merz | medien + erziehung | Arnulfstraße 205 | 80634 München
| fon 089.68989120 | merz@jff.de | www.merz-zeitschrift.de
| ISSN 0176-9418

merz
ZEITSCHRIFT FÜR MEDIENPÄDAGOGIK

Wolfgang J. Fuchs: Faszination Comics

Der Direktor der Frankfurter Buchmesse, Lorenzo A. Rudolph, bezeichnete den diesjährigen Themenschwerpunkt Comics als „die augenfälligste Neuerung" bei der Messe. In den letzten Jahren habe sich „aus der Kunst der Sprechblasen ein Medium der Populärkultur und ein weltweiter Markt entwickelt", der mit Vorträgen, Diskussionsrunden, Live-Aktionen, Marktstudien und Ausstellungen im Comic-Zentrum vorgestellt werden soll, das als langfristiges Projekt die Buchmesse drei Jahre lang begleiten wird.Ein wenig klingt das so, als wären die Comics für die Buchmesse noch einmal neu erfunden, zumindest aber gerade erst neu entdeckt worden. Dabei waren sie in den letzten Jahrzehnten dort immer schon vertreten, wenn auch nicht solchermaßen im Mittelpunkt. Die Buchmesse war in der Vergangenheit nicht nur ein Umschlagplatz der Buchlizenzen, sondern seit vielen Jahrzehnten auch ein Umschlagplatz der internationalen Comic-Literatur. Die bunten Stände der Comic-Verlage müssen aber jemand so sehr aufgefallen sein, dass man beschloss, die Comic-Verlage nicht mehr nach Sparten zu sortieren und über die ganze Buchmesse zu verteilen. Die großen Verlage waren zwar immer noch an ihren Stammplätzen zu finden, aber man konnte sie heuer ein zweites Mal in trauter Nachbarschaft mit den kleineren einschlägigen Verlagen um das Comic-Zentrum gruppiert antreffen.

Die Eröffnung des Comic-Zentrums durch Lorenzo Rudolph, Paul Levitz, den Executive Vice President und Publisher DC Comics, sowie durch den japanischen Botschafter machte deutlich, dass es der Buchmesse mit dem Bemühen um die Comics ernst ist. Eine schöne Geste war, dass Levitz das Zentrum dem unlängst verstorbenen Comic-Genius Carl Barks widmete, interessant der Hinweis des japanischen Botschafters, dass die japanischen Comics, die so genannten Mangas, ihren großen Erfolg dem Umstand verdanken, dass wenig finanzkräftige junge Leute sich mit den Mangas zu aktuellen gesellschaftlichen Problemen äußern können, was auch den Erfolg dieser Comics ausmacht.Die Diskussionsrunden und Workshops vertieften verschiedene Aspekte der Comics und dienten auch der Informierung jener Buchhändler, die sich immer noch schwer damit tun, Comics in ihre elitären Regale zu integrieren. So befasste sich der Comic-Buchhändler Wolfgang Strzyz, der überaus rührig und geschickt den Ablauf der ganzen Veranstaltung betreute, nicht nur mit der deutschen Comic-Geschichte, sondern machte auch Buchhändlern klar, was im Comic-Sektor Long- und Bestseller sind, die auch der durchschnittliche Buchhändler anbieten könne.

Bei der Diskussion um die Zukunft der Comics in Deutschland durfte man erfahren, dass die Comic-Verleger nicht mehr so düster in die Zukunft blicken wie noch vor einigen Jahren. Der Markt hat sich in den letzten Jahren konsolidiert. Es gibt neben dem Buchmarkt, der vor allem auf der Buchmesse interessiert, wieder einen Zeitschriftenmarkt für Comics, der allerdings stärker von Aktion und Reaktion geprägt ist als früher. Michael Müller vom Dino Verlag wies darauf hin, dass in seinem Haus Comics besonders im Medienverbund produziert werden. Comics zu Filmen und TV-Serien sind en vogue und werden 'mit heißer Nadel gestrickt'. Die entsprechenden Hefte sind nicht für die Ewigkeit konzipiert. Erlahmt das Interesse an einer Serie, wird die zugehörige Heftreihe gnadenlos eingestellt.Von Michael F. Walz vom Ehapa Verlag konnte man erfahren, dass sich Ehapa nach wie vor überwiegend als Lieferant des Zeitschriftenhandels sieht und die Buchproduktion nur zehn Prozent des Umsatzes ausmacht. Walz bestätigte erstmals offiziell, was man sich ohnehin leicht selbst ausrechnen konnte: Der Auflagenrückgang des Flaggschiffs „Micky Maus" ist letztlich darauf zurückzuführen, dass Ehapa in den letzten Jahren fast die gesamte Konkurrenz an Kinder-Comicthemen an sich gezogen hat. Und je mehr man als Verlag sein Zeitschriftenangebot diversifiziert, desto eher muss damit gerechnet werden, dass traditionell gut verkaufende

kopaed verlagsgmbh | Arnulfstraße 205 | 80634 München
kopaed verlagsgmbh | fon 089.688 900 98 | info@kopaed.de | www.kopaed.de

Titel Einbußen erleiden, weil es neben der Vermehrung der Titel nicht gleichzeitig eine wunderbare Vermehrung der Kaufkraft gibt.Speziell auf dem Sektor der Mangas hat Ehapa zudem solch rasante Zuwächse, dass in einem Hochglanzprospekt dreisprachig (Deutsch, Englisch, Japanisch) auf die neue Abteilung Egmont Manga & Anime Europe GmbH hingewiesen wurde, die entsprechende Kooperationen zwischen Japan und Deutschland besser bündeln soll.

Nicht uninteressant auch, was Chuck Rozanski, der Chef von Mile High Comics, der größten Comic-Handlung der USA, über Comics und Internet zu sagen hatte: in Zukunft könne mit Comics im Internet nur ein Geschäft gemacht werden, wenn sie dort gratis bleiben. Er plädierte für ein Sponsoring der Arbeiten von Internet-Zeichnern durch die Comic-Verlage, um durch die Zahl der Besuche auf den jeweiligen Websites die 'Renner' herausfiltern zu können, die man dann später im greifbareren Medium Buch verkaufen könne.Während der Buchmesse wurde auch der erste Online-Comic-Award verliehen. Elke Reinhart gewann diesen Preis für ihr Werk „Nachschlag", das auch den Sonderpreis für bestes Artwork erhielt. Nähere Einzelheiten zu den Online-Comics findet man auf der Website www.ocx-award.de. In diesem Zusammenhang sei auch erwähnt, dass der ORF auch auf dem Sektor Online-Comics tätig ist. Nähere Informationen und die Online-Comics findet man unter comics. orf.at (ohne vorangestelltes www).

kopaed verlagsgmbh | Arnulfstraße 205 | 80634 München
kopaed verlagsgmbh | fon 089.688 900 98 | info@kopaed.de | www.kopaed.de