

SZENE WATCHER

No. 169
8. Juli 2002

Das Flyer-Zine der trivialen Szene und
Anzeiger für triviales Entertainment seit 1995



Der Buchstabe des Erfolges

Es war in den USA der 80er und 90er nicht selten ein gefährliches Unterfangen ein Warenzeichen, Trademark oder Produkt auf den Markt zu bringen, in dem der Buchstabe X eine augenscheinlich dominierende Rolle einnahm. Dem Multimedia-Riesen Marvel Inc. war keine Klage zu kostspielig und kein Weg zu weit, um jeden, der den drittvorletzten Buchstaben des Alphabets aus ihrer Sicht zu freizügig für sein Produkt in Anspruch nahm, mit Klagen und Abmahnungen zu überhäufen. Die Angst, dass andere Firmen und Unternehmer sich durch den Gebrauch des beliebten Buchstaben X an den Erfolg der diversen *X-Men*-Comic-Titel anhängen könnten, endete in einer medialen Form von Verfolgungswahn. Erst der folgende Richterspruch konnte diesem Spuk ein Ende machen und liess die Realität wieder über verdrehte Versponnenheit Herr werden: «Marvel Inc. wird es nicht gelingen für den Buchstaben X das Copyright zu erhalten!»

In kaum schlechterer Form als damals Marvel befinden sich momentan die Besitzer der markenrechtlich geschützten Comic-Figur *Obelix*, die Damen und Herren von Lés Editions Albert René. Gelten die Anwälte des gigantischen US-amerikanischen Medien-Konzerns Disney auf der Suche nach unlizenziierten *Donald*- und *Micky Maus*-Abbildungen und -Merchandise bereits als geniale Jäger und Abmahner, so muss man den unzähligen Juristen von Lés Editions Albert René eine bislang nie dagewesene Geschäftstüchtigkeit zugestehen, denn unlängst ging in einem GMX-Newsletter folgende Story durch das Netz:

«Erinnern Sie sich noch an den Fall *Obelix* vs. *Mobilix*? Im November 2001 hatte Werner Heuser, Betreiber des Free Software Projektes *Mobilix* (<http://mobilix.org>) eine Klage der Lés Editions Albert René erhalten: Bei der von Heuser registrierten Marke *Mobilix* (einer Webseite, die sich dem Thema mobile Unixsysteme verschrieben hat) bestehe Verwechslungsgefahr mit der ebenfalls markenrechtlich geschützten Comic-Figur *Obelix* (dem Gallier mit einer ausgeprägten Vorliebe für Wildschweinbraten und gestreifte Hosen). Mit der Klage sollte eine Löschung der Marke *Mobilix* und eine Schadensersatzzahlung erreicht werden. Netterweise hat uns Herr Heuser über den Ausgang dieses Rechtsstreits informiert:

In der mündlichen Verhandlung hat das Landgericht München I gestern am 12. Juni 2002 die Klage abgewiesen. Das Gericht würdigte die Argumente der Klägerin, konnte aber dennoch keine Verwechslungsgefahr zwischen *Obelix* und *Mobilix* erkennen. Bei dem Wort *Mobilix* würde der unbefangene Hörer eher an «mobil» denken und nicht an die behäbige Figur des *Obelix*. Auch eine Ausbeutung des guten Rufs von *Obelix* schloss der Richter aus, da *Mobilix* seine Informationen an ganz andere Verkehrskreise als die Klägerin richte. Das schriftliche Urteil wird am 17. Juli 2002 erwartet.

Der Prozess hat bereits im Vorfeld in vielen Newsgroups- und Mailing-Listen zu heftigen Diskussionen geführt. Der Fall hat eine grosse Bedeutung für die internationale Freie Software Community, da es eine grosse Anzahl von Projekten gibt, deren Name ebenfalls auf «iX» endet.

In vergleichbaren anderen Fällen haben aber die Inhaber der Namensrechte eine gerichtliche Auseinandersetzung vermieden, da sie mit grossen finanziellen Risiken behaftet ist. Der Prozess wurde von Unterstützern aus der Linux-Community, von Vertretern der Fachpresse und interessierten Rechtsanwälten (u.a. Günter Freiherr von Gravenreuth) besucht.

Darauf ein Wildschwein, beim Teutates!»

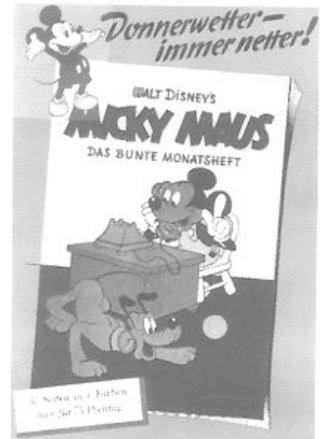
Um dem berechtigten Unmuts-Grunzen der lautereren Fan-Gemeinde vorzubeugen, auch wir halten nichts von Plagiaten, Raubdrucken und Copyright-Verletzungen, haben aber milde ausgedrückt etwas gegen dumpe, billige Abzocke, die auch sicher nicht im Sinne der Copyright-Halter sein kann. Oder etwa doch?

Bis der Hammer glüht

Micky Waue hatte die 16. Friedrichsdorfer Comic-Auktion heuer zu einer etwas ungewohnten Zeit abhämmern lassen, denn anstatt wie gewohnt im Mai fand die fanseits beliebte Veranstaltung in diesem Jahr am 22. Juni statt, inmitten der Endphase der Fussball WM - eine gewagte Sache. Ein anderer Termin kam laut Waue aber nicht in Frage, da ein Materialstau, oder einfacher formuliert ein Angebotsmangel, den Zeitruck erforderte. Aber die Comic-Fans scheinen ein altes, muffeliges Heftchen selbst dem spannendsten Fussballspiel vorzuziehen, und so fanden wiederum fast alle 1.727 Lots zufriedene Abnehmer.

Diese inzwischen zur Routine gewordene Auktion, die von den Fans dankbar als Gross-Treffen und Alternative zur Kölner Comic-Tausch-Börse angenommen wird, kann kaum noch spektakuläre Gebots-Gefechte bieten. Dazu kennen sich die Bieter untereinander zu gut, und jeder weiss um des anderen Sammelgebiet und Fehlnummern und vor allem auch um seine Finanzstärke! Da kommt es schon mal vor, dass man sich mit einem Gebot etwas zurückhält um einem Sammler-Freund einen Gefallen zu tun - natürlich nur nach der Devise «eine Hand wäscht die andere».

Das Gebiet «Alte Comics» ist nun mal ein sehr begrenztes Feld, was zwangsläufig eine ständige Wiederholung des Angebotes zur Folge hat. Und so konnte man auch diesmal wieder viele Klassiker und Alt-bekanntes finden, u. a. das *Micky Maus*-Ankündigungsplakat für die #2 von 1951, das diesmal in besserer Erhaltung unter den Hammer kam. Es erstaunt in diesem Zusammenhang doch immer wieder, dass derart seltenes Material so kurz hintereinander, wenn auch unterschiedlich erhalten, fast schon plötzlich auftaucht. Wer lagert hier was



wo und wie lange gezielt ab? Immerhin wurde in diesem Fall das Limit sehr deutlich überboten, denn statt der erhofften € 500 brachte das Plakat € 3.000. Trotzdem blieben auch diesmal wieder viele Sachen im Limit stecken und wurden zu Lagerfutter der mitbietenden Händler.

Eine Rarität unter den Lots war die Testnummer (0-Nummer) von *Junior* aus dem Kauka Verlag. Natürlich ranken sich um diese Ausgabe, die ohne Limit ins Rennen ging, viele Legenden und Gerüchte und deshalb wechselte sie für stolze € 1.050 die Sammlung. Unter den Angeboten befand sich auch eine sehr schöne Sammlung von *Piccolo-Sonderbänden* aus dem Walter Lehning Verlag der 50er Jahre. Diese Reihe ist eine wahre Augenweide und die Bieter werden sich besonders über die extrem guten Zustände gefreut haben, allerdings werden sie sich nicht mehr trauen, die Exemplare in die Hand zu nehmen - aus Angst den Zustand zu mindern. Verhämmer wurden hier die #1 (Z1, Limit € 300) für € 580, #2 (Z0-, Limit € 450) für € 750, #3 (Z0-, Limit € 675) für € 1.200, #4 (Z0-, Limit € 340) für € 750, #5 (Z2, Limit € 220) für € 280 und die Supernummer 15, *Sigurd - Das Geisterschiff*, (Z0-, Limit € 1.300) für € 2.000, um nur einige zu nennen. Sollte mich nicht wundern, wenn diese Sammlung aus Berlin stammt...

Jan Maat Kolibri 1-44, komplett im Zustand 0-1, hingegen verschwand für's Limit von € 1.450 aus dem Auktionskatalog, ebenso *Peterle* Piccolo, 1-69 komplett in Z0-1, für € 1.380 - und *Blauer Pfeil* 1-24, gebunden in 0-1/1, blieben gar zum Limit von € 1.950 liegen, bei einem Gesamtwert von mindestens € 5.000! Hier soll-

te man im nächsten Preiskatalog von Preiskorrekturen ausgehen können.

Und was gibt's Neues von der Beilagen-Front? Natürlich kamen auch die Zettel- und Tinnef-Sammler auf ihre Kosten, sie überboten sich um den liebevoll als «SFB-Zettel» titulierten Werbe-Flyer aus der *Micky Maus* 14/1956 (ohne Limit, ging für € 100 weg), um den sogenannten «Rosa Atom-Zettel» aus der *MM* 1/1958 (Limit € 24, kam auf € 65), den Gewinnspiel-Flyer «Wer fliegt nach Disneyland?» aus *MM* 13/1956 (ohne Limit, brachte € 220) und einen kompletten Satz von 44 Flugzeugstreifen aus den *MM* 22-43/1967, der das € 380-Limit um € 170 überflügelte.

Nicht nur für den Veranstalter sollte sich diese Auktion gelohnt haben, auch die Bieter dürften auf ihre Kosten gekommen sein, auch wenn dem arglosen Betrachter so manche Blüte, die dem Medium Comic entsprungen ist, als im höchsten Masse merkwürdig erscheint.

Unterhaltsam, gut, gratis!

Das Gratis-Magazin *Comic Collection* ist den meisten Kunden und Besuchern von Comic-Fachgeschäften und Kinos längst ein Begriff, aber leider macht man sich zu selten darüber Gedanken, was hinter solch einer Publikation steckt, wer sie erstellt und wie und warum sie entsteht. In der heutigen Zeit, die durch ständig zunehmende Schnelllebigkeit gekennzeichnet ist, nehme wir einfach zu viele Dinge als selbstverständlich hin, besonders jene, für die wir nichts bezahlen müssen. Wir fragten Marco Patzschke, den Herausgeber von *Comic Collection*, was und wer hinter seinem Magazin steckt.

SW: Marco, du gibst jetzt seit 4 Jahren das Kost-nix-Zine *Comic Collection* heraus und heuer erschien die #7 pünktlich zu Erlangen 2002. Was war der Auslöser für dieses Projekt und wo liegen im Medium Comic deine Wurzeln?

Marco: Vor *Comic Collection* hatte ich schon einige Veröffentlichungen von Karikaturen in Tageszeitungen. Ich gab 1995 ein Buch mit Lyrik und Prosa im Eigenverlag heraus, welches ich auch mit comicartigen Illustrationen versah. *Comic Collection* #1 erschien im Sommer 1998. Seit 1999 geben wir *Comic Collection* halbjährlich heraus. Auslöser war eine Ausgabe vom Wiesel-flink - dem Hamburger Kostenlos-Magazin, welches mein Kumpel Alex im Frühjahr 1998 aus Hamburg mitbrachte. Da wir beide schon seit Jahren Comics und Cartoons zeichneten und sich unsere Schubladen allmählich füllten, beschlossen wir, ein solches Magazin auch für Berlin herauszugeben. Wir starteten einen Aufruf im Internet, dass Leute, denen es ähnlich ging, uns ihre Comics schicken können, welche wir dann veröffentlichen wollten. Nach unseren Recherchen gab es in Berlin noch kein Gratis-Comic-Magazin und so waren wir die



ersten und einzigen in Berlin. Wie sich nach und nach herausstellte, gab es in vielen deutschen Städten Kostenlos-Comic-Magazine, wie zum Beispiel *Moga Mobo*, *das Cosmix*, *The Kainsmal*, *Comikaze* und eben *Wieselflink*.

Kurz bevor Heft 1 jedoch das Licht der Welt erblicken sollte, bekam Alex eine Lehrstelle in Hamburg und klinkte sich aus dem Projekt aus. Ich liess mich aber nicht beirren und gab das Heft allein heraus.

SW: Nun kann man im Comic-Fandom mit Informationen und Arbeiten von Nachwuchszeichnern kein Geld verdienen, wie finanziert sich *Comic Collection*?

Marco: Ausschliesslich durch Werbung. Das heisst, wir sind ständig auf der Suche nach Anzeigenkunden, für die *Comic Collection*

ein überzeugendes Medium für ihre Werbung darstellt. Wir hatten bisher Anzeigenkunden aus den Bereichen Comic (natürlich!), sprich Händler und Verlage, aus den Bereichen Reise, Computer, Werbung, Gastronomie, Versicherung und noch mehr. Aber es ist von Ausgabe zu Ausgabe immer wieder sehr schwer, die Kosten zu decken, zumal wir ja in unserer Qualität keine Abstriche machen möchten. Schön wäre es, einen oder mehrere Sponsoren zu finden... wer sich angesprochen fühlt, soll sich ruhig melden (grins).

SW: Deine Publikation ist sehr arbeitsintensiv, wer unterstützt dich redaktionell, wer arbeitet in deinem Team mit?

Marco: Ja, arbeitsintensiv ist es schon. Daher staunen auch einige, wenn ich erzähle, dass ich *Comic Collection* nur mit meiner Freundin Uta zusammen herausgebe. Uta kümmert sich um die Werbung und Öffentlichkeitsarbeit, das heisst Akquisition, Kundenbetreuung, Finanzierung, Datenpflege etc. und ich übernehme den ganzen kreativen Part, wie Gestaltung und Kontakte zu Zeichnern. Uta ist seit der Ausgabe 3 dabei und ich muss ehrlich zugeben, ohne ihre ständige Unterstützung und ihren Antrieb, hätte ich *Comic Collection* schon vor Jahren aufgegeben. Es ist gut, jemanden zu haben, der einen «tritt».

SW: Wir alle wissen, dass ohne Erfolgserlebnisse jede Arbeit zur Qual wird. Welche Reaktionen habt ihr aus der Szene, die euren Motor am Laufen hält?

Marco: Die Reaktionen der Leser ist super. Wir bekommen Leserbriefe und eMails, in denen unser Heft gelobt wird. Inhaltlich wie auch von der Druck- und Papierqualität her. Persönliche Kontakte bei Messen oder Comic-Börsen bestätigen das. Seit der Ausgabe 4 haben wir ja auch immer ein Gewinnspiel dabei, an dem die Leute sich rege beteiligen und welches auf ein sehr grosses Interesse stösst. Wir hatten inzwischen Verlosungen von X-Men-Videos, Simpsons-Postern und -Spielen, Kinokarten, Manga-Paketen und noch mehr. Die Leser stehen auf solche Aktionen. Du hast Recht, ohne diese Erfolgserlebnisse macht die Arbeit keinen Spass und man würde sich fragen, wozu man das überhaupt macht.

SW: Das Medium Comic ist in ständiger Bewegung, welche Anpassungen an die momentanen Trends dürfen wir von der *Comic Collection* erwarten?

Marco: Du spielst wahrscheinlich auf den momentanen Manga-Hype an. Ja, wir haben schon überlegt auch Manga zu veröffentlichen, aber eine endgültige Entscheidung ist noch nicht gefallen. Hauptsächlich müssen wir uns ja auch mit dem Heft identifizieren können und da ich nicht sooo sehr auf Manga stehe, tue ich mich vielleicht etwas schwer damit. Wenn aber ein talentierter Manga-Zeichner das hier liest und seine Sachen veröffentlichen möchte, kann er sie gern zu uns schicken. Wenn die Story okay und der Stil gut ist, lasse ich mich auch überzeugen. An dieser Stelle möchte ich natürlich auch noch einen Aufruf an alle anderen Hobby-Comic-Zeichner starten. Für Ausgabe 8 im Oktober suchen wir noch Material. Comics bis 5 Seiten, Cartoons und Karikaturen, aller Stilrichtungen, bevorzugt aber Funnys und alles möglichst in schwarzweiss. Wir haben zwar auch einige Farbseiten im Heft, aber die müssen bis kurz vor Druckbeginn für Werbekunden reserviert bleiben. Da wir *Comic Collection* gratis in Comic-Läden und Kinos auslegen und auch kleine Kinder an die Hefte gelangen, legen wir grossen Wert darauf, dass die Zeichnungen jugendfrei sind.

SW: Wir wünschen euch für die Zukunft auch weiterhin guten Erfolg und viel Spass an der Arbeit.

Impressum

Szene WHatcher #169, Juli 8, 2002 • © Joachim Heinkow
Herausgeber: Joachim Heinkow • Luisenstrasse 32, 12209 Berlin-Lichterfelde
tel 030-768 051 24 • 0171-681 74 11
Redaktion: Gaby & Joachim Heinkow
E-Mail: heinkow@gmx.de und heinkow@planet-interkom.de
Internet: <http://www.szene-whatcher.de>

© der Abbildungen bei den Verlagen bzw. Zeichnern oder Fotografen. Alle Beiträge, wenn nicht anders gekennzeichnet, von Joachim Heinkow. Szene WHatcher erscheint im Internet und in der Berliner Szene. Für unverlangt eingesandte Beiträge wird keine Haftung übernommen. Eine Verwertung der urheberrechtlich geschützten Beiträge und Abbildungen, insbesondere durch Vervielfältigung und/oder Verbreitung, ist ohne vorherige schriftliche Zustimmung des Herausgebers unzulässig und strafbar, soweit sich aus dem Urheberrecht nichts anderes ergibt. Die Meinung der Mitarbeiter gibt nicht unbedingt die des Herausgebers wieder.