

# **WIE KAM DAS KIND ZUM NAMEN?**

Verlagsnamenentstehungsgeschichten, erzählt von Jörg Domberger

Wenn einer eine Reise tut, dann kann er was erzählen. Wenn einer einen Verlag gründet, kann er das auch. Ob das "verlegte" Kind dann nach kurzer und intensiver Schwangerschaft oder nach langer und be-

schwerlicher Tragzeit das Licht der Spielwelt erblickt, ist zwar spannend, hier aber Nebensache. Hauptsache ist, das kreative Baby lebt, bekommt einen sprechenden Namen und – logo - ein Gesicht und man

trifft es Jahr für Jahr auf den Spielermessen der Welt wieder. Jedes Jahr ein wenig erwachsener und trotzdem verspielt wie am ersten Tag.

## WIE KAM DAS KIND ZUM NAMEN?

Verlagsnamenentstehungsgeschichten, erzählt von Jörg Domberger

Die Idee zu dieser seltsamen Sammlung von Anekdoten, Geschichten und Fakten kam mir auf der Spiel 2012 in Essen. Knapp vor Weihnachten begann ich mit wochenlangen Recherchen, die hauptsächlich per E-Mail, über persönliche Kontakte und über Informationen auf den Homepages erfolgten. Ich fragte bei vielen Verlagen um Gründungsdetails an, erhielt eine beachtliche Anzahl an Antworten und es wurden mir viele nette Stories erzählt. Viele Verlage baten gleich im Gegenzug um die Zusicherung, über die Publikation des Artikels informiert zu werden. Das Versprechen gab ich selbstverständlich gerne.

Die Kommunikation mit fremdsprachigen Verlagen erfolgte in englischer Sprache. Ich habe nach bestem Wissen und Gewissen übersetzt, gekürzt und nach Entstehungshistorie gruppiert. Die Groß- und Kleinschreibung der Verlagsnamen ist manchmal nicht ganz klar, auch nicht, wo ein Leerzeichen ist und wo ein Bindestrich hingehört. Bitte um Nachsicht.

Die Aufzählungen können, dessen bin ich mir bewusst, niemals komplett sein. Daher gleich das Angebot an alle Verlage, die sich im Folgenden nicht finden (aber gerne finden würden), Informationen zu

weiteren Kapiteln dieser Artikelserie per Mail an mich oder die Redaktion von *frisch gespielt* zu senden.

Ich habe die Spielebranche als einen freundlichen und freundschaftlichen Wirtschaftszweig kennen gelernt. Viele der erwähnten Personen kommen daher nur mit Vornamen vor. Die große Mehrheit der Autoren und Verlagsvertreter ist offen und das „Du“ mit dem Vornamen ist die bevorzugte Anrede. Bitte nennt auch mich nur Jörg und duzt mich.



## Der Apfel fällt nicht weit ...

entnommen: Spielmagazin frisch gespielt 2 2013 www.frisch-gespielt.at

... vom Familien-Stammbaum. Ist der Papi stolz auf seinen Familiennamen und heißt er Adlung, Eggert, Mücke, Racky, Schmidt, Staupe oder Zoch, dann kann es schon passieren, dass der verspielte Apfel ganz nah beim Stamm liegen bleibt und der Verlag nur ein „Spiele“ – mit oder ohne Bindestrich dazwischen - als Anhängsel bekommt. Ob dann noch Design mit im Namen auftaucht wie bei **Gerhards Spiel und Design** (der mit Vornamen Ludwig heißt) oder Factory bei der japanischen Fabrik von Herrn Kanai, ist nur Kosmetik.

Der Familienname ist, was zählt. Und wenn er zu lange oder schwer auszusprechen ist, wie bei den Brüdern Jonathan und Benjamin Fryxellius, kürzt man zu **Fryxgames**. Und wenn der deutsche Name nicht so passt oder der Spitzname Eisen nicht zu Eisenspiele geschmiedet werden soll, wird internationalisiert und schon hat man **Irongames** von Bernd Eisenstein. Auch Adi Golad suchte nach einem einprägsamen und dem Familiennamen ähnlichen Verlagsnamen: **Goliath Toys** war geboren.

Bei **Piatnik** ist nicht nur der Familienname zur Firma geworden, vielmehr ist Piatnik seit 1824 auch Familienbetrieb. Ferd. Piatnik und Söhne ist der Hersteller von Spielkarten schlechthin und Wiens Aushängeschild in Sachen Spiel. Die Söhne von Ferd. sind mir leider nicht näher bekannt, von Töchtern ist gleich gar nicht die Rede. Das sollte aber nicht nur im Licht der neu getexteten österreichischen Bundeshymne überdacht werden.

Nicht ganz so alt aber mit ähnlicher Gründungsgeschichte ist **Hasbro**. Die Brüder Hassenfeld – oder bes-

ser die Hassenfeld Brothers - gründeten 1923 den Familienbetrieb zur Erzeugung von Stiften und Schulfäppchen und verewigten sich im Firmennamen.

## Sind ja nur Namen!

Florian Racky plante die Taufe seines Verlags eigentlich anders, für ihn war „Zick-Zack-Spiele“ der optimale Name. Abwechslungsreiche und flotte Spiele wollte er verlegen. Leider gab es um „Zick-Zack“ gerichtlichen „Hick-Hack“ und die Hühnerkacke war am Dampfen. Nun heißt der Verlag **Racky-Spiele**. Ärgerlich ist halt schon, wenn alle in Folie verpackten Spiele geöffnet und das verwerfliche „Zick-Zack“ überklebt und in den Spielanleitungen geschwärzt werden muss. Auch in Italien gab es ein urheberrechtliches Kräfteressen. Der als **daVinci Games** gegründete Verlag musste seinen Namen ändern und heißt nun **dV GIOCHI** oder **dV GAMES**. Auf der Homepage schreiben sie: „dV GIOCHI ist nur daVinci's neue Haut“. Diese Streitereien sind doch zum „aus der Haut fahren“.

Das könnte auch Mark „Krimsu“ Sienholz, wenn er an die Anfänge seines Verlags denkt. Der **Harlekin-Verlag** startete 1997. Zum Schutz wurde er ins Patentregister eingetragen und die ersten Spiele waren zur SPIEL 97 fertig. Leider auch zwei Patentklageschriften gegen den Namen. Im Jahr darauf musste also ein neuer Name her und zwar einer, den garantiert noch niemand eingetragen hat: **Krimsus Krimskramskiste** (was ich persönlich übrigens auch viel verspielter und einprägsamer finde). „Krimsu“ ist ein Überbleibsel aus Marks

Zeit in der Rollenspielszene, während der er auch ein Fanzine namens **Krimskrams** herausbrachte. Das Maskottchen des Magazins war ein großer grüner Stoffdrache. Bei einer initiierten Namenswahl entstand schließlich „Krimsu“ als Vermischung von „Krimskrams“ und „Grisu“, dem kleinen Drachen, der soooo gerne Feuerwehrmann werden will. Der Spitzname „Krimsu“ blieb nicht nur dem Drachen. **Krimsus Krimskramskiste** versteht sich als Verlag mit buntem Spielprogramm und ist „ein schöner Zungenbrecher mit einer schönen Alliteration (KrKrKrK)“.

Auch selbst gewählte Namensänderungen kommen vor. Franz Scholles entwickelte 1980 sein Spiel „ÖKO“ und der Vertrieb für dieses eine Spiel hieß „ÖKO-Vertrieb“. Später kamen weitere Umweltspiele dazu und der Vertrieb wurde zum **ÖKO-Spiele-Verlag**. Mit der Spielerschaft – ÖKO raus und Kommunikations- und Quizspiele rein - änderte sich der Name erneut. Mit **Aktuell-Spiele-Verlag** ist Franz rundum zufrieden.

Ähnlich und doch anders erging es Susanne Galonska mit ihrem Verlag **AIKIU-Lernspiele**. Das Wort „AIKIU“ stand von Beginn an für die englisch ausgesprochene Abkürzung IQ für Intelligenzquotient und nicht für die traditionelle japanische Gedichtform HAIKU, es konnte jedoch nur schwer recherchiert werden. Nun heißt der Verlag **IQ-Spiele**, wird „AIKIU-Spiele“ gesprochen und alle sind glücklich und zufrieden.

Fortsetzung folgt.

## 36 Geschichten aus der Welt der Spieleverlage

entnommen: Spielmagazin frisch gespielt [www.frisch-gespielt.at](http://www.frisch-gespielt.at)

Wenn einer eine Reise tut, dann kann er was erzählen. Wenn einer einen Verlag gründet, kann er das auch. Ob das "verlegte" Kind dann nach kurzer und intensiver Schwangerschaft oder nach langer und be-

schwerlicher Tragzeit das Licht der Spielewelt erblickt, ist zwar spannend, hier aber Nebensache. Hauptsache ist, das kreative Baby lebt, bekommt einen sprechenden Namen und - logo - ein Gesicht und man

trifft es Jahr für Jahr auf den Spielermessen der Welt wieder. Jedes Jahr ein wenig erwachsener und trotzdem verspielt wie am ersten Tag.

# WIE KAM DAS KIND ZUM NAMEN?

Verlagsnamenentstehungsgeschichten, erzählt von Jörg Domberger - Folge 2\*

### Nehmen wir uns Vornamen vor

Die Verbindung von Vornamen und Familiennamen bietet schon mehr Gestaltungsmöglichkeiten. Ferdinand Hein machte **F-Hein-Spiele** daraus, Friedemann Friese verdichtete seinen Namen zu **2F-Spiele** und wäre mit grünen Haaren, grüner Jacke und grünem Schachtel-Design idealer Werbeträger für die Steiermark, das grüne Herz Österreichs.

Steffen Mühlhäuser ist einer der wenigen mit ausgeschriebenem Vornamen in seinem Verlag **Steffen Spiele**. Das trauen sich nur wenige, darunter **Doris & Frank**: Aber Kunststück, sie sind ja immerhin zu

zweit. Steve Jackson verbindet seine Initialen zu **SJGames** und Peter Dörssam zum ursprünglich als Buchverlag gegründeten **PD-Verlag**, in dem seit 2005 Spiele von MacGerdts erscheinen. Auch **Golden Egg Games**, der von Elad Goldsteen gegründete Verlag, ergibt sich aus seinen Initialen. Wieder ein Fall von „doppelt verspielt“, steht doch das zweite „G“ in Egg für „Games“ und wird von weiteren „Games“ gefolgt. **Golden Elad Goldsteen Games Games** quasi. Ob wirklich goldene Eier ausgebrütet werden, muss sich in der Zukunft erst weisen.

Die Brüder Fraser und Gordon Lamont firmieren als **Fragor Games** und die Interessensgemeinschaft Franz-Josef Herbst und Franz-Josef Schulte ist seit 1987 als **Franjos** unterwegs. Das erste Spiel hieß „Aladins Erbe“. Mit diesem Erbe müssen die beiden nun leben und tun es schon mehr als 25 Jahre.

Sander Vernyns und Tim De Rycke haben ihre Vornamen im Jahr 2006 zum Verlagsnamen **SandTimer** kombiniert. Umso passender, hatte ihr erstes Spiel doch bezeichnender Weise eine Sanduhr in der selbst verlegten Schachtel.

Steffen • Spiele 

jhox • SPIELE



[www.jhox-spiele.de](http://www.jhox-spiele.de)



 **franjos**®



\* Fortsetzungsserien im TV bringen am Beginn von Folge 2 eine Kurzzusammenfassung von Folge 1, am Beginn von Folge 3 eine Zusammenfassung von Folge 1 und 2 und so weiter bis die Zusammenfassung schließlich mehr Zeit in Anspruch nimmt als die aktuelle Episode. Das spare ich mir hier einfach alles. Nur so viel: Die Familiennamen haben wir schon in fg 2/2013 durchgespielt.



# Rund ums Spiel

**Stratamax** startete als *Strategy Games* by Max Michael und eine Umbenennung in *StrataAaronDoug* wäre durch die verstärkte Mitarbeit von Aaron Lauster und Doug Eckhart fast nötig geworden. Durch ein aktuelles Spiel von Max konnte die Namensänderung allerdings abgewendet werden. Nicht ganz ernst gemeint, dennoch O-Ton von Max.

**Z-MAN Games** kam durch Zeitdruck zum Namen. Zev Shlasinger wollte eigentlich „nur“ das Sammelkartenspiel *Shadowfist* neu auflegen. Der Drucker fragte für den Kostenvoranschlag nach einem Firmennamen. Den gab es nicht und Zev nannte seinen Verlag provisorisch *Z-Man Games*. Kann man später ja ändern. Man kennt das auch aus Funk und Fernsehen – ein Provisorium etabliert sich schneller als man denkt und Z-MAN klingt noch dazu gut. Superman, Batman, Z-Man.

Dass Cwali von Qualität abgeleitet ist, hört man sofort. Man kann **Cwali** gar nicht anders aussprechen als daran zu denken. Das C steuert der Chef Corné van Moorsel persönlich bei.

Blöd wird die Sache, wenn man mehrere Vornamen hat und sie unter einen Verlagshut bringen will.

Jürgen Hermann Ott aus Kassel hat alles in seine **jhoX-Spiele** gepackt was so eben noch Platz hat. JHO ist klar, beim letzten Buchstaben will er uns kein X für ein U sondern vielmehr für ein KS vormachen. KS steht für Kassel, spricht sich gleich wie X, schaut aber nicht so geil aus wie das X. Würde er noch Andreas oder Albert als dritten Vornamen tragen, könnte uns Jürgen sogar einen HOAX spielen. Jürgen ist alleiniger

Namensträger und braucht nicht zu fürchten, dass er Teile des Verlagsnamens auf der beschwerlichen und steinigen Verlagslaufbahn verliert. Anderen ist das schon passiert.

## Verspielte Freunde

Die häufig anzutreffende Runde verspielter Freunde, die irgendwann einen Verlag gründet und an die Verewigung der Namen denkt, stößt mitunter auf Schwierigkeiten. Manchmal schon bei der Gründung, oft aber intensiver Jahre danach.

Sowohl **GMT Games** mit den Gründern Gene, Mike und Terry als auch die **MAGE Company** mit Mixalis, Alexandros, Giannis und Eirini haben schon Ballast abgeworfen. GMT müsste zu *G Games* umbenannt werden – nur Gene ist noch dabei, wie mir Manager Tony Curtis mitteilte - und aus der **MAGE Company** haben sich G und E verabschiedet und sie damit eigentlich zur *MA Company* geschrumpft. Gute Freunde bleiben eben nicht lebenslänglich erhalten. Drum prüfe, wer sich ewig bindet, das gilt nicht nur für eheliche Bande.

Dieses Schicksal teilt **NSKN Legendary Games** noch nicht. Erst 2011 gegründet, sind die vier Freunde Novac, Sladariu, Kopera und Neacsu noch in Amt und Würden. An dieser Stelle sei mir bitte der Hinweis gestattet, dass die Verwendung von Vornamen prinzipiell zukunftsicherer ist. Familiennamen können sich ändern. So bleibt nur zu hoffen, dass Agnieszka einen Herrn K. heiratet oder ihren Namen behält, denn sonst wird's schwierig. Hätte man da nur aus Agnieszka, Andrei, Florin und Vlad beispielsweise **FAVA legendary games** gebastelt – man wäre auf der sicheren Seite.

## Von toten Schädeln

Totenschädel (englisch *skull*, italienisch *cranio*) sind nicht unbedingt die Sympathieträger schlechthin (wenngleich sie in der Modebranche hin und wieder durchaus kultig auftauchen). Auch Patrick Stevens und Lorenzo Silva wissen das. Trotzdem verwendeten sie unabhängig voneinander und tausende Kilometer voneinander entfernt dieses Symbol und nannten ihre Verlage **Numb-skull Games** beziehungsweise **Cranio Creations** (wobei ich Cranio eher als „Gehirn“ kenne und das ist mir sehr wohl sympathisch).

Für Pat stand fest, dass der Totenschädel ins Logo musste. Schließlich hatte er ihn schon entworfen und parat. Seine Frau steuerte das „ahnungslos“ (numb) bei. Vom Verlagswesen und der Spielebranche hatten sie keine Ahnung und „blanke Schädel“ schien ihnen daher wunderbar passend.

Lorenzo hingegen beschloss auf einer langweiligen Party mit Freunden, die Motorrad-Gang „Merchants of Flaming Skulls“ oder aber „Cranio Mercanti“ zu gründen. Leider hatte nur Lorenzo ein Bike. Dumm gelaufen. Der Name jedoch blieb in den Köpfen und war Jahre später erste Wahl bei der Gründung des Verlags durch Lorenzo Tucci, Aureliano Buonfino und Lorenzo Silva. Ganz ernst dürften sich die Totenschädel-Verlage wohl selbst nicht nehmen.

Fortsetzung folgt.

Wenn einer eine Reise tut, dann kann er was erzählen. Wenn einer einen Verlag gründet, kann er das auch. Ob das "verlegte" Kind dann nach kurzer und intensiver Schwangerschaft oder nach langer und be-

schwerlicher Tragzeit das Licht der Spielwelt erblickt, ist zwar spannend, hier aber Nebensache. Hauptsache ist, das kreative Baby lebt, bekommt einen sprechenden Namen und – logo – ein Gesicht und man

trifft es Jahr für Jahr auf den Spielermessen der Welt wieder. Jedes Jahr ein wenig erwachsener und trotzdem verspielt wie am ersten Tag.

## WIE KAM DAS KIND ZUM NAMEN?

Verlagsnamenentstehungsgeschichten, erzählt von Jörg Domberger - Folge 3\*

### Musik und Literatur

Im Buch *Gödel, Escher, Bach* wurde die Verwandtschaft von Mathematik und Musik veranschaulicht. Dass in vielen Spielen Wahrscheinlichkeitsrechnung und statistische Verteilungskurven versteckt sind, ist dem Vielspieler klar. Auch der Würfel ist - mehr oder weniger - statistisch berechenbar. Wenn Mathematik und Musik und Mathematik und Spiele verwandt sind, dann sind auch Spiele und Musik verwandt. Tolle Beweisführung! QED!

So wundert es also überhaupt nicht, dass Sébastien seinen Verlag **Pearl Games** nach der von ihm hoch geschätzten Indie-Rockband *Pearl Jam* aus Seattle nannte.

Der Weg, den Claas Fischer zu gehen hatte, ist da ein etwas längerer, aber umso erzählenswerterer. Sein Spiel *Labyrinth des Lebens* musste auf Grund zu hoher Produktionskosten auf das Wesentliche reduziert werden. Aus vielen Kilogramm Rosenblättern destilliert man ja auch nur ganz wenig ätherisches Rosenöl, die Essenz der Rose. Auf der Suche nach einem Namen kam ihm mit dem Song *Essence* von der englischen Art-Rock-Band *Marillion* dann die musikalische Erleuchtung. Heureka, das ist es! Das Spiel soll *Essence* heißen und der Verlag **Edition Essentia**. Damit aber nicht genug. Er fragte bei der Band um die Rechte an und darf nun den Na-

men gebenden Song sogar auf seiner Homepage verlinken. Auch bei Donovan wäre er fündig geworden, der produzierte sein Album mit dem Titel *Essence to Essence* schon im Jahre 1973. Sehr passend findet Claas auch, dass in *Essence* auch *Essen* steckt, eine deutsche Stadt, wo alljährlich im Herbst eine große und wichtige Spielmesse stattfindet. Wenn das nicht wirklich wesentlich, oder besser *Essentiell*, ist ...

*Father and Son*, der geniale Song von Cat Stevens, passt recht gut zur Entstehungsgeschichte von **Jactalea**. Schon 1989 brachte der Vater von Timothee Leroy eigene Spiele unter dem Label **Fidudé** heraus.



\* Zwischen Folge 2 in *frisch gespielt* 3/2013 und dieser liegt etwa ein halbes Jahr mit vielen verspielten Stunden. Die Flut der Neuerscheinungen ist für keinen Rezensenten mehr zu überblicken. Perlen bleiben unentdeckt, hochgelobte Spiele floppen. Verlage kommen und gehen. So ist das verspielte Leben eben ...

# Rund ums Spiel

Nach zwei Jahren war der Verlag bankrott. 15 Jahre später packte es der Sohn nochmals an und gründete *Jactalea*. War der ursprüngliche Name eine Abkürzung von *faire fi de quelques choses* – englisch hat Tim mir das als *do not need of something* übersetzt, deutsch finde ich es als „etwas in den Wind schlagen“ – so ist der neue Name eine Abänderung von *alea iacta est*. Der Schriftzug stammt vom Vater, die Handschrift vom Sohn.

Die (Eid-)Genossenschaft **Fata Morgana** wurde 1982 ursprünglich als Musikverlag gegründet – als „Vereinigung von Liedermachern und Mundartrock-Gruppen aller vier Schweizer Landessprachen“. „Der Begriff ‚Fata Morgana‘ ist in deutsch, italienisch und rätomanisch bekannt, die französisch sprechenden Genossen ließen das durchgehen“, meint Urs Hostettler. Das Logo stellte ursprünglich eine Noten-Palme dar, die aus den Umrissen der Schweiz wächst. Bereits 1983 wurden auch Spiele unter dem Logo herausgebracht, bei dem die schraffierte Schweiz später für die Spiele durch einen Würfel ersetzt wurde. Das hatte auch drucktechnische Gründe, denn bei sehr kleinen Logos wurde die Schraffur mitunter unsauber.

„Du liebes Kind, komm, geh mit mir! / Gar schöne Spiele spiel' ich mit dir“.

Diese beiden Zeilen schienen Heinrich Glumpler als passendes Motto und haben ihn zum Namen **Edition Erbkönig** für seinen gemeinsam mit Mario Truant gegründeten Verlag inspiriert. Das erst später erkannte Ende des Erbkönigs mit dem Vers

„[...] erreicht den Hof mit Mühe und Not / In seinen Armen das Kind war tot“.

veranlasste die beiden, den von Goethe geschaffenen Namenspatron „geistig“ zu feuern. Der Name ist geblieben, die Symbolik „gelbe Sonne auf grünem Grund“ ist nun dem Feenkönig zugeschrieben.

## Viechereien

In jedem zweiten Kinderspiel kommen Tiere vor oder tragen sogar die ganze Last des Titelhelden. Dennoch haben nur sehr wenige Verlage ein Tier im Namen. Genau genommen kamen mir nur zwei unter: **Spotter Spellen** aus Holland und die **Edition Siebenschläfer** aus Deutschland.

Spotter kommt aus dem Holländischen, würde aber auch in Deutsch nicht anders heißen. Es ist – trotzdem danke an Jerouen für den Holländisch-Blitzkurs – eine Kombination aus *Spel* (= Spiel) und Otter, dem Fisch fressenden Tierchen, das so possierlich auf dem Rücken liegend im Wasser treiben und mit einem Stein auf dem Bäuchlein auch Muscheln oder Krebse knacken kann. Otter sind auch sehr verspielt, Spotter steht also für „spielende Otter“. Dass danach noch „Spiele“ steht mag nach Überbestimmung klingen, klingt aber trotzdem gut. **Spotter Spellen** sind demnach die „spielenden-Otter-Spiele“.

Für die **Edition Siebenschläfer** von Anja und Claudia war auch schon vor der Namensfindung klar, dass ein Tier Pate stehen sollte. Aber welches? Eine Freundin der beiden machte sie darauf aufmerksam, dass der 27. Juni, der Geburtstag von Claudia, auch Siebenschläfer-Tag heißt. Manche Dinge können so einfach sein. Claudia hat zwar noch immer am 27. Juni Geburts-

tag, ist aber keine Siebenschläferin mehr. Trotzdem gleich mal „Happy Birthday“.

## Spitznamen leben lang

Bernd Eisenstein - seine **Irongames** sind weiter oben erwähnt – wurde schon in seiner Schulzeit „Eisen“ genannt. Der Name blieb ebenso hängen wie bei Alfredo Genovese, der von seinen Schulfreunden „Ghenos“ gerufen wurde. Auf der Suche nach einem Verlagsnamen erinnerte man sich daran und **Ghenos Games** war geboren. Klingt gut, hat laut Anna griechische Wurzeln (auch wenn ich beim Googeln unter Ghenos nur einen apulischen Wein finden konnte) und liefert auch gleich den Inhalt für das Logo (der griechische Buchstabe Gamma).

**Wacky Works** geht auf die wilde Zeit des holländischen Sprayers „Wacky“ zurück. So nannte sich Michel Baudoin und signierte ebenfalls seine Graffitis damit. Dass auch manche Sprayer künstlerischen Anspruch erheben, ist wohl bekannt. Sie entwerfen und planen ihre Werke sogar, bevor sie an die Wand gesprüht werden. Diese Planungsunterlagen finden sich in einem so genannten *black book*. Dieses Buch mit seinen Designs nannte Baudoin liebevoll **Wacky Works**, wie nun auch seinen kleinen Verlag.

**The Game Master** war der Spitzname des Verlagsgründers und etablierte sich eigentlich in der Frühzeit und der antiken Welt der ersten Computerspiele. Jetzt stehen der Name und das Logo mit den Zinnen einer Ritterburg für Spiele, die ein wenig mit einem warmen Gefühl an alte Zeiten erinnern sollen.

Fortsetzung folgt.



Wenn einer eine Reise tut, dann kann er was erzählen. Wenn einer einen Verlag gründet, kann er das auch. Ob das "verlegte" Kind dann nach kurzer und intensiver Schwangerschaft oder nach langer und be-

schwerlicher Tragzeit das Licht der Spielewelt erblickt, ist zwar spannend, hier aber Nebensache. Hauptsache ist, das kreative Baby lebt, bekommt einen sprechenden Namen und – logo – ein Gesicht und man

trifft es Jahr für Jahr auf den Spielermessen der Welt wieder. Jedes Jahr ein wenig erwachsener und trotzdem verspielt wie am ersten Tag.

## WIE KAM DAS KIND ZUM NAMEN?

Verlagsnamenentstehungsgeschichten, erzählt von Jörg Domberger - Folge 4

### Henne oder Ei?

Endlich geschafft! Das erste Spiel hat die Prototypen- und Testphase überstanden und ist fertig. Aber noch nicht gefertigt und wenn sich kein etablierter Verlag des Spiels annimmt, muss selbst Hand angelegt werden. **Gemblo** und **Cubiko** waren erste Spiele der Verlage, die nun denselben Namen tragen, ebenso gibt es **Rallyman** als Spiel und als dazu passenden Verlag. Die Namensgebung **OSTIA-Spiele**, der Verlag von Heike und Stefan Risthaus, ist ebenfalls eine Hommage an deren erstes veröffentlichtes Spiel. Ursprünglich sollte es „Speicherstadt“ heißen, wurde aber zu Gunsten von Ostia, der bekannten Hafenstadt westlich von Rom, umgetauft. Erst kürzlich erschien das

Spiel „Die Speicherstadt“, allerdings von einem anderen Autor bei einem anderen Verlag. Und ehrlich gesagt: **OSTIA-Spiele** klingt doch deutlich gefälliger als **Speicherstadt-Spiele**. Auch der Name des amerikanischen Verlags **R&R Games** aus Tampa in Florida geht auf ihr erstes Spiel zurück: „Riddles & Riches“ wurde praktischerweise abgekürzt.

Einmal mehr stellt sich hier die Frage nach Henne und Ei. Üblicherweise sollte ja der Verlag die Henne sein, die gackernd ein verspieltes Ei legt. Obige Beispiele jedoch spielen in einer verkehrten Welt. Das Ei war da, die Henne folgte.

### Stadt, Land, Fluss

**Ravensburger** – abgeleitet von der Stadt – wurde einst als Marke der Firma Otto Maier Verlag, kurz OMV (uns Österreichern geht der Name freilich runter wie Öl), eingeführt. Erst viel später wurde der Markennamen zum Firmennamen und ist im deutschsprachigen Spielraum wohl der Verlag mit dem höchsten Bekanntheitsgrad. Dazu trägt natürlich auch das blaue Dreieck bei, das es seit 1974 gibt.

**HABA**, der große Verlag mit den gelben Schachteln für Kinder, wurde von Herrn Habermas gegründet und besteht seit Jahren in Bad





# Rund ums Spiel

Rodach. Kombiniert kommt HABA heraus. So könnte man zumindest denken. Stimmt aber so nicht. Das „BA“ von HABA hat nichts mit dem Bad in Rodach sondern mit „ber-maaß“ zu tun. Bad Rodach entstand erst Jahre nach der Gründung des Verlags und dessen Namensfindung. Oft ist eben doch die einfachste Lösung nicht die richtige.

Beim **NSV – Nürnberger Spielkarten Verlag** fragt niemand, aus welcher Stadt die Spielkarten wohl kommen und ebenso **Czech Board Games** und **Czech Games Edition** ordnet man problemlos dem richtigen Land zu. Vielleicht von den tschechischen Nachbarn inspiriert, sind auch die polnischen Verlage **Los Diablos Polacos** und **Rebel.pl** ohne große Geografiekennnisse dem richtigen Land zuzuschreiben. Das ist bei **Quined Games** schon deutlich schwieriger. Dahinter verstecken sich die Brüder Quispel aus Holland mit dem internationalen Kürzel NED. QUI plus NED ist Quined. Zudem, so meinte Frank Quispel, klingt Quined schnell ausgesprochen wie „k win 't“, was holländisch „ich gewinne es“ bedeutet (im österreichischen Dialekt „gwinnt“ man ja auch).

Der heute unter **Beleduc** bekannte Lernspielverlag wurde 1963 von Marcel und Joseph Godon als „Didago“ (Didactic Godon) gegründet. Um zunehmend internationale Kunden anzusprechen wurde später die Formel „Belgium + Education = Beleduc“ angewendet.

Die **Blackrock Editions** sollten eigentlich **Editions de La Roche Noire** heißen. Einer der Gründer lebte nämlich zur Gründungszeit in Frankreich bei den sieben Zwergen neben den schwarzen Steinen nahe der Gemeinde La Roche Noire. Eine

bereits existierende Firma mit sehr ähnlichem Namen veranlasste die Gründer jedoch zur Verwendung des international klingenden Verlagsnamens. Englisch, fast eine Verletzung des französischen Nationalstolzes.

Auch die verspielten Freunde rund um Stephen M. Buonocore suchten bei der Gründung 2009 nach einem starken Namen. Eigentlich wollten sie die zwischen Kanada und USA grenzüberschreitend aufgeteilte Firma thematisieren, doch alle Versuche scheiterten. Als **Stronghold Games** vorgeschlagen wurde, waren alle sofort dafür. Der Name ist „strong“ und thematisch passend. Zudem wurde das Haus, in dem Stephen seit 2002 wohnt, beim Einzug „The Stronghold“ getauft und Spielrunden wurden einfach in „The Stronghold“ abgehalten. Das Logo wurde in einem Wettbewerb auf BGG gesucht und gefunden. Etwas abgeändert – es wurde quadratisch, mit einem leuchtenden Schloss und Flammen dahinter aufgemotzt, mit einer Sonne und dem Schriftzug garniert – ziert es nun die Spiele vom Verlag. Nicht nur Logos werden adaptiert, sogar Spieleautoren kennen ihr Spiel nach der redaktionellen Bearbeitung mitunter kaum mehr wieder.

Zum Schluss der Fluss: **Rio Grande Games** heißt schlicht und einfach so, weil die Verlagsgründer zur Zeit der Gründung nahe dem Rio Grande wohnten.

## LOGO: Das Logo!

Wie schon bei **Numbskull Games**, wo der Totenkopf vor dem Verlag schon existierte, so stellt bei Namensfindungen das Logo manchmal einen wichtigen Teil der kompletten Schöpfung dar. Eines der besten Beispiele findet man bei **Kuznia**

**Gier**. Auf polnisch heißt es schlicht und einfach „Spiele-Schmiede“. Die Leute im Team verstehen sich als „blacksmiths forging good games“, das Logo zeigt Würfel und Amboss. Der Würfel ist schon fertig, der Rest muss noch geschmiedet werden.

Ebenso sind bei **Topy Spiele** Name und Logo wunderbar in einem lachenden Kleeblatt verzahnt. Das Gesicht des Kleeblatts wird aus den Buchstaben T, O, P und Y geformt und hat gut lachen. TOPY ist der Glücks-Smileys von Mohsen Baghi und soll auch ein Glücksbringer für Kinder sein.

Der Name **LOOKOUT Spiele** entstand aus der graphischen Gestaltungsmöglichkeit der beiden „O“ in LOOK. Aus diesen beiden vorwichtigen Buchstaben schauen neugierige Augen in die verspielte Welt. Das Logo hat mittlerweile eine kleine Wandlung erfahren, der Name ist geblieben.

Das Logo von **Repos Production** mit den charakteristischen Sombreros hat nichts mit dem Namen zu tun, die Story passt aber ganz gut hier her. Noch bevor der Verlag gegründet wurde, gab es Spieleabende bei Fred Bizet, die „Le repos du guerrier“ genannt wurden (Ruhepause des Kriegers). Im April 2002 organisierte diese gemütliche Kriegerrunde das Puerto Rico-Turnier beim Bruno Faidutti-Spielewochenende. Cedrick schlug die Verkleidung als Mexikaner mit Sombrero vor (wohl wissend, dass Mexico nichts mit Puerto Rico zu tun hat) und als **Repos Production** entstand, war das Logo der „Belges à Sombreros“ gleich mitgedacht.

Fortsetzung folgt.

Wenn einer eine Reise tut, dann kann er was erzählen. Wenn einer einen Verlag gründet, kann er das auch. Ob das "verlegte" Kind dann nach kurzer und intensiver Schwangerschaft oder nach langer und be-

schwerlicher Tragzeit das Licht der Spielwelt erblickt, ist zwar spannend, hier aber Nebensache. Hauptsache ist, das kreative Baby lebt, bekommt einen sprechenden Namen und – logo – ein Gesicht und man

trifft es Jahr für Jahr auf den Spielermessen der Welt wieder. Jedes Jahr ein wenig erwachsener und trotzdem verspielt wie am ersten Tag.

## WIE KAM DAS KIND ZUM NAMEN?

Verlagsnamenentstehungsgeschichten, erzählt von Jörg Domberger - Folge 5\*

### Von Hexen und Monstern

Für Andrea Meyer war ihr erstes Spiel „Stimmvieh“ die Triebfeder, einen eigenen Verlag zu gründen. Zwar gab es bei Erscheinen des Spiels 1998 noch keinen Verlagsnamen, dafür aber das Clipart einer Hexe, das auf die Schachtel gedruckt wurde. Erst zwei Jahre später wurde der Name **Bewitched-Spiele**, unter Mithilfe von Friedemann Friese und in Anlehnung an die schon vorhandene „Hexe“ Andrea, ersonnen. So geschehen im Regionalexpress nach einem Autorenseminar in Drübbelholz. Hexe und Logo wurden zwischenzeitlich mehrfach geändert, Andrea ist noch immer Andrea.

Der Name **Smiling Monster Games** entstand bei den Arbeiten zum Erstling „Guided Lands“ und ist eine Idee von Autor Jörg Weseloh. Er passt bestens zu der spielerischen Einstellung der drei Gründer Jörg, Helge und Stefan. Zum Verlagsnamen - er sollte auch im englischen Spielraum verständlich sein - war auch ein passendes Logo nötig. Ein freundlich lächelndes Monster lag nahe. Der strubbelige Pelz vermittelt das „kuschelige Wesen“ und der kleine Eckzahn mit Augenzwinkern die Verspieltheit der lachenden Monster. „In Wirklichkeit haben wir keinen Pelz, beißen nur selten

und lachen gern. Vor allem beim Spielen.“ Helge, das dachte ich mir schon.

### Hobby & Spiel

Jens ist Pfadfinder und liebt Spiele. Irgendwann war „Das Pfadfinderspiel – Wir wollten mal auf Großfahrt gehen“ so weit fertig, dass es auf die Menschheit losgelassen werden konnte. Im Sommer 2010 stand dann fest: Nur ein eigener Verlag garantiert genügend Einfluss auf die Produktion. Der Verlagsname sollte mit dem unverzichtbaren Pfadfinder-Utensil, dem Kompass, zu tun haben. Kompass Verlag war



Winning Moves

\* Für den Gourmand ist nach dem Essen gleich vor dem Essen. Für den Gourmet ist nach dem Essen gleich vor dem Digestiv. Für den Spielefreak ist nach Essen gleichbedeutend mit vor Weihnachten. Und damit rückt der Zeitpunkt näher, die Pakete auszupacken die man sich selbst in Essen schnürte. In diesem Sinne ein verspieltes „HoHoHo“, oder was das Christkind sonst noch durch die verschneite Landschaft ruft.

# Rund ums Spiel

schon vergeben. So ist **Kompass Spiele** entstanden.

Ein anderes Hobby hat Stephan Riedel. Er sammelt Clicker. Das sind diese kleinen Blechknackfrösche, die ein metallisches „Click“ verlauten lassen, wenn man sie drückt. In den 90er-Jahren begann er dann auch mit der Spielentwicklung und es war nur logisch, seinen Eigenverlag – an die Sammelleidenschaft angelehnt – **Clicker-Spiele** zu nennen. Neuerdings werden diese Clicker intensiv in der Hunde- und Katzen-erziehung eingesetzt. Na, „clickt“ es?

## Vier Züge zum Sieg

Die Geschichte von **Winning Moves** ist auch die Geschichte von vier Spiele-Experten (Tom Kremer, Alex Randolph, Phil Orbanes und Mike Meyers), die sich 1995 zum Schritt in die Selbstständigkeit entschlossen. Phil Orbanes erinnert sich:

„Der Arbeitstitel der US-Firma war zunächst ›Player's Choice Games‹. Der Name war jedoch schon eingetragen. Unser erster Logoentwurf sah wie eine olympische Goldmedaille aus. Wir haben dann über die Qualitäten, die der Firmenna-me vermitteln sollte, nachgedacht. Der Konsens war, scharfe Auffassungsgabe und klares Denken als Voraussetzungen für das Gewinnen unserer Spiele zu betonen. Im Gegensatz zum reinen Glück. Nach einer kurzen Zeit kam ich auf den Namen Winning Moves. Mit der Entwicklung unseres Logos konkretisierte sich das Ganze. Ein Stern sollte für ›Gewinnen‹ stehen, mit irgendeiner Art von Bewegung für die ›moves‹. Bei der graphischen Arbeit stellte sich heraus, dass ein sich wiederholender gekrümmter Pfeil die Illusion eines Sternes in einem Kreis ergab. Durchs anschließende

Kippen wurde eine Vorwärtsbewegung suggeriert. Der Name **Winning Moves** wurde so um den November 1994 festgelegt und per Fax zwischen meinem damaligen Büro in Topsfield, Massachusetts, London und Venedig abgestimmt. Bezüglich des Logos, trafen wir vier uns im Januar 1995 bei Tom Kremer in den **Seven Towns** Büros in London während der britischen Spielwarenmesse. Uns allen gefiel die Idee. Ich kam mit dem ›Stern-in-einem-Kreis-Design‹ nach Topsfield zurück, und das Logo wurde erstmals im April 1995 gedruckt. 2008 wurde das **Winning Moves** Logo mit dem Stern im Kreis übrigens zu meiner Inspirationsquelle für das Design des Spielbretts von **Cir\*Kis**.“

Viel Geschichte von Phil. Thanks.

## Matagot, Medusa & Co

Die Odynauten sind unter uns. Nach einer unglaublich langen und verspielten Odyssee sind sie nun sicher wie Astronauten auf der Erde gelandet und haben nur eine Mission: Neue Spiele kennen lernen. Nicht das Gewinnen macht sie glücklich, es ist das Spielen selbst. Steffen Ros ist gut Freund mit ihnen und in jedem Spiel von der **Odynaut Game Company** spielen sie eine Hauptrolle.

Will man sich als französische Firma den Namen einer fantastischen Kreatur geben, so ist es nur recht und billig, alle Drachen, Trolle und anderen Monster auszuschneiden, die nicht französisch sprechen. In der französischen Mythologie gibt es recht wenig Brauchbares. Aber es gibt **Matagot**, die magische Katze. Jeden Tag schenkt sie ihrem Frauchen oder Herrchen ein Goldstück. Das bezahlt man stückweise teuer

mit seiner Seele. Nichts ist gratis im Leben.

**Medusa Games** bedient sich der weltweit bekannten Medusa mit der stylischen Schlangenfrisur. Gesucht wurde ein fetziger Name mit der Möglichkeit, ein noch fetzigeres Logo damit zu gestalten. Inspiriert wurde Richard Denning – so erzählt er selbst –, durch ›Percy the lightning thief‹ mit seiner tollen Afrolook-Schlangenlocke.

Die Cartoon-Figur „Black Overcoat“ von Tony steht wohl Pate für das Logo von **Surprised Stare Games**. Mit überrascht und neugierig hochgezogenen Augenbrauen zieht der schwarze Übermantel in das nächste Abenteuer. Die Logo-Figur „Reg“ (**Raised Eyebrow Guy**) ist die freundlichere Variante des dunklen Trenchcoats. Leider hat sich die Abkürzung „SSG“ nicht eingebürgert. So muss nach wie vor nach „surprisedstaregames.co.uk“ getippt werden. Da haben sie den Mund ein wenig voll genommen, meint Alan mit hochgezogener Augenbraue.

Drachen dürfen dennoch hier nicht fehlen und leisteten indirekt einen nicht unerheblichen Beitrag zur Entstehung des Namens **Tasty Minstrel Games**. Inspiriert wurde der Verlagsbesitzer Michael durch Monty Python's „The Holy Grail“. In diesem Film wurden Robin's Minstrels – laut Wörterbuch mit Minnesänger oder Spielmänner zu übersetzen – von Drachen ver-speist. Sie dürften „g'schmackig“ gewesen sein. Mahlzeit!

Fortsetzung folgt.



Wenn einer eine Reise tut, dann kann er was erzählen. Wenn einer einen Verlag gründet, kann er das auch. Ob das "verlegte" Kind dann nach kurzer und intensiver Schwangerschaft oder nach langer und be-

schwerlicher Tragzeit das Licht der Spielwelt erblickt, ist zwar spannend, hier aber Nebensache. Hauptsache ist, das kreative Baby lebt, bekommt einen sprechenden Namen und – logo – ein Gesicht und man

trifft es Jahr für Jahr auf den Spielermessen der Welt wieder. Jedes Jahr ein wenig erwachsener und trotzdem verspielt wie am ersten Tag.

## WIE KAM DAS KIND ZUM NAMEN?

Verlagsnamenentstehungsgeschichten, erzählt von Jörg Domberger - Folge 6

### Brett ist board&game ist Spiel

Es gibt Verlage, die sich betont klar und deutlich geben und benennen. **Mesaboardgames** gehört dazu. Das spanische *mesa* steht für Tisch und das ist genau der Platz, wo die *boardgames* gespielt werden. Statt „Zur Suppe, es ist angerichtet“ heißt es eben „Zu Tisch, das Spielbrett liegt bereit, die Karten sind gemischt, die Würfel verteilt und die Spielerfarben zugewiesen“. Spiele statt Brot. Das Logo schlägt in die gleiche Kerbe: Ein stilisiertes M mit nach unten verlängertem Mittelstrich, das sowohl einen Tisch als auch einen Würfel darstellt und ganz oben drei Striche. Genau einen für jeden der drei Gründerväter.

Die coolen Finnen von **Lautapelit** reden auch nicht um den heißen Brei herum. „Lauta“ heißt Brett und „pelit“ heißt Spiele. Schon 1996 als „Safe Haven“ gegründet, vertrieben sie ursprünglich nur *Magic the Gathering*-Karten. Um das Jahr 2000 nahmen sie andere englische Spiele in den Vertrieb und 2004 wagten sie sich an die „Finnisierung“ von *Carcassonne*. Es wurde auch in Finnland ein Erfolg. Damit sollte aber auch ein neuer Firmenname her. Sie durchsuchten die noch verfügbaren domains und blieben bei „lautapelit.fi“ hängen.

Fast noch cooler ging „der Spieler“ Guillaume Besançon an die Sache heran. Er nannte seinen Verlag **Le Joueur** und verewigte sich selbst damit. Er ist selbst der Erste, der seine Spiele spielt. Na logisch. Der Würfel im Logo macht klar, worum es ihm geht.

Der kurze Russischkurs, den mir Timofey Bokarev von **Igrology** gab, lässt mich nun als Wissenden auftreten. „Igra“ ist das Spiel und „Igrology“ ist die gestrenge Wissenschaft von allem, was mit Spiel zu tun hat. Allgemein: *Ludology*, russisch: *Igrology*. Ein lebenslanges Studium ohne brauchbaren Abschluss.



## Wenn das Alphabet zuschlägt

**Abacusspiele** suchten einen Namen, der im Alphabet und damit in Verlagslisten „weit vorne“ steht. Das Internet stand 1989 noch nicht zur Verfügung, die Suche nach brauchbaren Begriffen gestaltete sich demnach mit den verfügbaren gedruckten Nachschlagwerken noch etwas „schwerer“ als heute. Dennoch wurde man beim Abakus fündig, dem 3000 Jahre alten, aber noch immer tollen Rechengerät, das bei den Römern zwischen den Kämpfen gegen die unbeugsamen Gallier auch für Spielereien seine Verwendung gefunden hat. Damit der Verlag alphabetisch noch weiter vorne steht wurde das späte „k“ durch ein frühes „c“ ersetzt. Kann so gewesen sein, muss es aber nicht.

## Im Dunkeln verborgen

2003 wurde der Shop **Rebel.pl** als Store mit allen Arten von Spielen gegründet. Er hätte auch *Imperium.pl*, *Republic.pl* oder ähnlich heißen können. Der Anspruch an den Namen war jedoch: leicht auszusprechen, leicht zu merken und leicht mit Spielen zu assoziieren – die einstimmige Wahl fiel auf **Rebel**. Erst Jahre später kam zu der Vertriebs- auch die Verlagstätigkeit dazu.

Auch **GEN X Games** entstand aus einem Shop. Spiele und Comics sind im „Generacion X“ zu kaufen. Knackig abgekürzt und danach mit „games“ wieder verlängert gibt es nun auch eigene Spiele unter dem (ialen) *Label X*.

## Giganten am Werk

Christoffer Krämer, der Bewahrer der riesigen Geschäftsbücher von **Gigantoskop**, offerierte gleich 14 (wohl nicht so ganz ernst zu nehmende) verschiedene Meinungen der 12 Verlagsgründer zur Entstehung der Firma. „Darf’s ein bisschen mehr sein?“ fragen die österreichischen Verkäufer an der Wursttheke schon mal. So denken auch die Kollegen von Christoffer: Immer ein wenig was extra dazu!

Der Name *Gigantoskop* ging als Abstimmungssieger einer internen Shortlist hervor. Ein Gigantoskop ist genau das Gegenteil von einem Mikroskop. Es hilft, riesige Dinge nicht zu übersehen. Wenn ein Spieler sagt „Ich sehe den Wald vor lauter Bäumen nicht“, genau dann braucht er ein Gigantoskop. Das hausintern entwickelte Logo drückt genau aus, was der Name sagt. Gigantisch.

## Arbeit und Entspannung

Für eingefleischte Nichtspieler ist schon eine Runde *Bluff* harte Arbeit und eine Partie *DKT* oder *Monopoly* wird als zu arge intellektuelle Herausforderung ohne zu zögern abgelehnt. Auch unter Vielspielern geht nicht jede Art von Spiel runter wie Öl und manches artet wirklich in „worxx“ aus. Das darf schon sein, sagte sich Uli Blennemann, und taufte seinen Verlag **Spielworxx**. Mit *Spielworxx*-Spielen muss man sich beschäftigen, auseinander setzen, sich auf sie einlassen. Außerdem steht „worxx“ für Manufaktor.

Nicole und Till haben den **Spieltrieb**. Der artet mitunter ein wenig aus, nicht in was der Schelm nun denken könnte, sondern in Arbeit. Im Vordergrund steht bei den beiden die Informationsvermittlung, egal ob es sich dabei um Promotionspiele oder Planspiele für die *Bildungsarbeit* (da ist das böse Wort schon wieder) handelt. Obwohl es *Spieltrieb* schon seit etwa 2005 gibt, kommen noch immer E-Mails mit „Liebes Team von Spiel-Be-Trieb ...“ *Spieltrieb* sitzt laut Till nicht zwischen sondern „auf allen Stühlen“. Auch wenn viele ernsthafte Menschen das Wort Spiel selbst noch immer für ein unnötiges Fremdwort halten. „Na, hör’n Sie mal?! Spiel??? Wir machen hier ernsthafte Arbeit!“

Uli, Nicole und Till haben die Arbeit mit im Boot, Dennis Merck von **Rielekst** die Entspannung. Die Holländer sind ja für die sprachliche Anleihe bei deutschen und englischen Begriffen bekannt. So hat sich das englische „relaxed“ als phonetisch angepasstes „rielekt“ etabliert und gleich als Verlagsname manifestiert. Das Logo, ein simpler Schriftzug, bietet mehr Inhalt, als im ersten Moment drinnen zu sein scheint. Die Buchstaben hängen zusammen wie handgeschrieben, lehnen entspannt ein wenig nach links und das Tüpfelchen auf dem „i“ ist ein Smiley. Der Schriftzug liegt ausgestreckt und gemütlich in der bunten Spiel Landschaft. Wie Menschen in der Hängematte. Rielekst eben.

Fortsetzung folgt.

## 32 Geschichten aus der Welt der Spieleverlage

entnommen: Spielmagazin frisch gespielt [www.frisch-gespielt.at](http://www.frisch-gespielt.at)



Rom wurde auf sieben Hügeln erbaut, die Menora hat sieben Arme für sieben Lichter, es gibt sieben Todsünden, sieben Weltwunder, den Film „7“ und die Wolke „7“. Die sieben Zwerge leben hinter den sieben Bergen und sieben Pfoten sind für Jenny unterwegs. Sieben ist eine tolle Zahl. Acht aber auch. Freuen Sie sich daher auf einen runden Abschluss der Serie mit Folge 8 in der nächsten Ausgabe.

Wenn einer eine Reise tut, dann kann er was erzählen. Wenn einer einen Verlag gründet, kann er das auch. Ob das "verlegte" Kind dann nach kurzer und intensiver Schwangerschaft oder nach langer und be-

schwerlicher Tragzeit das Licht der Spielwelt erblickt, ist zwar spannend, hier aber Nebensache. Hauptsache ist, das kreative Baby lebt, bekommt einen sprechenden Namen und – logo – ein Gesicht und man

trifft es Jahr für Jahr auf den Spielermessen der Welt wieder. Jedes Jahr ein wenig erwachsener und trotzdem verspielt wie am ersten Tag.

## WIE KAM DAS KIND ZUM NAMEN?

Verlagsnamenentstehungsgeschichten, erzählt von Jörg Domberger - Folge 7

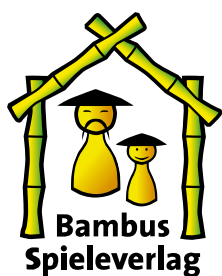
### Nomen est Omen

entnommen: Spielmagazin frisch gespielt 2/2015 [www.frisch-gespielt.at](http://www.frisch-gespielt.at)

CoSims, eingedeutscht Konfliktsimulationsspiele, haben zu meist kriegerischen Hintergrund und martialischen Charakter. Will man den Bezug zu Spielen dieses Genres schon im Verlagsnamen angedeutet wissen, braucht es keine göttliche Eingebung, um den griechischen Kriegsgott Ares „ins Spiel“ zu bringen und sich den Namen **Ares Games** zu geben. Witziges Detail am Rande: Auch der „künstlerische“ Name „Ars Games“ war im Gespräch, wurde aber wegen der möglicherweise unglücklich klingenden englischen Aussprache wieder verworfen.

Wargames spielen auch im Portfolio von **Ventonuovo Games** eine tragende Rolle. Das würde man im ersten Moment nicht vermuten oder erkennen, auch nicht im zweiten, denn Ventonuovo bedeutet frischer Wind und soll einen neuen Weg in die Welt der historischen Kriegsspiele weisen. Komplette aus Europa und ohne Papierkomponenten sollen sich die Spiele vom Markt abheben. Der Wind kann schon auffrischen, dem Material kann er wohl nichts anhaben.

Ähnlich wie die Italiener von Ares Games gingen die Polen von **Portal Publishing** im letzten Jahr des alten Jahrtausends an die Namensgebung heran. Der Name sollte Assoziationen von Science Fiction und Fantasy anklingen lassen. **Gate** war dafür ein heißer Taufkandidat, nicht zuletzt deshalb, weil die **Star-gate**-Filme topaktuell waren. Aber schließlich setzte sich Ignacy mit dem Hinweis „Not gate, portal!“ durch. Ein Portal ist eine Tür zu anderen Welten. Das passte perfekt und das tut es mehr als zehn Jahre später noch immer.





# Rund ums Spiel

## Unabhängig & innovativ

Travis wollte nicht nur sein eigenes Spiel *Triumvirat* ohne Einmischung von außen herausbringen, er wollte auch Anlaufstelle für andere Spiele-Entwickler mit ähnlichen Ansprüchen unter dem Label *Indie Boards and Cards* sein. Das Geschäftsmodell funktionierte jedoch nicht so wirklich. Im Jahr 2010 gründete er den Spieleverlag „Lone Oak Games, Inc“ und machte die Spiele für Essen 2010 fertig. Damit stellte sich die Frage nach dem Branding. Er entschied sich für den mittlerweile durch die Spiele *Triumvirat* und *Haggis* bekannt gewordenen Namen *Indie Boards and Cards* und betreibt seine Company weiterhin nachts und an Wochenenden als Ein-Mann-Unternehmen neben seinem Full-Time-Job. Mit dem kooperativen *Flash Point* hat er ein weiteres Top-Spiel im Angebot.

*Innovative Games Creation* ist – der Name würde es nicht vermuten lassen – ein deutscher Verlag. Mit dieser „name creation“ haben sich die Leute rund um Alexander die Latte ganz schön hoch gelegt. Welcher Verlag möchte nicht innovativ sein? INGC sehen es als ihr Motto, Spiele mit „neuem Spielgefühl und mit bisher vernachlässigten Aspekten des Spielerlebnisses“ zu machen.

## 2D6 und die Bambusmeeples

Der internationalisierte Name *2D6.EE* klingt eher nach der Freundin des legendären R2D2 als nach dem Namen eines Spieleverlags. In estnischer Landessprache wirkt 2D6.OÜ noch ein wenig fremder. Was dahinter steckt, ist einfach der Name von Aigars Team bei diversen – von ihm organisierten – spielerischen Outdoor-Veranstaltungen. Beim Verlagsstart 2012 erinnerte er sich daran und taufte seine Firma nach den zwei sechseitigen Würfeln *Two Dice Six* oder wie es estnisch heißen mag.

Gerhard und Günter wählten den Bambus als Namenspatron für ihre *Bambus Spiele*, weil die äußerlich eher schlichte Pflanze vielseitige Möglichkeiten bietet und mit inneren Werten besticht. Das sollten die Spiele auch. Die grafische Gestaltung wurde völlig vernachlässigt, was bei dem Spiel *Flaschenteufel* zu Kritik wie „Augen zu – und unbedingt kaufen!“ führte. Auch heute steht der Spielinhalt immer noch im Vordergrund, wird aber von nahezu adäquater Grafik unterstützt.

Manderl, Männchen, Figuren, Meeples. Die Spielfiguren haben sich vom simplen Pöppel zum Meeple mit Armen, Beinen, Rumpf und Kopf weiter entwickelt. Meeples leben in dunklen Spielekartons und nur hin und wieder dürfen sie das Licht über dem Spieltisch erblicken. Bereitwillig durchwandern sie Landschaften, schwimmen durch Flüsse, besetzen Burgen oder dokumentieren Eigentumsrechte durch ihre stille Anwesenheit. Es wurde Zeit, den Meeples ein Denkmal zu setzen. Der Dank gebührt Robert von *Among Meeples*. Der Name war der „am wenigsten gehasste“ aller an den Kühlschranks gehefteten Vorschläge. Der meistgehasste war wohl „Eurotrash“. Die Silhouette eines Meeples findet sich auch im Spiel *Colonies*. Die Handelslinien zwischen den Planeten stellen genau den Umriss dieses Meeple dar.

## Huch, glückliche Moskitos in Feuerland

*HUCH! & friends* ist eigentlich als Vertriebskooperation zwischen *Hutter Trade* und *Zoch* vor knapp 10 Jahren als HUCH gegründet worden. Zoch wurde mittlerweile an *Simba Dickie* verkauft und HUCH avancierte zum zweiten Standbein. Durch die verstärkte Zusammenarbeit mit internationalen Partnern und das Forcieren deutscher Nischenprodukte wurden viele Freunde mit an Bord geholt. Voilà: *HUCH! & friends*.

Freunde sind auch Bernd Brunnhofer und Kalle Schmiel. Auf der Suche nach einem Namen für den gemeinsamen Verlag stolperten sie über die Geschichte von Hans im Glück. Der Weg vom Goldklumpen zum Stein inspirierte sie zum Verlagsnamen *Hans im Glück*. Optimistisch, wie sie an die Verlagsgründung herangingen, wollten sie jedoch das Pferd von hinten aufzäumen und die Story von dem zum Schluss im Brunnen versenkten Stein zum Gold erleben. HiG ist aus der Spieleszene nicht mehr wegzudenken und auch Sohn Moritz schürft bereits seit einigen Jahren erfolgreich nach immer wieder durchblitzenden Nuggets.

Kalle hat später seinen eigenen Verlag *Moskito Spiele* nach dem begehrtesten Pferd im alten Pelikan-Pferderennspiel *Finish* getauft. Das Pferd war speziell am Spielbeginn wegen seiner Schnelligkeit sehr stark. Ich persönlich dachte eigentlich vor der aufklärenden Information, Kalles Verlag hieße so, weil bei Kartenspielen gestochen wird und Moskitos eben stechen. Sein Spiel *Was sticht?* schlägt in diese Kerbe, trifft sie damit aber nicht.

Auch bei *Mücke Spiele* hätte man einen ähnlichen Grund für die Namensgebung vermuten können. Auch daneben – hier handelt es sich um den Nachnamen Mücke ...

Moskitos gibt es überall. Auch in Feuerland, wohin Frank wohl nie in seinem Leben kommen wird. Vielleicht, oder genau deswegen, nennt er seinen Verlag *Feuerland Spiele*. Er verbindet damit Geheimnisvolles, Spannendes und Unbekanntes. Das Logo ist wie Feuer, brennt und ist damit nicht sehr originell, wie Frank meint. Mir persönlich gefallen sowohl Name als auch Logo.

Fortsetzung folgt.

Wenn einer eine Reise tut, dann kann er was erzählen. Am Ziel angekommen, kann der Reisende die Erlebnisse auf seinem Weg Revue passieren lassen, reflektieren und sich erinnern. Erinnern an tolle Men-

schen, interessante und spannende Geschichten, sehr viele freundliche und wohlwollende Mails und nur ganz wenige unerfreuliche und ablehnende. Einige dieser High- und Lowlights, gemixt mit ein paar Neu-

vorstellungen, finden sich in diesem abschließenden Teil 8.

Für alle, die Spaß an dieser Lektüre hatten, sei gesagt: Es ist etwas Neues in Planung!

## WIE KAM DAS KIND ZUM NAMEN?

Verlagsnamenentstehungsgeschichten, erzählt von Jörg Domberger – Folge 8

### Frostig und unterkühlt

Erst in diesem Jahr wurde **Frosted Games** gegründet. Dabei handelt es sich aber (noch) nicht um einen klassischen Verlag, sondern um einen „Verlag, der Spieleverlage unterstützt“. Der Name sowie das Logo sollen dies andeuten. Das amerikanische „Icing on a Cake“, der Zuckerguss, den man auf Donuts gerne auch als das „Frosting“ bezeichnet, drückt dabei aus, was Matthias sein will. Das Sahnehäubchen auf der Torte, das geriebene Trüffelchen auf der Pasta. Das Logo von Frosted Games, die Spieleschachtel mit Zuckerguss und eine vom Grafiker dazu servierte Cock-

tailkirsche (quasi das Tüpfelchen auf dem i), passen perfekt. Der bereits erhältliche Weihnachtskalender mit einer Menge Spiele-Goodies ist ebenso genau zum Geschäftsmodell maßgeschneidert. Wie im Intro erwähnt, bekam ich viele sehr nette Antwortmails mit teilweise wirklich umfassenden Entstehungsgeschichten. Gigantisch, wie viele Stories mir beispielsweise *Gigantoskop* (nachzulesen in fg 1/2015) auftischte. Andere Anfragen wurden, wie etwa von John Bohrer von **Winsome Games**, sehr kurz beantwortet: „Our games are charming and intelligent, Jörg. *Winsome Games* is a much better name than

„Charming and Intelligent Games‘. OK?“. Meine Bitte „... would you be so kind ...“ um ein Logo wurde mit „No, Jörg“ abgelehnt. Das ist weder „charming“ noch „intelligent“, das ist „unfriendly“ und „unpolite“.

### Unabhängig & innovativ

Während der letzten drei Jahre, in denen diese achteilige Serie entstand, verschwanden auch einige Verlage von der Bildfläche, oder besser vom Spielplan. Weggeputzt, ausradiert, stillgelegt. **Tuonela** aus Finnland, der kleine Verlag von Jussi Autio, existiert ebenso nicht mehr wie **Chili Spiele** mit der heißen Schote im Logo oder **Treefrog**

{Loo-Loo-Looser}  Games



# Rund ums Spiel

*Games*, der sich früher viel martialischer *Warfrog Games* nannte und nun nur mehr als Spielestudio fungiert.

Einige Verlage reagierten gar nicht auf meine Anfrage bezüglich Gründungsgeschichten und Verlagslogo. Hier die unvollständige Liste:

*WizKids, What's your game?, University Games, Stragoo Games, Sierra Madre Games, Sphinx Spieleverlag, Revision Games, Red Glove, Queen Games, Pandasaurus Games, Black Dice Games, Dice hate me, Bezier Games, Bombyx, Brain-Games, Albe Pavo Games, Cubicle 7, This is a cow.*

Als Entschuldigung mag gelten, dass vielleicht auch einige Firmen dieser Liste während meiner Reise durch die Spielelandschaft aus dieser verschwanden.

Die Gründe dafür können vielfältig sein. Die Verlagslandschaft ist recht inhomogen. Sie wird von einigen Platzhirschen dominiert und Nischenprodukte verkümmern und verstauben leider in diesen. Unterrepräsentiert überleben diese Klein- und Kleinstverlage nur, wenn ein Hype ihre Spiele ins Blickfeld der Spielercommunity spült. Steuerbar ist das nicht, schon gar nicht über Crowdfunding mit *startnext*, *kickstarter*, *Spielleschmiede* und *Co.* Es wird mit *stretch goals* und *goodies* geworben, letztlich bleibt aber das Endprodukt oft unter den Erwartungen der spendablen und risikobereiten Finanziers. Die redaktionelle Bearbeitung, wodurch professionelle Verlage ihre Prototypen letztendlich produktionsreif machen, wird bei vorfinanzierten Schwarmspielen häufig schmerzlich vermisst. Schlechte Regeln und billiges Spielmaterial bei hohem Preis sind zwar nicht die Re-

gel, aber auch nicht die Ausnahme. Und es soll sogar schon Crowdfunding-Projekte gegeben haben, die nach erfolgter Finanzierung ohne Lieferung im Sand verließen und Prozesse von geprellten Spielefans nach sich zogen.

## „ebbes“ Schwerkraft

Die Schwerkraft ist eine anziehende Sache. Die Spiele vom Verlag *Schwerkraft* sollen ähnlich agieren und Spieler anziehen. Das ist der Plan von Carsten Reuter und Co. Außerdem wollen sie mit dem Namen schon einen deutlichen Hinweis auf das Verlagsportfolio machen: Spielerische Schwergewichte sind im Angebot. Das ursprünglich zu technische Logo mit Koordinatensystem, perfekt auf einen Schulbuchverlag für Physikbücher passend, wurde kurz vor Verlagsstart verworfen und gegen den *Magma-Planeten*, der mit Schwerkraft selbigen Schriftzug quetscht, ausgetauscht. Eine gute Entscheidung, wie ich meine.

Eine perfekte Entscheidung für Claus Geis war es, sein Spiel „ebbes“ in dem von ihm einzig und allein dafür gegründeten Verlag *PALATIA SPIELE* selbst zu veröffentlichen. Als Pfälzer mit Leib und Seele war es ihm wichtig, ein durch und durch pfälzisches Produkt zu machen. So ist nicht nur der Spielertitel (ebbes = etwas), sondern auch das Logo stark lokal gefärbt. Der Pfälzer Wald im Hintergrund, davor ein Turm, der für die Burgen der Pfalz, aber auch den Turm beim Schach steht und der „wein“rote Hintergrund des Schriftzugs selbst. Dass *PALATIA* für *PFALZ* steht sollte mittlerweile auch klar geworden sein.

## Kein alter Hut

Die drei Verrückten mit Hut hinter *Rat Hat Games* haben sich zur Aufgabe gemacht, Spiele zu verlegen „...die sich niemand sonst zu machen getraut...“. Immer wieder zaubern sie seltsame Produkte aus dem Hut. Thematisch zumeist im spielerischen Niemandsland angesiedelt (auf der Müllkippe, im Fegfeuer oder als Bakterie im Darm) und mit entsprechend kultiger Grafik erfreuen sie durch Kleinstauflagen von maximal 100 Stück das Sammlerherz.

*LOO-LOO-LOOSER Games* mit Sitz im Zentrum der amerikanischen Provinz Maine verfolgt einen ganz anderen Ansatz. Alle Spiele des kleinen Verlags, der komplett auf jede Internetpräsenz verzichtet und nur über Mundpropaganda bekannt wurde, küren den eigentlichen Verlierer des Spiels zum Sieger. Verdrehte Welt, könnte man meinen. Natürlich sind die Spiele jedoch auch mit verkehrten Maschen gestrickt und Verlieren ist eigentlich Gewinnen. Und nachdem alle Spieler verlieren wollen ist der Gewinner der Verlierer. Oder anders herum. Oder auch nicht. Oder doch.

## Kein Ende in Sicht

Wie oben erwähnt, gibt es einige Verlage nicht mehr, andere wurden umbenannt (*Jactalea* beispielsweise heißt nun *Blue Orange Games*) und sehr viele neue wurden gegründet. Es ist kein Ende in Sicht, das Kommen und Gehen bleibt uns erhalten.

Die Artikelserie ist zwar vorbei, das verspielte Leben aber geht weiter – *C'est la vie!*