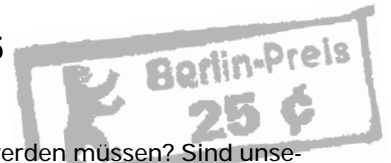


SZENE WHATCHER

No. 214
31. Oktober 2004

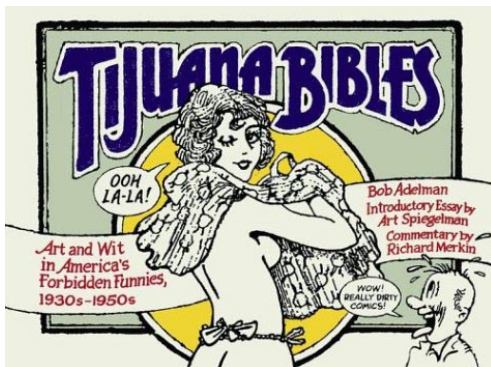
Das Flyer-Zine der trivialen Szene und
Anzeiger für triviales Entertainment seit 1995



Unterm Ladentisch

In den frühen 30er Jahren des vorigen Jahrhunderts, lange bevor die ersten Comic-Hefte mit Inhalten erschienen die nicht auf Nachdrucken von Zeitungsstrips basierten, tauchten in den USA Bildfolgen auf, die auf recht eigenwillige Art u. a. das Sexualleben der damals angesagten Comic-Helden und Filmstars schilderten. *Popeye* und *Betty Boob*, *Mickey Mouse* und *Dagwood* oder *Cary Grant* und *Laurel & Hardy* zeigten in den zumeist 8-seitigen Comics völlig ungeahnte Talente die natürlich den Moralvorstellungen der viktorianisch-prüden Vorstellungen nicht entsprachen. Die Hefterl hiesigen *Eight-Pager*, *Tijuana Bibles*, *Jo-Jo Books* oder *Gray-Backs*, waren selbstverständlich illegal und wurden nur unter dem Ladentisch von Hand zu Hand gereicht.

Über die Bedeutung dieser Form des Früh-Comics auf die Entwicklung des Medium Comic im Allgemeinen sind viele Bücher geschrieben worden. In einem dieser Werke, *Art and Wit in America's Forbidden Funnies 1930s - 1950s* von Bob Adelman, schildert der Pulitzer-Preisträger Art Spiegelman im Vorwort seine Eindrücke bezüglich dieses Genres und unterstreicht das Geschriebene mit einschlägigem Bildmaterial.



Zu anstössig für deutsche Augen: Bob Adelmans *Tijuana Bibles* aus dem Jahre 1997.

Das neue deutsche Kulturmagazin *Steinstraße 11* befasst sich in seiner aktuellen Ausgabe u. a. mit dieser Thematik, indem es sowohl den Text Spiegel-

man als auch einige *Eight-Pager* als Anschauungsmaterial abdruckt. Die Originalausgabe des o. g. Buches gilt seit Jahren als eines der Standardwerke in Sachen *Tijuana Bibles* und erfreut sich weltweiter Verbreitung. Um so unangenehm überrascht waren die Verleger des Kulturmagazins *Steinstraße 11*, als die Anwaltskanzlei der Presse-Grossisten, Auer-Witte-Thiel, empfahl, das Magazin auf Grund des Inhaltes besagten Artikels nur «beschränkt zu vertreiben», sprich unter dem Ladentisch anzubieten oder in die Porno-Ecke zu verbannen!

«Was ist das für ein Land?», fragt die Chefredakteurin von *Steinstraße 11* Gina Kehayoff verzweifelt, «Wir haben Selbstzensur erstattet um den Sachverhalt der Jugendgefährdung zu klären, aber die Staatsanwaltschaft hat die Anzeige abgelehnt, da niemand gefährdet ist. Wir haben den Feind nicht vor uns.»

Ich erwarb das Magazin in der Buch- und Zeitschriftenhandlung im Bahnhof Zoo, Berlin, auf Nachfrage an der Kasse – unter dem Ladentisch, von Hand zu Hand – nachdem man sich auf Grund meines weissen Haars davon überzeugt hatte, dass ich über 18 bin. Sind die niedlichen acht Sex-Bildfolgen aus den USA der 30er Jahre wirklich so subversiv, dass sie vor den Augen einer auf-

geklärten Nation versteckt werden müssen? Sind unsere Kinder wirklich so blöd, sich von diesem antiquarischen Strichwerk in den moralischen Abgrund treiben zu lassen?

Deutschland im 21. Jahrhundert.

Infos: 089-44 47 96 32 oder info@verlagsbuchhandlung.com

Schmu um Tim?

Die Fans des lauterer Comic-Helden *Tim (Tintin)* und seines Terriers Struppi (Milou) können aufatmen. Nach jahrelanger restriktiver Lizenzvergabepolitik der Verwalter von Hergés geistigem Erbe, strömen endlich wieder Merchandise-Artikel auf den internationalen Markt. *Struppi* als Kuscheltier, *Tim* als Schlüsselanhänger, Hartgummifiguren von *Professor Bienlein* und den *Schul(t)zes* und eine Neuauflage der beliebten Poster sind allerorts ohne grössere Schwierigkeiten erhältlich. Neu an diesen Artikeln ist vor allem die Verarbeitung, die viel Sorgfalt und liebevolle Gestaltung erkennen lässt, aber auch die Auswahl der Motive ist interessant und bietet nicht nur Wiederholungen.

Einen sehr dekorativen Eindruck machen besonders die Modellautos, die den PKWs aus den *Tim und Struppi*-Comics nachempfunden sind. Die Edition umfasst sechs Fahrzeuge in Metallausfertigung im Massstab 1:43 mit den dazugehörigen Figuren. Um diese Modelle ranken sich seit einiger Zeit in der Comic- und Sammlerszene endlos Gerüchte und Spekulationen.

Die nett anzusehenden Gefährte waren zunächst nur in Frankreich erhältlich und wurden nicht an Adressen ausserhalb Frankreichs versandt. Anschliessend öffnete sich der Markt auch für Belgien und die Schweiz – paradoxerweise fiel Hergés Heimatland Belgien erst in die zweite Lizenzierungswelle. In den restlichen europäischen Ländern, in denen die Fans keine offiziellen Bezugsmöglichkeiten hatten, gingen auf eBay für die Automodelle derweilen völlig irreal Gebote ein – als Huldigung an eine künstliche Warenverknappung.

Um so erfreuter reagierte die *Tim*-Fangemeinde, als bekannt wurde, dass in der Juni-Ausgabe 2004 des *Internationalen Sammlermagazins* eine Werbebeilage mit Bestellschein für die sechs Modelle aus der Kollektion *In Tims Wagen* auftauchte. Der Atlas Verlag in Lausanne/CH, mit Postadresse in Weil am Rhein/D, bewirbt die Kollektion in der Beilage als «exklusiv!» und fordert die Interessenten zum schnellen Handeln auf. Obendrein bietet er eines der sechs Modelle zur freien Auswahl für nur € 3,90 inklusive Versandkosten und ohne weitere Kaufverpflichtung an! Für viele hiesige *Tim*-Enthusiasten dürfte ein Traum wahrgeworden sein und der Gang zum Briefkasten mit der ausgefüllten Bestellkarte wurde zum Muss.

Dann hiess es warten, und zwar so lange, dass das Ganze spielend Zeit hatte in Vergessenheit zu geraten. Als sich der Verlag Mitte August 2004 meldete und als Trost für die lange Wartezeit ein Magnet-Figürchen mitschickte, keimte die Hoffnung wieder auf, nun doch noch das bestellte Modellauto zu erhalten. Allein die Begründung für die Verzögerung machte stutzig: «Um Ihnen eine op-

timale Qualität Ihres bestellten Modells *In Tims Wagen* garantieren zu können, hat uns unsere technische Abteilung gebeten, den Ausgabetermin noch etwas zu verschieben.» War die Produktion für die Modelle nicht schon vor vielen Monaten angelaufen und der Versand in Frankreich, Belgien und der Schweiz im Gange?

Dann hiess es wieder warten. Als jedoch Anfang Oktober 2004 eine weitere Werbebeilage in der Verkaufsliste des Comic- und Roman-Handels Bremer Comic Mafia auftauchte, war die Sache nicht mehr lustig. Die Beilage bewarb nur noch eins der Modelle, den Ford T aus *Tim Im Kongo*, mit den gleichen Verkaufsmodalitäten wie schon die Werbung Monate zuvor. Als Schmankerl bietet der Verlag diesmal einen Satz mit fünf *Tim und Struppi*-Postkarten für die «Antwort innerhalb von 8 Tagen» an. Ein sofort abgesandter Brief mit der Frage, wie es zu verstehen ist, dass trotz verstärkter Werbeaktivitäten Monate zurückliegende Bestellungen nicht erfüllt werden, blieb bislang unbeantwortet, und eine später versandte eMail ähnlichen Inhalts wurde profan mit «... bitte wenden Sie sich diesbezüglich an unsere Kollegen in der Schweiz.» retourniert. Nun, das ersparen wir uns vorerst, denn schliesslich haben wir in Deutschland bestellt – Verantwortungsverschieberei.

Warum heizt jemand mit grossspuriger Werbung Bedürfnisse an und kommt anschliessend den Bestellungen nicht nach? Vielmehr weitet er die Werbung auf andere Kundenkreise aus, mit zusätzlichen Geschenkversprechen.

Vielleicht ist alles ganz harmlos und der Atlas Verlag hat sich schlicht und einfach übernommen, den Ansturm der Interessenten völlig unterschätzt und ist jetzt dem Bestellaufkommen nicht gewachsen? Hat sich der Verlag zu weit aus dem Fenster gelehnt, bevor alle Modalitäten mit dem Lizenzträger geklärt waren? Oder steckt hinter der Aktion eine Adressen-Jagd wie beim Preisausschreiben in der Fernsehzeitung? Ein Schelm, wer Schlimmes dahinter vermutet!

Die Kollektion *In Tims Wagen* bleibt geheimnisumwoben und viel diskutiert, und ein Ende ist nicht abzusehen. Wir werden über nennenswerte Veränderungen berichten.

Kurt Werths triviale Welt

Kurt Werths Vorliebe für ungewöhnliche Lagerhäuser und Veranstaltungsorte für Sammler-Börsen passen zu der Art und Weise, wie er sich seit 25 Jahren durch die deutschsprachige Comic-Szene bewegt. Gigantomanie ist für den 2-Meter-Mann keineswegs ein Fremdwort, schon gar nicht wenn es darum geht seine Lager zu füllen und das Angebot zu erweitern. Sein Kampfruf «Kaufe alles!» versetzt schon jahrzehntelang auf Comic-Börsen landesweit alle Händler in Verzückung, bedeutet diese klare Kaufbekundung doch oftmals den Komplettverkauf des gesamten Angebotes auf einen Schlag. Und egal, ob er seine Waren in einer ausgemusterten Dorfschule in Wülferode lagerte (die SF-Taschenbücher waren in den Duschkabinen gestapelt) oder einen Tag vor der deutschen Währungsunion (30. Juni 1990) eine Comic-Börse in den Räumen der Wülfeler-Brauerei-Gaststätten in Hannover veranstaltete (so mancher Besucher verbrachte mehr Zeit am Tresen als an den Verkaufstischen), ein Besuch bei Kurt ist immer sehr eventträchtig.

Kurts Weg zum Händler für triviale Literatur begann vor 25 Jahren mit einem Aha-Erlebnis, dem Ankauf einer Lehning-Sammlung auf dem hannoverschen Flohmarkt, und einem bedauerlichen Arbeitsunfall. An die Folgen des Unfalles hat er sich inzwischen bestimmt gewöhnt und aus den paar antiquarischen Heftchen ist ein gigan-

tisches Lager geworden, in dem Comics, Romane und Related Items in siebenstelliger Grössenordnung auf Käufer warten. Aber der Weg bis zum heutigen Lager in der Davenstedter Strasse 123 in Hannover war lang. Die Stationen führten u. a. über Wülferode, die Marienstrasse (Ladeneröffnung 18.

April 1981) in Hannover City und den Bohlweg in Braunschweig. Und zwischendurch organisierte Werth, wie bereits erwähnt, immer wieder sporadisch Comic-Börsen (u. a. in Wülferode am 12. September 1981 und am 22. Mai 1982) die ganz wesentlich zur Legendenbildung des *Trivial Book Shops* beigetragen haben.

Am 9. Oktober 2004 feierte Kurt zusammen mit Kunden, Freunden und alten Weggefährten in seinem Lager 25-jähriges Jubiläum. Bei bombigem Wetter, Gegrilltem und reichlich Erfrischungen konnten die angereisten Fans und Sammler das gesamte Angebot durchstöbern und kräftige Rabatte einheimsen. Für die nächsten 25 Jahre wünschen wir weiterhin gutes Gelingen und viel Erfolg. Infos: 0511-368 63-0 oder mail@trivial-bookshop.de



Karin und Kurt Werth, seit Jahrzehnten das Traumpaar der deutschen Comic-Szene.

ComiCZeit Verlag setzt Anthologie fort
Mit den Bänden 12-14 gibt der ComiCZeit Verlag die nächsten Alternativausgaben der *Illustrierten Deutschen Comic Geschichte* heraus und beleuchtet damit die Comcis des Mondial (12 + 13) und des Aller Verlages (14). Da viele dieser Hefte einen gewissen Seltenheitsgrad haben oder in der Sammlerschaft weitgehend unbekannt sind, kommen die drei Bände gerade recht, um sich einen kompletten Überblick über die Produktpalette der beiden kleinen Verlage zu verschaffen, deren Publikationen sich auf Grund ihrer liebevollen Gestaltung und thematischer Auswahl grosser Beliebtheit erfreuen. Die drei Ausgaben sind blätterfest eingebunden und mit einem farbigen Schutzumschlag versehen, der Einzelpreis beträgt € 42.

Die Alternativausgaben 15-17, die in gewohnter Brillanz Comic-Ausgaben des Ehapa Verlages abbilden werden, erscheinen Anfang Dezember 2004 und im Frühjahr 2005 kommen die Bände 18 und 19 in den Handel, zusammen mit der Nummer 20, in der die Betrachtung über den Semrau Verlages abgeschlossen wird. Diese Reihe ist im höchsten Grade empfehlenswert und gehört zwingend in jedes gut sortierte Archiv.

Infos bei Sigmar Wansel, tel/fax 0221-668518

Impressum

Szene WHatcher #214, Oktober 31, 2004 • © Joachim Heinkow
Herausgeber: Joachim Heinkow • Luisenstrasse 32, 12209 Berlin-Lichterfelde
tel 030-768 051 24 • 0171-681 74 11
Redaktion: Gaby & Joachim Heinkow
eMail: heinkow@gmx.de und mailschon@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 Vertreibung, 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.