

Comics an der Grenze

COMICS AN DER GRENZE

SUB/VERSIONEN VON FORM UND INHALT

9. Wissenschaftstagung der
Gesellschaft für Comicforschung (ComFor)

herausgegeben von
Matthias Harbeck,
Linda-Rabea Heyden
und Marie Schröer

 CH. A. BACHMANN
VERLAG

Bibliographische Informationen der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliographie; detaillierte bibliographische Daten sind im Internet über <http://dnb.dnb.de> abrufbar.

Soweit möglich wurden Abdruckrechte für alle Abbildungen eingeholt, die nicht vom Zitatrecht (§ 51 UrhG) abgedeckt sind. In Fällen, bei denen es nicht gelungen ist, die Rechteinhaber ausfindig zu machen, bitten wir um Nachricht an den Verlag.

Copyright 2017 Christian A. Bachmann Verlag, Berlin
www.christian-bachmann.de

Titelillustration Copyright 2014 Paul Paetzel, Berlin
Herstellung: docupoint GmbH, Barleben
Printed in Germany
Print-Ausgabe: ISBN 978-3-941030-68-8
E-Book-Ausgabe: ISBN 978-3-96234-012-4
1. Auflage 2017

Michael F. Scholz

US-Comics erobern Europa

Zur Geschichte eines Kulturexports von der
Jahrhundertwende bis zur Mitte der 1930er Jahre¹

Abstract | The article deals with the beginnings and the background of the interaction between European comic culture and American comic history. The successful establishment of American comics in Europe in the mid-1930s is closely connected with international economic relations; but it is understandable only through the work of dedicated and well-connected individuals. It was the merit of John A. Brogan, Foreign Sales Manager of King Features Syndicate's international sales department, established in 1929, who successfully offered appropriate comic strips to European newspapers for sale. His efforts initiated the setting up of agencies in Europe, mainly devoted to the sales of comics. Thus the organizational and personnel prerequisites for the transatlantic cultural transfer in the field of comics were created.

Zusammenfassung | Dieser Artikel thematisiert die Anfänge und Hintergründe der Beziehung zwischen europäischer Comic-Kultur und amerikanischer Comic-Geschichte. Die erfolgreiche Etablierung amerikanischer Comics in Europa Mitte der 1930er Jahre ist eng mit den internationalen Wirtschaftsbeziehungen verbunden; verständlich wird sie aber nur, wenn man sich vor Augen führt, welchen Einfluss Engagement und Vernetzung einzelner Persönlichkeiten hatte. Es war zum Beispiel das Verdienst von John A. Brogan, Foreign Sales Manager der 1929 gegründeten internationalen Vertriebsabteilung von King Features Syndicate, dem es gelang, den europäischen Zeitungen passende Comic-Strips zum Verkauf anzubieten. Aus seinen Bemühungen resultierte in Europa die Gründung von Agenturen, die hauptsächlich dem Vertrieb von Comics gewidmet waren. Auf diese Weise wurden die organisatorischen und personellen Voraussetzungen für den transatlantischen Kulturtransfer im Bereich der Comics geschaffen.

Das Zusammenspiel zwischen europäischer Comickultur und amerikanischer Comicgeschichte gehört zu den zentralen Themen der Comicforschung.² Doch

1 | Gefördert durch Stiftelsen Riksbankens Jubileumsfond, Stockholm.

2 | Dies gilt seit der Pariser Ausstellung 1967 vor allem für die europäische Comicforschung, vgl. Pierre Couperie/Maurice Horn: *A History of the Comic Strip*. New York 1968, S. 11 ff. [*Bande Dessinée et Figuration Narrative*. Paris 1967]. Doch die europäischen Wurzeln, besonders die deutsche Tradition, waren auch in der amerikanischen Forschung immer

wenig ist über die Anfänge und Hintergründe dieser Beziehungen bekannt. Die erfolgreiche Etablierung der Comics von *King Features Syndicate* und anderer amerikanischer Vertreiber von Comics in Europa in der Mitte der 1930er Jahre ist eng mit der Geschichte der internationalen Wirtschaftsbeziehungen verbunden. Wirklich erklärbar wird sie erst durch einen Blick auf das Wirken von engagierten und gut vernetzten Einzelpersonen. Die Forschung zu diesem Thema ist bescheiden und sagt vor allem wenig über die wirtschaftliche Seite dieser Beziehungen und die praktischen Probleme des Ex- und Imports aus. Sicherlich finden sich in nahezu allen Darstellungen nationaler Comic-Geschichten auch Informationen über Einflüsse aus dem Ausland, etwa über den Abdruck der ersten amerikanischen Comics, doch über die ökonomischen Hintergründe ist zumindest für die Zeit vor 1945 nur wenig bekannt. Auch gibt es für die frühe europäische Comic-Geschichte kaum vergleichende Länderstudien. Wenig erforscht sind die zahlreichen nichtselbständigen Veröffentlichungen eigener und importierter Comics in den europäischen Zeitungen und Zeitschriften vor 1945. In den vorliegenden Darstellungen zu Fragen des atlantischen Comictransfers bleiben ökonomische Fragen oft außen vor.³ Untersuchungen zum Import von Comics unter Beachtung des Markenschutzes, wie in der italienischen Reihe *If: Immagini & Fumetti*, sind bisher die Ausnahme.⁴ Generell wird die Frage der Wirtschaftsbeziehungen von der Comic-Forschung vernachlässigt. Archive bleiben verschlossen, wie im Fall von *King Features Syndicate* (KFS), oder sie sind nicht erhalten bzw. nicht auffindbar, wie im Fall der europäischen Zeitschriftenverlage und Syndikate.⁵ Eine Ausnahme ist das Päivälehtiarkivet in Helsinki, das als Teil der Helsingin Sanomat-

präsent – z.B. Harry E. Wood Jr.: *A History and Analysis of the American Comic Strip* (Masterthesis University of Wisconsin) 1933 (<http://minds.wisconsin.edu/handle/1793/43510>, zit. 22.07.2015).

3 | Eckart Sackmann: »Das amerikanische Abenteuer«, in: *Deutsche Comicforschung* (2004:1), S. 22–30; ders.: »Puck – Illustriertes humoristische Wochenblatt!«, in: *Deutsche Comicforschung* (2008:5), S. 33–50; ders./Harald Kiehn: »Der Sprechblasencomic im Widerstreit der Kulturen«, in: *Deutsche Comicforschung* (2009:6), S. 23–45; Eckart Sackmann: »Der Sprechblasencomic im Widerstreit der Kulturen, Teil 2«, in: *Deutsche Comicforschung* (2010:7), S. 43–48. Alfredo Castelli: »Frühe deutschsprachige Zeitungscomics in den USA«, in: *Deutsche Comicforschung* (2006:3), S. 24–31; Alexander Braun: *Going West. Der Blick des Comics Richtung Westen*. Bonn 2014.

4 | *If: Immagini & Fumetti* (1998:7). Themenheft »Giornali(ni)smo a fumetti«.

5 | E-mail von Claudia Smith, Director of Advertising & Public Relations, King Features Syndicate an den Verfasser, 2011-03-14: »King Features is a private company and our relationships with our clients are private. I am afraid we will not be able to accommodate your request.«; Gespräch und E-Mails mit Peter Grännby, Marketingdirektor von Bulls, 2010/12.

Stiftung das historische Archiv des Medienkonzerns Sanoma verwahrt.⁶ Hier finden wir auch die Korrespondenzen mit King Features und Bulls Pressedienst von 1929 an. Was die Archivsituation allgemein angeht, sind durchaus Überraschungen möglich. Hoffnung weckte jüngst eine italienische Veröffentlichung, die sich auf das Archiv des Vertreters von King Features Syndicate in Italien stützt.⁷

Im Zusammenhang mit meinem Forschungsprojekt *Entertainment or Propaganda. Comic Strips in Sweden during World War II* interessierte mich auch die Vorgeschichte des transatlantischen Kulturtransfers.⁸ Im Folgenden werden einige Ergebnisse, vor allem zu praktischen und wirtschaftlichen Fragen des amerikanischen Kulturtransfers nach Europa für die 1920er und frühen 1930er Jahre vorgestellt.

US-Comics kommen nach Europa

Der Erfolg des Exports von amerikanischen Comics nach Europa hing von kulturellen, wirtschaftlichen, rechtlichen und personellen Voraussetzungen ab. Entscheidend waren intakte internationale Wirtschaftsbeziehungen, darunter eine zufriedenstellende Lösung von Devisen- und Copyright-Fragen, sowie ein funktionierendes Vertriebssystem. Wie jeder Markt regulierte sich auch der internationale Comicmarkt von Beginn an durch Angebot und Nachfrage. Comics mussten für einen internationalen Vertrieb zur Verfügung stehen und bei potentiellen Käufern musste eine entsprechende Nachfrage bestehen. Mit der Entwicklung des internationalen Markenschutzes erhielten die Anstrengungen der noch jungen amerikanischen Comic-Agenturen bereits Anfang des 20. Jahrhunderts eine solide Grundlage. Erst mit der 1929 entstandenen internationalen Verkaufsabteilung bei King Features Syndicate und deren Bestreben, Comics an die europäischen Tageszeitungen zu verkaufen, kam es zur Bildung europäischer Agenturen. Damit waren die organisatorischen und personellen Voraussetzungen für den Kulturtransfer geschaffen.

Um das Jahr 1900 bildete sich in den USA in den damals neuen Beilagen der Sonntagszeitungen auch eine andere, neue Form der Bildergeschichte heraus. Die ganzseitigen, farbigen und damals ausschließlich lustigen Bildergeschichten in den großformatigen Beilagen nannte man Funnies oder Comics. In den Ländern,

6 | Päivälehti Arkivet, Helsinki, Finnland. Hier befindet sich auch das Privatarchiv der Familie Erkko. <http://www.paivalehdenarkisto.fi/pa-svenska/>.

7 | Leonardo Gori/Sergio Lama/Fabio Gadducci: *Eccetto Topolino. Lo scontro culturale tra il fascismo e il fumetto*. Battipaglia 2011.

8 | Vgl. Michael F. Scholz et al.: »Between Propaganda and Entertainment: Nordic Comics 1930s–1950s«, in: Stephan Packard (Hg.): *Comics und Politik*. Berlin 2014, S. 111–132.

die früh amerikanische Comics importierten, setzten sich eigene Begriffsbildungen durch, die eher an Traditionen der nationalen Bildergeschichten oder an ein Spezifikum des Gegenstandes anknüpften. Im deutschen Sprachraum scheiterten ähnliche Versuche und es bürgerte sich die Bezeichnung »Comic Strips« oder auch kürzer »Comics« ein.⁹

Der amerikanische Pressemogul William R. Hearst war einer der ersten, der in seinen Zeitungen auf Comics setzte und diese ab 1902 auch landesweit abdruckte. Damit entstand ein nationaler Markt für den Comic-Vertrieb.¹⁰ Ein Syndikatsystem, wie es in den USA für Artikeldienste bereits seit gut 50 Jahren bestand, bildete sich nun auch für Comics heraus.¹¹ Voraussetzung dafür war die Durchsetzung des Markenschutzes. Eine Pionierrolle hatte hier der Zeichner Richard Outcault mit seiner Comic-Figur Buster Brown.¹² Die Verkaufskampagnen von *Buster Brown* erreichten 1904 über die Pariser Ausgabe des *New York Herald* auch Europa, mit der Folge, dass die Abenteuer des boshaften kleinen »Buster« in Sammelbänden und bald in vielen europäischen illustrierten Familienzeitschriften und Publikationen für Kinder Eingang fanden.¹³ Über das Zielpublikum für diese Art amerikanischen Humors war man sich damals offenbar unsicher. Nicht zuletzt in Schweden wurden deutliche Zweifel angemeldet, ob eine hiesige Zeitung es »wagen würde« die zweifellos lustigen, doch »einförmigen« Abenteuer des boshaften kleinen Buster ihren (erwachsenen) Lesern über einen längeren Zeitraum zuzumuten.¹⁴ Bereits zu Weihnachten 1907 erschienen in Schweden und Dänemark die ersten Sammelbände mit den farbigen Sonntagsseiten in der Originalfassung mit Sprechblasen. Aufgrund ihrer Farbigkeit wurden sie als Kinderliteratur rezipiert. In der einflussreichen schwedischen Wochenzeitung *IDUN* übte die Rezensentin für Kinder- und Jugendliteratur harsche Kritik an den »Gemeinheiten« in den Buster-Geschichten, die vielleicht Erwachsene erheitern könnten, doch

9 | Bernd Dolle-Weinkauff: *Comics. Geschichte einer populären Literaturform in Deutschland seit 1945*. Weinheim u. Basel 1990, S. 61; Michael F. Scholz: »Comics« in der deutschen Zeitungsforschung vor 1945«, in: *Deutsche Comicforschung* (2014:11), S. 59–84.

10 | Alan Clark/Laurel Clark: *Comics. An Illustrated History*. London 1991, S. 50.

11 | Vgl. Elmo Scott Watson: *A History of Newspaper Syndicates in the United States 1865–1935*. Chicago, IL, 1936.

12 | Ian Gordon: *Comic strips and consumer culture, 1890–1945*. Washington, D.C., 1998, S. 37ff.

13 | Siehe Clark/Clark: *Comics*; Andreas C. Knigge: *Comic Lexikon*. Frankfurt a.M. u.a. 1988; Franco Fossati: *Das grosse illustrierte EHAPA Comic Lexikon [Fumetto, 1992]*. Stuttgart 1993; vgl. auch Christina Holtz: *Comics - ihre Entwicklung und Bedeutung*. München 1980.

14 | Vgl. »Amerikanska tecknares jättehonorar«, in: *Tidningen Kalmar* (28.04.1906: 64 B).

für Kinder wirklich nicht geeignet wären.¹⁵ Vielleicht ist hier eine Erklärung zu finden, warum amerikanische Comics in europäischen illustrierten Familienzeitschriften später zumeist nur in bearbeiteter Form Eingang fanden. Die Sprechblasen wurden retuschiert und der Text, redigiert und oft in gereimter Form, unter die Bilder gedruckt. So meinte man, die Comics für den kindlichen Leser bearbeiten zu müssen.¹⁶

Der Erfolg der *Buster Brown*-Kampagne lockte weitere amerikanische Comic-Produzenten nach Europa. Doch scheinen Unterschiede im Humor einem stärkeren Kulturaustausch im transatlantischen Comic-Bereich entgegengestanden zu haben.¹⁷ Daneben bestanden finanzielle Hürden: In Deutschland z.B. war der Import von US-Comics offenbar auch eine Kostenfrage. Rudolph Block, Herausgeber der Comic-Beilagen bei Hearst, äußerte 1908 gegenüber amerikanischen Journalisten, dass es in Deutschland sehr wohl Interesse an amerikanischen Comics wie den *Katzenjammer Kids* gebe. Allerdings wäre den interessierten deutschen Zeitschriften der Preis für die Exklusivrechte zu hoch.¹⁸ Wenige Jahre später versuchte Hearst erneut, mit seinen Comics (bzw. seinen Nachrichtendiensten) in Europa stärker Fuß zu fassen. Den Weg in den deutschsprachigen Raum bereite ihm der Österreicher Richard Pichler, der als ständiger Hearst-Mitarbeiter zu den höchstbezahlten Zeichnern seiner Zeit gehörte.¹⁹ Wieder in Europa veröffentlichte dieser 1912 unter seinem Künstlernamen »P. Richards« *Erinnerungen eines amerikanischen Zeichners und Journalisten*. In dem mehrfach aufgelegten Buch stellte er auch die neuen farbigen Zeitungsbeilagen ausführlich und lobend vor.²⁰ Wenige Monate darauf lancierte Hearst in Berlin und Wien eine *Sonderausgabe New York Deutsches Journal*, die mehrere Comics aus seinem Medienimperium enthielt.²¹ Doch der bald ausbrechende Weltkrieg, der in Amerika von starken antideutschen Stimmungen begleitet war, sollte diese Versuche im Keim ersticken.

15 | Marie Louise Gagner: »Barn- und ungdomsböcker«, in: *IDUN* (19.12.1907: 51), S. 652f.

16 | Vgl. »Tegneseriemarkedet i Danmark«, in: Henning Visti Rasmussen: *Tegneserie udgivelse i Danmark 1847–1988. Det store Komiklex 3. udgave*. Kopenhagen 1989, S. 4–25; Dennis Gifford: *The American Comic Book Catalogue. The Evolutionary Era, 1884–1939*. London 1990.

17 | Vgl. Literaturangaben in Fussnote 2.

18 | Vgl. »Sounding The Doom Of The ›Comics‹«, in: *Current Litterature* (Dez. 1908: XLV), S. 630–633.

19 | Vgl. Kurt Flemig: *Karikaturisten-Lexikon*. München u.a. 1994, S. 234.

20 | P. Richards: *Zeichner und »Gezeichnete«*. Aus den *Erinnerungen eines amerikanischen Zeichners und Journalisten*. Berlin 1912 (mehrere Auflagen!), S. 12.

21 | Sackmann: »Der Sprechblasencomic« (2009), S. 40 f.

Seit 1909 hatte Hearst in den USA den Verkauf von Features (Reportagen und Dokumentationen) und Comics an Zeitungen außerhalb seines Konzerns ausgebaut. Als erstes unabhängiges Syndikat für den Vertrieb von kompletten Features an Tageszeitungen gilt sein Newspaper Feature Service, Inc. Moses Koenigsberg hatte für Hearst über Jahre Marktanalysen betrieben und auf dieser Grundlage neue Verkaufskonzeptionen entwickelt, um die Zeitungsbeilagen mit den Comics für die Abnehmer noch interessanter zu machen. Der Erfolg war größer als erwartet und die Nachfrage nach den bunten Strips kaum zu stillen. Um ihren Vertrieb besser organisieren zu können, wurde im November 1915 eine Agentur ausschließlich für den Vertrieb der Comics gegründet, das King Features Syndicate. Die Agentur verkaufte zunächst nur eigenes Material und die Comic-Zeichner waren bei ihr angestellt.²² Die neue Geschäftsidee traf keineswegs auf ungeteilte Zustimmung. Viele amerikanische Zeitungsverleger trieb die Sorge um, das Syndikatsystem würde zu einer Bevormundung und Schablonisierung führen.²³

In Europa war das Syndikatsystem noch weitgehend unbekannt und die Entwicklung von Pressesyndikaten verlief zögerlich. Zwar gab es Nachrichten- und Korrespondenzbüros, doch waren sie eher politisch ausgerichtet; im Unterhaltungsbereich blieb ihre Rolle bescheiden.²⁴ Einen frühen Versuch, Comics aus den USA zu vertreiben, hatte Hjalmar Carlsen mit seinem Illustrationsbureau, P.I.B (Presse-Illustrations-Bureau und Carlsen Clichéfabrik) unternommen. Doch war ihm kein Erfolg beschieden. Über die Gründe lässt sich spekulieren. Der Ausbruch des Weltkrieges 1914 hat dem Comicimport in jedem Fall die Grundlage entzogen. Per Sanderhage, P.I.B.s Chronist, vermutet darüber hinaus, dass ein Comic wie *Mutt & Jeff* für die Dänen einfach »zu ausländisch« war und sie dessen Humor nicht teilten.²⁵

Der Markenschutz, der auch in den europäischen Handelsbeziehungen eine wichtige Rolle spielte, wurde durch die Berner Übereinkunft zum Schutz von Werken der Literatur und Kunst von 1886 geregelt (1896 in Paris und 1908 in

22 | Moses Koenigsberg: *KING NEWS. An Autobiography*. New York 1941, S. 363–368. Vgl. auch Alfred Lee: *The Daily Newspaper in America. The Evolution of a Social Instrument*, Bd. 2. New York 1937, S. 576–602; Richard Marschall: »A History of Newspaper Syndication«, in: Maurice Horn (Hg.): *The World Encyclopedia of Comics*. New York 1977, S. 721–727; Elmo Scott Watson: *A History of Newspaper Syndicates in the United States 1865–1935*. Chicago, IL, 1936.

23 | Zur »Schablonisierung« der Presse siehe auch Jürgen Wilke: *Unter Druck gesetzt: vier Kapitel deutscher Pressegeschichte*. Köln u. a. 2002.

24 | Zum Forschungsstand vgl. Arnulf Kutsch/Friederike Sterling/Robert Fröhlich: »Korrespondenzen im Deutschen Kaiserreich und in der Weimarer Republik«, in: *Jahrbuch für Kommunikationsgeschichte* (2011:13), S. 154–176. Zu Bilderdiensten und Bilderkorrespondenten vgl. Wilke: *Unter Druck gesetzt*, S. 109 f.

25 | Per Sanderhage: *PIB COPENHAGEN · 100*. Copenhagen 1999, S. 18 ff.

Berlin revidiert). Die Verleger der Unterzeichnerstaaten waren verpflichtet, die Urheberrechte zu beachten.²⁶ Deshalb schlossen einige Zeitschriftenverleger für Comics Exklusivverträge, die oft für das ganze Land galten. Vorreiter waren skandinavische Verleger, wie Aller und Gutenberghus. Für sie machte sich die Rechnung bezahlt. Nicht zuletzt mit Hilfe der Comics aus den USA konnten sie die Auflagen ihrer Zeitschriften gewaltig steigern.

In den USA wuchs in den 1920er Jahren die Macht der Comic-Syndikate. Als Käufer und Auftraggeber gegenüber den Comiczeichnern nahmen sie Einfluss auf die inhaltliche und formale Entwicklung der Comic Strips. Auf ihr Drängen wurde familienfreundliche Unterhaltung zu deren tragendem Element. Gesellschaftskritik, wie sie noch in Strips mit dem »Yellow Kid« zu finden war, kam kaum mehr vor. Viele Comic Strips richteten sich nun auch direkt an Kinder.²⁷ Dabei entfernten sich die amerikanischen Comics in Inhalt und Form immer mehr von ihren europäischen Vorfahren.²⁸

In Deutschland warb im November 1925 P. Richards in der Presse erneut für die Comics aus den USA, merkte aber auch an, dass der »Massenvertrieb des amerikanischen Karikaturenhumors« mit einer »Herabsetzung des künstlerischen Leistungsniveaus Hand in Hand« gegangen sei. Dies tue zwar diesen »Bilderstippen des Alltagsdienstes« keinen Abbruch, aber für den deutschen Leser (»im allgemeinen zu ernst veranlagt«) sei der amerikanische Humor zumindest gewöhnungsbedürftig.²⁹ Doch nach Koenigsberg waren die amerikanischen »Funnies« – zu dieser Zeit noch rein humoristische Zeitungsstrips – auch international überaus erfolgreich.³⁰

26 | Anker Brink Lund: »Det Balad kan De få ...«, in: Leif Askholm et al. (Hgg.): *Egmont H. Petersen – et entreprenørstudie*. Kopenhagen 2006, S. 134–164, S. 146 f. Vgl. auch David Kunzle: »Precursors in American Weeklies to the American Newspaper Comic Strip: A Long Gestation and a Transoceanic Cross-breeding«, in: Charles Dierick/Pascal Lefèvre (Hgg.): *Forging a new medium: the comic strip in the nineteenth century*. Brussels 1998, S. 159–185, S. 160.

27 | Brian Walker: *The comics before 1945*. New York 2004, S. 69 f.

28 | Vgl. dazu auch Ernest Brennecke: »The Real Mission of the Funny Paper«, in: *The Century Magazine* (March 1924), S. 665–675, S. 667.

29 | P. Richards: »Die lachende Kunst in Amerika«, in: *Illustrierte Zeitung* (05.11.1925:4208), S. 716. Für die Bereitstellung des Artikels danke ich Eckart Sackmann (Leipzig). Vgl. auch Sackmann: »Der Sprechblasencomic« (2009), S. 42 ff. Zur Entwicklung des amerikanischen Humors siehe auch: Don L.F. Nilsen (Hg.): *Humor in American Literature. A Selected Annotated Bibliography*. New York 1992.

30 | Koenigsberg, S. 448.

Das Comic-Syndikatsystem kommt nach Europa

Für den internationalen Export der amerikanischen Comics leitete das Jahr 1928 eine wichtige Veränderung ein. Koenigsberg, der im Hearst-Imperium unter anderem als Präsident für International News Services und King Features Syndicate bis dahin eine Schlüsselstellung inne hatte, überwarf sich mit Hearst. Dies führte zu Um- und Neustrukturierungen bei KFS. Eine internationale Verkaufsabteilung



Abb. 1 John A. Brogan Jr. (1892–1974), Foreign Sales Manager, später Vizepräsident von King Features Syndicate (Foto von 1956)

wurde aufgebaut, um, wie es hieß, den ausländischen Kunden dieselbe Aufmerksamkeit schenken zu können, wie den 2000 amerikanischen Kunden.³¹ Den Aufbau und die Leitung der Verkaufsabteilung übernahm als Foreign Sales Manager John A. Brogan. Brogan, der bereits 1920 zu King Features gekommen war, sollte für die nächsten vier Jahrzehnte den internationalen Vertrieb der Comics mit Erfolg vorantreiben.³²

Unter Brogans Leitung startete King Features Syndicate Anfang 1929 eine Verkaufskampagne in Europa. Sie richtete sich an die großen Tageszeitungen, die in den USA die natürlichen Abnehmer der Comics waren, sich in Europa aber bisher wenig aufgeschlossen zeigten. Im Januar 1929 schickte Brogan gleichlautende Angebotsbriefe – in englischer Sprache – an die großen nationalen Zeitungen bzw. an deren Verleger und bot ihnen den Tagesstreifen *Bonzo* an.³³ *Bonzo*, eine Schöpfung des Briten George E. Studdy, war in Europa als Werbefigur und durch den gleichnamigen Zeichentrickfilm bereits gut bekannt und beliebt. KFS

hatte sich die Rechte für die Vermarktung gesichert und bot den europäischen Zeitungsverlegern nun Exklusivrechte an dem Comic Strip zu einem Festbetrag an.³⁴ Den Zuschlag sollte die Zeitung eines Landes erhalten, die sich zuerst mel-

31 | Vgl. Schreiben von KFS (Brogan) an *Helsingin Sanomat*, 20.02.1929, in: Päivälehti Arkivet, Erjas Erkko – Sanoma Osakeyhtiön liittyvä arkisto (folgend als EE), Aa19.

32 | »J.A. Brogan. Retired King Syndicate Aide«, in: *Reading Eagle* (July 10, 1974), S. 44 (<https://news.google.com/newspapers?id=p-hWAAAAIIBAJ&sjid=OUMNAAAAIIBAJ&pg=4870%2C4492277>, zitiert am 28.02.2016).

33 | Attention: The Editor, Formschreiben von Brogan, 29.01.1929, in: EE, Aa19.

34 | In Finnland sollte der Preis für den Exklusivabdruck für die Hauptstadt Helsinki sechs Dollar die Woche bzw. für ganz Finnland zwölf Dollar die Woche betragen. Bei Neukun-

dete. Dieses System hatte Nachteile, da eine größere Zeitung, mit der man auch weitere Geschäftsbeziehungen entwickeln wollte, leer ausgehen konnte. Auch die Preisbildung war wenig differenziert. Ein nationales Exklusivrecht würde sich zudem bald als unnötige Einschränkung und damit als Hindernis erweisen. Im Jahr 1929 schickte King Features regelmäßig Angebote für einen ausgewählten Comic Strip nach Europa. Nach *Bonzo* folgten im Februar 1929 Proben von weiteren, aus Brogans Sicht für den europäischen Markt geeigneten Comics, darunter *Thimble Theatre*, *Tillie the Toiler*, *Felix the Cat* und *Tim Tyler's Luck*, ein Abenteuercomic, der erst wenige Monate zuvor Premiere hatte.³⁵

Von seinem Sitz in New York aus fehlte Brogan sowohl die Zeit als auch die Sachkompetenz, den europäischen Markt differenziert zu bearbeiten. Deshalb bemühte er sich um Repräsentanten vor Ort. Dabei war die Vertretung von King Features in Europa oft an die der Nachrichtenagentur International News Service gekoppelt. In Nordeuropa arbeitete Brogan seit Anfang 1929 mit Bulls Presstjänst (Bulls Pressedienst) zusammen, der von dem Norweger Cornelius Bulls nach einer US-Reise ins Leben gerufen worden war. Seit 1931 unter Leitung von Bjarne Steinsvik, vertrat Bulls die Rechte von KFS und von anderen amerikanischen Syndikaten nicht nur in Nordeuropa sondern auch in Polen und im Baltikum. In Frankreich arbeitete Brogan mit Paul Winkler zusammen, der 1928 in Paris die Presse- und Verlagsagentur Opera Mundi gegründet hatte.³⁶ In Italien erhielt Guglielmo Emanuel, Leiter des Nachrichtenbüros der italienischen Tageszeitung *Corriere della Sera*, die Vertretung von International News Services und besorgte auch den Vertrieb der Comics von King Features in Italien. Für das britische Inselreich übernahm der Londoner Repräsentant von International News Services, Frank C. Betts, den Vertrieb der Comics von King Features Syndicate.

Die europäischen Comic-Syndikate konsolidierten sich bereits nach wenigen Monaten. Sie spielten nicht nur eine Vermittlerrolle, sondern begannen als nationale bzw. europäische Presseagenturen immer selbständiger zu agieren.³⁷ Die Alt-Verträge von King Features – wie im Fall von *Helsingin Sanomat* für *Felix the Cat* und *Mickey Mouse* – verblieben zunächst beim New Yorker Büro von KFS. Dies führte jedoch zu Problemen durch unterschiedliche Kosten, zum Beispiel für

den war eine Vorauszahlung für den Bezug der Comics über fünf Wochen gefordert, ebenso die Zusendung der Veröffentlichungen an King Features.

35 | King Features an *Helsingin Sanomat*, 20.2.1929, in: EE, Aa19.

36 | Karl Derisson: »Paul Winkler.« In: <http://www.chroniquedisney.fr/dossier/2014-paul-winkler.htm> (publ. 05.02.2014, zit. 22.03.2016).

37 | Siehe *Bulls Magazine. 1929–1994*. Hg. v. Owe Bjarneby, o.O. 1994.

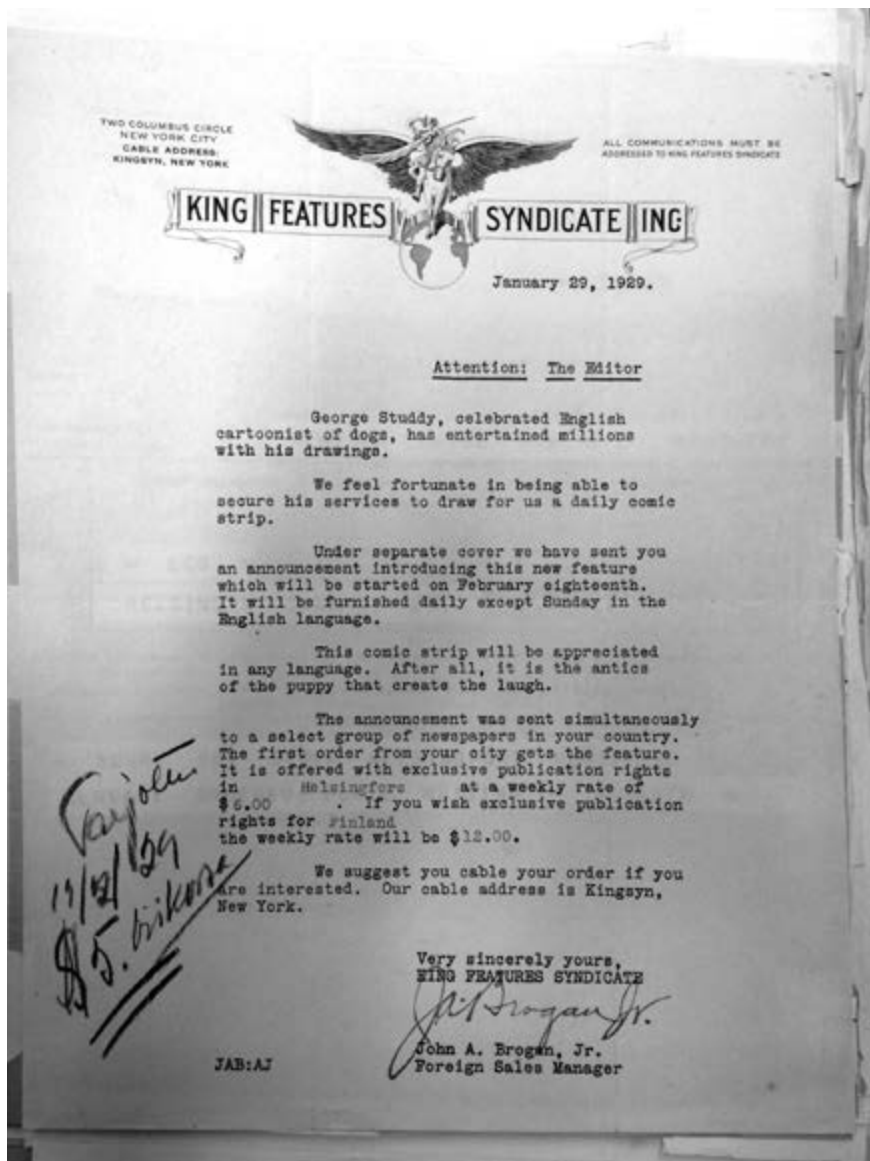


Abb. 2 Schreiben von King Features Syndicate (John A. Brogan Jr.) an ausgewählte Chefredaktionen europäischer Zeitungen, 29. Januar 1929, in: Sammlung Eljas Erkko Aa19 KFS, Päivälehti Archiv, Helsinki. (Für die freundliche Unterstützung und die Abdruckgenehmigung danke ich Kirsi Kolari vom Päivälehtiarkivet.)

das Porto aus den USA.³⁸ Schwierigkeiten bereiteten auch die Unterschiede in der Rechtsprechung in den USA und den europäischen Ländern.³⁹

Die amerikanischen Syndikate lieferten die Matrizen und Abzüge (»services in mat and proof form«) nach Europa. Immer wieder gab es Probleme mit der regelmäßigen Bereitstellung der Comic Strips, wie Doppellieferungen oder ganz ausbleibende Lieferungen.⁴⁰ Da die bei der Druckvorbereitung in den USA anfallenden Kupferplatten nur drei Monate aufbewahrt wurden, waren sie oft nicht mehr zugänglich, wenn aus Europa Klagen bzw. Nachbestellungen eintrafen. Dann mussten die Originalzeichnungen erneut abfotografiert und neue »engravings and mats« hergestellt werden.⁴¹ Wohl aus Zeitnot wurden nicht nur »photostatic copies of the original drawings« als Ersatz für verlorengegangene Matrizen nach Europa geschickt, sondern auch die Originalzeichnungen selbst, wie das für den Felix-Sammelband (Hachette, 1933) abgebildete Beispiel zeigt. Die Originale wurden dann mit Schere und Stift für den Druck in Europa bearbeitet. Im Normalfall blieb es aber bei der Lieferung der Matrizen. Diese kamen per Schiff nach Europa, einige Jahre später auch per Flugzeug.⁴²

Die Syndikate verdienten sowohl am Vertrieb der Comics als auch an der technischen Bereitstellung, der Übersetzung, den Clichés usw. In Europa wurden die Comics von den europäischen Pressebüros dem jeweiligen Markt angepasst, übersetzt und bearbeitet. Die Verträge der europäischen Syndikate mit ihren Abnehmern entsprachen denen von King Features was Service und Regeln betraf. Nach chaotischen Anfangsjahren, die vom Mangel an Erfahrung geprägt waren, wurden Verträge später in der Regel über ein Jahr und nur in Ausnahmefällen exklusiv abgeschlossen. Davon scheinen Alt-Verträge ausgenommen gewesen zu sein.

Der Erfolg der amerikanischen Comics, namentlich von *Kater Felix* (wie *Felix the Cat* eingedeutscht genannt wurde), bei den europäischen Nachbarn hatte die deutschen Zeitungsverleger offenbar überrascht.⁴³ Dabei waren die Zeichentrickfilme um den Kater auch in Deutschland sehr erfolgreich und in Berlin war schon einige Jahre zuvor eine Sammlung Comics des bekannten Film-Katers er-

38 | Vgl. Schreiben Bulls an *Helsingin Sanomat*, 11.01.1939, in: EE, Aa 05.02.

39 | Per Sanderhage: *PIB COPENHAGEN · 100*. Kopenhagen 1999, S. 18 ff.

40 | *Helsingin Sanomat* and King Features, 01.11.1929, in: EE, Aa 19.

41 | King Features (Brogan) an *Helsingin Sanomat*, 18.11.1929, in: EE, Aa 19. Zum Herstellungsprozess siehe »How Cartoons are Syndicated«, in: *Popular Mechanics* (March 1926), S. 451–456. Für die farbigen Comics wurden später »four colour mats and proofs« zur Verfügung gestellt.

42 | Bulls an *Helsingin Sanomat*, 16.08.1940, in: EE, Aa.05.03.

43 | »Von der Auslandspresse«, in: *Zeitungs-Verlag: Fachblatt für das gesamte Zeitungswesen* (14.06.1930:24), S. 1013–1014, S. 1014.



Abb. 3a-b Ausschnitte aus FELIX (Sammlung des Verfassers): Abb. 3a) Sonntagsseite (USA), 4.10.1931, Abb. 3b) für den Abdruck in Frankreich bearbeitete Originalzeichnung, Abb. 3c) *Félix V. Dans La Jungle*, Paris: Hachette 1933

schiene.⁴⁴ Zu den ersten, die *Felix der Kater* im deutschen Sprachraum bekannt gemacht hatten, gehörte übrigens die kommunistische *Arbeiter Illustrierte Zeitung (AIZ)*, die im Münzenberg-Konzern erschien, damals das zweitgrößte Medienunternehmen Deutschlands. *Felix*-Sammelbände erschienen ab 1929 in vielen Län-

44 | Pat Sullivan: *Felix der Kater Bd. 1 – Seltsame Abenteuer*. Verse von Arthur Rebner – Vorwort Alfred Polgar. Berlin 1927.

dern Europas, darunter Schweden (1929) und Frankreich, wo *Hachette* ab 1931 zwei *Felix*-Sammelbände pro Jahr herausbrachte.

Zur Jahreswende 1930/31 erschienen gleichzeitig in vielen europäischen Ländern Comic Strips mit der Micky Maus. Die Filme mit der Maus waren seit Anfang 1930 auch in Europa mit riesigem Erfolg in den Kinos gelaufen. Für die Comic Strips aus dem Hause Disney konnte sich King Features den Vertrieb sichern. Der Start des Micky-Maus-Streifens in Deutschland war für die *Kölnische Illustrierte Zeitung* Ende 1930 ein Anlass, auch einige aktuelle amerikanische Comics aus dem Hause King Features vorzustellen, wie *Bringing Up Father*, *Tillie the Toiler* und *Ella Cinders*.⁴⁵ Es ist anzunehmen, dass bei der Zeitung ein ähnliches Werbepaket mit Stripbeispielen eingetroffen war, wie in Finnland bei *Helsingin Sanomat*. Den wohl frühesten Abdruck von Micky-Maus-Streifen in Deutschland finden wir wiederum in der *AIZ-Kinder-Beilage*.⁴⁶ In Schweden, wo die Rechte für den Comic an *Stockholms Dagblad* gegangen waren, erzielte die Maus einen umwerfenden Erfolg. Es entstand eine regelrechte Micky-Maus-Bewegung mit Klubmitgliedschaft. Für die *Kölnische Illustrierte Zeitung* blieb es für *Micky Maus* bei nur 24 Tagesstreifen. Das Ende des Abdrucks mit Heft 14/1931 fällt zeitlich zusammen mit akuten wirtschaftlichen Schwierigkeiten Deutschlands im Zuge der Bankenkrise 1931 und der daraus folgenden staatlichen Devisenbewirtschaftung.⁴⁷

In vielen europäischen Ländern hatten *Bonzo*, *Felix* und *Micky Maus* den amerikanischen Comic Strips den Weg in die Tageszeitungen geebnet. Als in Schweden die Abendzeitung *Aftonbladet* auf Anregung von Bulls eine ganze Seite mit amerikanischen Comics druckte und innerhalb weniger Jahre ihre Auflage von 10000 auf 100000 steigern konnte, betrachtete man Comics auch international als Verkaufsargument. In Finnland machten sie in den 1930er Jahren bereits den wichtigsten Teil der Wochenendbeilagen der Zeitungen aus.⁴⁸ Nicht wenige Zeitungen folgten auch dem amerikanischen Beispiel der bunten Wochenbeilage mit meist importierten Comics.

Was die formale oder technische Seite der Etablierung der Comics aus den USA in Nordeuropa betraf, sind verschiedene Faktoren zu nennen, deren Be-

45 | »Mr. Jiggs, Tillie, Harold Teen und andre Typen, die das tägliche Frühstück jedes Amerikaners erheitern ...« (sign. EB). In: *Kölnische Illustrierte Zeitung* (1930:52). Abgedruckt in: Sackmann: »Der Sprechblasencomic« (2009), S. 45.

46 | Heft 24/1930 – vgl. Gerd Lettkemann: »Kindercomics und Klassenkampf – die AIZ«, in: *Deutsche Comicforschung* (2005:2), S. 68–71.

47 | Vgl. Ursula Büttner: *Weimar – die überforderte Republik 1918–1933*. Stuttgart 2010 (Gebhardt. Handbuch der deutschen Geschichte, Bd. 18), S. 639 ff.

48 | Päiviö Tommila/Raimo Salokangas: *Tidningar för alla: den finländska pressens historia*. Göteborg 2000, S. 179.

deutung im Einzelfall weiter hinterfragt werden sollte. Für den amerikanischen Kulturtransfer in andere Länder war die Reisetätigkeit von und nach Amerika von nicht zu unterschätzender Bedeutung. Positive persönliche Eindrücke und gute Kontakte in beiden Ländern, den USA und dem Heimatland, beeinflussten den Kulturtransfer entscheidend. Oft geschah dies in Form von Zeitungsberichten über die moderne amerikanische Form der Bildgeschichte. Der entscheidende Durchbruch für die Comics kam aber mit dem Aufbau einer internationalen Verkaufsabteilung bei King Features unter der Leitung des energischen John Brogan. Sein Bemühen, Zugang zu den europäischen Zeitungen zu bekommen, initiierte in Europa die Gründung von Agenturen, die sich hauptsächlich dem Vertrieb von Comics widmeten. Diese wiederum fanden neue Wege, die Comics aus den USA an die europäischen LeserInnen zu bringen. Zum Teil ergriffen sie auch selbst die Initiative, Comic-Magazine zu publizieren, oder sie standen den an Comics interessierten europäischen Zeitschriften- und Buchverlagen als direkte Ansprechpartner zur Verfügung. Mit dem Erfolg der Micky Maus von Walt Disney, der sich von der Kinoleinwand in die Zeitungen fortsetzte, fanden die amerikanischen Comics den Weg in die Tageszeitungen und bereiteten den Weg für die Durchsetzung des Syndikatsystems in Europa.

Bei aller Popularität der Comics aus den USA gab es auch Vorbehalte. Das mag mit wirtschaftlichem Konkurrenzdenken, aber auch mit der Einstellung der LeserInnen und einiger Redaktionen zur »Amerikanisierung« verschiedener Bereiche des wirtschaftlichen und kulturellen Lebens in der Zwischenkriegszeit zusammen hängen. Doch Unterschiede im Humor scheinen relevanter gewesen zu sein. Vorbehalte gegen die Comics aus den USA gab es vor allem bei den Briten, die weder den amerikanischen Humor teilten, noch deren »slapstick comics« oder Abenteuer-Comics mochten.⁴⁹

Die amerikanischen Comics, selbst stark durch europäische Einflüsse geprägt, waren am Beginn des 20. Jahrhunderts dramaturgisch und zeichnerisch den europäischen Erzeugnissen in ihrer Entwicklung voraus und prägten durch ihre Bildperspektivierung und Farbigkeit einen neuen Stil.⁵⁰ Die steigende Adaption amerikanischer Comics und der sich damit vergrößernde Einfluss auf die europäische Comic-Szene führten in vielen europäischen Ländern zu einer Reform im Sektor der Kinderpresse. Die inhaltliche und künstlerische Qualität der Bildergeschichten und die technische Qualität der Zeitschriften, bezüglich Papier, Druck und Farbe, verbesserten sich wesentlich und aus der Übernahme amerikanischer und europäischer Streifen resultierte eine bisher ungekannte thematische Vielfalt.⁵¹

49 | Vgl. Martin Sheridan: *Comics And Their Creators*. Boston 1942, S. 22 ff.

50 | Vgl. Couperie (Hg.): *A History of the Comic Strip*, S. 11 ff.

51 | So auch Holtz: *Comics*, S. 90 f.

Mitte der 1930er Jahre war der internationale Erfolg der US-Comics eine Tatsache. Die amerikanischen Syndikate verkauften ihre Comics an Zeitungen in über achtzig Ländern, darunter an viele europäische Länder.⁵² Ohne die europäischen Agenturen wäre diese Erfolgsgeschichte, die sich weiter fortsetzen sollte, nicht möglich gewesen.

Quellenverzeichnis

In chronologischer Reihenfolge (alle Quellen aus dem Päivälehti Arkivet, Erjas Erkko – Sanoma Osakeyhtiön liittyvä arkisto, folgend als EE abgekürzt):

Attention: The Editor, Formschreiben von Brogan, 29.01.1929, in: EE, Aa19.

King Features an *Helsingin Sanomat*, 20.02.1929, in: EE, Aa19.

Schreiben von KFS (Brogan) an *Helsingin Sanomat*, 20.02.1929, in: EE, Aa19.

Helsingin Sanomat and King Features, 01.11.1929, in: EE, Aa 19.

King Features (Brogan) an *Helsingin Sanomat*, 18.11.1929, in: EE, Aa 19.

Schreiben Bulls an *Helsingin Sanomat*, 11.01.1939, in: EE, Aa 05.02.

Bulls an *Helsingin Sanomat*, 16.08.1940, in: EE, Aa.05.03

Literatur

»Amerikanska tecknares jättehonorar«, in: *Tidningen Kalmar* (28.04.1906: 64 B).

Braun, Alexander: *Going West. Der Blick des Comics Richtung Westen*. Bonn 2014.

Brennecke, Ernest: »The Real Mission of the Funny Paper.«, in: *The Century Magazine* (March 1924), S. 665–675.

Büttner, Ursula: *Weimar – die überforderte Republik 1918–1933*. Stuttgart 2010 (Gebhardt. Handbuch der deutschen Geschichte, Bd. 18).

Bulls Magazine. 1929–1994. Hrsg. v. Owe Bjarneby. o.O. 1994.

Castelli, Alfredo: »Frühe deutschsprachige Zeitungscomics in den USA.«, in: *Deutsche Comicforschung* (2006: 3), S. 24–31.

Clark, Alan / Clark, Laurel: *Comics. An Illustrated History*. London 1991.

Couperie, Pierre / Horn, Maurice: *A History of the Comic Strip*. New York 1968 (Original: *Bande Dessinée et Figuration Narrative*. Paris 1967).

Derisson, Karl: »Paul Winkler.« In: <http://www.chroniquedisney.fr/perso/1898-paul-winkler.htm> (publ. 05.02.2014, zit. 22.03.2016).

Dolle-Weinkauff, Bernd: *Comics. Geschichte einer populären Literaturform in Deutschland seit 1945*. Weinheim u. Basel 1990.

52 | »Funny Strips: Cartoon-Drawings Is Big Business; Effects on Children Debated«, in: *The Literary Digest* (December 12, 1936), S. 18–19, erneut abgedruckt in: *Hogan's Alley* (Spring 1998: 5), S. 128 f.

- Flemig, Kurt: *Karikaturisten-Lexikon*. München u.a. 1994.
- Fossati, Franco: *Das grosse illustrierte EHAPA Comic Lexikon* [Fumetto, 1992]. Stuttgart 1993.
- »Funny Strips: Cartoon-Drawings Is Big Business. Effects on Children Debated«, in: *The Literary Digest* (December 12, 1936), S. 18–19, erneut abgedruckt in: Hogan's Alley (Spring 1998: 5), S. 128 f.
- Gagner, Marie Louise: »Barn- och ungdomsböcker«, in: *IDUN* (19.12.1907: 51), S. 652–653.
- Gifford, Dennis: *The American Comic Book Catalogue. The Evolutionary Era, 1884–1939*. London 1990.
- Gordon, Ian: *Comic strips and consumer culture, 1890–1945*. Washington, D.C. 1998.
- Gori, Leonardo/Lama, Sergio/Gadducci, Fabio: *Eccetto Topolino. Lo scontro culturale tra il fascismo e il fumetto*. Battipaglia 2011.
- Holtz, Christina: *Comics- ihre Entwicklung und Bedeutung*. München 1980.
- »How Cartoons are Syndicated«, in: *Popular Mechanics* (March 1926), S. 451–456.
- If: Immagini & Fumetti* (1998:7). Themenheft »Giornali(ni)sma a fumetti«.
- »J.A. Brogan. Retired King Syndicate Aide«, in: *Reading Eagle* (July 10, 1974), S. 44 (<https://news.google.com/newspapers?id=p-hWAAAAAIBA&sjid=OUMNAAAAAIBAJ&pg=4870%2C4492277>, zitiert am 28.02.2016).
- Knigge, Andreas C.: *Comic Lexikon*. Frankfurt a.M. u.a. 1988.
- Koenigsberg, Moses: *KING NEWS. An Autobiography*. New York 1941.
- Kunzle, David: »Precursors in American Weeklies to the American Newspaper Comic Strip: A Long Gestation and a Transoceanic Cross-breeding«, in: Charles Dierick/Pascal Lefèvre (Hgg.): *Forging a new medium: the comic strip in the nineteenth century*. Brussels 1998, S. 159–185.
- Kutsch, Arnulf/Sterling, Friederike/Fröhlich, Robert: »Korrespondenzen im Deutschen Kaiserreich und in der Weimarer Republik«, in: *Jahrbuch für Kommunikationsgeschichte* (2011:13), S. 154–176.
- Lee, Alfred: *The Daily Newspaper in America. The Evolution of a Social Instrument*, Bd. 2. New York 1937, S. 576–602.
- Lettkemann, Gerd: »Kindercomics und Klassenkampf – die AIZ.«, in: *Deutsche Comicforschung* (2005:2), S. 68–71.
- Lowrie, Sarah D.: »The Comic Strips.«, in: *The Forum* (April 1928), S. 527–536.
- Lund, Anker Brink: »Det Balad kan De få ...«, in: Leif Askholm et al. (Hg.): *Egmont H. Petersen – et entreprenurstudie*. Kopenhagen 2006, S. 134–164.
- Margarinebladet – en fortælling om Ude og Hjemmes første år – samt strejftog igennem årene 1938–2013*. Hrsg. v. Kjeld Damgaard, o.O. 2013 (Allers bibliotek og arkiv).
- Marschall, Richard: »A History of Newspaper Syndication«, in: Maurice Horn (Hg.): *The World Encyclopedia of Comics*. New York 1977, S. 721–727.
- »Mr. Jiggs, Tillie, Harold Teen und andre Typen, die das tägliche Frühstück jedes Amerikaners erheitern ...« (sign. EB). In: *Kölnische Illustrierte Zeitung* (1930:52). Abgedruckt in: Eckart Sackmann/Harald Kiehn: »Der Sprechblasencomic im Widerstreit der Kulturen«, in: *Deutsche Comicforschung* (2009:6), S. 23–45, S. 45.

- Nilsen, Don L.F. (Hg.): *Humor in American Literature. A Selected Annotated Bibliography*. New York 1992.
- Richards, P.: *Zeichner und »Gezeichnete«. Aus den Erinnerungen eines amerikanischen Zeichners und Journalisten*. Berlin 1912.
- Richards, P.: »Die lachende Kunst in Amerika«, in: *Illustrierte Zeitung* (05.11.1925:4208), S. 716.
- Sackmann, Eckart: »Das amerikanische Abenteuer«, in: *Deutsche Comicforschung* (2004:1), S. 22–30.
- Sackmann, Eckart: »Puck – Illustriertes humoristische Wochenblatt!«, in: *Deutsche Comicforschung* (2008:5), S. 33–50.
- Sackmann, Eckart/Kiehn, Harald: »Der Sprechblasencomic im Widerstreit der Kulturen«, in: *Deutsche Comicforschung* (2009:6), S. 23–45.
- Sackmann, Eckart: »Der Sprechblasencomic im Widerstreit der Kulturen, Teil 2«, in: *Deutsche Comicforschung* (2010:7), S. 43–48.
- Sanderhage, Per: *PIB COPENHAGEN · 100*. Kopenhagen 1999.
- Scholz, Michael F. et al.: »Between Propaganda and Entertainment: Nordic Comics 1930s–1950s«, in: Stephan Packard (Hg.): *Comics und Politik*. Berlin 2014, S. 111–132.
- Scholz, Michael F.: »Comics« in der deutschen Zeitungsforschung vor 1945«, in: *Deutsche Comicforschung* (2014:11), S. 59–84.
- Sheridan, Martin: *Comics And Their Creators*. Boston 1942.
- »Sounding The Doom Of The ›Comics‹«, in: *Current Litterature* (Dez. 1908: XLV), S. 630–633.
- »Tegneseriemarkedet i Danmark«, in: Henning Visti Rasmussen: *Tegneserie udgivelser i Danmark 1847–1988. Det store Komiklex 3. udgave*. Kopenhagen 1989, S. 4–25.
- Tommila, Päiviö/Salokangas, Raimo: *Tidningar för alla: den finländska pressens historia*. Göteborg 2000.
- »Von der Auslandspresse«, in: *Zeitungs-Verlag: Fachblatt für das gesamte Zeitungswesen* (14.06.1930:24), S. 1013–1014.
- Walker, Brian: *The comics before 1945*. New York 2004.
- Watson, Elmo Scott: *A History of Newspaper Syndicates in the United States 1865–1935*. Chicago, Illinois 1936.
- Wilke, Jürgen: *Unter Druck gesetzt: vier Kapitel deutscher Pressegeschichte*. Köln u.a. 2002.
- Wood Jr., Harry E.: *A History and Analysis of the American Comic Strip* (Masterthesis University of Wisconsin) 1933 (<http://minds.wisconsin.edu/handle/1793/43510>, zit. 22.07.2015).

