akzeptiert und beliebt war sowie viele verschiedene Gattungen aufwies, sodass für jeden Leser - ob Erwachsene, Kinder, Jugendliche, ältere Menschen - etwas dabei war, woran er sich erfreuen konnte.

6. Entstehungsgeschichte des Comics in Deutschland

Die Entwicklungsgeschichte des Comics in Westdeutschland ist gespickt mit Hindernissen, die es dem Medium schwer machten, sich zu etablieren. Als eines dieser Hindernisse sieht Dolle-Weinkauff das NS-Regime und den Faschismus.

Als eine um die Jahrhundertwende in den USA entstandene historische Spielart der Bildgeschichte existierte der Comic innerhalb der nationalen Literaturen Westeuropas und Skandinaviens während eines bestimmten Zeitraums neben der klassischen Bildgeschichtentradition, um allmählich in eine dominierende Rolle hineinzuwachsen. Dieser Prozeß, der sich etwa zwischen 1930 und 1950 vollzog, fand in Deutschland aufgrund der historischen Zäsur des Faschismus nicht statt.

(Dolle-Weinkauff, 1990, 15)

Becker hält hierzu fest:

Die nationalsozialistische Kulturpolitik dagegen förderte in den 1930er Jahren zwar den Film als neue Technik der Massenkommunikation und Manipulation, lehnte aber den Comic als jüdisch ab.

(Becker, 2011, 8)

Dolle-Weinkauff sieht den Beginn der Geschichte des Comics in Deutschland aus diesem Grund erst nach dem Zweiten Weltkrieg. Bis heute besteht der Großteil veröffentlichten Comics aus Übersetzungen, also Produktionen anderer Länder, die ins Deutsche übertragen wurden.

Im Folgenden soll die Entwicklung des Mediums Comic in Deutschland anhand von Beispielen illustriert und die Gründe für seine geringe Etablierung erläutert werden.

6.1. Anfänge in der Nachkriegszeit

Zwar war der Bilderbogen oder das Erzählen in Bildern und Worten wie in vielen anderen Ländern Europas auch schon in Deutschland eine anerkannte Tradition, jedoch blieb es hierbei stets bei einer strengen Trennung von Wort und Bild.

Die Stilmittel des Comics, wie etwa Sprechblasen waren den Zeichnern und Autoren zwar geläufig und wurden in Ausnahmefällen auch verwendet, konnten sich jedoch nicht durchsetzen. Dolle-Weinkauff führt dies auf eine dem Modernen entgegengesetzte Einstellung des Faschismus zurück, der die Etablierung des Comics, wie man ihn heute kennt, verhinderte (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 21).

Auch das deutsche Pressewesen wollte bereits vor dem Zweiten Weltkrieg nicht auf Witzserien und -zeichnungen verzichten. Schon Ende des 19. und Anfang des 20. Jahrhunderts erschienen humoristisch-satirische Blätter in Deutschland, wie etwa "Kladderadatsch" (1848 - 1944) oder die "Fliegenden Blätter" (1845 - 1944) und Kinderzeitschriften wie "Dideldum" (1929 - 1941), die humoristische Texte bereits mit Bildern begleiteten (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 34).

Die in der Nachkriegszeit erscheinenden Illustrierten setzten diese Tradition fort und integrierten Witzseiten und Bildgeschichten in ihre Ausgaben.

Eine solch bedeutsame Rolle, wie sie die Tagesstreifen und "comic supplements" der damaligen ausländischen, insbesondere der US-amerikanischen Presse spielten, kam ihnen jedoch zu keiner Zeit zu.

(Dolle-Weinkauff, 1990, 34)

Einige wenige Zeichner bedienten sich auch schon vor dem Zweiten Weltkrieg der Comic-Elemente, zählten jedoch zu den Ausnahmen. Emmerich Huber etwa verwendete in seinen "Onkel Jup"-Streifen in den 20er Jahren bereits Sprechblasen, ebenso wie Martin Branner in "Kalle, der Lausbubenkönig" (1933 - 1935) (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 21).

Den größten Einfluss auf die späteren Bildgeschichten deutscher Produktion hatte jedoch Erich Ohser - unter dem Pseudonym e. o. Plauen. Er erlangte mit seinen "Vater und Sohn"-Geschichten (1934 - 1937) große Popularität. Bei diesen Streifen handelte es sich um sogenannte Pantomimen-Streifen, es wurde also hierbei nicht mit Text gearbeitet. Ohser hatte seine Abneigung gegenüber den Nationalsozialisten bereits zur Weimarer Republik in Form von Karikaturen kundgetan und wurde nach der Machtübernahme aufgrund regimekritischer Zeichnungen im Jahr 1936 mit einem Berufsverbot belegt. Dieses konnte er nur umgehen, indem er seine "Vater und Sohn"-Geschichten unter dem oben genannten Pseudonym e. o. Plauen veröffentlichte. In diesen Streifen war keine Kritik am Regime herauszulesen, jedoch auch keine Befürwortung desselben. Die beiden Figuren wurden vom Reichsverband schließlich auch als Werbefiguren für das Winterhilfswerk Joseph Goebbels' verwendet. 1944 wurde Ohser denunziert und verhaftet. Noch vor der Prozesseröffnung am Volksgerichtshof durch Roland Freisler wählte der Zeichner den Freitod (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 48).

Als die "Vater und Sohn"-Geschichten 1949 neu aufgelegt erschienen, wurden sie als hohe Kunstform gepriesen und respektiert (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 22f.)

Der Stil dieser Geschichten sollte die nachkommenden Zeichner in der Bundesrepublik Deutschland durch seine Popularität stark beeinflussen - und das nicht immer zum Guten. Viele trauten sich über Humor- und Lausbuben-Streifen nicht hinaus, verwehrten sich gegen eine Kombination von Text und Bild innerhalb des Panels, wenn sie überhaupt Text verwendeten und traten auch stilistisch auf der Stelle. Insofern war die Begeisterung und Bewunderung für Erich Ohser's Werk zwar angebracht, der Entwicklung einer eigenständigen, kreativ-innovativen Comic-Kultur in Deutschland nach 1945 jedoch hinderlich (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 22).

Einer der wohl wichtigsten Comic-Strips in Nachkriegsdeutschland war *Fitz und Finchen* (vormals: *Fitz, der Pfiffikus*) von Hans-Georg Meyer, der ab 1946 in der Zeitschrift "Ins neue Leben" erschien. Es handelt sich hierbei um einen der reinen Unterhaltung dienlichen Comic-Strip, der sich um den frechen Fitz und seine

Schwester Finchen dreht, die Abenteuer rund um den Globus erleben. Meyer konzipierte die Serie anfangs dreiteilig und ohne Text - ganz in der Tradition von e.o. Plauen, fügte jedoch später Text und auch Sprechblasen in die mittlerweile in zehn Panels gegliederten Streifen ein und bediente sich damit bereits eindeutiger Comic-Elemente (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 28).

Einheimische Strip-Autoren und -Zeichner hatten in den späten 40er Jahren des 20. Jahrhunderts in Deutschland freie Hand hinsichtlich der Entwicklung eines eigenen Stils oder der Wahl des Genres, da praktisch - bis auf wenige Ausnahmen - keine stilistischen oder gattungstechnischen Vorbilder existierten.

6.1.1. Comic Strips

Mit dem nun verstärkten Aufkommen von Comic-Strips in der heimischen Presselandschaft wurde auch die Diskussion über die neuartigen Bilderstreifen losgetreten. Man blickte mit Erstaunen nach Amerika, wo den Comic-Strips eine weitaus tragendere Rolle zukam als in Deutschland. Die Verleger gewannen den Eindruck, dass es sich um ein überaus rentables "Zugpferd" handelte, das eine große Wirkung auf die Rezipienten ausüben konnte.

So bemerkt etwa Karl Nicolaus in seinem Artikel "Der Triumph der Blasenmenschen" in "der Zeit" vom 28. Mai 1953:

Wertet man alle bisherigen Erfahrungen mit Strips nur als einen Test, so ergibt dieser Test einwandfrei die horrende "Wirksamkeit" der Strips.

(Nicolaus, 1953)

Verwundert wurde über amerikanische Tageszeitungen berichtet, die niemals auf ihr Comic-Ressort verzichten würden, die Seiten mit den bunten Streifen sogar als "Einband" für ihre Zeitung benützten, um Leser anzuziehen.

Unter anderem wurde auch angeführt, dass sich das Humorempfinden der Deutschen von dem der Amerikaner grundlegend unterscheidet und

aufgrunddessen eigens produziertes Material vonnöten wäre, das sich den einheimischen Gegebenheiten anpasse (vgl. Nicolaus, 1953).

Die deutschen Zeitungen betrauten also ihre Hauskarikaturisten mit der Aufgabe, eigene Comicstrips anzufertigen. Stilistisch hielten sich die so entstandenen Produktionen jedoch wieder traditionalistisch an e.o. Plauen oder den Stil von Pressekarikaturen und kamen dem Aussehen eines Comics wenig nahe. In den Jahren zwischen 1950 und 1953 entstanden so rund 30 neue Bildserien deutscher Produktion. Dolle-Weinkauff erwähnt in diesem Zusammenhang etwa Hans Kossatz, der mit seiner Serie *Dackel Schnipp* stark an *Vater und Sohn* von e.o. Plauen erinnerte, mit dem er vor Beginn des Zweiten Weltkriegs zusammengearbeitet hatte. Auch Emmerich Huber, der bereits vor dem Zweiten Weltkrieg Bildergeschichten gezeichnet hatte (*Das neueste von Onkel Jup*), engagierte sich nun wieder und erfand die *Familie Kindermann* (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 35).

Im weiteren Verlauf der 50er Jahre des 20. Jahrhunderts wurde deutlich, welche Themen die Zeichner und Verleger für besonders wertvoll oder einträglich erachteten. Vor allem historische und literarische Stoffe fanden in Comic-Strips transponiert Eingang in die Illustrierten, Tageszeitungen und Kinderzeitschriften. Auf diese Art und Weise wurde versucht, die Jugendlichen und Kinder zwar für die Bildergeschichten zu begeistern, den Bildungsaspekt dabei jedoch nicht außer Acht zu lassen und "wertvolle" Geschichten zu erzählen.

So wurden etwa Erzählungen von Mark Twain ("the prince and the pauper" als "Prinz und Bettelknabe" von Friedrich Pruss von Zglinicki), "Ben Hur" oder "Die Erlebnisse des gefürchteten Seeräubers Störtebeker" in Comic-Form gebracht und vermarktet.

Eigene Produktionen waren jedoch bei Tageszeitungen selten der Fall; es waren eher Zeitschriften und Illustrierte, die Zeichner anstellten, um eigene Comic-Serien zu produzieren um so einen großen Leserkreis - vor allem auf Jugendliche ausgerichtet - zu akquirieren.

Die "Hessischen Nachrichten" stellten hier jedoch eine Ausnahme dar: Sie beauftragten den Zeichner Egon von Tresckow mit der Produktion von Comic-

Strips, die sich die Handlung berühmter Märchen als Vorlage nehmen sollten. Tresckow hatte bereits Trickfilme gezeichnet und setzte seine dort gemachten Erfahrungen nun für die "Märchen-Buchfilme" der "Hessischen Nachrichten" ein. Die Geschichten erfreuten sich derart großer Beliebtheit, dass auch andere Tageszeitungen in Deutschland die Streifen in ihre Ressorts aufnahmen. Bei den "Märchen-Buchfilmen" handelt es sich außerdem um die erste deutsche Eigenproduktion, die auch der Presse im Ausland angeboten wurden (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 38f.). Durch den frühen Tod Tresckows 1952 fanden die "Märchen-Buchfilme" jedoch ein jähes Ende.

1951 wurde schließlich in der Programmzeitschrift "Hör Zu" der Comic-Strip *Mecki* veröffentlicht. Der Igel Mecki war anfangs als Fotografie der bereits existierenden Puppe zu sehen, tauchte bald in von Reinhold Escher gezeichneter Form in den Strips auf. Die Geschichten sollten nicht nur im Strip-Format bleiben, sondern auch auf ganze Seiten ausgeweitet werden. Eine Besonderheit der *Mecki*-Serien ist jedoch, dass es hier zum ersten Mal dazu kam, dass nicht nur der Zeitschriftenmarkt an dem Erfolg der Figur teilhaben konnte. Die Firma Steiff erwarb das Recht, *Mecki*-Stofftiere zu produzieren und der Figur dadurch zu weiterer Popularität zu verhelfen. Des Weiteren erschienen ab 1952 Buchreihen mit dem erfolgreichen kleinen Igel und erweiterten das Segment an *Mecki*-Produkten. Insofern lässt sich der großartige Erfolg der Serie nicht nur an seinem Auftauchen in "Hör Zu" festmachen, sondern ebenso an der Beteiligung anderer Märkte an dem Phänomen (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 40f).

Mit Hilfe derartiger Bildgeschichten hofften die deutschen Zeitschriften und Zeitungen, ähnlich den amerikanischen, ein ganzes Ressort mit Comics zu füllen und durch die Integration von Comic-Strips den Absatz zu steigern.

Jedoch tun sich hier bereits die ersten Unterschiede zwischen den in dieser Arbeit gegenübergestellten Medienlandschaften auf: Die Zeichner, die in Deutschland mit der Produktion von Comic-Strips beauftragt wurden, entstammten meist dem Karikaturen-Ressort, wiesen bereits eine längere Karriere in diesem Berufsfeld auf und hielten sich daher streng an althergebrachte stilistische Regeln und Traditionen (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 35). Unter ihnen gab es also kaum Neuzugänge oder designierte Comic-

Zeichner, die für das nötige Innovationspotential hätten sorgen können. Als weiterer Faktor, der den Erfindungsgeist und die künstlerische Freiheit der Zeichner behinderte, darf die pädagogische Kritik genannt werden, der Comics in den 50er Jahren des 20. Jahrhunderts zunehmend ausgesetzt waren. Durch die ständige Beobachtung sahen sich Zeichner, die eventuell neue stilistische Wege hätten einschlagen wollen, gezwungen, auf abweichende und potentiell provokante Darstellungsweisen zu verzichten und sich weiterhin an die bisher tolerierten Schemata zu halten.

Auch die Kombination von Bild und Text blieb Anfang der 50er Jahre weiterhin ein Tabu - die Zeichnungen wurden oftmals von unter dem Bild platzierten Text oder durch Überschriften begleitet. Auch Tresckows "Märchen-Buchfilme" waren trotz der einschlägigen Erfahrung des Zeichners im Trickfilmgeschäft untertitelt. Im Fall von *Mecki* ist sogar ein Rückschritt zu verorten, hatte sich doch Reinhold Escher anfangs einer Form der Sprechblase bedient, indem er den Text in das Bild schrieb und durch einen Strich mit dem Sprecher verband. Dies änderte er jedoch bald und begann seine Serie ab sofort mit Untertiteln zu begleiten (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 38f).

Auch Marquardts *Störtebeker*-Reihe, die 1953 startete und sich von Beginn an der Sprechblase bediente, entfernte dieses Comic-Stilmittel schon bald aus ihren Bildern und arbeitete wieder mit Begleittext, der außerhalb der Panels platziert wurde (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 42).

1952 startete in der neu gegründeten "Frankfurter Illustrierten" schließlich der Comic-Strip *Oskar*, gezeichnet von Carl Fischer ("Cefischer"), der seine Produktionen bemerkenswerterweise mit dem Mund zeichnete, nachdem er beide Arme während eines Luftangriffs verloren hatte. Auch er hatte vor dem Zweiten Weltkrieg eine Karriere als Karikaturist gestartet und lässt sich so - wie die meisten Comic-Zeichner Deutschlands in den 50er Jahren - nicht direkt als Berufsanfänger klassifizieren. Die Figur des *Oskar* orientierte sich ursprünglich an den vielen Katzenfiguren der amerikanischen Comics, hatte mit ihnen jedoch ansonsten wenig gemeinsam, repräsentierte hingegen die typischen Familienverhältnisse in Deutschland um ein Publikum zu erreichen, das sich in diesen Strips wiederfinden konnte (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 44).

Die wohl bekannteste Comic-Serie deutscher Produktion, die in den 50er Jahren ihren Anfang hatte, ist *Nick Knatterton* von Manfred Schmidt, der in der Illustrierten "Quick" erschien. Der Strip war eigentlich dazu gedacht, die mittlerweile schon sehr prominenten Comics wie *Superman* zu persiflieren und lächerlich zu machen. Das eigentliche Ziel war es, die Jugendlichen davon abzubringen, Comics zu konsumieren.

"Knatterton" - so erklärte der Autor rückblickend - "sollte die damals in Deutschland aufkommenden Comics vom Superman parodieren und so lächerlich machen, daß den Lesern der Spaß an dieser Schwachsinnsliteratur verging. Das ging mir total daneben, denn die Parodie kam nur bei einem Bruchteil der Leser an. Die meisten bekamen durch Knatterton erst den richtigen Appetit auf solche Bildergeschichten."
(Sackmann/Becker, 1983, zit. n. Dolle-Weinkauff, 1990, 49)

Trotz seiner Antipathie dem Medium gegenüber, schaffte Schmidt es, sich der Stilmittel des Comics wirkungsvoll zu bedienen und setzte viele der heute gebräuchlichen Elemente wie Geschwindigkeitslinien oder Sprechblasen kunstvoll ein. Doch auch er entstammte dem Berufsfeld der Karikaturisten und war kein Berufsanfänger, der sich für das Medium begeisterte und seinen eigenen Beitrag leisten wollte. Schmidt hatte auch während des Zweiten Weltkriegs seine Professur ausgeübt und entwarf - in ihrem Witz harmlose - Karikaturen über die NS. Die Erlebnisse während des Nationalsozialismus brachten Schmidt dazu, nach Ende des Regimes mit Hilfe des Rowohlt Verlags im Jahr 1947 das *Bilderbuch für Überlebende* zu veröffentlichen, in dem er mit der Vergangenheit abrechnete und für Demokratie und Frieden eintrat (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 48).

Es steckt so etwas wie ein Kleine-Leute-Bekenntnis in dieser absichtlich auf Volksschulniveau heruntergeschraubten Propagandafibel gegen die großen Zeiten und die großen Worte, für den gesunden Menschenverstand und für Toleranz, für Kompromiß und niemals pro Komiß.

(Der Spiegel, 1953)

Das *Bilderbuch für Überlebende* fand jedoch keinen so reißenden Absatz, erst die Serie des *Nick Knatterton* verschaffte Schmidt Berühmtheit - auch über die Grenzen Deutschlands hinaus (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 50).

Innerhalb der Bundesrepublik besaß nämlich ausschließlich die Illustrierte "Quick" die Exklusivrechte an *Nick Knatterton*, der Strip wurde jedoch auch im Ausland veröffentlicht und gilt heutzutage, trotz der gegenläufigen Intention des Zeichners, als der deutsche "Vorzeige-Comic" der Nachkriegszeit. Auch heute noch findet man in Buchhandlungen Neuauflagen des Comic-Strips in gebundener Form (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 50).

Trotz populärer deutscher Kreationen tauchten in den 50er Jahren vermehrt auch übersetzte ausländische Comic-Strips in den Zeitungen auf, bedingt durch Presseagenturen, die sich auf den Verkauf von Comic-Lizenzen spezialisiert hatten. Schon in den 40ern hatten unabhängige Comic-Produzenten aus dem Ausland - vornehmlich Disney oder Produktionen des großen King Feature Syndicate - ihre Werke den deutschen Zeitschriften und Zeitungen zur Veröffentlichung angeboten, von denen manche auch publiziert wurden (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 50). Diese Aktivitäten reichten jedoch nicht an den Erfolg der später tätigen Agenturen heran. Die Anzahl der Zeitungen, die die auf diese Art vertriebenen Strips abdruckten, stieg rasant an, sodass ein einziger Strip in mehreren Zeitungen erscheinen konnte, während die Illustrierten und wöchentlich erscheinenden Zeitschriften eher dazu tendierten, Exklusivrechte für bestimmte Comic-Strips zu beanspruchen. Die Produktionen des King Feature Syndicate wurden nun über den in bereits 1929 in Stockholm gegründeten Bulls Pressedienst vertrieben, der ab 1948 auch in Deutschland tätig war und zu einer der erfolgreichsten Presseagenturen dieser Art zählte (vgl. Dolle-Weinkauff 1990, 50).

Als besonders beliebt stellten sich schließlich die - auch in den USA zu den Klassikern zählenden - Serien heraus, die den Leser in surreale Fantasiewelten entführten, seien es nun *Phantom*, *Flash Gordon* oder - einer der beliebtesten unter ihnen - *Prinz Eisenherz* (engl. *Prince Valiant*) von Harold Foster, der zuvor in den USA bereits über seine *Tarzan*-Comics Bekanntheit erlangt hatte. *Prinz Eisenherz* wurde jedoch nicht als chronologische Abfolge der produzierten Serien veröffentlicht, sondern in Teile zerstückelt und dem Publikum als Abwechslung alter und neuer Folgen dargeboten. Erst in den 70er Jahren entschied man sich, dem chronologischen Ablauf zu folgen (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 58).

6.2. Comic-Hefte

Nach dem Ende des NS-Regimes brachten die amerikanischen Soldaten in ihren Rucksäcken große Mengen an Comic-Heften mit, die sie den Kindern schenkten. Dass die Kinder der englischen Sprache in den meisten Fällen nicht mächtig waren, stellte hierbei jedoch kein Hindernis dar. Wenn die Handlung nicht über die Bilder zu erkennen war, malte man sich mithilfe der eigenen Fantasie einfach eine Handlung aus.

Da es zu dieser Zeit praktisch keine Comic-Hefte deutscher Produktion gab, muss den von den amerikanischen Soldaten verteilten "comic books" große Bedeutung beigemessen werden, da sie zu dem Zeitpunkt nahezu konkurrenzlos die einzigen im deutschsprachigen Raum waren.

Das erste Comic-Heft deutscher Produktion war *Bumm macht das Rennen* von Klaus Pielert, das 1947 erschien. Hierbei handelt es sich um die Detektiv-Abenteuer, die ein Junge namens Gerd im Nachkriegsdeutschland erlebt. *Bumm macht das Rennen* spiegelte die Zustände im Nachkriegsdeutschland wider: die zerbombten Häuserruinen, der Mangel an Lebensmitteln und grundsätzlichen Notwendigkeiten und die damals "typischen" Straftaten wie das Fälschen von Lebensmittelkarten, Schwarzhandel (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 25f.).

Bumm macht das Rennen konnte sich jedoch nicht weitreichend durchsetzen - nicht zuletzt aufgrund des eigenwilligen Stils Pielerts - und verfehlte so auch die Möglichkeit, anderen Comics deutscher Produktion den Weg zu ebnen.

Thematisch unterschieden sich die zögerlichen Versuche eigens produzierter Comics von den eingeführten amerikanischen Heften. Man konzentrierte sich darauf, den Stoff bekannter Kinder- und Jugendliteratur zu adaptieren, wie etwa "Emil und die Detektive". Vor allem auf Märchen-Handlungen wurde bei den publizierten Comics des Öfteren zurückgegriffen (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 28).

So erschienen in Westdeutschland gegen Ende der 40er Jahre parallel fremdsprachige und deutsche Comics, wobei die Geschichten deutscher

Produktion eine große thematische Bandbreite und einen experimentierfreudigen Stil aufwiesen.

Die Phase der ersten Gehversuche hielt jedoch bedingt durch die wirtschaftlichen Umstände wie Material- oder Papierknappheit, nicht lange an. Ein anderer Grund für das baldige Verebben der Experimentierphase deutscher Zeichner und Autoren war der Einkauf von Lizenzen ausländischer Comic-Serien. Diese waren billig zu haben, bereits in großer Menge vorproduziert - vor allem italienischer, französischer oder amerikanischer Herkunft, da diese Länder bereits auf eine ältere eigenständige Comic-Kultur zurückblicken konnten - und verdrängten schon bald die deutschsprachigen "Experimente" vom Markt. Doch nicht nur fremdsprachige Magazine aus dem Ausland waren in Deutschland zu finden: auch die österreichische *Kinderpost*, eine seit 1945 regelmäßig erscheinende Kinderzeitung, oder die "Globi"-Bücher aus der Schweiz, machten einen Teil des Bildgeschichten-Marktes aus (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 33f).

Bei der ersten als Lizenz gekauften Serie - gleichzeitig auch die erste Heftreihe Nachkriegsdeutschlands - handelte es sich um das französische *Petit Riquet Reporter*, das ab 1947 unter dem Titel *Peterle als Reporter* beim Schwarzwald-Verlag erschien. Doch auch diese Produktion stolperte über die Hürden des Mangels im Nachkriegsdeutschland und musste bereits nach fünf Ausgaben eingestellt werden (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 30ff.).

6.2.1. Die 50er Jahre

Durch die große Popularität der Comic-Strips in den Zeitungen, begann sich die Öffentlichkeit nun auch mehr für die Comic-Hefte zu interessieren, die erschienen. Während die Comic-Strips das Medium Zeitung nicht maßgeblich veränderten, hatten die nun aufkommenden Comic-Hefte jedoch einen großen Einfluss auf den Zeitschriftenmarkt, der sich auf Kinder und Jugendliche als Zielgruppe konzentrierte (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 84f).

Bei den anfänglichen Versuchen handelte es sich allerdings auch nicht um die gängigen Heftformate, sondern um Sammlungen von Presse-Strips, die in Buchform gedruckt vertrieben wurden. Dieser Umstand ähnelt der Entwicklung

der Comic books in den USA, da auch dort anfänglich die Presse-Strips das Bild dominierten, die später, in Buchform gesammelt, erhältlich waren, bis sich das Comic-Heft selbst erst 30 Jahre später durchsetzen konnte. Am Format der Hefte lässt sich die herausragende Position ausländischer Produktionen auf dem deutschen Markt und deren Zusammenhänge mit der Etablierung des Mediums in der Bundesrepublik noch deutlicher ablesen als bei den Zeitungsstrips, da hierbei die wohl beliebtesten und berühmtesten Serien US-amerikanischer Herkunft waren, während die Zeitungsstrips unter anderem auch auf deutsche Produktionen zurückgriffen (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 90f).

Die Bezeichnung "comic books" versuchte man "einzudeutschen". So wurde der Begriff des "Buchfilms" geprägt, der sich jedoch nicht durchzusetzen vermochte, aber darauf verweist, dass die Rezeption des Mediums in den 50er Jahren darauf fußte, dass man es als zu Bildern erstarrten und auf Papier gedruckten Film sah und damit als ein Nachfolgeprodukt des bewegten Mediums definierte, obwohl beide Gattungen etwa um die gleiche Zeit aufgekommen waren (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 61).

Diese irrläufige Definition des Mediums wurde durch die zwei zu dieser Zeit wohl erfolgreichsten amerikanischen Comics bestätigt: *Micky Maus*, selbst als Zeichentrickfigur konzipiert und nur in zweiter Linie für Comic-Serien gedacht, und *Tarzan*, dessen Figur zwar einem Roman entstammte, jedoch auch bereits in mehreren Filmen auftauchte, die auch in Deutschland erschienen waren, bevor die Comic-Geschichten über den Dschungelhelden die deutsche Öffentlichkeit erreichten (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 62).

Das erste *Micky Maus*-Heft erschien in Deutschland im Jahr 1951 im Ehapa Verlag und damit aber auch bedeutend später als im Rest Westeuropas: *Topolino* debütierte in Italien bereits 1934, das französische *Journal de Mickey* 1934 oder die *Mickey Mouse Weekly* in Großbritannien 1936 (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 62f).

Das bedeutet jedoch nicht, dass die Figur der *Micky Maus* in Deutschland unbekannt war:

Durch die seit 1928 produzierten Kurz- und Musikfilme hatte Mickey Mouse auch in Deutschland einen solchen Popularitätsgrad erreicht, daß selbst die nazistische Kulturpolitik während des "Dritten Reichs" sie nicht völlig zu verdrängen vermochte.

(Dolle-Weinkauff, 1990, 63)

Die *Micky Maus*-Hefte wurden schnell sehr populär, man orientierte sich allerdings - im Gegensatz zu anderen Ländern, die bereits eigens produzierte *Micky Maus*-Abenteuer veröffentlichten - an den Serien, die in den USA entstanden waren, und versuchte sich nicht selbst im Schreiben eigener Abenteuer (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 63). Als Chefredakteurin verantwortlich für Auswahl und Übersetzung war Erika Fuchs, die mit ihren fantasievollen Wortkreationen unter anderem auch die deutsche Sprache prägte und sie um Ausdrücke wie: "Dem Ingeniör ist nichts zu schwör!" oder onomatopoeisierte Verben wie "Bibber!" oder "Grübell!" erweiterte. In ihrer Auswahl der veröffentlichten Geschichten beschränkte sie sich hauptsächlich auf Produktionen, die erst nach dem Jahr 1945 entstanden waren, vornehmlich aus der Schaffensphase von Carl Barks, der mit seinen großartigen Zeichnungen Donald Ducks und Konsorten Deutschland in seinen Bann zog (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 67).

Ab dem Jahr 1952 erschienen schließlich auch die *Tarzan*-Hefte im Mondial Verlag in Hamburg. Zwar war der Dschungelheld, wie oben erwähnt, bereits aus den Filmen bekannt und genoss deshalb auch eine großartige PR, wurde aber vom Verlag trotzdem aufwendig beworben. Der Verlag traf allerdings eine interessante Auswahl hinsichtlich der Geschichten und entschied sich in den Jahren 1952 und 1953 für die Veröffentlichung derjenigen *Tarzan*-Folgen, die während der zweiten Hälfte des Zweiten Weltkriegs entstanden waren und daher einen hohen Grad an Politisierung aufwiesen. Jeder Bezug auf das Dritte Reich oder das Regime wurde jedoch säuberlich entfernt oder in einem anderen "harmloseren" Kontext wiedergegeben (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 81).

So wurde im Titel der Folge "Tarzan against Kandullah and the Nazis" die "Nazis" gestrichen, sowie "Tarzan against the Nazis" aus dem Jahr 1944/45 gar nicht erst veröffentlicht (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 83). Die antinazistische Darstellung *Tarzans* wird in den deutschen Geschichten in ein Heroenideal verwandelt, das durch Heldentum brilliert und Friedfertigkeit Schwäche gleichsetzt. Als die Hefte wegen expliziter Gewalt schließlich 1954 indiziert wurden, versuchte man, das Dargestellte durch aktuelle Zeitbezüge zu rechtfertigen, indem man konstatierte, dass zur heutigen Zeit ein Ellbogenkampf und eine gewisse Härte angebracht seien, um sich in der Gesellschaft zu behaupten (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 84).

Heute müsse man imstande sein, sich durch Kampf durchzusetzen. Was schwach ist, müsse rechtzeitig fallen.

(Christiansen, 1980, zit. n. Dolle-Weinkauff, 1990, 84)

Der Grund, warum Comics in den frühen 50ern nicht Fuß fassen konnten, ist vielschichtig. Zum einen handelte es sich bei den Verlagen, die Comic-Hefte publizierten, um kleine Häuser, die nicht das notwendige Kapital vorbringen konnten, um ihre Produktionen langfristig zu etablieren. Das deutsche Grosswesen verpflichtete den Grossisten zwar dazu, an ihn herangetragene Produktionen in den Vertrieb aufzunehmen, der Herausgeber erfuhr jedoch erst Monate danach, ob sich das Heft überhaupt ausreichend verkaufte, um Gewinn zu machen (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 86). Natürlich darf eine Heftreihe auch nicht einfach abreißen, was eine Produktion mehrerer Ausgaben "ins Unbekannte" zur Folge hatte, in der man mangels Kenntnis des Absatzes weder auflagen- noch inhaltstechnische Änderungen vornehmen konnte. Insofern waren große Investitionen von Nöten, die zur damaligen Zeit nur die finanziell stärker aufgestellten ausländischen Verlage wie Mondial oder Gutenberghus aufbringen konnten, was ihre starke Präsenz Anfang der 50er erklärt (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 86).

Ein weiterer Grund für die nur schleppende Etablierung der Comics und die große Kritik, der sie sich im Laufe der Jahre ausgesetzt sahen, liegt auch darin, dass die Comics mit ihrer Text und Bild-Kombination als ein Medium gesehen wurden, das vornehmlich die visuellen Reize anspricht und daher in einem Land,

das die Literatur seit jeher auf eine höhere Stufe als die bildende Kunst gestellt hatte, den Ruf des Trivialen und Einfältigen bekam. Die Produktion in großem Stil sorgte außerdem dafür, dass das Medium als Massenware wahrgenommen wurde und in den Augen der Bevölkerung so ohnehin nicht als Kunst gelten konnte. (vgl. Wermke, 1973, 23).

Doderer führt die Angst vor dem "neuen Medium" auch auf eine Angst vor Trivialität zurück:

Die Geschichte schien zurückgedreht, oder besser, eine der wichtigsten Kulturleistungen des vielberufenen christlichen Abendlandes, die Schriftsprache, in der sich die kulturelle Identität eines Volkes der "Dichter und Denker" ausdrückte, schien gefährdet.

(Doderer, 1988, 349)

Die Texte der Comics wurden nicht als literarisch sondern als verstümmelt empfunden. So entstand schnell der Eindruck, Comics würden bei Kindern und Jugendlichen zu einer Leseschwäche führen.

Hierin zeigt sich, was Schmidt in seiner zweiten Konstante zusammenfasst: Die Argumente der Gegner verknüpfen das Aufkommen der Comics mit der Befürchtung, dass die bestehende Kultur zu Grunde gehen und ein Schaden für die Gesellschaft sowie für die Individuen entstehen könnte, z.B. Leseschwäche bei Jugendlichen.

Zum anderen war das Medium Comic in der Bundesrepublik noch nicht einheitlich aufgestellt, bot den jungen potentiellen Käufern also kein Gattungsprofil, das es definiert hätte. Dies war unter anderem durch die oben genannten Faktoren bedingt, die dafür sorgten, dass viele Serien nur für kurze Zeit erschienen und deshalb vielfach unbekannt blieben. Nur die monetär besser aufgestellten ausländischen Verlage konnten also ihre Heftserien etablieren, was *Tarzan* und *Micky Maus* nun zu den führenden Symbolen für zwei Genres des Mediums machte: das humoristische und das Abenteuer Genre (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 86).

In diesen beiden Bereichen fanden sich nun auch viele Nachahmer. Im Unterhaltungsgenre sei hier *Fix und Foxi* aus den Kauka-Studios erwähnt, das sich als einzige Zeitschrift nachhaltig in diesem Bereich etablieren konnte. Auch *Tarzan* musste sich den Markt nun mit anderen Abenteuerhelden teilen: *Akim*, *Phantom* oder *Robinson* zählten zu den bekanntesten Dschungel-Helden (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 86f).

Das Jahr 1953 gilt hierbei als das des Comic-Booms. Immer mehr Hefte erschienen an den Kiosken, unter ihnen vor allem viele importierte Serien. Durch diese große neue Konkurrenz war es für Comics deutscher Produktion schwer, sich auf dem Markt zu halten oder etablieren. Die Comics aus dem Ausland konnten den Verlagen in großen Mengen und zu günstigen Preisen angeboten werden und wurden dann selbstverständlich auch den heimischen Produktionen vorgezogen, sodass sich auch kein genuiner deutschsprachiger Comic-Stil entwickeln konnte. Nun waren Comics ein Massenphänomen und gehorchten als solches auch den Regeln des Marktes, dass sie möglichst schnell Gewinn abwerfen sollten, was wiederum die Zeichner und Autoren in jene Position brachte, dass sie schnell und viel produzieren sollten, worunter die Qualität zu leiden hatte. Die so produzierten Serien wurden oftmals auch in Kürze wieder eingestellt, sei es aus oben genannten finanziellen Gründen oder aus Gründen der Unbeliebtheit bei den jugendlichen Lesern (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 91).

Einzig der Pabel Verlag konnte sich mit den Produktionen der deutschen Kauka-Studios, die geplanter und überlegter an die erdachten Serien herangingen bevor sie publizierten, mit originären deutschen Produkten einen Platz unter den großen Verlagen sichern.

Die "Großen" waren mehrheitlich Filialen ausländischer Verlagshäuser, die jetzt auf den entstehenden Comic-Markt der Bundesrepublik drängten. So handelte es sich bei Aller und Gutenberghus um skandinavische oder Del Duca um französische Verlage, die eigentlich nicht so sehr an in Deutschland produzierten Comics interessiert waren, sondern den Fokus auf die Verwertung der eigenen Lizenzen legten (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 91).

Die beliebtesten Heft-Serien waren zwar amerikanischer Herkunft, Dolle-Weinkauff streicht jedoch heraus, dass es sich bei dem zahlenmäßig größten Teil der publizierten Hefte um jene italienischer Herkunft handelte. Vor allem der Walter Lehning Verlag verließ sich hierbei auf die italienische Comic-Szene, die aufgrund der Einschränkungen hinsichtlich der Einfuhr amerikanischer Comics unter Mussolini einen Antriebsimpuls zur eigenen Produktion erlebt hatte und nun mit vielen Serien aufwarten konnte, die nach Ende des Zweiten Weltkriegs nach Deutschland und Frankreich exportiert werden konnten (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 91).

Im Laufe der 50er Jahre gewannen die Funnies immer mehr an Bedeutung, nicht zuletzt durch den Schmutz- und Schund-Kampf, der diese Gattung eher als harmlos klassifizierte und ihr damit ein ungefährliches Fortbestehen eher möglich machte als den Abenteuerserien. Im Fall der humoristischen Hefte nahm die *Micky Maus* eindeutig die Führungsposition ein. Eine deutsche Produktion aus den Kauka Studios beherrschte jedoch ebenfalls einen großen Teil des Marktsegments. Es handelte sich hierbei um die bereits erwähnte Reihe *Fix und Foxi*, die 1953 anfänglich noch unter dem Titel *Till Eulenspiegel* gestartet war und 1955 nach dem beliebten Fuchs-Geschwisterpaar benannt wurde (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 91).

Um 1955 herum spielte mit dem zunehmenden Aufkommen des Fernsehens ein medientechnischer Faktor in die Entwicklung der Comics hinein. Nun wurden viele Comic-Serien produziert, die auf Zeichentrickfiguren basierten, also ihre Inspiration einem anderen Medium entnahmen, was mit einem Element von Schmidts siebenter Konstante - der *Hybridisierung* - in Einklang zu bringen ist, da es zu einem Zusammenwachsen der verwendeten Figuren in Fernsehen und Comics kommt. Dieser Trend sollte sich bis in die 60er Jahre fortsetzen.

6.3. Schmutz- und Schundkampf in der Bundesrepublik

Am 9. Juni 1953 wurde nach langwierigen Diskussionen, die bereits im Jahr 1949 ihren Anfang genommen hatten, das "Gesetz über die Verbreitung jugendgefährdender Schriften" verkündet. Eine kurz darauf eingerichtete Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Schriften sollte - nur auf Antrag des Bundesministers des Innern oder der jeweiligen obersten Jugendbehörde eines Bundeslandes - "schlechte" Literatur indizieren und auf die "Liste der jugendgefährdenden Schriften" setzen, deren Verbreitung grundsätzlich verboten war. Für indizierte Produktionen durfte nicht geworben werden, sie durften nicht aufgelegt oder aufgestellt werden. Das Augenmerk des Gesetzes richtete sich anfangs nur auf Groschenromane und Trivilliteratur, wobei hier vor allem erotische Inhalte beanstandet werden sollten. Es kam jedoch zu wenigen Indizierungen von Romanen und das Augenmerk der Bundesprüfstelle richtete sich vermehrt auf die neu aufgekommenen Comic-Hefte (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 99f).

Man stützte sich unter anderem auf Studien und Argumente aus den Vereinigten Staaten, wobei jedoch außer Acht gelassen wurde, dass sich jene hauptsächlich auf eine Comic-Gattung bezogen, die in Deutschland gar nicht erhältlich war: die Horror-Comics (vgl. Doderer, 1988, 347).

Die Strafen der Bundesprüfstelle betrafen allerdings nicht die Konsumenten sondern die Händler, die indizierte Werke vertrieben, oder die Produzenten selbst.

Des Weiteren wurden große Umtauschaktionen veranstaltet, bei denen die Kinder und Jugendlichen ihren "Schund" gegen "gute" Literatur eintauschen konnten.

Das Vergraben großer Mengen oder die öffentliche Verbrennung von Heften fand ebenfalls statt, groß angelegte "Scheiterhaufen-Aktionen" wurden jedoch von Presse und Öffentlichkeit degoutiert, da sie an damals noch nicht lang vergangene dunkle Zeiten erinnerten, in denen die Verbrennung von Büchern und Druckschriften ebenfalls gängige Praxis gewesen war (vgl. Doderer, 1988, 330).

Die große Aufmerksamkeit seitens der Bundesprüfstelle führte dazu, dass die Verlage die Thematik ihrer Produktionen änderten. So tauchten nun statt den vormals beliebten Abenteuerserien hauptsächlich "Funnies" auf, die der Indizierung durch die Bundesprüfstelle durch ihre harmlosen Darstellungen entgingen (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 115) .

Doch auch die Abenteuercomics konnten der Prüfstelle entgehen, da diese ihr Augenmerk bei Comics vornehmlich auf Darstellungen von Gewalt legte und diese nach dem quantitativen Vorkommen von Kampfszenen oder der Abbildung von Waffen wie Schwertern, Pistolen etc. beurteilte. Somit konnte man durch Retuschieren und Herausschneiden einiger Kampfszenen eine Indizierung unterbinden, wobei die gewalttätige Dramaturgie oder die brutale Mimik jedoch erhalten blieben (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 106).

Dolle-Weinkauff führt an, dass es bei den Kleinverlagen, sowie den mittleren und großen wie Ehapa nie zu einer Indizierung kam. Die meisten Strafen betrafen den Walter Lehning Verlag, der seine Produktionen hauptsächlich aus Italien bezog, wo unter dem Regime Mussolinis und der Einschränkung hinsichtlich des Imports US-amerikanischer Comics eine eigene Comic-Szene entstanden war und daher viele selbst produzierte Serien nach dem Zweiten Weltkrieg nach Frankreich oder Deutschland exportiert werden konnten (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 91). Sollte es innerhalb einer Heftreihe binnen einen Jahres zu zwei Indizierungen von Ausgaben kommen, konnte die Bundesprüfstelle der Reihe auch ein drei- bis zwölfmonatiges Vertriebsverbot auferlegen, was vielen Kleinverlage empfindlich geschadet hätte, den Walter Lehning Verlag - der davon des Öfteren betroffen war - jedoch aufgrund des hohen Beliebtheitsgrades seiner Serien nicht beeinträchtigen konnte. Der Verlag ging sogar noch weiter und war einer der wenigen, der in Öffentlichkeit gegen die Bundesprüfstelle auftrat und sich gegen deren Maßnahmen zur Wehr zu setzen versuchte. Allerdings hatte die Bundesprüfstelle, wie deutlich wird, keinen allzu maßregelnden Einfluss auf die sich entwickelnde Comic-Szene Deutschlands (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 111).

Ein weiterer Grund, warum das Kontrollorgan es nicht schaffte, Gewaltdarstellungen komplett zu unterbinden, darf auch darin gesucht werden, dass die Hefte erst nach ihrer Erscheinung und auf Antrag hin kontrolliert werden konnten, sodass die meisten Exemplare zur Zeit der Beanstandung oder Indizierung bereits unter den jugendlichen Konsumenten verbreitet waren.

Als stärkerer Eingriff in die Comic-Produktion sollte sich die Selbstkontrollereinrichtung ab 1955 erweisen (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 111).

In diesem Jahr entschlossen sich die Verlage schließlich - ähnlich dem Comics Code in den USA - selbst zu kontrollieren, welche Produkte veröffentlicht werden können und welche vorher eine Zensur durchlaufen müssen. Die Selbstkontrollereinrichtung "Freiwillige Selbstkontrolle von Serienbildern" (FSS) wurde gegründet, um Comics vor ihrer Publikation bereits einer Überprüfung auf zu beanstandende Elemente unterziehen zu können und ihnen nach eventuellen Korrekturen oder der Entscheidung, dass keine Retuschen notwendig wären, ein Prüfsiegel zu verleihen. Die FSS kam hiermit aber auch den Händlern zu Hilfe, die aufgrund eines Urteils des Bundesgerichtshofs von 1955 verantwortlich für die von ihnen vertriebenen Produkte waren und mit Strafen rechnen mussten, sollten die aufliegenden Hefte auf der Liste der jugendgefährdenden Schriften aufscheinen oder indiziert sein. Da es einem Händler bei den nun zur Zeit des Comic-Booms in kurzen Frequenzen erscheinenden zahlreichen Serien jedoch unmöglich war, jedes Heft individuell auf Anzeichen einer eventuellen Gefährdung Jugendlicher zu überprüfen, konnte er sich mit Hilfe des Prüfsiegels der FSS auf eine "urteilsfähige Instanz" berufen (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 111).

Im Gegensatz zur Bundesprüfstelle konzentrierte sich die FSS jedoch auch auf stilistische oder sprachliche Mankos sowie historische Differenzen und prüfte daher die Hefte vor ihrer Publikation noch eingehender als die Bundesprüfstelle.

Des Weiteren zensierte die FSS auch verhetzende oder nationalsozialistische sowie militaristische Inhalte, worauf die Bundesprüfstelle nie referenziert hatte, da ihr §1 des Gesetzes untersagte, Schriften aufgrund ihres politischen oder sozialen Inhalts zu beanstanden (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 111).

In dem Urteil des Bundesgerichtshofs von 1955 wurde außerdem konstatiert, dass es sich bei Comics nicht um eine generell jugendgefährdende Gattung handelte, was vielen Elternvereinen, Pädagogen und Psychologen, die sich stark für den Kampf gegen die "Bilderflut" engagierten, die Hoffnung nahm, die Comic-Hefte mit einem Schlag als Bestandteil des Jugendzeitschriftenmarkts zu eliminieren. Unter den nun stärker an die Öffentlichkeit tretenden Comic-Gegnern, die sich von der scheinbar ohnmächtigen Bundesprüfstelle abwandten und mit Hilfe von Publikationen, Artikeln und Leserbriefen nun versuchten, den Comics zu schaden und ihren Ruf vollends zu ruinieren, fanden sich jedoch wenige Verleger und Buchhändler (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 112).

Dies ist jedoch nicht darauf zurückzuführen, dass diese Berufsgruppen Comics guthießen, sondern eher darin zu suchen, dass stärkere Zensurmaßnahmen für sie einen weitaus größeren Schaden bedeuten würden als die bunte und bildreiche Konkurrenz (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 112).

Ähnlich wie in den USA meldeten sich auch in Deutschland Mediziner zu Wort, die im Lesen von Comics eine Gefahr für die Kinder und Jugendlichen sahen. Die Anti-Comic-Veranstaltungen und Publikationen fanden ihren Höhepunkt in den Jahren 1956 und 1957, um ab dann schließlich langsam weniger zu werden, hinterließen in den Köpfen der Menschen jedoch ein Bild der Comics als trivialer Unterhaltungsliteratur für Kinder, Jugendliche und geistig anspruchslose Erwachsene, das sich für lange Zeit hielt und auch bis heute noch nicht ganz verschwunden ist (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 114).

Der Kampf gegen Comics war jedoch nicht ein reiner Kampf gegen ein Medium, sondern kennzeichnet auch einen gesellschaftlichen Umbruch. Das Aufkommen einer Literaturform, die den bisher kolportierten Kulturbegriff und die in Massen begeisterte Jugend zu gefährden scheint und damit auch die Werte des "christlichen Abendlandes" ins Schwanken bringt, muss unterbunden oder mindestens kontrolliert werden. Dass sie noch dazu von "außen" importiert wurde und sich so quasi als Fremdkörper im deutschen Jugendzeitschriftenmarkt zu etablieren drohte, war für die damaligen Kritiker ein weiterer Grund, die eigene Kultur als bedroht anzusehen (vgl. Doderer, 1988, 351).

Doderer sieht in diesem Kampf gegen Comics auch eine Form der Kapitalismuskritik:

Kennzeichnenderweise handelte es sich in der Mehrzahl der Fälle um eine nur indirekte und keinesfalls systematische Kritik am kapitalistischen Wirtschaftssystem, an strukturellen Mängeln in Politik und Wirtschaft. [...] Überdies war derartige "Kapitalismuskritik" auf einer gewissermaßen "zeitlosen" Ebene angesiedelt und oft vermischt mit einem diffusen Fortschrittsskeptizismus bis hin zu dessen rigoroser Ablehnung. Die "neuen" Konsumangebote überhaupt erschienen verdächtig, Mißtrauen und Mißfallen wurde bekundet gegenüber der gesamten zu neuem Leben erwachten "Vergnügungsindustrie".
(Doderer, 1988, 363)

Die Kritik seitens Pädagogen oder Eltern, der in der zweiten Hälfte der 50er Jahre verstärkt Öffentlichkeit zuteil wurde, da sie mit ihren stilisierten Befürchtungen aufregende Schlagzeilen lieferten, schadete dem Medium auf langfristige Sicht mehr, als die Arbeit der Bundesprüfstelle. Die Argumente, Comics führten zu einem "Bildidiotismus" oder wären der Lesefähigkeit abträglich, hielten sich lange Zeit in den Köpfen der Menschen und prägten auch weiterhin den pädagogischen Diskurs um das Medium, obgleich sie den Verkaufszahlen, dem Vertrieb und Konsum nicht mehr schaden konnten. Das Ziel, Comics vom Jugendzeitschriftenmarkt zu verdrängen, wurde also nicht erreicht, der Ruf der Bildergeschichten jedoch langfristig geschädigt (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 114).

Das führte jedoch auch dazu, dass dem Medium selbst aufgrund des schlechten Images die Behandlung ernsthafter Themen nicht zugetraut und damit indirekt die Produktion trivialen Materials angetrieben wurde. Die Comics blieben also für andere Bereiche als den des Trivialen weiterhin ein Tabu, sodass ihnen eine innovative Weiterentwicklung verwehrt blieb und sich die Themen weiterhin auf Abenteuer und Funnies beschränkten (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 114).

6.4. Maßgebliche Veränderungen - 1956

Das Jahr 1956 bedeutete für die Comics in der Bundesrepublik schließlich einen großen Einschnitt, nachdem bisher erfolgreiche und für den Erfolg des Mediums tragende Verlage wie Mondial und Aller die Herausgabe von Comic-Heften einstellten (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 115).

Gleichzeitig wuchs jedoch der Konsum von Büchern, Broschüren oder Alben an und auch die Funnies konnten weiter expandieren.

Die *Micky Maus*-Hefte erfuhren im Jahr 1956 eine Änderung: Ein redaktioneller Teil - diesmal nicht aus Amerika importiert, sondern vom Ehapa-Verlag in Stuttgart verfasst - wurde in das Heft eingegliedert, um ihm den Anstrich einer pädagogisch wertvollen Zeitschrift zu geben. Darin wurden etwa Reiseberichte über fremde Länder und Kulturen oder naturwissenschaftliche Fakten präsentiert, was eine großartige Änderung für das Heft bedeutete, bestand es doch bis dahin fast vollständig aus Comic-Geschichten (vgl. von Hagen, 1994, 70). Eine weitere einschneidende Änderung der *Micky Maus* manifestierte sich in der Gründung des *Micky Maus Klubs* (im folgenden: MMK). Hier konnten die Kinder und Jugendlichen auf der Seite der "Klub-Nachrichten" ihren eigenen Beitrag veröffentlichen, wie etwa Fotos von Club-Treffen, Zeltlagern o.ä. einschicken, was der *Micky Maus* wiederum zugute kam, da sie damit den gängigen Vorurteilen, Comics würden Jugendliche verblöden, zuvorkamen. Von Hagen führt jedoch auch die Diskrepanz an, die zwischen dem Verhaltenskodex der Clubmitglieder und dem Verhalten, das die jeweiligen Comic-Figuren, wie etwa *Tick*, *Trick* und *Track*, an den Tag legten, herrschte. Die drei Neffen waren in den Geschichten meist rotzfroh und spielten ihrem Erziehungsberechtigten Streiche, was mit dem Selbstbild der *Micky Maus Klub*-Mitglieder kontrastierte, die es als grundlegend erachteten, brav und ehrlich zu sein und keine Streiche zu spielen. Womöglich wurde aufgrund dieser Diskrepanz auf der *Klubnachrichten*-Seite auch nie Bezug auf die Disney-Figuren selbst genommen, sondern eher auf gemeinsame Sitzungen, Freundschaftsgeschichten der Mitglieder o.ä. referiert (vgl. von Hagen, 1994, 78f).

Im Gegensatz zu anderen Comics dieser Zeit blieb die *Micky Maus* jedoch stets unkritisch und versuchte, nicht anzuecken, kann also nicht als diskursiv im Sinne von Hausmanninger bezeichnet werden. Als vornehmliches Ziel attestiert von Hagen dem Heft, den Verkauf der Comics, also rein ökonomische Orientierung (vgl. von Hagen, 1994, 83). Wenn man bedenkt, dass der redaktionelle Teil im Grunde nur eingeführt wurde, um die *Micky Maus* einer Beanstandung durch die Bundesprüfstelle zu entziehen und die Serie vor keine Schwierigkeiten zu stellen, kann dieses Argument durchaus für stichhaltig erklärt werden, was wiederum Schmidts dritte Konstante unterstützen würde, also die rein profitorientierte Kommerzialisierung.

Doch nicht nur die *Micky Maus* setzte zu dieser Zeit stark auf den Magazin-Charakter: mit dem Jahr 1958 kamen auch andere Magazine heraus, bei denen der überwiegende Teil aus Comics bestand. Auszeichnend war für diese Gattung, dass hier die Experimentierfreudigkeit deutlich anstieg, da jedes Magazin versuchte, einen eigenständigen Charakter und bestimmte spezielle Merkmale zu entwickeln. Gemeinsam war ihnen allen, dass sie sich - wie in der *Micky Maus* - um einen größeren redaktionellen Anteil bemühten, Reiseberichte und Reportagen eingliederten oder Bastelanleitungen in das Heft aufnahmen. Allerdings blieb eine große Resonanz seitens des jugendlichen Publikums aus, was zur baldigen Einstellung der erschienenen Magazine führte (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 150).

[Das] zeigt indessen, wie schwierig es bereits innerhalb des vergleichsweise kurzen Zeitraums der Etablierung der Comics in der Bundesrepublik geworden war, Gattungskonventionen zu durchbrechen und ein größeres Maß an inhaltlicher und stilistischer Pluralität im Angebot durchzusetzen.

(Dolle-Weinkauff, 1990, 150)

Eine der 1956 debutierenden Serien, die sich über lange Zeit halten konnten und versuchten, die Kritik am Medium Comic zu schwächen, indem sie historische Stoffe in Comic-Formate pressten, waren die "Illustrierten Klassiker" des Bildschriftenverlags. In den USA startete die Serie 1941 unter dem Titel "Classic

Comics" (später "Classics Illustrated"), herausgegeben vom Gilberton Publications Verlag. Die Besonderheit dieser Serie war, im Vergleich zu den erscheinenden Abenteuer-Comics, dass sie nicht auf das Fortsetzungsprinzip baute, sondern periodisch in Form von abgeschlossenen Geschichten erschien. Des Weiteren waren diese Serien nicht wie Comic-Hefte nur über einen bestimmten Zeitraum erhältlich, sondern konnten aufgrund fehlender Datierung unbegrenzt zum Kauf aufliegen beziehungsweise bei Bedarf auch nachbestellt werden (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 142).

Dass die deutschen Produktionen auch die Aufarbeitung der jüngsten Vergangenheit mittrugen und das Thema des Nationalsozialismus nicht unberührt ließen, zeigt Hausmanninger in seiner Analyse der *Wehrwolf*-Serie von *Sigurd* aus der Feder Hansrudi Wäschers. Wäscher selbst bestätigte die Bezüge auf den Nationalsozialismus und begründete diese mit seinen Ressentiments gegenüber Diktaturen. Tatsächlich schafft es Hausmanninger viele Ähnlichkeiten zwischen dem Regime und der Machthierarchie der Nationalsozialisten und der Verschwörungstruppe des "Bösen" in der *Sigurd*-Geschichte - des "großen Wolfes" - nachzuweisen⁵. Unter Voraussetzung von Geschichtskennntnissen sind in dieser Geschichte also durchaus auch Parallelen zum Nationalsozialismus zu entdecken, der hierbei letzten Endes auf der Verliererseite steht. Hausmanninger versucht mit dieser Analyse den Mängeln der Comic-Forschung der 70er Jahre beizukommen, die in den Comics der 50er und 60er faschistoide Züge zu erkennen vermochten, begründet durch ein damals vorherrschendes Ressentiment dem Medium Comic gegenüber (vgl. Hausmanninger, 1994b, 52). Wäscher arbeitet jedoch nicht nur mit Parallelen, sondern fügt auch eine "Moral" gegen Ende der Geschichte an, die die Kinder der Armee des "großen Wolfes" von jeder Schuld freispricht und ihnen zuerkennt, nach Fall ihres "Führers" nun kritischer auf jede "Verführung" reagieren zu können - also denselben Fehler nicht zweimal zu begehen. Diese Moral kann auch auf jene Personen ausgelegt werden, die während der Zeit des Nationalsozialismus aufwuchsen:

⁵ Der "große Wolf" erstellt sich eine Verschwörungstruppe aus Kindern, die er mit Hilfe von Lügen und falschen Geschichten rekrutiert und zur Treue ihm gegenüber anhält. Er gilt als alleiniger Anführer, versammelt um sich jedoch auch eine kleine Führungsriege von Söldnern, die als einzige relevante Informationen empfangen, während die Kinder mit Falschinformationen und Parolen indoktriniert werden.

Der Zyklus empfiehlt einen resozialisativen Umgang mit den im Nationalsozialismus erzogenen und verbildeten jungen Menschen.

(Hausmanninger, 1994b, 56)

Bei diesem Zyklus zeigt sich, wie von Hausmanninger andernorts angedeutet, wie ein populärer Comic einen Diskurs - etwa zum Umgang mit während des Nationalsozialismus aufgewachsenen Jugendlichen - in Gang setzen oder begleiten kann, also - wenn auch indirekt und im Kleid einer Abenteuergeschichte - ein gesellschaftliches Thema tangiert, das zu seiner Erscheinungszeit gerade aktuell war (vgl. Hausmanninger, 1994b, 58).

Gegen Ende der 50er Jahre tritt jedoch ein externer - sozusagen haptischer - Faktor auf, der dem Genre der Abenteuer-Comics der damaligen Zeit zu großem Aufschwung verhelfen sollte: die Piccolo-Hefte. Das Format - 17 x 7,5cm - bestand aus Bilderstreifen, die - handlich zusammengeheftet - in jede Jackentasche passten, und sollte die Rezeption von Abenteuergeschichten nachhaltig prägen. Aufgekommen war diese Form des Heftes in Italien und den USA der 40er Jahre, bis der Walter Lehning Verlag sich entschied, selbiges auch in Deutschland für seine Publikationen einzuführen. Eine ganze Generation junger Comic-Leser verbindet mit den Piccolos heute noch viele Erinnerungen an ihre Helden von damals (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 116f).

Die Heftchen waren billig zu produzieren und erwiesen sich für die vom Walter Lehning Verlag publizierten Geschichten als großer Vorteil, da sie die Geschichten wöchentlich an den jungen Leser bringen konnten. Daraus ergab sich schließlich das Phänomen, dass die Imitationen der amerikanischen Helden - etwa Hansrudi Wäschers *Sigurd* als Kopie von Hal Fosters *Prinz Eisenherz*, oder die Adaptionen *Tarzans*, wie etwa *Akim* (später: *Tibor*) - ihre Vorlagen hinsichtlich Verbreitung und Konsum überflügeln konnten (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 116).

Als weiteres Merkmal - neben der äußerlichen Erscheinung der Heftchen - gilt das Fortsetzungsprinzip, das zwar schon in den Fortsetzungsromanen der Feuilletons aufgetreten war und somit eine literarische Form darstellt, den

Abenteuer-Comics jedoch bald als Gattungsmerkmal zugeschrieben wurde. In den Comic-Strips der Zeitungen war dieses Prinzip schon lange Zeit bekannt, erreichte nun aber also auch die Hefte.

6.5. Die 60er und frühen 70er Jahre

Die beliebten Fernsehserien der 60er Jahre gingen an den Comics nicht spurlos vorbei. Bereits Mitte der fünfziger Jahre hatte sich der Trend angedeutet, Trickfilm-Figuren in das Comic-Inventar zu übernehmen. *Lassie*, *Fury* oder *Rin-Tin-Tin* wurden vom Tessloff Verlag ab 1958 in Form von Comic-Geschichten unter dem Titel *Fernsehabenteuer* herausgegeben (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 164).

Doch nicht nur der Tessloff Verlag, auch der Bildschriften Verlag sprang auf den Zug der Fernsehserien in Comic-Form auf und veröffentlichte *Film-Klassiker*, *Bildschirm-Klassiker* oder *Bildschirm Abenteuer*, worunter sich auch in Comic transponierte Filme fanden, die für Erwachsene gedacht waren, wie etwa *James Bond* (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 165).

Auch Zeichentrickfiguren wurden nun in großem Stil übernommen, wie etwa die *Jetsons*, *Yogi Bär* oder *Fred Feuerstein* (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 164ff).

Dolle-Weinkauff sieht in diesen Übernahmen einen weiteren Grund dafür, dass keine eigene Comic-Szene entstehen konnte:

Nicht zuletzt verhinderte die Anbindung an das Programmdiktat des audiovisuellen Mediums, das immer nur den - meist minderwertigen - Nachvollzug von ohnehin von der Stange produzierter Serienware erlaubte, das Beschreiten eigener Wege innerhalb der Gattung.

(Dolle-Weinkauff, 1990, 168)

Insofern kann hier die *Hybridisierung* auch als hinderlicher Faktor für das Medium Comic angenommen werden, da eine zu starke Konzentration auf das Material eines anderen Mediums und die Einbindung desselben das Innovationspotential innerhalb der Comic-Szene unterbanden oder verhinderten.

Gegen Ende der 60er Jahre sollte sich jedoch vieles im Bereich der Comics maßgeblich verändern. Der Walter Lehning Verlag - bis dahin Marktführer im Segment der Abenteuer-Serien - nicht zuletzt aufgrund der *Piccolo*-Hefte - ging in Konkurs, was zwar zum Teil auf Misswirtschaft, aber auch eine Veränderung innerhalb des Abenteuer-Genres zurückzuführen war (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 176f).

Die bisherigen Themen, Ritter-, Dschungel- oder Science-Fiction-Geschichten verloren zunehmend an Beliebtheit und wichen einem vermehrt aufkommenden Interesse an realitätsnahen und in der Gegenwart angesetzten Handlungen, in denen die Technik eine tragende Rolle spielte.

Die Western-Geschichten der späten 60er und frühen 70er Jahre unterschieden sich nun von den vorhergehenden hinsichtlich der Protagonisten und der Handlung deutlich. Nicht mehr Kinofilmen oder Romanheften nachempfundene Cowboys bestritten die Abenteuer, sondern jugendliche, vorbildhafte und sportliche Helden, meist in Begleitung eines Tieres, wie es etwa in der damals populären Serie *Bessy* vom Bastei Verlag der Fall war. Der Protagonist *Andy* war ein drahtiger, anständiger Bursche, der in Begleitung seines treuen Collies *Bessy* Abenteuer erlebte, wobei tunlichst versucht wurde, konflikträchtiges Material zu vermeiden (vgl. Dolle-Weinkauff 1990 180f).

Durch den zunehmenden wissenschaftlichen Fortschritt wuchs auch das Interesse an Geschichten, in denen moderne Technologien eine Hauptrolle spielten, vor allem Themengebiete wie der Rennsport oder die Luftfahrt erfreuten sich großer Beliebtheit. Statt Coltschüssen oder aufeinander prallender Schwertklingen dominierten nun Triebwerkgeräusche und Motorengeheul (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 184ff).

Hier tat sich vor allem der Ehapa Verlag hervor, indem er in seinem Heft *Mickyvision* - eigentlich für die Publikation von Disney-Zeichentrickfilmen in Comic-Form gedacht, jedoch später novelliert - ab 1965 die belgische Rennfahrerserie *Michel Vaillant* als *Michael Voss* veröffentlichte und das Angebot an technisch orientierten Comics schließlich mit der Reihe *Dan Cooper*, eines

kanadischen Luftwaffen-Pilots, erweiterte. Derartige Serien stellten die Zeichner vor die Herausforderung, nicht mehr den Helden als Gestalt, sondern hauptsächlich die Maschine abzubilden, in welcher er sich befand. Dieser Umstand förderte die Verwendung filmischer Perspektiven ebenso wie die von Onomatopöien, die plötzlich auch - groß über die Bewegungslinien geschrieben - Bewegung zu suggerieren vermochten (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 184ff).

Noch ein weiteres Genre schwang sich ab Ende der 60er Jahre zu großer Beliebtheit auf: die Superhelden. Zwar hatte die Reihe *Buntes Allerlei* bereits 1950 und 1953 einige Folgen von *Superman* veröffentlicht, es jedoch nie geschafft, dem Leser die hinter dem Helden stehende Geschichte zu suggerieren und damit seine übermenschlichen Kräfte zu erklären. Dieser Aufgabe nahm sich nun ebenfalls der Ehapa Verlag an. Gleichzeitig mit der Premiere des *Batman*-Films 1966 erschien *Superman*. Nachdem beide Helden dem amerikanischen DC-Universum (Detective Comics) angehörten, konnte auch der Fledermaus-Held in die Reihe mit aufgenommen werden, sodass ab 1967 in vierzehntägigem Abstand das Heft *Batman/Superman* beim Ehapa Verlag erschien (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 194).

Im Gegensatz zu den US-amerikanischen Lesern, die *Superman* seit seinen Anfängen rezipiert hatten, bekamen die deutschen Leser ihn nicht in seiner Rohform von 1938 präsentiert, sondern erhielten eine, in ein seit mehr als 20 Jahren angewachsenes und durch andere Medien noch erweitertes System eingebettete Figur, die nicht nur - wie anfangs - übermenschliche Stärke besaß, sondern unzählige weitere Fähigkeiten, die einer Erläuterung durch eine Vorgeschichte bedurften. So schaffte es der Ehapa Verlag auch schnell, mit der amerikanischen *Superman*-Serie aufzuholen und konnte schon Anfang der 70er Jahre aktuelle Folgen veröffentlichen (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 204).

Doch *Superman* sollte nicht der einzige Held bleiben. Gegen Ende der 60er Jahre reüssierten in Westdeutschland weitere Superhelden des DC-Universums bei Ehapa: *Roter Blitz (the Flash)*, die *Gerechtigkeitsliga (Justice League)* oder *Grüne Leuchte (Green Lantern)* traten ab 1969 im Heft *MV Comix* an das Licht der Öffentlichkeit, nachdem dort zuvor *Batman*- und *Superman*-Geschichten

neben den "Technik-Helden" *Dan Cooper* und *Michel Vaillant* publiziert worden waren, um das Genre der Superhelden auch in dieser Hefreihe einführen zu können. Auch die Konkurrenz von *DC* war nun in der Bundesrepublik vertreten: Der Bildschriftenverlag publizierte unter dem Titel *Hit Comics* auch diverse Helden des *Marvel* Verlags, konnte jedoch nicht an den Erfolg von *Ehapa* anschließen (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 194ff).

Die Verlage versuchten ab Mitte der 60er Jahre ein Angebot aus kontinuierlich laufenden Serien zur Verfügung zu stellen. Deutlich zu merken ist dies etwa am *Ehapa* Verlag, der binnen kurzer Zeit mehrere Serien mit denselben Figuren veröffentlichte, wie etwa das 1962 eingeführte bereits zuvor genannte Heft *Mickyvision* (ab 1968: *MV Comix*), 1965 *Die tollsten Geschichten von Donald Duck* oder 1967 *Walt Disneys Lustiges Taschenbuch*, 1966 die Reihe *Superman/Batman* und 1968 die *Astérix*-Alben (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 174).

Die *Micky Maus* zählte mit ihren humoristischen Geschichten weiterhin zu der erfolgreichsten Serie in der Bundesrepublik, gefolgt vom ähnlich konzeptualisierten *Fix und Foxi*. Die Kauka Studios hatten sich 1964 vom Pabel Verlag getrennt und versuchten sich nun eigenständig zu etablieren. Unter anderem entschloss man sich, *Astérix*, die Serie der französischen Produzenten René Goscinny und Albert Uderzo, aufzunehmen und unter dem Titel *Siggi und Babarras* zu veröffentlichen. Jedoch wurden nicht nur die Namen der Helden geändert, sie wurden auch von Galliern zu Germanen gemacht und ihr Heimatdorf von der Bretagne in das Rheingebiet verlegt. Die Feinde von *Astérix* und *Obélix* waren in der deutschen Fassung des Kauka Verlags auch nicht die Römer sondern die "NATOlischen Besetzer", die einen Kauderwelsch aus Deutsch und Englisch sprachen (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 218).

Außerdem verpasste Kauka den Dialogen in *Astérix* eine rechtskonservative Note, die in Deutschland auf Kritik stieß, da die Öffentlichkeit durch ein erneutes Aufkommen der rechtsradikalen Szene derartige Entwicklungen aufmerksam verfolgte und anprangerte und auch die Bundesprüfstelle zur Handlung aufrief. Der Strip operierte vornehmlich mit Klischees und Vorurteilen, machte sich über Fremde, Ausländer und auch Juden lustig.

Als schlagkräftige Schrumpfausgabe Jung-Siegfrieds im einen und als (wild-)saudummer Haudrauf im anderen Fall bestreiten die umfunktionierten Protagonisten eine Aktionskette, in der die ursprünglich vielfältigen Spielarten des Humors verflachen und eine rüde, krachledernschenkelklopfende Komik regiert, deren politisch-satirische Dimension sich als eine einzige Aneinanderreihung von Peinlichkeiten ausnimmt.
(Dolle-Weinkauff, 1990, 218)

Uderzo und Goscinny wurden ebenfalls auf die ideologische Umgestaltung ihrer Kreation aufmerksam und kündigten ihren Vertrag mit dem Lizenzvertreiber für Westdeutschland, sodass Kauka nach vier Episoden das Erscheinen von *Siggi und Babarras* mangels Material einstellen musste. *Astérix* und *Obélix* wurden nun - unter strengen Auflagen - dem Ehapa Verlag anvertraut, der seine übersetzerische Sorgfalt bereits durch die Übersetzungen Erika Fuchs' für die Disney-Geschichten unter Beweis gestellt hatte. Die Geschichten der Gallier wurden einerseits periodisch als Fortsetzungsgeschichten in der *Mickyvision* veröffentlicht sowie andererseits als Alben-Format auf den Markt gebracht (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 219f).

Schon bald entwickelte sich *Astérix* zu einer der beliebtesten Serien Westdeutschlands: Die Verkaufszahlen überflügelten sogar jene in Frankreich, bis sie mit 62 Millionen Gesamtauflage schließlich 40% der Weltauflage stellten (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 220).

Die Gründe, weshalb gerade diese - eigentlich urfranzösische Serie - in Deutschland dermaßen beliebt war, könnten darin liegen, dass die populäre Auffassung des Lebens und der Kultur der deutschen Urahnen - der Teutonen - der in diesen Geschichten präsentierten sehr ähnlich war. Dolle-Weinkauff (1990) weist jedoch darauf hin, dass die Bevölkerung auf eine "bruchlose Übernahme der historischen, pathetisch-heroischen Optik des 19. Jahrhunderts, als diese Mythen, die sich an Arminius und Jung-Siegfried festmachen, entstanden, [...] nach deren reaktionärer Vereinnahmung im Nazismus" (223) mit großer Ablehnung reagierte, was erklären würde, warum Kauka mit seinen dumpfen Umwandlungen aneckte.

Die große Beliebtheit der beiden gallischen Helden verleitete zu mehreren Missbräuchen der Figuren für politische Zwecke. Ob es sich nun um eine Gegenbewegung zur Atomkraft oder kritische Stimmen zur Nachrüstungsdebatte 1983 handelte, man verwendete Panelausschnitte von *Astérix* und *Obélix* und stellte sie vor andere Hintergründe, um Aufmerksamkeit mit Hilfe ihrer Popularität zu generieren (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 224).

Somit finden sich in den späten 60ern und 70ern bereits viele Änderungen in der Comic-Landschaft. Das Aufkommen der Superhelden, die Hinwendung zu realitäts- und gegenwartsbezogenen Technik-Abenteuern sowie die Entdeckung, dass Humor auch auf subtile, feine und hintergründige Art und Weise verkaufsfördernd wirken kann.

Humor war es auch, der die nächsten zwei aufkommenden Phänomene begleitete und ihnen zu langfristiger Etablierung in Westdeutschland verhalf. Dabei handelte es sich einerseits um das seit 1952 in den USA erscheinende Satire-Magazin *MAD*, das 1967 in Westdeutschland eingeführt wurde, andererseits um die von Charles M. Schulz gezeichneten *Peanuts*, mit denen die deutsche Öffentlichkeit 1964 vorerst in Buchform bekannt gemacht wurde (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 209).

Schulz' *Peanuts* sorgten schließlich dafür, dass die Riege der veröffentlichten und bisher ausschließlich abenteuerlichen US-amerikanischen Pressestreifen um eine philosophisch-humoristische Note bereichert wurde, während *MAD* hingegen ergänzte den Zeitschriftenmarkt um politische Satire im Comicformat.

Da ein gutes Drittel des Magazins aus Bezugnahmen auf die aktuelle gesellschaftliche Situation der USA bestand, entschied sich Chefredakteur Herbert Feuerstein dafür, diese Sparte mit eigenen Produktionen zu bestücken, die auf die deutsche Gesellschaft und Politik Bezug nahmen (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 206).

Insgesamt lässt sich sagen, dass ab Mitte der 60er bis Anfang der 70er Comics einen großen Einschnitt positiver Natur erlebten. Nicht nur die Erweiterung durch neue Genres passierte in eben jenen Jahrzehnten sondern auch die öffentlichen Äußerungen in Bezug auf das Medium waren nicht mehr nur ausschließlich kritisch oder anprangernd. Vor allem die Presse zeigte nun vorsichtiges Interesse an Comics, während sie in den 50ern Jahren ausschließlich Artikel publiziert hatte, die der Bekämpfung des "Schunds" dienen sollten.

Der Kulturbetrieb richtete nun ebenfalls seine Aufmerksamkeit auf die Bildgeschichten, veranstaltete sogar Ausstellungen, die versuchten, einen Überblick über die historische Entwicklung zu geben, wie etwa in der Akademie der Künste in West-Berlin 1969 oder im Hamburger Kunsthaus 1971 (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 232). Es entstanden Diskussionen über den ästhetischen Mehrwert der mittlerweile zu einem akzeptierten Bestandteil des Zeitschriftenmarktes gewordenen Gattung. Dies führte auch zu vermehrter wissenschaftlicher Auseinandersetzung mit dem Medium, die sich nicht mehr ausschließlich auf medizinische oder pädagogische Auswirkungen konzentrierte und versuchte, maliziöse Effekte der Comics empirisch nachzuweisen. Vielmehr fanden sich nun mehrheitlich Artikel, die diese vorhergehenden Studien entkräfteten und für eine Anerkennung der Comics als Kunstform plädierten (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 232f).

Diese versuchte Anhebung des Mediums in höhere kulturelle Sphären führte jedoch auch zu Gegenstimmen, die den Comic in einer derartigen Nobilitierung seiner ursprünglichen Natur - der einfachen Unterhaltung für die "Massen" - beraubt sah und sich dagegen verwehrt, dass die bürgerlichen Schichten ihn nun unter ihrem Kulturbegriff summierten und für sich in Anspruch nahmen.

Pehlke konstatiert hierzu 1969:

Wenn Comics sich in Kunst verwandeln, verlassen sie ihre eigene Sphäre, verlieren ihr angestammtes Publikum, das problemlose Unterhaltung verlangt. Wer die Comics dadurch vor sich selbst zu retten versucht, daß er sie zum Kunstprodukt veredelt, betreibt naiven Selbstbetrug.

(Pehlke, 1969, zit. nach Hofmann, 1970, 47)

Die Forderung, Comics auf die Ebene einer Kunstform zu heben, stellt sich als problematisch dar. Viele Comic-Wissenschaftler Frankreichs vertraten eben diese Meinung aus scheinbarer Notwendigkeit einer Rechtfertigung, übersahen dabei jedoch, dass sie mit solch einer Argumentation den Comic unter einen gebräuchlichen konservativen Kunstbegriff stellten.

Der Gegenpol, der sich gegen eine derartige Anhebung wehrte, reduzierte den Comic jedoch auf reine Massenzeichnerei und spricht ihm jedes Potential ästhetischer Entwicklung ab (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 233).

Im Laufe der 70er Jahre veränderte sich das *Micky Maus Magazin* inhaltlich schließlich erneut. Hatte es 1956 aufgrund der Befürchtung einer Beanstandung durch die Bundesprüfstelle einen redaktionellen Teil und die *MMK-Nachrichten* eingeführt, wurden diese 1976 zugunsten von mehr Comic-Geschichten wieder entfernt, da zu dieser Zeit die Gefahr der Kritik bereits abgenommen hatte. Von Hagen merkt weiters an, dass sich das Magazin nicht mehr scheute, den bis dahin verpönten Begriff "Comics" zu verwenden, da diese in den 70ern Jahren bereits anerkannt und nicht mehr derart ausgiebig "bekämpft" wurden wie es in den 50ern und 60ern der Fall gewesen war (vgl. von Hagen, 1994, 83f).

Das Magazin nahm "frechere" Züge an, glich in seiner Ausrichtung nun mehr der Haltung *Ticks*, *Tricks* und *Tracks*, indem eine Rubrik "Streich der Woche" implementiert und die Schule als "langweilig" beschrieben wurde (vgl. von Hagen, 1994, 83f).

Der Markt der Comic-Magazine war nach den erfolglosen Versuchen in den 60er Jahren gering bestückt, erfuhr aber ab 1972 eine Ergänzung durch das vom Koralie Verlag herausgegebene *ZACK*. Es handelte sich hierbei um ein Comic-Magazin, das es sich zur Aufgabe machte, größtenteils die beliebten technischen Abenteuer-Serien zu publizieren, wie etwa *Dan Cooper* oder *Michel Vaillant*.

Schon bald wurden jedoch kritische Stimmen gegen *ZACK* laut, die den ideologischen Inhalt der publizierten Strips anprangerten und in den Geschichten deutliche rassistische oder sozialkonservative Züge zu erkennen vermochten (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 242). Das Angebot von *ZACK* ergab sich jedoch

nicht aus der Intention, die Jugend politisch zu indoktrinieren sondern bestand aus einer Auswahl an verfügbaren Lizenzen bzw. dem Versuch, vermeintliche Marktlücken aufzuspüren und gefragtes Material zu publizieren. Der Koralle Verlag verfolgte hierbei ausschließlich ökonomische Ziele, wollte Marktführer werden. Diese Intention sollte nicht nur in Westdeutschland sondern auch in Frankreich oder Belgien realisiert werden. Somit warb der Verlag viele westeuropäische Zeichner an, mit deren Hilfe er in Flämisch (*WHAM*) und ein in Französisch (*Super-As*) veröffentlichtes *ZACK*-Pendant auf den Markt zu bringen (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 245).

Es sollte jedoch beim Versuch bleiben: Der der Springer Gruppe angehörende Koralle Verlag schaffte es nicht, sich am franko-belgischen Markt zu etablieren und musste schließlich auch das Erscheinen von *ZACK* einstellen (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 245f).

Die vormals so beliebten technischen Abenteuer-Comics verloren im Laufe der 70er Jahre nun ebenfalls an Beliebtheit, da sich eine futuristischere Abenteuer-Welt, nicht zuletzt durch Filme wie "Krieg der Sterne" auftat und die vormals so gefeierten Rennfahrer und Piloten nun veraltet und hinter der Technik zurückgeblieben statt sie beherrschend ausnahmen (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 246).

Die Trickfilm-Adaptionen hatten bis zu den 70er Jahren nichts an ihrer Beliebtheit verloren und verhalfen nun zwei Verlagen, sich besonders hervorzutun. Auf der einen Seite begann der Condor Verlag nun, die Lizenzen an beliebten US-amerikanischen Trickfilmfiguren aufzukaufen und sie in Comic-Geschichten auftreten zu lassen. Dazu zählten unter anderem *Tom & Jerry*, *Paulchen*, *der rosarote Panther*, *Bugs Bunny* oder *die Familie Feuerstein* (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 249).

Der Bastei Verlag hatte sich auf der anderen Seite zunächst auf Comic-Serien konzentriert, die auf Realfilmen basierten wie etwa *Bonanza*, etablierte sich aber 1976 mit der Veröffentlichung von Comic-Geschichten über *Die Biene Maja* auf dem Marktsegment der Zeichentrick-Adaptionen. Als schließlich 1977 *Heidi* und 1984 *Alice im Wunderland* folgten, welche zu den beliebtesten Trickfilm-Serien

des ZDF gehörten, hatte sich der Bastei Verlag endgültig erfolgreich auf diesem Sektor etabliert. Doch es gehörten hierzu nicht nur die Fernsehserien und Comic-Geschichten: In den späten 70ern setzten sich immer mehr Medienverbundprojekte durch, von denen die Comics nur ein Ausläufer bzw. eine Begleiterscheinung darstellen sollten. Seien es Stofftiere oder Action-Figuren, eine ganze Industrie wurde in die Produktion von Merchandising, geschmückt mit dem Konterfei des jeweiligen Helden, eingebunden (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 250).

Ein Nachteil derartiger Geschichten war freilich die Gebundenheit an die Fernsehunternehmen. Des Weiteren durften sich die publizierten Comic-Serien optisch nicht von den bewegten Ausgaben unterscheiden und waren deshalb schließlich auf einem simplen, schnell produzierten stilistischen Niveau verhaftet, das jegliches Innovationspotential unterband. Als einige der Trickfilme schließlich abgesetzt wurden, überlebten dies auch die dazu erschienenen Comics nicht (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 252).

Bis zu den 70er Jahren bestand die Comic-Szene in Westdeutschland also vor allem aus zwei wichtigen Akteursgruppen: der jugendlichen Leser-Öffentlichkeit und den in der Branche Tätigen. Dass sich daran nicht viel geändert hatte, mag auf die pädagogischen Vorbehalte der Gattung gegenüber zurückgeführt werden, die dafür sorgte, dass Comics bis zu diesem Zeitpunkt ein Tabu dargestellt hatten.

Die späten 60er Jahre hatten jedoch mit ihren Studentenrevolten für ein liberaleres Klima gesorgt, in dem es jetzt möglich war, offen über Comics zu diskutieren. So formierte sich 1970 die "Interessengemeinschaft Comic Strip" (INCOS), die sich hauptsächlich aus erwachsenen Comic-Fans zusammensetzte, die womöglich in den 50ern angefangen hatten, die Heftchen zu konsumieren und nun alt genug waren, um innerhalb der Gesellschaft für mehr Anerkennung des von ihnen geliebten Mediums einzutreten. Mit Hilfe von zusammengehefteten Blättchen, als *Comic-Fan* betitelt, wollte INCOS öffentlich auf Comic-Autoren und neue Serien aufmerksam machen (Dolle-Weinkauff, 1990, 254).

Das öffentliche Eintreten für Comics seitens ehemaliger Leser vollzog sich gleichzeitig mit der Forderung nach ernsthafter wissenschaftlicher Beschäftigung mit der Gattung, die schließlich im Bereich der Trivialliteraturforschung ihren Anfang nahm (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 254).

Die aufkommende Comic-Liebhaberei forderte natürlich auch Listen, in denen die Hefte aufgezählt waren, um es den Sammlern zu ermöglichen, sie zu erstehen. Mit dieser großen Welle an Anfragen hoben sich auch die Preise für alte Comics.

Es kristallisierten sich zwei Positionen heraus: Diejenigen, die aufgrund nostalgischer Gefühle ihre Kindheitsserien zu sammeln begannen - hier allen voran Hansrudi Wäschers Geschichten - und diejenigen, die dieser Art der Beschäftigung mit Comics nichts abgewinnen konnten und stattdessen eine ernsthafte und kritische Auseinandersetzung mit der Gattung forderten (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 254f).

Nun erschienen ab Mitte der 70er Jahre in der Bundesrepublik zwei Zeitschriften, die jeweils eine Seite bedienten. Die 1976 erstmals erschienene *Comic-Börse* kümmerte sich vor allem um die Sammler, die versuchten, ganze Serien zu komplettieren, und lieferte regelmäßig Preisindexe und Angebote von Heften (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 254).

1974 erschien schließlich das Heft *Comixene*, herausgegeben von Kennern und Experten wie etwa Andreas C. Knigge. Diese Zeitschrift widmete sich der Gattung Comics von einem kritischen Standpunkt aus und bediente damit die zweite Position (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 255).

Die Comic-Szene entwickelte sich ab Mitte der 70er zu einem regelrechten Markt: Die Preise für alte Hefte schossen in die Höhe, sodass andere Unternehmen darin eine Gelegenheit sahen, durch limitierte Nachdrucke Geld zu verdienen, die noch unter dem Preis des Originals lagen, aber trotzdem teuer waren (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 256).

Nun begannen auch Amateure, sich im Zeichnen zu versuchen, da auch immer mehr Zeitschriften auf den Markt kamen, in denen Comic-Fans für Comic-Fans zeichnen konnten.

6.6. Die späten 70er und die 80er Jahre

Als 1977 die Reihe der *Mickyvision-Comix* eingestellt wurde, verlor *Superman* ein wichtiges periodisches Trägermedium und wurde fortan vornehmlich in Buch- oder Albumformat sowie weiterhin als eigene Heftreihe *Superman/Batman* publiziert, bis gegen Mitte der 80er Jahren auch die Verkaufszahlen dieses Heftes einbrachen, was die Einstellung durch Ehapa zur Folge hatte. Insgesamt stellten die 80er Jahre in Deutschland eine Zäsur für die Superhelden dar, da sich das Publikum nun auf andere Genres zu konzentrieren begann (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 271).

Die Gründe dafür liegen einerseits darin, dass die Heldengeschichten zum Zeitpunkt ihrer Publikation in Deutschland bereits älteres Material waren, das Jahrzehnte zuvor im Ausland produziert worden war und daher auch wenig Möglichkeiten bot, aktuell und modern zu wirken. Andererseits drangen um diese Zeit bereits Erzählungen auf den Markt, die zwar ebenso mit Helden operierten, deren Typen jedoch sehr unterschiedlich waren und auch Schwächen aufwiesen, die man den "Supermännern" nun im Nachhinein schlecht andichten konnte, ohne sie ihrer Magie zu berauben. Ein Pilot, der an seinem Können zweifelt, kann nicht mehr als Beherrscher der Technik präsentiert werden, ebensowenig wie ein schwacher Muskelprotz als jener erhabene Held wirken kann, als welcher er postuliert wird (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 316).

Anti-Helden wie etwa Donald oder Asterix - der zwar unglaublich gewitzt, aber klein ist und auch keinem typischen männlichen Heroen-Ideal entspricht - erfreuten sich großer Beliebtheit. Sie boten Witz und Action, ohne dabei das Bild des perfekten Helden zu propagieren, dem alles gelingt.

Mit chaotischen Helden wie *Garfield* (Jim Davis), *Clever & Smart* (Francisco Ibanez) oder der deutschen Produktion *Werner* (Rötger Feldmann) erweiterte sich dieses aktionsgeladene humoristische Genre ein weiteres Mal (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 275ff).

Für die Veröffentlichung deutscher Autoren, die bis dahin ein Schattendasein gefristet hatten, zeichnet der Semmel Verlag verantwortlich. Als dieser sich 1981

entschied, ein Album mit Feldmanns *Werner* zu veröffentlichen, war das der Startschuss für weitere Publikationen wie etwa Gabriel Nemeths *Tschaps änd downs* (1984), Bernd Pfarrs *Dulle - schwer genervt* (1985) oder Volker Reiches *Willi Wiedehopf* (1984), wobei sich letztere in die Kultur der Funny Animal Comics einreihen. Die deutschen Produktionen wiesen eine große thematische Breite auf und vor allem *Werner* erfreute sich mit seinen Attacken gegen Polizei, Bildungsbürger und "Spießler" großer Beliebtheit (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 277).

Dem Genre der Horror-Comics, welches in den 50ern in den USA der Grund für Bedenken gewesen war, wurde nun auch in Deutschland versucht, zu Beliebtheit zu verhelfen. Allerdings konnten sich die erscheinenden Magazine nicht lange halten: Trotz der vermehrten positiven Wahrnehmung der Comics im Laufe der 70er Jahre, hatte die Bundesprüfstelle nicht an Härte verloren, wenn es um den Schutz der Jugend ging und beanstandete viele der Horror-Hefte (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 279).

Der Bastei Verlag schaffte es jedoch mit mehreren Serien wie *Gespenster Geschichten* (1974) oder *Spuk Geschichten* (1978), sich auf diesem Gebiet zu etablieren (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 279).

Aufkommende Heftserien, die im Hinblick auf Mädchen als Zielpublikum produziert wurden, wie etwa *Conny*, *Biggi* oder *Wendy* können als bezeichnend für den weiterhin vornehmlich kommerziellen Charakter der Heftserien gelten. Die dargestellten Mädchenfiguren gliederten sich nahtlos in das altbackene weibliche Klischee ein und wiesen keineswegs emanzipativen Charakter auf. Es war also kein Ziel der publizierenden Verlage, einen Beitrag zur Emanzipationsfrage zu leisten, sondern schlichtes ökonomisches Interesse an der Erschließung eines neuen Zielpublikums stand im Vordergrund (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 317).

Der Zeitschriftenmarkt verlor im Laufe der 80er Jahre allgemein an Geltung, da die Comics nicht mehr nur in diesem Segment vertreten waren, sondern mittlerweile einen Teil des Kaufhausbuchsortiments stellten. Des Weiteren entstanden in den 80er Jahren mit den Comic-Läden auf das Medium

spezialisierte Verkaufsstellen, die wiederum über eigene Großvertriebsunternehmen verfügten, von denen sie die Comics bezogen.

Tauschtage und Versandhandel weiteten das Angebot noch zusätzlich aus.

Dolle-Weinkauff sieht die Gründe hierfür in entstehenden Präferenzen für Buch und Broschüre als beliebte Präsentationsmedien für Comics (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 261f).

Ein Buch bot dem Comic-Zeichner mehr Platz, sich stilistisch und erzählerisch kreativ zu betätigen, sodass auch die am Kiosk aufliegenden Zeitschriften nach und nach durch periodisch erscheinende Taschenbücher ersetzt wurden.

Der Comic-Stil fand nun auch Eingang in Bilderbücher für Kinder, da sich die Illustratoren im Laufe der 70er Jahre vermehrt der nun nicht mehr verteufelten Stilmittel des Comics bedienten, um ihre Geschichten mit Bildern zu unterlegen.

Dieser Trend zum Präsentationsmedium Buch erwies sich für die Qualität der fortan veröffentlichten Comics als förderlich, da nun auch komplexere Erzählungen genügend Platz fanden, um sich stilistisch ausgereift dem Leser präsentieren zu können. Die Gründe für die Hinwendung zum Buch- und Album-Format formuliert Knigge folgend:

Das lag vor allem daran, daß in der Bundesrepublik weit weniger Head-Shops existierten als in den USA und damit die Möglichkeit des Vertriebs stark beschränkt war. [...] Als günstigere Publikationsform erwiesen sich deshalb broschierte Sammelbände, die die Chance hatten, auch vom progressiven Buchhändler ins Sortiment genommen zu werden.

(Knigge, 1996, 277)

Während sich nun also die Comics in Büchern und Broschüren qualitativ weiterentwickelten, blieb der Comic-Strip in den Zeitungen jedoch weiterhin im humoristischen Genre verhaftet und diente somit der Unterhaltung. Politische Themen wurden ausgespart, jedoch darf hierbei nicht übersehen werden, dass auch die humoristischen Streifen mit Serien wie etwa den *Peanuts* eine philosophische und subtile Note erhalten hatten.

Die Themenpalette begann sich nun also merklich zu erweitern, sodass auch die klassischen Fantasy- oder Abenteuer-Geschichten eine Novellierung erfuhren. Science Fiction wurde mit dem Mittelalter kombiniert oder die Steinzeit mit dem Futurismus synthetisiert. Es entwickelten sich viele verschiedene Spielarten, jeder Zeichner begann, zu experimentieren und zu vereinen, was zuvor mit Hilfe strikter Schemen separiert wurde (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 280ff).

Die in den 60er Jahren in den USA aufgekommenen Underground-Comics, fanden in Deutschland zwar keine große Verbreitung, übten aber auf die deutschen Zeichner einen großen Einfluss aus, obgleich sich diese schon bald stilistisch und thematisch von ihren ehemaligen Vorbildern entfernten. Raymond Williams mit seinem Verlag UPN (Undefinierbare Produkte aus Nürnberg) kann hierbei als derjenige gelten, der den Underground-Comics den Zugang zu Deutschland ermöglichte, veröffentlichte er doch Werke bekannter US-amerikanischer Autoren wie etwa Robert Crumb, George Metzger oder Ron Cobb in seiner Zeitschrift *U-Comix* (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 286). Nun begannen die deutschen Autoren und Zeichner den Comic als der entstehenden Jugendsubkultur zu entdecken. Die APO (Außerparlamentarische Opposition) hatte zwar bereits Mitte der 60er Jahre Versuche gestartet, sich über das Medium zu artikulieren, doch waren diese ohne Resonanz und somit wirkungslos geblieben (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 258). Dem Image, Comics seien nur für Kinder gemacht, war insgesamt bis zur Mitte der 70er Jahre nicht beizukommen.

Zwar hatte die Veröffentlichung von Werken der US-amerikanischen Underground-Szene einen großen Einfluss, allerdings sollte es noch einige Zeit dauern, bis auch deutsche Zeichner sich trauten, Ähnliches zu produzieren.

Die nun entstehenden Comics konzentrierten sich oft auf eine bestimmte Region, vor allem Großstädte, in welchen sich die Zeichner zusammenfanden, und in jeweils regionalen Zeitschriften ihr Werke publizierten. Zu solchen Alternativzeitschriften zählen etwa *Hinz und Kunz* (Frankfurt), *Rad ab* (Berlin) oder *Zomix* (München) (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 258).

Die Geschichten wiesen eine große Bandbreite an Themen auf, zeichneten sich jedoch vor allem durch satirische Züge und Sozialkritik aus, da viele der Zeichner der Alternativszene angehörten und in ihren Geschichten ihre Alltagswelt persiflierten. So gaben die aufkommenden Serien etwa den Alltag der Hausbesetzer, der Schwulenszene (Ralf König) oder etwa auch einer Feministin (Franziska Becker) wieder (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 258f).

Dolle-Weinkauff sieht den Comic gegen Ende der 80er als nun anderen Literaturgattungen gleichgestellt (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 289).

Das Medium habe es nun - nicht zuletzt mit der vermehrten Publikation von Autoren-Comics - geschafft, auf ein Niveau vorzudringen, auf dem Tabus, Kommerzialisierung oder selbstgewählte Beschränkungen nicht mehr existent seien, was es den Zeichnern eröffnet, mit den Spielarten des Comics zu experimentieren und auszuloten, wozu dieses Medium fähig ist.

Der ständige Produktionsdruck, der bei Heftserien auftritt und das Innovationspotential eher hindert, als es zu fördern, fällt bei den Präsentationsmedien Buch und Album weg. Als Wegbereiter für das Aufkommen der Comics, die sich nun auch mit ernsthaften Themen auseinandersetzen und beweisen, dass es sich beim Comic durchaus um ein Medium handelt, das nicht nur infantil unterhaltend sondern ebenso auch seriös und niveauvoll auftreten kann, nennt Dolle-Weinkauff Art Spiegelmans *Maus* (vgl. Dolle-Weinkauff, 1990, 295).

Die Hinwendung zu Buch und Album in den 80er Jahren ebnet dem Comic also in Deutschland schlussendlich den Weg, sich als anerkanntes Medium zu etablieren, das sich auch mit seriösen Stoffen künstlerisch auseinandersetzen und dabei nichts an Ernsthaftigkeit verlieren kann.

Ab den 80er Jahren lässt sich der Comic nicht mehr in schubladisieren, da nun bereits viele deutsche aber auch ausländische Produktionen in Comic-Läden, Kiosken und Buchhandlungen aufliegen, die die reichhaltige thematische Palette des Mediums illustrieren.

Zwar wirken auch in den 80ern und 90ern die Vorurteile gegen Comics, die in den 50er und 60er Jahren geprägt wurden, noch nach, allerdings schafft es das Medium, sich langsam Geltung zu verschaffen und befreit sich von dem Ruf, lediglich geistlose Unterhaltung für Jugendliche und Kinder zu sein.

Gegen Ende der 80er traten nun immer mehr Autoren auf die Bühne, die sich mit historischen Begebenheiten der Weltgeschichte im Comic-Format kritisch und ernsthaft auseinandersetzten. Großes Interesse galt hierbei der Thematik des Zweiten Weltkriegs und der Nachkriegsjahre, wie etwa an Günter Rückerts und Dieter Brandts *Das Karbid-Kommando: Edelweißpiraten gegen Miesmolche* oder an Elke Steiners *Rendsburg Prinzessinstraße* (2001) ersichtlich ist (vgl. Comics made in Germany, 2008, 48).

Das Medium hatte sich also bis zum Jahr 1990 thematisch ausdifferenziert und auf dem Zeitschriftenmarkt etabliert sowie begonnen den Büchermarkt zu erobern. Jedoch ist es nicht gelungen, einen eigenen "deutschen Stil" zu entwickeln, was eine vollständige Akzeptanz des Comics als Bestandteil der Kultur womöglich verhindert.

7. Auswertung und Conclusio

Faktoren in den USA

Für den Erfolg der Comics in den USA können verschiedene Faktoren verantwortlich gemacht werden.

Die Industrialisierung und das Entstehen einer Arbeiterklasse können als großer Faktor für das Aufkommen der Comics gelten. Dass Comics mit Hilfe von Bildern Information vermitteln, stellte für das Medium zu Zeiten, in denen in den USA der Analphabetismus noch weit verbreitet war, einen großen Vorteil dar.

Die entstehende Arbeiterklasse, die nun für ihre Rechte kämpfte und auch abseits des Berufslebens Belustigung suchte, ist ein weiterer Konstituent, da die Zeitungen in ihnen einen potentiellen Markt sahen, den sie mit Hilfe der Bilder-Beilagen als Verkaufsförderer erschließen wollten.

Doch auch die Umstellungen innerhalb der Zeitungsbranche, etwa der Entschluss, die Zeitungen nun auf der Straße zu verkaufen, um mehr Rezipienten zu erreichen und die daraus resultierende Notwendigkeit, mit bestimmten Elementen der Zeitung Aufmerksamkeit erregen zu müssen, können als Einfluss klassifiziert werden.

Der Farbdruck als technische Innovation ermöglicht dem Comic schließlich einen großen Durchbruch (siehe: *Yellow Kid*, Kapitel 5.1.1.).

Auch die ethnische Durchmischung der USA kann als fördernder Faktor für die Popularität des Mediums gelten, da die aufkommenden Strips von jedem verstanden werden konnten, sozialen Kitt darstellten und des weiteren eine Bindung der fremdsprachigen Gruppen ermöglichten.

Als weiterer fördernder Faktor für die Etablierung der Comics in den USA kann ebenso der Zweite Weltkrieg gelten, da das Medium hier als Propagandainstrument benötigt wurde und die aufkommenden Helden es schafften, Kinder, Jugendliche und Soldaten zu begeistern und gleichzeitig Patriotismus und Einigkeit propagierten. Des Weiteren lieferte der Zweite Weltkrieg den Superhelden "realistische" Bösewichte, gegen diese sie in den

Kampf ziehen konnten. Wie erwähnt, stellte das Militär zur damaligen Zeit den größten institutionellen Abnehmer für Comics dar.

Auch das höhere Haushaltseinkommen und der Mangel an anderen Konsumartikeln kurbelten den Verkauf und die Präsenz des Mediums innerhalb der Gesellschaft an.

Dadurch, dass Comics in den USA zu einem früheren Zeitpunkt große Popularität erlangten und während des Zweiten Weltkriegs als beliebtes Propagandainstrument eingesetzt wurden, setzte die wissenschaftliche Beschäftigung mit dem Medium in den Vereinigten Staaten auch bereits früher, nämlich in den 40er und 50er Jahren, ein (vgl. Couperie/Moliterni, 1970, 25).

Faktoren in Deutschland

Dass der Nationalsozialismus in Deutschland als hinderlicher Faktor für die Etablierung des Comics vor 1945 gelten kann, wurde in vorliegender Arbeit aufgrund zahlreicher Quellen belegt (vgl. Becker, 2011; Havas/Habarta, 1993; Dolle-Weinkauff, 1990).

Die nationalsozialistische Kulturpolitik dagegen förderte in den 1930er Jahren zwar den Film als neue Technik der Massenkommunikation und Manipulation, lehnte aber den Comic als jüdisch ab. Film und Comic konnten in Amerika und Japan intermediale Transfers anregen, die im von den Nazis besetzten Europa unter der Ägide einer nationalsozialistischen Propaganda nicht zum Zuge kamen.

(Becker, 2011, 8)

Für die Nationalsozialisten stellte das Fernsehen ein zur Manipulation weitaus geeigneteres Medium dar, suggerierte es doch gleichzeitig dadurch, dass es eine neuartige Erscheinung war Fortschrittlichkeit. Der Comic als Printmedium stellte hingegen in technischer Hinsicht keine Novität dar.

Hügel konstatiert, dass "Populäre Kultur eine Überfluss-Gesellschaft voraussetzt" (Hügel, 2002, 56), was wiederum erklären könnte, warum Deutschland nach dem Zweiten Weltkrieg noch einer wirtschaftlichen Erholung bedurfte, bevor sich ein populäres Medium wie der Comic nahezu vollständig durchsetzen konnte.

Die Materialknappheit in Deutschland während der Nachkriegszeit zeichnet verantwortlich für das Einstellen vieler anlaufender Serien-Experimente und unterband das Entstehen einer eigenen Szene, eines eigenen Stils. Des Weiteren war es günstiger, die aus dem Ausland importierten billigen Lizenz-Comics zu drucken als eigens neue Serien zu erfinden.

Wenn Zeichner in Deutschland in der Comic-Produktion aktiv waren, entstammten sie meist bereits dem Berufsfeld der Karikaturisten und waren so in einem bestimmten Stil verhaftet, einer Tradition - wie etwa der e.o. Plauens - verpflichtet und wenig innovativ. Die strikte Trennung von Bild und Text, die sich in Deutschland für lange Zeit hielt, diente weiters dazu, dass das Medium es schwer hatte, Anerkennung zu gewinnen.

Die Rezeption des Comics als Massenware trug weiters dazu bei, es als "Unkunst" zu klassifizieren und förderte den Eindruck, es handle sich um ein Medium, das ausschließlich triviale und unterhaltende Inhalte vermitteln könne.

Dass der Comic sich des Rufs, lediglich Trivialitäten zu behandeln, entledigen konnte, ist in großem Maße der Ausrichtung auf das Buch als Präsentationsmedium anzurechnen, da sich hier genügend Raum fand, um mehr erzählerisches Innovationspotential freizusetzen als es bei den in großem Stil und unter Zeitdruck produzierten Heften der Fall war.

Dass sich das Genre des Superhelden im Gegensatz zu den USA in Deutschland nicht halten konnte, ist der zeitlichen Differenz zuzuschreiben, mit der Helden wie *Superman* in Deutschland veröffentlicht wurden, da die Geschichten zum Veröffentlichungszeitpunkt bereits mehrere Jahrzehnte alt waren und daher mit den nun aufkommenden futuristischen Science-Fiction-Geschichten und neuen Spielarten der Comics nicht mithalten und sich ergo nicht etablieren konnten.

Gemeinsamkeiten

In beiden Ländern führte die Ausrichtung auf Kinder und Jugendliche als Zielpublikum der Comic-Hefte zu Kritik seitens des Jugendschutzes und zu negativen Konsequenzen, die sich im Schmutz- und Schundkampf der 1950er äußerten.

Eine Erschließung des jungen Zielpublikums mit Hilfe des neuen Präsentationsformats Heft hat es also geschafft, das bis heute gängige Klischee des Comics - ein unterhaltendes Heftchen mit bunten Bildern - zu generieren und über redundante, gleich geartete, unbasierte Argumentationen seitens Pädagogen zu festigen. Dies erschwerte eine kulturelle Akzeptanz sowohl des Mediums als auch der wissenschaftlichen Beschäftigung damit auf lange Zeit.

Dass der Kampf gegen "Schmutz und Schund" in Deutschland schon bald nach dem verstärkten Aufkommen des Mediums losbricht, ist u.a. dem Faktum geschuldet, dass zusammen mit den Heften auch die in den USA kursierenden Vorurteile und Kritiken nach Deutschland importiert wurden. Unreflektiert übernahm man diese, obgleich sie sich auf ein Genre bezogen, das damals in Deutschland noch gar nicht zugegen war - die "Horror-Comics".

Die vorgebrachte Kritik sorgte unter anderem auch dafür, dass sich ein bis heute bestehendes Vorurteil gegenüber Comics und ihren Konsumenten etablieren konnte, sie als "trivial" stigmatisiert wurden und über Jahrzehnte ausschließlich als Kinder- und Jugendliteratur sowie massenproduzierte Geschichten für einfache Gemüter wahrgenommen wurden. Eine derartige Rezeption unterband schließlich auch auf lange Zeit das Innovationspotential, da den Comics eine Beschäftigung mit ernsthaften Themen nicht zugetraut wurde und aus Angst vor Kritik seitens der Produzenten auch unterlassen wurde.

Weiters ist beiden gemeinsam, dass sich die Produzenten angesichts der Welle an Antipathien und der Indizierung vieler Hefte und Reihen zur Selbstkontrolle entschlossen, die in ihrer Ausformung schließlich härter und strenger agierten als die gesetzlichen Vorschriften und viele Serien und Verlage um ihre Existenz brachten.

Für beide Länder kann gelten, dass der Comic-Strip - wohl wegen seines Auftretens in Zeitungen, also hauptsächlich auf ein erwachsenes Zielpublikum zugeschnitten - den Attacken der Jugendschützer entging und sich nicht gegen Vorwürfe des Trivialen wehren musste.

Die Underground-Szene fungierte in beiden Ländern als Sprachrohr der Ungehörten, die sich des verschrienen Mediums bedienten, um auf sich und den Kampf für ihre Rechte aufmerksam zu machen. Obgleich dies zeitversetzt geschah, da die Underground-Comix der USA bereits in den 1960er Jahren große Verbreitung fanden, während sich Deutschland mit dieser Form der Comics erst ab den 1970er Jahren auseinandersetzte.

Als Gründe für die differente Entwicklung des Mediums in Deutschland und den USA können also einerseits die zeitliche Verschiebung des vermehrten Aufkommens und andererseits die historischen Umstände als große Einflussfaktoren gelten. Die Nachkriegszeit verhinderte über Materialmängel das Zustandekommen einer eigenständigen Szene in Deutschland, während aus dem Ausland bereits bestehende Serien als billige Lizenzen importiert wurden und auch ausländische Verlagshäuser - zumeist kapitalkräftiger aufgestellt - es schafften, sich zu halten und eventuelle "Flops" finanziell besser zu verkraften.

Der Umstand, dass Comics in Deutschland vornehmlich als importierter Fremdkörper im Zeitschriftenwesen gesehen wurden und somit auch nicht als eigene Literaturform anerkannt wurden, ist ein wichtiger Grund für die mangelnde Anerkennung des Mediums in der Bundesrepublik. Frankreich, Italien und andere europäische Länder hatten zur Zeit des vermehrten Aufkommens des Mediums in der Bundesrepublik bereits einen eigenen Stil und damit eine in der nationalen Kultur verankerte eigene Szene entwickelt. Dadurch, dass der Comic in den USA "entstand" und somit als genuine amerikanische Literaturform galt, konnte er sich dort auch als Bestandteil der nationalen Kultur etablieren.

8. Literaturverzeichnis

- AHRENS, Jörn (2011): Übersetzungsprobleme. Narrativer und ästhetischer Import in Robert Rodriguez' Verfilmung von Frank Millers *Sin City*. In: BECKER, Thomas (Hrsg.): Comic. Intermedialität und Legitimität eines popkulturellen Mediums. Bochum: Bachmann, S. 77-90.
- ARNOLD, Heinz Ludwig (2009) (Hrsg.): Text + Kritik. Zeitschrift für Literatur. Sonderband. Comics, Mangas, Graphic Novels. München: Ed. Text + Kritik
- BECKER, Thomas (Hrsg.) (2011): Comic. Intermedialität und Legitimität eines popkulturellen Mediums. Bochum: Bachmann
- BECKER, Thomas (2009): Genealogie der autobiografischen Graphic Novel. Zur feldsoziologischen Analyse intermedialer Strategien gegen ästhetische Normalisierungen. In: DITSCHKE, Stephan / KROUCHEVA, Katerina / STEIN, Daniel (Hrsg.): Comics. Zur Geschichte und Theorie eines populärkulturellen Mediums. Bielefeld: Transcript-Verlag, S. 239-264
- BLANK, Juliane (2010): Alles ist zeigbar? Der Comic als Medium der Wissensvermittlung nach dem *iconic turn*. In: KulturPoetik, 10, S. 214-233
- BURKART, Roland (2002⁴): Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. Umriss einer interdisziplinären Sozialwissenschaft. Wien, Köln, Weimar: Böhlau
- CHRISTIANSEN, Broder-Heinrich (1980): Jugendgefährdung durch Comics? Die Arbeit der Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Schriften in den fünfziger Jahren. Unveröffentlichte Diplomarbeit, Göttingen
- CICHON, Melina (2008): Die kulturelle Akzeptanz der Comics in Österreich. Eine Untersuchung der österreichischen Comic-Kultur. Unveröffentlichte Diplomarbeit, Universität Wien
- Comics made in Germany. 60 Jahre Comics aus Deutschland 1947-2007. Eine Ausstellung der Deutschen Nationalbibliothek Frankfurt am Main und des Instituts für Jugendbuchforschung der Johann Wolfgang Goethe-Universität Frankfurt am Main. (2008²) Wiesbaden: Harrassowitz
- COUPERIE, Pierre / MOLITERNI, Claude (1970): Zur internationalen Forschungssituation. In: ZIMMERMANN, Hans Dieter: Vom Geister der Superhelden. Comic Strips. Colloquium zur Theorie der Bildergeschichte in der Akademie der Künste Berlin. Berlin: Gebr. Mann Verlag, S. 21-27

- DAHRENDORF, Malte (1972): Vorüberlegungen zu einer Didaktik des Comic-Strips. In: VOGT, Jochen (Hrsg.): Literaturdidaktik. Düsseldorf, S. 253
- DITSCHKE, Stephan (2009): Comics als Literatur. Zur Etablierung des Comics im deutschsprachigen Feuilleton seit 2003. In: DITSCHKE, Stephan / KROUCHEVA, Katerina / STEIN, Daniel (Hrsg.): Comics. Zur Geschichte und Theorie eines populärkulturellen Mediums. Bielefeld: Transcript-Verlag, S. 265-280.
- DITSCHKE, Stephan / KROUCHEVA, Katerina / STEIN, Daniel (Hrsg.) (2009): Comics. Zur Geschichte und Theorie eines populärkulturellen Mediums. Bielefeld: Transcript-Verlag
- DODERER, Klaus (Hrsg.) (1988): Zwischen Trümmern und Wohlstand. Literatur der Jugend 1945-1960. Weinheim, Basel: Beltz
- DOLLE-WEINKAUFF, Bernd (1990): Comics. Geschichte einer populären Literaturform in Deutschland seit 1945. Weinheim, Basel: Beltz
- Eine leichte Bonner Pflaume (1953): Der Spiegel 16, 32f
- FAULSTICH, Werner (2005): Filmgeschichte. Paderborn: Wilhelm Fink Verlag
- FIX, Marianne (1996): Politik und Zeitgeschichte im Comic. In: Bibliothek Forschung und Praxis Jg. 20 Nr. 2
- FRIZBERG, Ulrike (1993): Das Massenmedium Comic als Kulturträger. Unveröffentlichte Diplomarbeit, Universität Wien
- GABILLIET, Jean-Paul (2010): Of Comics and Men: A Cultural History of American Comic Books. Mississippi: University Press of Mississippi
- GÖTTLICH, Udo / ALBRECHT, Clemens / GEBHARDT, Winfried (Hrsg.) (2002): Populäre Kultur als repräsentative Kultur. Die Herausforderung der Cultural Studies. Köln: Halem
- GRABENSBERGER, Horst (2000): "Ächz! Stöhn! Grunz!" Soziokulturelle und ökonomische Interdependenzen, die zur Marginalisierung des Mediums Comic in Österreich führten. Unveröffentlichte Diplomarbeit, FH Telekommunikation und Medien, St. Pölten.
- GRÜNEWALD, Dietrich (1991): Vom Umgang mit Comics. Berlin: Volk und Wissen
- GRÜNEWALD, Dietrich (2000): Comics. Tübingen: Niemeyer

- HARVEY, Robert C. (1996): *The Art of the Comic Book. An Aesthetic History*. Mississippi: University Press of Mississippi
- HAUSMANNINGER, Thomas / KAGELMANN, Hans-Jürgen (Hrsg.) (1994): *Comics zwischen Zeitgeschehen und Politik*. München, Wien: Profil-Verlag
- HAUSMANNINGER, Thomas (1994a): Können populär-visuelle Medien emanzipativ sein? Zur Frage nach der Fortschrittsfähigkeit politisch-zeitgeschichtlicher Diskurse in Unterhaltungsmedien. In: HAUSMANNINGER, Thomas / KAGELMANN, Hans-Jürgen (Hrsg.): *Comics zwischen Zeitgeschehen und Politik*. München, Wien: Profil-Verlag, S. 13-43
- HAUSMANNINGER, Thomas (1994b): Sigurd gegen die Nazis. Beobachtungen zur Vergangenheitsbewältigung bei Hansrudi Wäscher. In: HAUSMANNINGER, Thomas / KAGELMANN, Hans-Jürgen (Hrsg.): *Comics zwischen Zeitgeschehen und Politik*. München, Wien: Profil-Verlag, 47-69
- HAVAS, Harald / HABARTA, Gerhard (1993): *Comic Welten. Geschichte und Struktur der neunten Kunst*. Wien.: Ed. Comic Forum
- HOFMANN, Werner (1970): Zu kunsthistorischen Problemen der Comic Strips. In: ZIMMERMANN, Hans Dieter (Hrsg.): *Vom Geist der Superhelden. Comic Strips. Colloquium zur Theorie der Bildergeschichte in der Akademie der Künste Berlin*. Berlin: Gebr. Mann, 47-61
- HÜGEL, Hans-Otto (2002): Zugangsweisen zur Populären Kultur. Zu ihrer ästhetischen Begründung und zu ihrer Erforschung. In: GÖTTLICH, Udo / ALBRECHT, Clemens / GEBHARDT, Winfried (Hrsg.): *Populäre Kultur als repräsentative Kultur. Die Herausforderung der Cultural Studies*. Köln: Halem, S. 52-78
- KELLNER, Douglas (1995): *Cultural studies, identity and politics between the modern and the postmodern*. London/ New York: Routledge
- KNIGGE, Andreas C. (1996): *Comics. Vom Massenblatt ins multimediale Abenteuer*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.
- KNIGGE, Andreas C. (1986): *Fortsetzung folgt: Comic Kultur in Deutschland*. Frankfurt a.M./Berling: Ullstein

- KNIGGE, Andreas C. (2009): Zeichen-Welten. Der Kosmos des Comics. In: ARNOLD, Heinz Ludwig (Hrsg.): Text + Kritik. Zeitschrift für Literatur. Sonderband. Comics, Mangas, Graphic Novels. München: Ed. Text + Kritik
- KÖSTER, Werner (2002): Medienmentalitäten und Medienevolution: Zentrale Argumentationsweisen zum Verhältnis von Massenmedien und Kultur. In: GÖTTLICH, Udo / ALBRECHT, Clemens / GEBHARDT, Winfried (Hrsg.): Populäre Kultur als repräsentative Kultur. Die Herausforderung der Cultural Studies. Köln: Halem S. 151-170
- KRENSKY, Stephen (2008): Comic Book Century. The History of American Comic Books. Minneapolis: Twenty-First Century Books
- KRICHMAYR, Karin (2004): Bilderstürmer ohne Ende? Kritik und Zensur von populären visuellen Medien am Beispiel von Comics. Unveröffentlichte Diplomarbeit, Universität Wien.
- LEINWEBER, Horst (1958): Der Comic Strip als publizistisches Phänomen. Seine Entwicklung und Bedeutung unter besonderer Berücksichtigung der amerikanischen Tagespresse. Unveröffentlichte Diplomarbeit, Universität Wien.
- MAIER, Karl Ernst (1993¹⁰): Jugendliteratur. Formen, Inhalte, pädagogische Bedeutung. Heilbrunn/Obb: Klinkhardt
- MCCLOUD, Scott (1994): Comics richtig lesen. Hamburg: Carlsen
- NICOLAUS, Karl (1953, 28. Mai): Der Triumph der Blasenmenschen. In: Die Zeit 22
- PEISER, Wolfram (2003): Gesellschaftswandel - Generationen - Medienwandel. Generationen als Träger von Veränderungen in der Gesellschaft und in den Medien. In: BEHMER, Markus / KROTZ, Friedrich / STÖBER, Rudolf / WINTER, Carsten (Hrsg.): Medienentwicklung und gesellschaftlicher Wandel. Beiträge zu einer theoretischen und empirischen Herausforderung. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 197-207
- PLATTHAUS, Andreas (2000): Im Comic vereint - Eine Geschichte der Bildgeschichte. Frankfurt a.M./Leipzig : Insel-Verlag

- POHSELT, Daniel (2005): "Tim und Struppi". Eine Diskursanalyse zur sozialen Funktion von Comic und Zeichentrickfilm. Unveröffentlichte Diplomarbeit, Universität Wien.
- ROSENKRANZ, Patrick (2002): Rebel Visions. The Underground Comix Revolution 1963-1975. Seattle: Fantagraphics Books
- SACKMANN, Eckart (2010): Comic. Eine kommentierte Definition. In: Deutsche Comicforschung, Bd. 6, S. 6-9
- SACKMANN, Eckart (2008): Comics sind nicht nur komisch. Zur Benennung und Definition. In: Deutsche Comicforschung, Bd. 4, S. 7-16
- SACKMANN, Eckart / BECKER, Hartmut (1983): Interview mit Manfred Schmidt. In: Comic Forum. Jg. 5 Nr. 18, S. 15-16
- SCHAFFER, Bernhard (1994): Adolf und die Propaganda. Gablitz: Ed. 333 [Limitierte Sammlerausgabe]
- SCHMIDT, Siegfried J. (2003): Medienentwicklung und gesellschaftlicher Wandel. In: BEHMER, Markus / KROTZ, Friedrich / STÖBER, Rudolf / WINTER, Carsten (Hrsg.): Medienentwicklung und gesellschaftlicher Wandel. Beiträge zu einer theoretischen und empirischen Herausforderung. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 135-150
- SCHÜWERT, Martin (2008): Wie Comics erzählen. Grundriss einer intermedialen Erzähltheorie der grafischen Literatur. Trier: WVT
- VON HAGEN, Markus (1994): Barks contra Flix, oder: Politik, als es unvermeidbar war. 20 Jahre "MICKY MAUS" als Jugendzeitschrift (1956-1975). In: HAUSMANNINGER, Thomas / KAGELMANN, Hans-Jürgen (Hrsg.): Comics zwischen Zeitgeschehen und Politik. München, Wien: Profil-Verlag, S. 70-85
- WELTZIEN, Friedrich (2011): Hybrider Legitimationsdruck. Zu Rodolphe Töpffers Bastardisierung von Text und Bild. In: BECKER, Thomas (Hrsg.): Comic. Intermedialität und Legitimität eines popkulturellen Mediums. Bochum: Bachmann, S. 115-136
- WERMKE, Jutta (1973): Wozu Comics gut sind. Unterschiedliche Meinungen zur Beurteilung des Mediums und seiner Verwendung im Deutschunterricht. Kronburg, Taunus: Scriptor-Verlag
- WOLFINGER, Stefan (1999): Von Karl Marx bis Carl Barks. Comics und Geschichte. Wien: Kunst- u. Kulturverlag

- ZIMMERMANN, Hans Dieter: Vom Geist der Superhelden. Comic Strips. Colloquium zur Theorie der Bildergeschichte in der Akademie der Künste Berlin. Berlin: Gebr. Mann Verlag

9. Internetquellen

- PFEIFER, Dirk (o.J.): Comics, das vergessene Massenmedium
<http://ezines.onb.ac.at:8080/www.medianexus.net/ressourc/essays/comics.htm> (Stand: 23.08.2012)
- STEIN, Daniel (2011): Comicwissenschaft in Deutschland. Ein Einschätzungsversuch. In: Homepage der Gesellschaft für Comicforschung, 2.1.2011 <http://comicgesellschaft.de/?p=2450> (Stand: 15.03.2012)

Lebenslauf

Feb - Jun 2012	Auslandsaufenthalt in Prag (Studium der Bohemistik an Karlsuniversität) im Rahmen des Studiums der Slawistik
Okt 2009 -	Studium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft im Masterprogramm
Okt 2008 -	Studium der Slawistik im Bachelorprogramm als Zweitstudium (Fokus: Tschechisch. Zweitsprache: Polnisch)
Okt 2006 - Okt 2008	Studium der Psychologie an der Universität Wien
Okt 2005 - Jun 2009	Studium der Publizistik- und Kommunikationswissenschaft im Bakkalaureatsprogramm. Abgeschlossen mit Titel Bakk. phil. im Juni 2009
1997 - 2005	Bundesgymnasium IX Wasagasse; 1090 Wien <i>Maturiert schriftlich:</i> Deutsch, Englisch, Mathematik <i>Maturiert mündlich:</i> Englisch, Musik (mit ergänzender Frage auf Englisch), Philosophie und Psychologie, Chemie
1993 - 1997	Volksschule Judenplatz, 1010 Wien

10. Abstract

Die vorliegende Arbeit untersucht die Entwicklung des Mediums Comic und seinen graduellen Weg zur gesellschaftlichen Akzeptanz in Westdeutschland und den USA. Mit Hilfe einer Literaturstudie wird nach den soziokulturellen, gesellschaftlichen, politischen oder ökonomischen Faktoren gesucht, die in der Entwicklung des Mediums in beiden Ländern eine Rolle spielten. Während in Deutschland der Nationalsozialismus und ein herrschender Kulturkonservatismus die Entwicklung einer eigenen Szene ebenso behinderten wie eine vollständige Akzeptanz des Mediums, fiel es dem Medium in den USA einfacher, sich zu etablieren und von Kunst und Wissenschaft ernst genommen zu werden. Des Weiteren wurde das Medium in der Bundesrepublik als importierter Fremdkörper rezipiert, da vor allem billige Lizenzen statt Eigenproduktionen Verbreitung fanden, was das Entstehen eines eigenen Stils in Deutschland unterband und es dem Medium versagte, als Teil der nationalen Kultur akzeptiert zu werden.

Abstract (english version)

In this thesis I'll try to analyze the development of comic as a medium in the US and West Germany. By examining the sociocultural, political and economical developments in both countries I will show in which way they influenced the way comics evolved.

The National Socialists in Germany and a dominant conservatism concerning culture were an impediment to the development of an own "German" comic scene and for the acceptance of the medium itself.

In the US it was easier for comics to be seen as a part of the national culture. Because comics were imported to Germany after the Second World War, they were seen as an "intruder" into the national culture and the magazine market. Furthermore the economical situation of West Germany after the Second World War required financial stability in order to publish comics, which the German publishing houses did not have. Therefore the ones from other countries, which had more money to their disposal, could establish themselves more easily.