

COMIC EXPANSION2

27. + 28. 9. 2024

ZENTRALBIBLIOTHEK
BOCHUM

READER ZUR FACHKONFERENZ
ÜBER COMIC/MANGA-KULTUR
IN DEUTSCHLAND



COMIC EXPANSION2

27. + 28. 9. 2024
ZENTRALBIBLIOTHEK
BOCHUM

Eine Veranstaltung der Stadtbücherei Bochum, des Literarischen Colloquiums Berlin e.V. und des Deutschen Comicvereins e.V. Gefördert durch den Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien (BKM) und durch die Berthold Leibinger Stiftung.

Inhalt

I Vorwort

II Workshop-Protokolle

- 10 Kulturelle Bildung – Comics/Manga erklären die Welt
- 14 Bibliotheken & Comics/Manga
- 22 Manga – Alles gut beim Klassenprimus?
- 26 Comic/Manga-Publizistik weiterdenken
- 30 Inklusion/Diversität

III Best practice / Status quo

- 35 Comic ahoi! – Leseförderung mit Comics
- 41 Die Comic-AG – Zeichenspiele und mehr
- 43 Comics als kreatives Tool für Empowerment und Teilhabe – zwei Workshopformate von Workshöpfen
- 46 Comicspezifische Mikroförderung – der FondsBeton des Deutschen Comicvereins e.V.
- 48 24-Stunden-Comic am Wannsee – Comic/Manga im Literarischen Colloquium Berlin
- 51 Comics für Respekt und Toleranz – ein kulturelles Bildungsprojekt an Goethe-Instituten in Deutschland
- 52 Comics/Manga in spanischen Bibliotheken – ein Streifzug durch die Biblioteca Ignasi Iglésias, Can Fabra Kulturzentrum, Barcelona

IV Fachartikel

- 58 Zerplatzte Träume und neue Chancen – Manga-Produktion in Deutschland

V Reden / Interviews

- 69 Die gegenwärtige gesellschaftspolitische Kraft des Comics am Beispiel der Türkei – Keynote Speech der türkischen Comic-Legende Oky
- 77 Die Erfindung des Comic-Konzerts – Gespräch mit dem israelischen Komponisten und Pianisten Itay Dvori

VI Branchenbuch

- 83 Die deutsche Comic-Szene im Überblick – Die wichtigsten Adressen

VII Anhang

- 100 Autor•innen
- 102 Danksagung / Impressum



Bildimpressionen aus den beiden Tagen der Fachkonferenz und dem Abendprogramm.
Alle weiteren Informationen zu den Veranstaltungstagen 27. und 28. September 2024
mit allen Programmpunkten finden Sie auf:

>>> www.comicexpansion.de

Zusammen ist man weniger allein

Text: Axel Halling (Vorsitzender des Vorstands des Deutschen Comicvereins e.V.)

„Ich habe mir das Paradies immer als eine Art Bibliothek vorgestellt.“
– Jorge Luis Borges (argentinischer Schriftsteller, 1899–1986)

Natürlich sollte es hier um Comics gehen, aber ich möchte zunächst mit einem Lied beginnen – einem Loblied auf die Bibliothek! Tatsächlich gibt es eine ganze Reihe solcher „Library Songs“, die im bodenlosen Internet sogar in verschiedenen Song-Compilations angeboten werden.¹ Inhaltlich geht es bei den meisten Liedern um jene – dem Klischee nach introvertierten – Menschen, die sich in den Büchereien tummeln, um zu lesen, zu forschen, nachzudenken, zu arbeiten oder einfach, um für eine Weile einen Ort der Ruhe genießen zu können. In Variation eines bekannten Wiener Zitats über das Kaffeehaus ist die Bibliothek manchmal der „Ort für Menschen, die alleine sein wollen, dafür aber Gesellschaft brauchen“.

Ende September 2024 galt das Motto ‚Zusammen ist man weniger allein‘ auch für die vielen Nerds, die aus ganz Deutschland zur COMICEXPANSION (CEXP) nach Bochum reisten, wohin die dortige Stadtbücherei eingeladen hatte. Das großzügige Gebäude aus dem Jahr 1980 war ein idealer Ort für die zweite Veranstaltung dieser Art, eine Fachkonferenz für alle, die sich mit den Perspektiven der Comic-, Manga- und Graphic-Novel-Kultur in und aus Deutschland beschäftigen und miteinander darüber sprechen möchten.

In sehr unterschiedlichen Formaten bot die Konferenz nach ihrem Debüt 2022 im Literarischen Colloquium Berlin, am Wannsee gelegen, erneut einen Rahmen, Comic/Manga in Ausstellungen, Konzerten, Paneldiskussionen und anderen Formaten vorzustellen und zu diskutieren. Vor allem die direkten Gespräche, das Kennenlernen, Sich-Informieren und Vernetzen machten den Mehrwert des zweitägigen Treffens aus.

Die zentrale Lage der Stadtbücherei Bochum im Ruhrgebiet, und damit in der bevölkerungsreichsten Region nicht nur Nordrhein-Westfalens, sondern ganz Europas, ermöglichte besonders den vor Ort Aktiven die Teilnahme. Inhaltlich bildeten, wie schon bei der ersten CEXP, die thematischen Fachworkshops das Rückgrat der Konferenz:

- Der Workshop 1 „Kulturelle Bildung – Comics und Manga erklären die Welt“ wurde von Dr. Farriba Schulz moderiert, die am Institut für Erziehungswissenschaften der Humboldt-Universität zu Berlin lehrt und forscht. In diesem Workshop erörterte die Arbeitsgruppe, inwieweit Comics/Manga in der Lage sind, komplexe Sachverhalte jeder Zielgruppe verständlich wie unterhaltsam näher zu bringen, und wie Vorbehalte gegenüber dem Medium in der Pädagogik, der Mediennutzung und der Vermittlung von Allgemeinbildung überwunden werden können.
- Der Workshop 2 „Inklusion/Diversität“ wurde wegen der Erkrankung der Moderatorin Lara Keilbart, die als freischaffende Journalistin und Podcaster arbeitet, für Bochum abgesagt und zu einem späteren Zeitpunkt im Literarischen Colloquium Berlin nachgeholt. Der Workshop untersuchte in einer offenen Diskussion die Frage nach mehr Teilhabe von marginalisierten Personen in der Comic/Manga-Produktion und -verbreitung und erarbeitete Konzepte, um gesellschaftlich marginalisierte Künstler:innen und Geschichten in der Comic/Manga-Welt und Öffentlichkeit abzubilden.
- Gemeinsam mit der Japanologin und Comic/Manga-Übersetzerin Dr. Verena Maser diskutierten die Teilnehmenden des Workshops 3 „Manga – Alles gut beim Klassenprimus?“, wie gut sich die kommerziell aktuell erfolgreichste Variante tatsächlich schlägt, und was dies sowohl für die Szene als auch die Rezeption in Deutschland bedeutet.

- Meheddiz Gürle, Bibliotheksdirektor der Stadtbücherei Bochum und damit Gastgeber der Gesamtveranstaltung, moderierte den Workshop 4 „Bibliotheken und Comics/Manga“, um gemeinsam herauszufinden, mit welchen Ideen, Konzepten und Formaten eine noch kreativere Zusammenarbeit zwischen den über 9.000 Büchereien und der Comic/Manga-Szene in Deutschland entstehen könnte.
- Im Workshop 5 „Comic/Manga-Publizistik weiterdenken“ diskutierten unter der Moderation des Journalisten, Sachbuchautoren und Publizisten Frank Schäfer die Teilnehmenden alle bisherigen und künftigen Wege und Möglichkeiten, den Comic/Manga medientauglich und niedrigschwellig zu größerer Bekanntheit und Selbstverständlichkeit in der Öffentlichkeit zu führen.

Begleitet wurde dieses straffe Arbeitsprogramm von einem vielseitigen, comic/manga-affinen Kulturangebot: Der in Berlin lebende, türkische Comic-Zeichner Oktay „Okky“ Gençer hielt eine fesselnde keynote speech zur gesellschaftspolitischen Kraft des Comics in seinem Heimatland, eine Gesprächsrunde diskutierte einzelne Fragen der kulturellen Bildung und des Comics/Mangas, ein anderes Panel widmete sich den Herausforderungen der Künstlichen Intelligenz auf die Szene. Ralf Singh, Comic-Künstler und Ruhrgebietler, teilte seine Erfahrungen als CEXP-Stipendiat im Literarischen Colloquium Berlin. Am ersten Abend lud der israelische Pianist Itay Dvori zum Comic-Solo-Konzert „Comic Collection“ ins Bochumer Rathaus ein, am zweiten Abend beschloss der Bochumer Multiinstrumentalist Benjamin Stein die Gesamtveranstaltung mit einem Konzert. Während der gesamten CEXP 2024 konnten die

Teilnehmenden sich in den Räumlichkeiten der Stadtbücherei die Jubiläumsausstellung „10 Jahre ‚Die besten deutschen Comics‘“ der Preisträger·innen des Max- und Moritz-Preises und die „Meisterwerke der Weltliteratur – als Comic“ des MOGA MOBO-Kollektivs rund um den Comic-Künstler Titus Ackermann ansehen. Es gab auch erneut ein Graphic Recording des gesamten Geschehens, das der Kölner Illustrator und Comic-Künstler Daniel Herrmann übernahm.

Nach dieser Übersicht bleibt nur noch, etwas scheinbar Selbstverständliches festzuhalten. Vor 15 Jahren schrieb der deutsche Comic-Wissenschaftler Matthias Harbeck: „Comics und deutsche Bibliotheken blicken auf keine Liebesgeschichte zurück.“ Die CEXP in Bochum hat bei allen bestehenden Herausforderungen gezeigt, wie viel Positives inzwischen geschehen ist: Bibliothek meets Comic/Manga meets public. Ganz im Sinne des US-amerikanischen Bibliothekars R. David Lankes, der schreibt: „Bad libraries build collections, good libraries build services, great libraries build communities.“²

Danke an alle, die an der CEXP 2024 beteiligt waren und diese gefördert und unterstützt haben, und die letztlich zum Gelingen dieser großartigen Veranstaltung beitrugen: Das Bundesstaatsministerium für Kultur und Medien, die Berthold Leibinger Stiftung, die Stadt Bochum, die Teams der Stadtbücherei Bochum, des Literarischen Colloquiums Berlin und des Deutschen Comicvereins e.V., und selbstverständlich all den zahlreichen Gästen, die an den beiden Tagen so angeregt wie anregend mit dabei waren.

Bis zur nächsten COMICEXPANSION!

-
- 1 Vgl. hierzu z. B.: Library Songs – Eine Compilation – LIBREAS. Library Ideas, Ten Songs about Libraries and Librarians | The New York Public Library >>> www.libreas.eu/ausgabe13/007bor.htm, www.nypl.org/blog/2017/04/18/songs-libraries-librarians
 - 2 R. David Lankes (Professor and Director of the School of Library & Information Science at the University of South Carolina, the Follett Chair at Dominican's Graduate School of Library & Information Science, and recipient of the American Library Association's 2016 Ken Haycock Award for Promoting Librarianship) >>> www.librarianshipstudies.com/2018/05/quotes-libraries-librarians-library-information-science.html

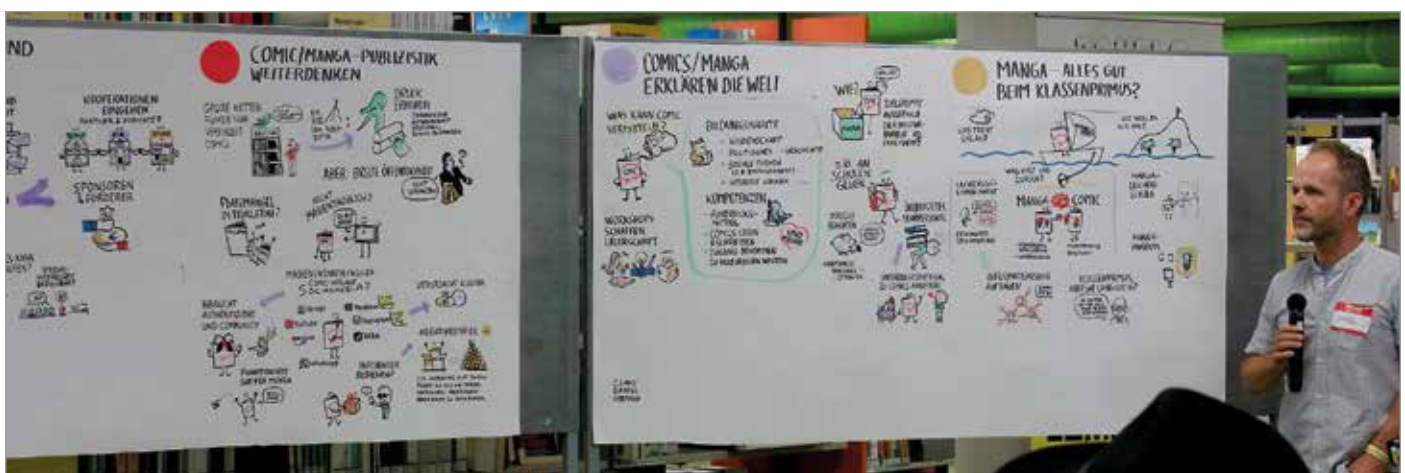


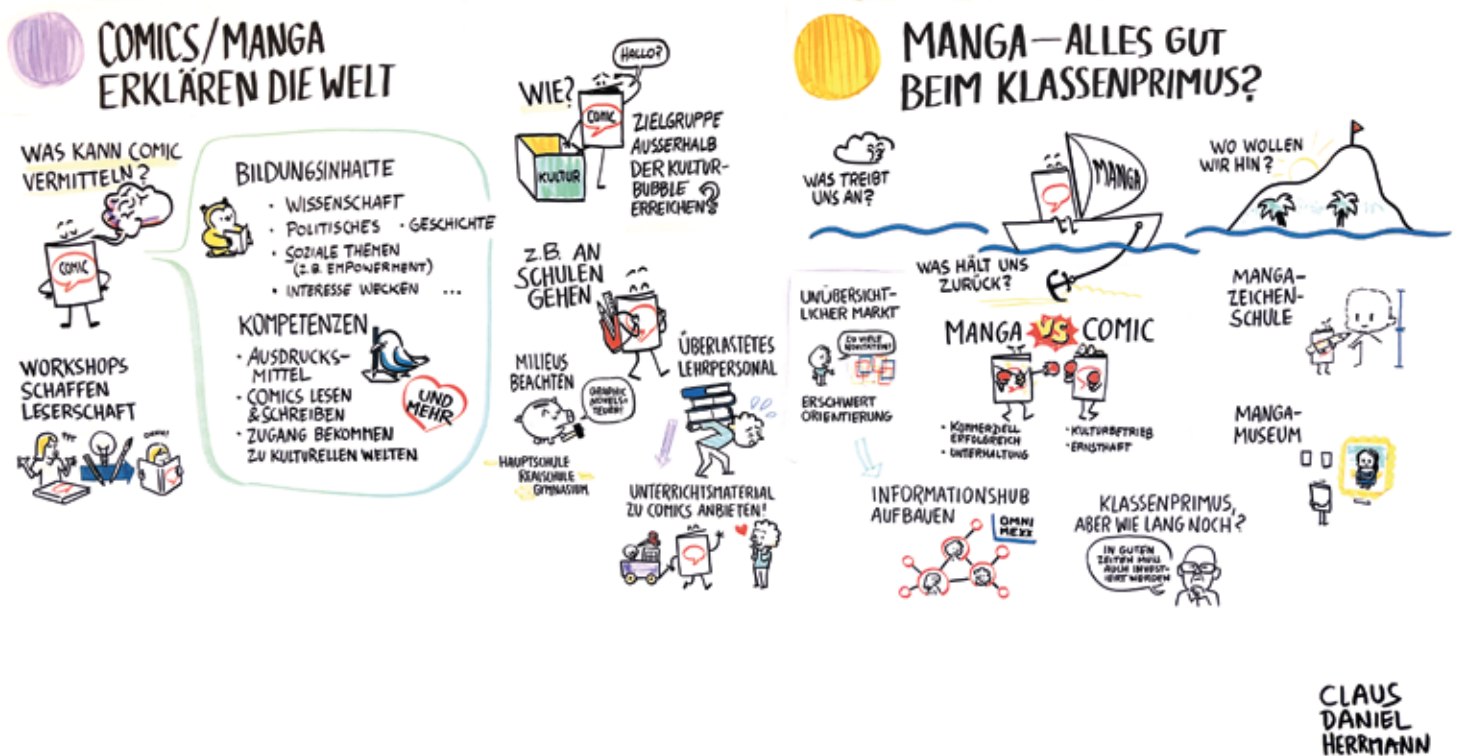
II – Workshop-Protokolle

BIBLIOTHEKEN UND COMICS/MANGA



COMIC/MANGA-PUBLIZISTIK WEITERDENKEN





Claus Daniel Herrmann

hat die Workshop-Ergebnisse der beiden Tage zeichnerisch festgehalten.

Claus Daniel Herrmann wurde 1981 in Köln geboren. Neben der Tätigkeit als Comiczeichner arbeitet er vorwiegend als Illustrator – u.a. für den städtischen Kulturbetrieb und für Bildungseinrichtungen. Als Künstler ist er in verschiedenen Kollektiven tätig und zeigt Arbeiten im öffentlichen Raum. Dabei fließen sowohl sein gestalterisches Können in 2D und 3D als auch sein technisches Know-How in der Programmierung von Game-Engines, VR-Brillen und Micro-Controllern ein. Bisher sind von ihm folgende Comic-Publikationen erschienen: „In Our Garden“ (2012), „Warum bleiben wir alle Zuhause? – ein Corona-Kinderbuch in 24 Sprachen und Dialekten“ (2020), „In Comics durch Köln“ (2021) und zuletzt „Pinke Monster“ (2024).

>>> www.clausdanielherrmann.de

Kulturelle Bildung – Comics/Manga erklären die Welt

Moderation/Text: Dr. Farriba Schulz (Humboldt-Univ. zu Berlin)

„In dem Workshop können wir mit Bezug auf unterschiedliche Anwendungsbereiche – z. B. Wissenschaft, Politik, Journalismus – und die jeweiligen Zielsetzungen, Zielgruppen und didaktischen Orte das Potenzial von Comics und Mangas diskutieren, uns die Welt erklären zu können.“

– Dr. Farriba Schulz

Teilnehmende:

Titus Ackermann (Verleger, Künstler), Darius Davar (DBDC, Museumsleitung), Anna Gabai (Bildung, Kulturvermittlung), Jonas Grund (Projektleiter „Comic in Bayern“), Lydia Heymach (Mediendesign, Comiczeichnerin), Heiko Koch (Partnerschaft für Demokratie), Annette Köhn (JaJa Verlag), Don Kringel (Comiczeichner), Lisa Neun (Comiczeichnerin, Comicmuseum Erlangen), Katja Rausch (Kulturamt Erlangen), Alexander Samsz (Grafik Design, Journalist, Veranstalter), Mona Schütze (Deutscher Comicverein, Stadtbibliothek Friedrichshain-Kreuzberg, Berlin), Sebastian Stamm (Hochschule Ansbach), Sebastian Strombach (Künstler, Comicstammtisch Renate)



Die kulturelle Bildung und ihre Vermittlung ermöglicht in unterschiedlichen Lern- und Erfahrungsräumen, einer Vielfalt von Adressat:innen mit diversen Angeboten, die Auseinandersetzung zwischen Welt und Selbst zu reflektieren. Entsprechend ihrer spezifischen Teilfelder bieten die unterschiedlichen Kulturinstitutionen und Vermittler:innen Zugang zu und Teilhabe an einer Vielfalt an Künsten, Kulturen und medialen Symbolwelten.

„Kulturelle Bildung beschränkt sich daher nicht darauf, Praktiken, Techniken und Symbolbestände, wie sie für unterschiedliche Künste – etwa die Literatur, den Tanz oder Musik – konstitutiv sind, pädagogisch zu vermitteln. Vielmehr begreift sie die Kultur auch als Medium, innerhalb dessen sich Bildungsprozesse in bestimmten – etwa schulischen – Ordnungen ganz allgemein vollziehen.“ (Dederich & Dietrich 2022: 137)

„[G]rundsätzliche und selbstbestimmte kulturelle Teilhabe (zu der auch das Comic-Angebot gehört)“, wie es Dietrich Grünewald beschreibt (2022: 18), ermöglicht Ästhetische Erfahrung, Kunst zu genießen, unterhalten zu werden, Meinungen

zu bilden, und über mögliche Welten bzw. Wirklichkeitsmodelle reflektieren zu können. Gerade der Comic als Medium zwischen Schriftlichkeit und Bildlichkeit stiftet multimodal Bedeutung und ermöglicht Wissenstransfer und Wissenskonstitution symmedial.

Interessant ist in Bezug auf kulturelle Bildung in der Schule, wie die Rahmencurricula bzw. Bildungspläne der unterschiedlichen Bundesländer den Comic aufgreifen. Denn das, was in Schulen als Bildungsinhalte gesetzt wird, gilt als relevant, wichtig und bedeutungsvoll. In den Bildungsstandards für das Fach Deutsch Primarbereich der Kultusminister Konferenz taucht der Comic auf, wenn es darum geht, dass Schüler·innen „über ein grundlegendes Orientierungswissen zu Texten unterschiedlicher medialer Form, Textsorten und Gattungen“ verfügen sollen, um „typische Beispiele einer Gattung“ zuordnen zu können. Als Textsorte wird explizit der Comic genannt. Im Rahmencurriculum von Berlin/Brandenburg für das Fach Deutsch ist z.B. festgehalten, dass Schüler·innen „[v]on Beginn des Leselernprozesses an“ „einem breiten Textangebot in verschiedenen Medien“ begegnen. Dabei sollen Schüler·innen in die Lage versetzt werden, „Texte und Medien entsprechend dem Leseanlass und der Informationsabsicht gezielt“ auswählen und „ihre persönlichen Vorlieben, Interessen, Fähigkeiten und Erfahrungen mit Texten und Medien“ (RLP C, 5) reflektieren zu können. Neben dem Bilderbuch, der Bildergeschichte, dem Film, dem Hörspiel und dem Hörbuch ist von der Eingangsstufe bis hin in die Sekundarstufe explizit auch der Comic (RLP C, 35) bzw. die Graphic Novel (RLP C, 39) vorgesehen. Im Rahmencurriculum für NRW wird ebenso für das Fach Deutsch z.B. in der Primarstufe der Comic neben Gedicht, Märchen und anderen als Textform genannt, „deren Gebrauch im Unterricht anzuregen ist“ (LP NRW 2021: 30). Im Rahmencurriculum für Bayern für das Fach Deutsch in der Primarstufe wird als Kompetenzerwartung formuliert, dass Schüler:innen Lernstoff „in andere Textsorten oder mediale Darstellungsformen (z. B. Fabeln in Comics, Filmszenen in Tagebucheinträge, Buchszenen in Hörspiele)“ übertragen und die Besonderheiten des jeweiligen Mediums beschreiben können sollen (LP Bayern 2024: 165). Im Bildungsplan von Hamburg für die Grundschule für das Fach Deutsch werden Comics genannt, wenn es darum geht, dass neben Kinderbüchern und Bilderbüchern Comics als

Teil der Kinderliteratur bereitgestellt werden müssen, um ein vielfältiges Text- und Medienangebot zu gewährleisten (2022: 45).

Der Comic wird also längst im Kontext von Leseförderung und Literaturvermittlung in der Schule in seinem Potential wahrgenommen, unterschiedliche Funktionen des Lesens gerecht zu werden und diese befriedigen zu können– entsprechend seiner großen Bandbreite an Erzähl- und Unterhaltungsformaten.

Basierend auf der Definition von kultureller Bildung, dass diese Bildung zur kulturellen Teilhabe beiträgt und damit auch Partizipation an künstlerisch-kulturellem Geschehen ermöglicht, widmeten wir uns in dem Workshop dem Comic als wichtigen Teil der kulturellen Bildung. Dementsprechend haben wir versucht, den Comic in allen Praxisfeldern in den Blick zu nehmen. Hierfür waren uns zunächst folgende Punkte wichtig:

- Akzeptanz und Ansehen des Comics zu erhöhen
- Niedrigschwellige Zugänge zu schaffen
- Zielgruppen zu erweitern
- Wissen zu Comics und Comicvermittlung für alle zusammenzuführen
- Verstetigung
- Sichtbarkeit zu schaffen
- Bedeutsame Themen zu setzen

Obwohl der Comic in den letzten Jahrzehnten bereits fest im Feuilleton vertreten ist, in den Rahmenlehrplänen, wie gezeigt, explizit genannt wird, an einigen Universitäten/Hochschulen gelehrt (vgl. Naujoks 2022), und in Öffentlichen Bibliotheken mit Lesungen und Workshops in der Leseförderung und Literaturvermittlung längst als zentraler Bestandteil der Literatur genutzt wird, zeigen z.B. Studienergebnisse zur Schullektürewahl immer noch, dass Lehrer·innen entgegen der Leseinteressen der Schüler·innen Comics relativ selten für den Einsatz im Unterricht wählen (vgl. Siebenhüner et al. 2019). An Anregungen, wie der Comic im Unterricht eingesetzt werden kann, fehlt es jedoch nicht. Verschiedene Autor·innen zeigen für den deutschsprachigen Raum mit zahlreichen Beispielen für verschiedene Kontexte, wie ein solcher Einsatz, auch fächerübergreifend, aussehen kann und was vermittelt werden kann (vgl. Ammerer/Oppolzer 2022; Engels et al. 2020; Hallet 2012; Oskamp 2017; Deutsch differenziert 2018/3; Ge-

schichte in Wissenschaft und Unterricht 74 (2023) 5/6; Grundschulmagazin 2023/5).

Scheinbar sehen Lehrpersonen im Comic aber nicht immer ausreichend bildungsrelevante Inhalte repräsentiert. Hierbei fällt auf, dass auch in der von Siebenhüner et al. 2019 durchgeführten Umfrage zu der Frage, „welche Texte Lehrpersonen im Unterricht einsetzen und wie sich die Auswahl zu freizeitlichen bzw. schulbezogenen Leseinteressen der Schüler/innen verhält“, der Comic neben Aspekten wie z.B. ‚Jugendprobleme‘, ‚Horror‘, ‚Abenteuer‘, ‚Krimis‘, ‚Historisches‘ etc. zur Auswahl stand und damit die Tatsache vernachlässigt wird, dass im Comic selbst die verschiedenen Genres vertreten sind. Das Medium Comic kann nicht auf das Label ‚Genre‘ reduziert werden: Von Märchen- bis Sachcomic lassen sich zu jedem Thema mit unterschiedlichen Bildstilen mannigfaltige Comicpub-

likationen finden, die exakt die genannten Kategorien abseits der Funnies (auf Komik setzende Comics) vertreten – aber eben als Medium bzw. ‚grafische Literatur‘. Die Akzeptanz bzw. das Ansehen des Comics zu fördern, bedeutet dementsprechend eben auch Aufklärungsarbeit in der jeweiligen Bildung vermittelnden Institution zu leisten. Mit niedrigschwelligen Zugängen dabei die Zielgruppen zu erweitern, eröffnet noch weitere Praxisfelder in den Blick zu nehmen. Es kann sich lohnen, den Radius über die Praxisfelder mit Bezug zu Bildung wie Universitäten, (Hoch-)Schulen, Bibliotheken, (Bildungs-)Vereinen, Jugendclubs oder Buch-/Comicmessen hinaus zu erweitern, um mit Wissen um und über den Comic niedrigschwellige Zugänge zu schaffen, ästhetische Erfahrungen mit dem Comic zu ermöglichen und die Praxis des Comiclesens einzuüben. Comiczeichner:innen können hier natürlich am besten als Multiplikator:in-

Mindmap erstellt von Don Kringel



nen fungieren, um mit Comics zu empowern, bedeutsame Inhalte zu setzen, Jugendkulturen aufzugreifen, Gegennarrative zu schaffen und neben Unterhaltung und ästhetischer Erfahrung das Format des Comics in der Wissensproduktion und Wissensvermittlung entsprechend von art based research als Forschungsmethode einzusetzen (vgl. Kogler et al. 2021).

Bildungsallianzen mit (inter)nationalen, universitären, (hoch)schulischen und kulturellen Partner·innen können helfen, Ressourcen zu bündeln und den Comic gemeinsam zu vertreten (Deutscher Comicverein e.V.), die Sichtbarkeit des Comics und seine Produktion zu unterstützen (vgl. Literarisches Colloquium Berlin; Bertold Leiblinger Stiftung), die Rechte von Comicschaffenden zu wahren (vgl. Comic Gewerkschaft), den Comic institutionell

anzuerkennen und hierzu zu forschen (vgl. Gesellschaft für Comicforschung: ComFor; OER-Verbundprojekt Comicforschung.nrw), den Comic in seinem Angebot in die Breite der Gesellschaft zu tragen (vgl. Comic in Bayern; ComicxBad in der Bibliothek am Luisenbad, Berlin; Kinder lieben Comics; Gratis-Comic-Tag) und gemeinsam ein Zeichen gegen Rechtspopulismus zu setzen (Comics gegen Rechts).

Fazit

Über einen intensiven Austausch, Diskussionen und assoziative Ideensammlungen haben wir in der Arbeitsgruppe letztendlich vier Handlungsfelder definiert, deren jeweilige Bedeutung und Querschnittsthemen zusammenfassend in der Mindmap abgebildet sind.

Literatur

- Ammerer, H., Oppolzer, M. (Hrsg.) (2022). Was kann der Comic für den Unterricht leisten? Fachdidaktische Perspektiven auf ein subversives Erzählmedium. Waxmann. DOI: 10.25656/01:26080
- Dederich, M., Dietrich, K. (2022). Teilhabe durch kulturell-ästhetische Bildung? In: Scheunpflug, A., Wulf, C., Züchner, I. (Hrsg.). Kulturelle Bildung. Springer VS, 133–158.
- Engels, M., Preusser, U., Giesa, F. (Hrsg.) (2020). Comics in der Schule. Theorie und Unterrichtspraxis. Bachmann.
- Hallet, W. (2012). Graphic Novels: Literarisches und multiliterales Lernen mit Comic-Romanen. Der fremdsprachliche Unterricht Englisch, 117, 2–9.
- Hangartner, U., Keller, F., Oechslin, D. (Hrsg.) (2017). Wissen durch Bilder. Sachcomics als Medien von Bildung und Information. transcript.
- Kogler, R., Zartler, U., Zuccato-Doutlik (2021): Participatory Childhood Research With Concept Cartoons. In: Forum Qualitative Sozialforschung Forum: Qualitative Social Research, Vol. 22 (2). <https://doi.org/10.17169/fqs-22.2.3485>
- Naujoks, Katharina-Sofie (2022): Brauchen wir eine Comicuniversität? Comicexpansion 2022, 54–58.
- Oskamp, U. (2017). Bibliothherapeutische Arbeit mit Comics: Zur narrativen Funktion von Bild-Text-Gefügen im Religionsunterricht der Grundschule. LIT.
- Siebenhüner, S., Depner, S., Fässler, D., Kernen, N., Bertschi-Kaufmann, A., Böhme, K. & I. Pieper (2019). Unterrichtstextauswahl und schülerseitige Leseinteressen in der Sekundarstufe I: Ergebnisse aus der binationalen Studie TAMoLi. Didaktik Deutsch 47, 44–64. Abgerufen von <https://didaktik-deutsch.de/index.php/dideu/article/view/587>

Ausgewählte Zeitschriften

Deutsch differenziert 2018/3 – Comics
Geschichte in Wissenschaft und Unterricht 74 (2023) 5/6 – Comics in Gedenkstätten.
Grundschulmagazin 2023/5 – Comics

Weitere Veröffentlichungen

Gesellschaft für Comicforschung

>>> www.comicgesellschaft.de/category/magazin/publikationen-ressourcen

Bibliotheken & Comics/Manga

Moderation/Text: Meheddiz Gürle (Bibliotheksdirektor der Stadtbücherei Bochum)

“Ich freue mich auf die CEXP, weil ich mich dort mit tollen Menschen vernetzen kann, um die fantastische Welt der Comics und Manga in Deutschland weiter voranzubringen.”

– Meheddiz Gürle

Teilnehmende:

Lena Boberg (Stadtbibliothek Hattingen), Constanze Döring (Stadtbibliothek Köln), Axel Halling (Deutscher Comicverein e.V.), Tatjana Kasigkeit (cöln comic haus), Lisa Neun (Comicmuseum Erlangen), Sophia Paplowski (schauraum: comic & cartoon, uzwei im Dortmund der U), Anna Scholz (Bibliotheksstudentin), Mona Schütze (Stadtbibliothek Friedrichshain-Kreuzberg, Deutscher Comicverein e.V.), Elke Renate Steiner (Comickünstlerin)



In diesem Workshop war ein Großteil der Teilnehmer·innen im Bibliotheksbereich tätig oder hatte einen direkten Bezug dazu. Dadurch konnten wir nach einer kurzen Vorstellungsrunde direkt in die Materie einsteigen und in den sehr konstruktiven Sitzungen viele spannende Punkte besprechen und dabei Tipps zu gewissen Herausforderungen liefern, aber auch Problemfelder benennen, die es noch zu lösen gibt. Alle brachten sich sehr gut ein und lieferten spannende Erfahrungsberichte oder Ideen.

Ehe ich zu den einzelnen Punkten komme, über die wir uns unterhalten haben, muss ich zuerst noch einige Worte über die Bibliotheken in Deutschland verlieren. Die meisten Menschen, die die Texte dieses Readers zur Comicexpansion lesen, werden sicherlich einen Bezug zu Bibliotheken haben, meist als ehemalige oder aktuelle Nutzer·innen von Öffentlichen Bibliotheken.¹ Aber ihnen wird, wie dem meisten Menschen, die nicht in diesem Bereich arbeiten, nicht bewusst sein, wie vielfältig das deutsche Bibliothekswesen ist und dass es bereits dadurch eine starke Rolle in der Welt der Comics und Mangas spielt. Daher gilt es zuerst in einigen Sätzen die Größenordnung des Bibliothekswesens in Deutschland zu skizzieren und die Chancen, die sich daraus ergeben.

Bibliotheken und Comicschaffende – das ‚One Piece‘ wartet darauf, gefunden zu werden

Der Deutsche Bibliotheksverband (dbv) publiziert jährlich auf seiner Webseite den Jahresbericht der Bibliotheken.² Hier werden auf wenigen Seiten wichtige Kennzahlen und Punkte genannt. Im Berichtsjahr 2023 gab es mehr als **8.800 Öffentliche und wissenschaftliche Bibliotheken** die mehr als **166 Millionen Mal** besucht wurden.³ Man muss sich die Zahl auf der Zunge zergehen lassen: 166 Millionen Besuche im Jahr!

Zum Vergleich: in der Bundesligasaison 2023/2024 gab es genau 12.089.058 Besucher in den Stadien der 1. Bundesliga.⁴ Man kann auch eine andere Zahl zum Vergleich heranziehen: 2023 wurden rund 65 Millionen Urlaubsreisen von den Deutschen unternommen.⁵ Diese beiden Vergleichszahlen verdeutlichen, dass Bibliotheken die am meisten besuchten außerschulischen Bildungs- und Kultureinrichtungen in Deutschland sind. Statistisch besucht jede:r Deutsche zweimal im Jahr eine Bibliothek!⁶

Drei weitere wichtige Kennzahlen sollen hier noch Erwähnung finden. 2023 wurden rund **312 Millionen Medien**⁷ ausgeliehen, davon rund **47 Millionen E-Medien**. Das sind im Durchschnitt 3,7 Ausleihen pro Einwohner. Der Erwerbsetat lag im Jahr 2023 bei 335 Millionen Euro. Es hat in Öffentlichen Bibliotheken über **377.000 Veranstaltungen** gegeben, davon mehr als **180.000 Veranstaltungen** im Bereich der Lese- und Medienkompetenzförderung für Kinder.⁸

Die provokanten Fragen⁹ der Comicexpansion 2022 haben nicht ihre Brisanz verloren und können hier nur kurz wiederholt werden, vor allem, wenn man bedenkt, dass die Zahlen 2020/2021 noch durch die Corona-Zeit sehr schlecht waren und zwei Jahre später praktisch eine Verdreifachung (!) in allen Bereichen stattgefunden hat.

Wissen Sie als Comicschaffende, wie viel von dem Erwerbsetat Ihrer örtlichen Bibliothek für Comics/Mangas ausgegeben wird?

Wissen Sie, wie viele Menschen in Ihrer Heimatstadt pro Jahr Comics/Mangas ausleihen?

Wissen Sie, wie viele der Veranstaltungen im Bereich der Lese- und Medienkompetenzförderung für Kinder einen Comic-Bezug haben?

Falls nicht, warum nicht?

Die Kennzahlen und diese Fragen sollen all jene sensibilisieren, die diesen Artikel lesen. Es ist einfach wichtig sich diese Zahlen zu vergegenwärtigen, da hier noch ein sehr großes Potenzial schlummert, von dem die Comicschaffenden enorm profitieren können. Es gilt diesen Schatz, oder, wie Monkey D. Ruffy sagen würde, das ‚One Piece‘ zu heben, dass sich hier den Comicschaffenden bietet.

Themen des Workshops

Aufstellung/Bezeichnung/Vermittlung von Comics/Mangas in Bibliotheken

Eine der Kernfragen des Workshops ergab sich schnell nach der ersten Vorstellungsrunde: Wie können Comics/Mangas idealerweise in Öffentlichen Bibliotheken aufgestellt werden? Wo soll man sie hinstellen? Wo sollen sie zu finden sein? Was anfangs nach einer leichten Aufgabe klang, wurde schnell kompliziert.

Fangen wir einfach mal an. Wo befinden sich die „Asterix und Obelix“ Comics typischerweise in der Bibliothek? Das ist einfach zu beantworten, in Büchertrögen in der Kindercomicecke. Dasselbe trifft auch zu für Comics wie die „Schlürpfe“, „Isnogud“ und weitere frankobelgische Kinderklassiker. Soweit, so einfach, oder doch nicht? Was ist mit „Gaston“ von Franquin? Man findet den Comic meistens bei den Kindercomics, aber handelt es sich wirklich um einen echten Kindercomic? Ist es nicht eher was für ein älteres Publikum? Und wurde es nur den Kindercomics zugeordnet, da dies schon immer so war und man früher einfach nur sah: bunt, ein Comic, also ist es was für Kinder?

Was ist mit den „Lustigen Taschenbüchern“ von Disney? Auf den ersten Blick würde man sagen, natürlich auch zu den Kindercomics. Die Zielgruppe ist die gleiche, also passt es, oder? Wie ist es mit den Werkausgaben von Carl Barks? Auch in den Kinderbereich oder doch eher zu anderen Werkausgaben im Erwachsenencomicbereich, wie das die Stadtbibliothek Köln handhabt?

Was ist mit Comics, die von Verlagen wie Reprodukt, Avant und anderen als Graphic Novel bezeichnet und herausgegeben werden? Wo stellt man sie hin? Neben den Kindercomics oder lieber doch in einen separaten Bereich zu den Erwachsenencomics? Wie sieht es mit der Comicadaption der „Drei ???“ (Kosmos Verlag) aus, die als Graphic Novels bezeichnet und verlegt werden? Gehören sie zu den Graphic Novels von Avant, Reprodukt und anderen Verlagen, oder machen sie bei den Comics für Jugendliche mehr Sinn? Idealerweise nicht weit entfernt von der Originalreihe „Die drei ???“ (Carlsen Verlag)?

Wenn man bei den Comics schon ins Grübeln kommt, dann verliert man bei den Mangas komplett den Boden unter den Füßen. Die Bandbreite an Themen, Genres, Subgenres ist so überwältigend groß, und es gibt auch noch für jede Altersklasse etwas. Das macht die Aufstellung in einer Bibliothek nicht einfach. Gehören die „One Piece“-Mangas neben „Kleine Katze Chi“? Darf Akira in der Nähe stehen? Was ist mit Seinen- oder Josei-Manga¹⁰? Sollten sie nicht bei den Erwachsenencomics stehen, da sie ja für ein älteres Publikum gedacht sind? Ist in der Bibliothek überhaupt genug Platz vorhanden, um die Comics/Mangas/Graphic Novels nach den Altersempfehlungen zu trennen? Vor allem bei vielen kleineren Bibliotheken ist Platz Mangelware, auch ein großer Etat ist bei diesen Bibliotheken meist nicht vorhanden, so dass die Medien, die angeschafft werden, gut ausgewählt werden wollen.

In Bibliotheken wie Bochum, Dortmund und Köln sind Comics/Mangas an verschiedenen Standorten für die diversen Zielgruppen aufgestellt. In Bochum kann man sie z.B. auf allen drei Etagen in drei Bereichen finden. Im Untergeschoss in der Kinderbücherei gibt es Kindermangas und klassischen Kindercomics, wie oben erwähnt „Asterix und Obelix“ und die Walt-Disney-Comics, beide in direkter Nachbarschaft. Im Erdgeschoss befinden sich die Graphic Novels separat aufgestellt, am Ende der Erwachsenencomics. Die Mangas, Light Novels, Animes, Japan-Zeitschriften und Manga-Sachbücher für jugendliche und erwachsene Leser:innen befinden sich nicht weit davon entfernt. Im Obergeschoss stehen Mangas mit LGBTQIA+ Themen im separaten Bereich der Gender, Love & Co. Bibliothek.¹¹ Was anfangs wie ein Vor- teil aussieht, kann bei Leser:innen auch

für Verwirrung sorgen, da nicht alle Comics und Manga an einem Ort zu finden sind. Eine perfekte Lösung für das Problem gibt es leider nicht. Alles an einem Ort würde sicherlich zu Irritationen führen, wenn Grundschul Kinder in Boys Love Mangas mit expliziten Zeichnungen blättern würden, genauso ist es nicht angebracht, die Reihe „The Boys“ dort zu platzieren. Eine Trennung nach Altersgruppen, so gut es die räumlichen Begebenheiten es erlauben, macht Sinn. Die Stadt- und Landesbibliothek Dortmund hat sogar ein eigenes Magazin, in der auch besondere Comics ein Zuhause finden. Diese sind dann für die Leser:innen nur über den Onlinekatalog, den OPAC¹², auffindbar und nicht mehr wie die anderen Werke über die Freihandaufstellung.

Der Comicschaffende wird sich vielleicht fragen: „Alles schön und gut, aber was habe ich mit diesem speziellen Problem der Bibliotheken zu tun?“. Wenn eigene Werke bereits publiziert wurden, ist es ratsam, in die örtliche Bibliothek zu gehen, um zu schauen, in welchem Bereich sie aufgestellt sind. Erschließt sich die Aufstellung? Wird der Comic leicht gefunden? Gibt es innerhalb des Bereichs eine spezielle Präsentation? Schließlich möchte jeder, dass sein Werk gefunden, gelesen und im Idealfall weiterempfohlen wird. Daher schadet es sicher nicht, die Aufstellung der Comics und Mangas in der eigenen Bibliothek mal unter die Lupe zu nehmen und auch mit den Bibliotheksverantwortlichen darüber zu sprechen. Wenn man fünf Bibliothekar:innen fragt, wird man sechs Antworten zur richtigen Aufstellungssystematik bekommen. Da sind Bibliotheken doch recht speziell. Aber der Trend geht seit Jahren definitiv bei Belletristik und Kinderbüchern, wozu auch Comics und Mangas gehören, eindeutig Richtung Klarschriftsystematik. Sprich: Man findet Comics nicht mehr unter einer nicht nachvollziehbaren Buchstaben-Zahlenkombination (die örtliche Bibliothekssystematik), sondern unter der selbsterklärenden Bezeichnung: Comic, Manga, Graphic Novel etc. So wie das schon seit Jahren auch bei Krimis, Horror-, Liebes- und historischen Romanen üblich ist.

Wie wichtig die Aufstellung und Bezeichnung ist, zeigt sich vor allem in der Bestandsvermittlungsarbeit. „Was nicht gefunden wird, kann auch nicht gelesen werden!“, lautet eine alte Binsenweisheit unter den Bibliothekar:innen. Vor allem

bei der Vermittlung von Mangas für Jugendliche, wenn man Boys Love- und Girls Love-Geschichten im Bestand an, die sehr gut ausgeliehen und gelesen werden, muss man mit Fingerspitzengefühl vorgehen, um der Gruppe der Eltern nicht vor den Kopf zu stoßen. Daher ist es nicht unbedeutend, was wo und wie in der Bibliothek aufgestellt und präsentiert wird.

Wenn man prominent mit seinem Werk in der Bibliothek platziert werden will, lohnt es sich, ihr einen Besuch abzustatten und ins Gespräch zu kommen. Die Zeit kann man auch gleich nutzen, um evtl. einen Workshop-Termin zu vereinbaren. Aber dazu später mehr unter dem Punkt Veranstaltungen.

Inhaltliche Erschließung von Comics

Eine noch größere Herausforderung als die Aufstellung und Bezeichnung der Comics und Mangas ist der Aspekt der inhaltlichen Erschließung der Werke. Vor allem, wenn man Superheldencomics von DC und Marvel in seinem Bestand hat, merkt man selbst als Experte schnell, dass es kompliziert wird. Es gibt eine schier unüberschaubare Zahl an Superheldencomics, die aus dem US-Amerikanischen ins Deutsche übersetzt werden. Die meisten Superheldencomics findet man im Panini-Verlag.¹³

Anhand des DC-Superhelden „Batman“ soll dies einmal exemplarisch gezeigt werden. Es gibt langlaufende Reihen wie z.B. „Batman-Detective“-Comics, die als einzelne Hefte erscheinen. Dann gibt es immer wieder einzelne kurze Heftserien mit einer in sich abgeschlossenen Story-Arc.¹⁴ Wenn diese enden, folgt die nächste Story-Arc, oder es gibt ein kurzes Aufatmen in der Geschichte, wenn kurze in sich abgeschlossene Einzelabenteuer präsentiert werden. Es ist aber auch möglich, dass sich aus den Hauptreihen Spin-Offs¹⁵ mit beliebten Figuren oder Handlungsbögen abspalten, zu denen dann noch weitere Geschichten erzählt werden. Nach einer gewissen Zeit, im Durchschnitt nach ein oder zwei Jahren, werden die Inhalte der meisten Einzelhefte in Paperbacks zusammengefasst und neu veröffentlicht, da die alten Hefte meist nicht mehr lieferbar sind. Bei gewissen großen Handlungsbögen kommt es auch vor, dass die einzelnen Paperbacks zu massiven Omnibus-Hardcoverausgaben zusammengefasst werden. Bei „Batman“ geschah das z.B. bei der „Batman Death Metal“-Reihe.¹⁶ So sehr man sich als Leser·in freut, dass es zu

seinen Lieblingsfiguren meist sehr viel Lesematerial gibt, so sehr kann dies aber auch Neuleser·innen abschrecken. Wo fängt man an? Wo steigt man am besten in die Serie ein? Bei der Nummer 1, aber ist die überhaupt noch lieferbar? Wenn es Hunderte von Heften oder Paperbacks gibt, die über Jahrzehnte angewachsen sind, was bei beliebten Comicfiguren leicht der Fall ist, wie orientiert man sich in diesem Dschungel?

Das erklärt u.a., warum es gerade bei langlaufenden Reihen mit beliebten Helden alle paar Jahre einen Restart bei Nummer 1 gibt. Das geschieht natürlich auch aus marketingtechnischen Gründen von Seiten der Verlage, um neue Lesergruppen zu gewinnen und eine Nummer 1 Ausgabe verkauft sich im Regelfall immer etwas besser.

Oft ist es nicht mal leicht herauszufinden, ob eine Reihe mit einer gewissen Story Arc bereits abgeschlossen ist, oder durch Spin-Offs und Nebenstränge noch weitergeführt wird. Einzelne Titel können im Internet problemlos recherchiert werden, aber es mangelt an der inhaltlichen Erfassung der Geschichten. Was passierte in Heft 37 aus dem Jahr 2017? Welche Auswirkungen hat das auf die Paperbackausgabe von 2022 mit einem Reboot¹⁷ des Helden im Gegensatz zu einem Restart im Jahre 2024?

Leider hat es die Bibliothekswelt bisher versäumt, eine umfassende Datenbank aufzubauen, die diese Fragen beantworten könnte. Dieses Manko wird teilweise durch sehr nützliche Fandatenbanken behoben, etwa den Comicguide¹⁸ oder den Incomplete Mangaguide¹⁹. Ohne diese und andere internationale Fanseiten wie z.B. die Grand Comics Database²⁰ wäre es kaum möglich, herauszufinden ob Reihen komplett erschienen sind und welche Handlungsbögen zu einer gewissen Reihe gehören.

Das war nur ein kleiner Exkurs zu den Superheldencomics. Wenn man jetzt noch Manga berücksichtigt, merkt man schnell, wie schwer es wird, hier noch die Übersicht zu behalten. Die Neuerscheinungen von Mangas auf dem deutschen Markt haben seit Jahren erfreulicherweise zugenommen. Aber das hat den Nachteil, dass nicht mal mehr die Mangaexpert·innen wirklich wissen, was alles auf dem Markt erscheint. Ein Tropfen auf dem heißen Stein ist hier die Lektoratskooperation²¹ der Bibliotheken, die jedoch außerhalb der Bibliothekswelt praktisch

unbekannt ist. Die Lektoratskooperation wird vom Deutschen Bibliotheksverband (dbv), dem Dachverband Berufsverband Information Bibliothek e.V. (BIB)²² und der ekz-Gruppe²³ organisiert. Hier sichten Hunderte Bibliothekar·innen aus ganz Deutschland jährlich Tausende von Neuerscheinungen aus dem Belletristik- (auch Comics und Mangas) und Sachbuchbereich und annotieren bzw. rezensieren die Werke unter dem Aspekt, ob sie für Öffentliche Bibliotheken empfehlenswert sind. Hierbei handelt es sich um eine weltweit einzigartige Kooperation, die seit 1976 existiert, und die den Bibliotheken in Deutschland hilft, der Masse an Neuerscheinungen bis zu einem gewissen Grad Herr zu werden. Aber nicht alle Neuerscheinungen²⁴ des Jahres werden hier besprochen. Das ist bei einer Zahl von knapp 70.000 pro Jahr auch schwer zu bewältigen.

Der Ruf aus der Gruppe war laut nach einer deutschsprachigen Comicseite, die von Comicschaffenden, Verlagen, Bibliotheken und allen Interessierten gefüllt wird, um diese Lücke zu schließen. Diese Idee ist nicht neu und wurde schon bei der letzten Comicexpansion und auch bei der diesjährigen in verschiedenen Kontexten immer wieder vorgeschlagen. Vielleicht hilft es hier auch einfach, einen ersten Schritt zu wagen und evtl. bereits vorhandene Seiten zu nutzen (z.B. Comic.de²⁵ oder Animexx.de²⁶), und interessierte und motivierte Leute einzubinden, die Spaß daran haben. Aber die Erfahrungen haben gezeigt, dass am Ende des Tages jemand den Hut dabei aufhaben und diese Person oder diese Gruppe auch monetär in irgendeiner Weise vergütet werden muss, damit Professionalität und Verlässlichkeit gegeben sind. Das ist eine Herausforderung, die es für uns alle noch zu meistern gilt.

Veranstaltungsformate

Bibliotheken haben unter anderem einen kultur- und bildungspolitischen Auftrag, dazu gehören auch die regelmäßige Durchführung von Veranstaltungen wie Lesungen und Workshops. Es ist bekannt, dass Belletristikautor·innen durch regelmäßige Lesungen in Bibliotheken, Buchhandlungen und anderen literaturaffinen Orten mehr verdienen, als durch die Tantiemen ihrer Bücher. Das kann ein Vorbild für Comicschaffende sein, die einen guten Kontakt zu Bibliotheken pflegen, um dort Lesungen und Workshops anbieten, wobei hier vor allem die

Workshops lukrativ sein können. Eine Lesung macht Sinn, wenn man sein neues Werk präsentiert, aber Workshops können viel häufiger angeboten werden. Wenn man gut mit Kindern/Jugendlichen umgehen kann, didaktisch etwas geübt ist und Spaß daran hat, seine Zeichenkünste zu vermitteln, kann das für viele Comicschaffende eine echte finanzielle Säule sein. Wie Katharina Naujoks in ihrem Artikel im Reader der Comicexpansion 2022 beschrieben hat, verdienen die meisten Comicschaffenden weniger, als der Mindestlohn in einem Monat vorgibt.²⁷ Im künstlerischen Bereich, da sind die Comicschaffenden keine Ausnahme, wird eine hohe Selbstausbeutung betrieben, die bis an die Selbstverleugnung geht. Da muss man vorsichtig sein, damit man nicht ausbrennt und am Ende den Spaß an seiner Arbeit verliert.

Es gibt gute Beispiele wie die Mangakünstlerin Alexandra Völker²⁸ aus Hamm in Nordrhein-Westfalen, die sich über mehrere Jahre in der Bibliothekswelt einen so guten Ruf als Workshopleiterin aufgebaut hat, dass sie regelmäßig das ganze Jahr über von vielen Bibliotheken gebucht wird. Dieser Erfolg kommt natürlich nicht von ungefähr. Man muss regelmäßig aktiv sein, seit Jahren gute Arbeit liefern und auch den Kontakt mit der großen Zielgruppe der Kinder und Jugendlichen nicht scheuen. Aber wenn man das macht, dann kann man sein Hobby sozusagen leben und dabei auch seine Brötchen verdienen. Die Öffentlichen Bibliotheken sind immer auf der Suche nach neuen Künstler·innen, die sie in verschiedenen Veranstaltungsformaten einsetzen können. Es gibt unzählige Anlässe für Workshops, die hierfür in Frage kommen.

Im Folgenden eine unvollständige Auflistung aller regelmäßigen und unregelmäßigen Veranstaltungen und Aktionstage, die in Bibliotheken durchgeführt werden und an denen man problemlos diverse Workshops mit Comic- oder Manga-Bezug anbieten kann:

- Gratiscomictag für Kids & Teens²⁹ am 10. Mai 2025 (jährlich).
- Manga-Day³⁰ im September 2025 (jährlich).
- Batman-Tag³¹ im September 2025 (jährlich).
- Star-Wars-Reads-Day³² früher fest im Oktober des Jahres, jetzt variabel im Jahr durchführbar (jährlich).
- Die Nacht der Bibliotheken³³ am 04.04.2025 (zweijährlich bundesweit).

- Welttag des Buches am Mittwoch den 23. April 2025 (jährlich).
- Der Tag der Bibliotheken³⁴ am Freitag den 25. Oktober 2025 (jährlich).
- Bundesweiter Vorlesetag³⁵ am Freitag den 21. November 2025 (jährlich).
- Weltkindertag am Donnerstag den 20. November 2025 (jährlich).
- Tag der offenen Tür (individuell für jede Bibliothek).
- Stadtbezirksfeste, bei denen Bibliotheken dabei sind.
- Einzelne Aktionstage wie Manga-Fan-Treff, Pokémon-Tag, Cosplay-Event, Japan-Gaming-Nachmittage, Anime-Tage etc.

Der Fantasie sind hier keine Grenzen gesetzt. Es lohnt sich, mit seiner örtlichen Bibliothek Kontakt aufzunehmen, um zu schauen, was dort bereits angeboten wird. Wenn dort wenig in diesem Bereich passiert, lohnt sich der Blick über den Tellerrand und dann eine Rückspiegelung in die eigene Bibliothek. Die Bibliotheken sind für die Menschen vor Ort da. Falls noch keine solchen Veranstaltungen dieser Art stattfinden, liegt es nicht daran, dass man dort kein Interesse hat, sondern eher, dass man sich nicht gut auskennt und daher Hemmungen hat. Als Comicschaffender kann man hier unterstützend unter die Arme greifen und sich selbst damit ins Spiel bringen.

Finanzierungsmöglichkeiten

Und damit kommen wir auch gleich zum sehr wichtigen Punkt der Finanzierung. Die meisten Veranstaltungen innerhalb der Bibliotheken kosten kein Geld, vor allem für die große Zielgruppe der Kinder und Jugendlichen, für die viele Aktionen und Veranstaltungen im Rahmen der Leseförderung stattfinden. Die meisten Bibliotheken haben ein bescheidenes Veranstaltungsbudget, daher ist oft das Engagement von externen Künstler:innen nicht so einfach, da das Geld nicht ausreicht, um viele Künstler:innen regelmäßig zu engagieren. Aber auch hier gibt es wieder viele Möglichkeiten. Es gibt in jedem Bundesland unterschiedliche Fördertöpfe. In Nordrhein-Westfalen ist vor allem der Kulturrucksack NRW³⁶ ein solches beliebtes Förderprogramm, aus dem u.a. viele Manga-Workshops finanziert werden. Auf der Homepage kann man schnell herausfinden, welche Angebote wie gefördert werden. Wenn man sich als Künstler:in dort etwas informiert und dann vor allem den kleineren Bibliotheken ein Gesamtpaket anbietet,

dann werden sie dankend annehmen. Größere Bibliotheken haben die Peoplepower, um sich um solche Anträge zu kümmern, bei kleineren Häusern hat man im Alltagsgeschäft kaum Zeit dafür. Da lohnt es sich, wenn die Comicschaffenden dort Vorarbeit leisten, das öffnet ihnen Tür und Tor bei den Bibliotheken. Und wenn man einmal gebucht wurde, gute Arbeit abliefert, wird man immer wieder gebucht und, was noch viel wichtiger ist, an andere Bibliotheken weiterempfohlen. Die Bibliothekswelt ist untereinander sehr gut vernetzt und im ständigen kollegialen Austausch.

Oft hat man den Eindruck, dass das Geld für tolle Aktionen fehlt, aber wenn man recherchiert, mit den richtigen Leuten spricht und sich etwas umhört, ist man doch schnell erstaunt, woher plötzlich Gelder akquiriert werden können.

Hier eine unvollständige Auflistung für Finanzierungsquellen innerhalb der Kommunen für Comic-Veranstaltungen und -Workshops in Bibliotheken:

- Sparkassen und Volksbanken (haben einen Kultur- und Bildungsetat, den sie im Laufe des Jahres verausgaben müssen).
- Stadtwerke (häufig städtisches Tochterunternehmen, das auch kleinere Beträge unter 1.000 Euro beisteuert).
- Bezirksvertretungen (es finden regelmäßige Stadtteilstefest statt, bei denen auch die Bezirke mit involviert sind. Die Zweigbüchereien sind in den Bezirken. Auch das ist eine mögliche Finanzquelle).
- Kooperation mit dem Buchhandel (z.B. ist die Künstler:in vormittags in der Bibliothek und nachmittags in der Buchhandlung, so spart man sich die zweifachen Reisekosten).
- Förderverein der Bibliothek
- Förderverein der jeweiligen Schule (Die meisten Schulen haben Fördervereine, die auch gerne einmal im Jahr einen Workshop finanzieren, z.B. beim Tag der offenen Tür der Schule. Wenn man die Schulen in der eigenen Stadt zusammenzählt, kommen hier, je nach Stadtgröße, eine Menge potenzieller Geldgeber zusammen).
- Läden mit einem Comic/Manga-Bezug, wie z.B. Bubble Tea-Läden. (Hier sind auch einfache Kooperationen möglich wie z.B. ein Bubble Tea-Stand beim Manga- und Comicflohmarkt in der Bücherei beim Stadtbezirksfest).

Vor allem über den Förderverein der Bibliotheken können weitere Fördermittel beantragt werden. Es gibt unzählige Drittmittelquellen. Leider sind die Informationen in sehr unterschiedlicher Qualität im Internet verteilt, man muss schon einige Zeit recherchieren, bis man den richtigen Fördertopf für sich gefunden hat. Aber es gilt, wenn man eine gute Idee hat, dann findet man auch das Geld. Bei dem Punkt der Finanzierungen wäre eine allgemeine Informationsseite für die Comicschaffenden sehr wünschenswert, wo man, im Idealfall nach Bundesländern sortiert, die für die eigenen Bedürfnisse passenden Töpfe finden kann.

Resümee

Die lebhaften Diskussionen in der Workshopgruppe haben gezeigt, dass es eine sehr starke intrinsische Motivation aller Beteiligten im Comic- und Mangabereich gibt, seien es originär Comicschaffende, Mitarbeiter:innen in Verlagen, Bibliotheken oder in anderen literaturaffinen Bereichen. Diese starke intrinsische Motivation muss weiter genutzt werden, wobei man sich zugleich vor einer Selbstausbeutung schützen muss.

Bibliotheken haben sich als starke Partner für Comicschaffende und Verlage etabliert und werden auch immer stärker so wahrgenommen. Sie sind Initiatoren von Workshops

und auch Drittmittelorganisatoren, die überlebenswichtig sind für die oft in prekären Verhältnissen Tätigen aus der Comicbranche.

Es gibt aber auch große Herausforderungen, was die inhaltliche Erschließung und die Systematisierung der Comics und Mangas betrifft. Eine einheitliche Plattform, die das erfüllt, ist nicht vorhanden. Die erfreulich steigende Mangaproduktion zeigt, wie schwierig es wird, bei all den Neuerscheinungen den Überblick zu bewahren. So wie alle Wege nach Rom führen, führen die noch offenen Herausforderungen zu dem eindeutigen Ruf nach einer professionell gestalteten und einheitlichen Homepage mit Datenbankfunktion von der alle Comicschaffenden, Verlage, Bibliotheken und andere Interessierte profitieren können.

Sehr lobenswert sind für die Umsetzung solcher hochgesteckten Ziele Fachkonferenzen wie die Comicexpansion, wo hochmotivierte Menschen aus den unterschiedlichsten Bereichen zusammenkommen, um gemeinsam die nächsten Schritte umzusetzen. Daher sollte alles getan werden, damit diese einzigartige bundesweite Comic-Fachkonferenz erneut in zwei Jahren wieder tagen und arbeiten kann.

Wir dürfen nicht vergessen, dass auch Rom nicht an einem Tag erbaut wurde.

-
- 1 Mit Öffentlichen Bibliotheken ist die überwältigende Mehrzahl der Stadtbüchereien, Zweigbüchereien, Stadtbibliotheken in den Kommunen und dem Land gemeint, die für die gesamte Bevölkerung zur Nutzung bereitstehen. Dem gegenüber gibt es die Wissenschaftlichen Bibliotheken, bei denen es sich um die Universitätsbibliotheken, die Fachhochschulbibliotheken, die Landes- und Staatsbibliotheken und Spezialbibliotheken handelt, die mehrheitlich von Studierenden und Lehrenden genutzt werden.
 - 2 Vgl. Bibliotheksverband: Bibliotheken 2024. Themen. Zahlen. Forderungen (2024). S. 3.
>>> www.bibliotheksverband.de/sites/default/files/2024-10/Bibliotheken%202024_web.pdf
 - 3 Ebd. S. 3.
 - 4 Vgl. Transfermarkt.de: Besucherzahlen 23/24 (2024).
>>> www.transfermarkt.de/bundesliga/besucherzahlen/wettbewerb/L1/plus/?saison_id=2023
 - 5 Vgl. Statista: Anzahl der Urlaubsreisen der Deutschen in den Jahren von 2005 bis 2023 (in Millionen) (2025).
>>> <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/151947/umfrage/anzahl-der-urlaubsreisen-in-deutschland-seit-2005>
 - 6 Zum 31.12.2023 lebten in Deutschland 83.460.000 Menschen. Vgl. Destatis: Statistisches Bundesamt. Bevölkerungsstand (2025).
>>> www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bevoelkerung/Bevoelkerungsstand/_inhalt.html
 - 7 Medium (Pl. Medien) ist ein Fachbegriff in der Bibliothekswelt, der eine andere Bedeutung hat als das

Wort ‚Medium‘ in der Umgangssprache. Damit sind Bücher, Comics, Mangas, Zeitschriften, DVDs, Blu-Rays, Brettspiele, Tonie-Boxen, Tonie-Figuren gemeint, die man vor Ort nutzen oder ausleihen kann. Die Medien werden in Medieneinheiten erfasst, die dann statistisch bei der Ausleihe festgehalten werden. Es wird unterschieden zwischen physischen und nicht-physischen Medieneinheiten (z.B. Ebooks).

- 8 Vgl. Bibliotheksverband: Bibliotheken 2024. Themen. Zahlen. Forderungen (2024). S. 3.
>>> www.bibliotheksverband.de/sites/default/files/2024-10/Bibliotheken%202024_web.pdf
- 9 Vgl. Gürle, Meheddiz: Workshop Wissensvermittlung. S. 25. Comicexpansionreader (2022).
>>> www.comicexpansion.de/wp-content/uploads/2023/05/Comicexpansion_Reader.pdf
- 10 Seinen: Mangas für (junge) Männer, z.B. „Tokyo Ghoul“, „Berserk“ oder „Akira“; Josei: Mangas für (junge) Frauen, z.B.: „Komi can’t communicate“, „Die Tagebücher der Apothekerin“ oder „Girls’ Last Tour“.
- 11 Vgl. Julian Kaiser: Bochumer Stadtbücherei hat jetzt einen eigenen Bereich für die LGBTQIAP+ (15.11.2022).
>>> www.ruhr24.de/bochum/bochum-bibliothek-lgbtq-queer-schwul-lesbisch-gay-literatur-veranstaltungen-austausch-lesung-91912505.html
- 12 OPAC steht für Online Public Access Catalogue und ist das Online-Recherche-Tool einer jeden Bibliothek.
- 13 Vgl. Paninishop: Superhelden (2025). >>> www.paninishop.de/comics/superhelden
- 14 Übersetzt aus dem Englischen bedeutet es „Handlungsbogen“ innerhalb einer Geschichte. Damit sind aber auch zusammenhängende Geschichten gemeint, die sich über mehrere Hefte und Bände (in Serien über mehrere Episoden) aufbauen und dann abgeschlossen werden, um Platz für die nächste Story Arc zu schaffen.
- 15 Vgl. Wikipedia: Spin-Off (2025). Bedeutung: Ein Ableger (englisch ‚spin-off‘, ‚spinoff‘) ist im Bereich der Massenmedien und Unterhaltungsindustrie ein Produkt, das aus einem anderen fiktiven Werk ‚ausgelagert‘ wurde. Dies ist bei Fernsehserien der Fall, bei denen beliebte Nebenfiguren zu Hauptfiguren in neuen Serien gemacht werden.
>>> [https://de.wikipedia.org/wiki/Ableger_\(Medien\)](https://de.wikipedia.org/wiki/Ableger_(Medien))
- 16 Vgl. Paninishop: Batman – Death Metal Deluxe Edition (2023).
>>> www.paninishop.de/batman-superhelden-comics/batman-death-metal-deluxe-edition-ddchc086
- 17 Vgl. Wikipedia: Reboot (Fiktion) (2025). Der Begriff Reboot wird für ein fiktionales Werk verwendet, das ein früheres fiktionales Werk wie etwa einen Film neu interpretiert, analog zum Remake, jedoch im Unterschied zu diesem die Gültigkeit des Vorgängerwerks oder der Vorgängerwerke nicht anerkennt. In einem Reboot gilt die bisher erzählte Kontinuität nicht mehr; vielmehr wird die Geschichte erneut von Anfang an und von einer anderen Position aus erzählt.
>>> [https://de.wikipedia.org/wiki/Reboot_\(Fiktion\)](https://de.wikipedia.org/wiki/Reboot_(Fiktion))
- 18 Vgl. Comicguide.de: Deutsche Comics von A-Z (2025). >>> www.comicguide.de
- 19 Vgl. The incomplete Mangaguide (2025). >>> www.mangaguide.de
- 20 Vgl. Grand Comics Database (2025). >>> www.comics.org
- 21 Vgl. ekz: Lektoratskooperation (2025). >>> www.ekz.de/lektoratskooperation/c-455
- 22 Vgl. Berufsverband Information Bibliothek e.V. (2025). >>> www.bib-info.de
- 23 Vgl. ekz Gruppe (2025). >>> www.ekz.de
- 24 Vgl. Börsenverein des Deutschen Buchhandels. Buchproduktion (2023).
- 25 Vgl. Comic.de (2025). >>> www.comic.de
- 26 Vgl. Animexx.de (2025). >>> www.animexx.de
- 27 Vgl. Katharina Naujoks: „Zur wirtschaftlichen Situation von Comickünstler:innen“ in Comicexpansion-reader 2022, S. 34.
>>> www.comicexpansion.de/wp-content/uploads/2023/05/Comicexpansion_Reader.pdf
- 28 Vgl. Wikipedia (2025): Alexandra Völker.
>>> https://de.wikipedia.org/wiki/Alexandra_V%C3%B6lker
- 29 Vgl. Gratiscomictag für Kids & Teens (2025). >>> www.gratiscomictag.de
- 30 Vgl. Manga-Day (2024). >>> www.mangaday.de
- 31 Vgl. Batman-Tag (2024). >>> www.panini.de/batman-tag
- 32 Vgl. Dorling Kindersley (2017).
>>> www.dorlingkindersley.de/_files_media/mediathek/download/SWRD%202017%20Unterlagen%20und%20Aktiviti-Mappe_508.pdf
- 33 Vgl. Die Nacht der Bibliotheken (2025). >>> www.nachtderbibliotheken.de
- 34 Vgl. Welttag des Buches (2025). >>> www.welttag-des-buches.de
- 35 Vgl. Der Tag der Bibliotheken (2025). >>> www.bibliotheksverband.de/tag-der-bibliotheken
- 36 Vgl. Bundesweiter Vorlesetag (2025). >>> www.vorlesetag.de
- 37 Vgl. Kulturrucksack NRW (2025). >>> www.kulturrucksack.nrw.de

Manga – Alles gut beim Klassenprimus?

Moderation/Text: Dr. Verena Maser (Übersetzerin/Autorin)

„Meiner Erfahrung nach kommen Manga beim jüngeren Lesepublikum deshalb so gut an, weil die Lesenden ihre Lieblingsfiguren über Jahre hinweg intensiv begleiten können, in Buchform und darüber hinaus.“

– Dr. Verena Maser

Teilnehmende:

Bianca Henze (Berthold Leibinger Stiftung), Dr. Joachim Kaps (Verlagsleiter altraverse GmbH, Hamburg), Jolle Orso (Literaturhaus, Berlin), Martina Peters (Künstlerin), Markus Pfeffer (Buchhandlung Weltflucht, Bochum), Maki Shimizu (Künstlerin, Berlin), Dirk Schwieger (Künstler, Berlin)



Der Titel des Workshops war nicht provokant gedacht, im Laufe der Diskussion kristallisierte sich allerdings heraus, dass ‚der Manga‘ vielleicht doch gar kein Klassenprimus ist. Umsatzzahlen erzählen eben nur die Hälfte der Geschichte.

Und die Umsatzzahlen von Manga im deutschsprachigen Raum sind beachtlich: von 2019 nach 2020 ging es um 16,2% nach oben, im nächsten Jahr dann um sagenhafte 74,8%, dann noch einmal um 27,8% und erst von 2022 auf 2023 stellte sich mit -3,7% ein leichter Dämpfer ein. Als Gesamteindruck aber bleibt: Manga verkauft sich wie geschnitten Brot.

Wobei allein ein Blick auf die Jahres-Top-30 verrät, dass es nicht unbedingt ‚der Manga‘ ist, der sich gut verkauft, sondern vor allem eine kleine stabile Gruppe von Top-Titeln. Im Wesentlichen stammen diese aus dem Bereich shonen, d.h., sie wurden für eine junge männliche Zielgruppe konzipiert. Der Bestseller der letzten vier Jahre ist beispielsweise Naruto von Masashi Kishimoto (Carlsen Verlag), dessen letzter Band ursprünglich im Jahr 2014 erschienen ist. Deutschsprachige Künstler*innen haben es in diesem Umfeld immer noch schwer, auch wenn sich insbesondere der Verlag altraverse in den letzten Jahren deren Förderung auf die Fahnen geschrieben hat. Daneben gibt es eine ganze Reihe Independent-Künstler*innen, die online und/oder im Eigenverlag veröffentlichen. Davon leben können sie allerdings nicht.

Wenige Wochen nach dem Workshop hat der offene Brief der Manga-Übersetzenden an die Manga-Verlage aufgezeigt, dass die wirtschaftliche Situation derjenigen, die die Manga überhaupt erst ins Deutsche bringen, oft ebenfalls sehr prekär ist.

Weiterhin zeigt sich, dass Manga auf den großen Comicveranstaltungen kaum präsent sind. Auf dem Comicsalon Erlangen beispielsweise waren reine Manga-Verlage oft gar nicht anwesend, die Manga-Programme der Mischverlage wiederum wurden nur in abgespeckter Form präsentiert. Im Veranstaltungsprogramm waren nur wenige Punkte dezidiert auf Manga fokussiert und auch der Max-und-Moritz-Preis tut sich schwer damit, japanische Titel auszuzeichnen. Spricht man das Problem an, wird man darauf verwiesen, dass es „an Expertise fehle“ und man nicht wisse, woher man selbige bekomme.

Geld allein macht ‚den Manga‘ also nicht glücklich. Welche Ursachen hat die aktuelle Situation und was brauchen ‚der Manga‘ sowie die dahinterstehenden deutschsprachigen Künstler:innen?

Segelboot Manga

Um uns der Thematik zu nähern, nutzte mein Workshop die sogenannte ‚Segelboot-Analyse‘. ‚Der Manga‘ ist das Segelboot. In einem Brainstorming wurden drei Felder bearbeitet:

- Wind: was läuft gut, was wurde bereits erreicht, was treibt ‚den Manga‘ an?
- Trauminsel: wo wollen wir hin, was sind die Zukunftsvisionen (unabhängig von der Umsetzbarkeit)?
- Anker: was läuft nicht gut, welche Probleme gibt es, was hält ‚den Manga‘ zurück?

Bei der Diskussion erwies sich die Mischung der Gruppe als vorteilhaft, da verschiedene Perspektiven (u.a. Verlage, Handel, Künstler:innen, Stiftungen) und oft langjährige Erfahrungen eingebracht wurden, die einander gut ergänzten.

Im Feld ‚Wind‘ wurden im Wesentlichen vier Faktoren identifiziert, die ‚den Manga‘ erfolgreich machen:

- Die Serien sind langlebig und begleiten die Leser:innen oft über viele Jahre;

- Es gibt Cross-Media-Verknüpfungen, vor allem zum Anime (japanischer Zeichentrick) und zu Videospielen;
- Das Publikum begreift sich als Community, die sich bei diversen spezialisierten Events trifft (z.B. AnimagiC, DoKomi, Connichi, Manga-Comic-Con auf der Leipziger Buchmesse);
- Manga regen zu eigener Kreativität an (v.a. Zeichnen und Cosplay).

Manga müssen also als Teil der Jugendkultur begriffen werden. Sie sind überall da präsent, wo sich Jugendliche ihren Platz suchen, was wiederum die starke Onlinepräsenz von Manga (mit)erklärt. Gleichzeitig ergeben sich daraus spezifische Probleme, auf die ich gleich noch eingehe.

Was die ‚Trauminsel‘ angeht, die das Segelboot Manga erreichen soll, war sich die Gruppe einig, dass die Präsenz von Manga in der Öffentlichkeit ausgebaut werden muss. Die Frage nach dem Wie und Wo wurde dabei unterschiedlich beantwortet. Einige wünschten sich eigene Zeichenschulen oder -studiengänge, andere Manga-Häuser, -Museen und/oder -Awards. Der Wunsch, Manga in die Schulen zu bringen, wurde ebenfalls geäußert. In jedem Fall war aber klar, dass die erweiterte Präsenz nicht nur die Produktionen aus Japan umfassen darf, sondern Künstler:innen aus dem deutschsprachigen Raum miteinschließen muss.

So kamen wir schließlich zum großen Feld ‚Anker‘, das zumindest in Sachen Anzahl der angepinnten Kärtchen den größten Raum einnahm. Es kristallisierten sich vier zentrale Problemfelder heraus:

- Blasenbildung: Insbesondere in der Leserschaft wird oft deutlich getrennt zwischen ‚Manga‘ und ‚Comic‘, wohingegen die meisten, die im ‚Manga-Stil‘ zeichnen, sich als ‚Comic-Künstler:innen‘ begreifen. Auch im Handel und in der Presse wird oft strikt zwischen ‚Manga‘ und ‚Comics‘ getrennt. Manga wird als Massenware begriffen, Comics und vor allem Graphic Novels hingegen als ernsthafte Lektüre.
- Situation der Kreativen: Praktisch niemand kann vom Mangazeichnen leben. Es gibt keine dezidierte Manga-Förderung mit öffentlichen Geldern, Comic-Stipendien aber fördern nur selten Manga. Es gibt keine Ausbildung und keine Schulen, ein Wissenstransfer findet, wenn überhaupt, nur im Kleinen statt.

- Marktgröße: Für den Handel wie auch für das Publikum wird das Angebot an Manga zunehmend unüberschaubarer. Zwar ist inhaltlich für praktisch jede Zielgruppe etwas dabei, es wird aber immer schwieriger, das auch zu finden. (Neutrale) Rezensionen und Marktanalysen sind Mangelware.
- Alte Vorurteile: Manga erscheinen seit den 1980er Jahren auf Deutsch, inzwischen gibt es pro Jahr über 1.000 neue Bände verschiedensten Inhalts. Doch in vielen Köpfen (vor allem der Presse) hält sich hartnäckig das Vorurteil, Manga seien entweder ‚etwas für Kinder‘ oder ‚alle pornographisch‘. Wenn man sich das tatsächliche Angebot aber anschaut, stellt man jedoch fest, dass sowohl Kinder-Manga als auch pornographische Manga so gut wie nichtexistent sind. Oder um es provokant zu formulieren: der deutschsprachige Markt bietet ziemlich viel Durchschnitt.

Mit Ausnahme des Problems der Marktgröße sind das alles Probleme, vor denen auch der ‚normale‘ Comic im deutschsprachigen Raum stand bzw. steht. Man muss also konstatieren, dass ‚der Manga‘ bei deren Lösung nicht oder zu wenig mitgedacht wird, insbesondere was die Situation der Kreativen angeht. Mit Hinblick auf Förderstrukturen wurde zum Beispiel bemängelt, dass man sich oft nicht mit auf mehrere Bände angelegten Serien bewerben kann oder dass eine (Vor-) Veröffentlichung online nicht möglich ist. Umgekehrt besteht auf Seiten der Geldgeber der Eindruck, ‚der Manga‘ hätte eine Förderung nicht (oder weniger) nötig, weil er ja so erfolgreich sei. Ein Trugschluss, wie wir bereits gesehen haben.

Die wahrgenommene Blasenbildung zwischen Manga und Comic erklärt sich möglicherweise u.a. daraus, dass Manga fester Teil der Jugendkultur sind. Jugendliche wollen sich abgrenzen, Medien für sich haben. Somit besteht kein oder wenig Interesse daran, aus der Blase hinauszutreten bzw. ‚Fremde‘ (d.h. Erwachsene) in die eigene verschworene Community hineinzulassen. Viele Fans haben dort ihre Heimat gefunden, eine Art Ersatz-Familie, während sie anderswo Erfahrung mit Mobbing und Ausgrenzung machen mussten. Dieser ‚safe space‘ darf aus ihrer Sicht nicht verschwinden.

Lösungsansätze

Im weiteren Verlauf des Workshops konzentrierte sich unsere Diskussion vor allem auf die Problemfelder ‚Blasenbildung‘ und ‚Situation der Kreativen‘.

Zunächst wurde festgehalten, dass man der Blasenbildung auf sprachlicher Ebene entgegenwirken kann. Statt immer von ‚dem Comic‘ oder ‚dem Manga‘ zu sprechen, könnte man zum Beispiel von ‚Manga plus Comic‘ sprechen. Die Formulierung zeigt, dass beide Medien gleichwertig sind und einander ergänzen. Dabei kann sich insbesondere der Handel profilieren, wenn er es schafft, die Lesenden an Inhalte jenseits der bekannten Bubble heranzuführen. Weiterhin müssen Veranstaltungen wie Diskussionsrunden, Ausstellungen oder Aktionstage für den Manga geöffnet werden. Es muss noch öfter genreübergreifend gedacht werden.

Für die Kreativen hinter ‚Manga plus Comic‘ wurde festgestellt, dass sowohl Förderung im Inneren als auch Vermittlung nach Außen notwendig sind. Dies umfasst sechs Teilaspekte:

- Selbstverständnis: Manga-Schaffende im deutschsprachigen Raum sehen sich nicht als Kulturschaffende, die (finanzielle) Förderung verdienen. Teilweise mangelt es an Selbstbewusstsein, weil von Seiten ‚des Comics‘ die Nase gerümpft wird über den ‚kommerziellen kleinen Bruder‘ Manga.
- Veröffentlichung: Verlagsveröffentlichungen gelten unter den Kreativen nicht mehr als das oberste Ziel, denn durch internationale Plattformen wie Webtoon und Tapas sind neue Optionen hinzugekommen. Dennoch wird eine Verlagsveröffentlichung und damit die Präsenz im Buchhandel als Ritterschlag betrachtet, in deren Genuss aber nur wenige kommen.
- Awards / Wettbewerbe: Anfang der 2000er Jahre gab es noch eine Reihe an Manga-Zeichenwettbewerben, von diesen hat sich aber kein einziger bis heute gehalten. Einige deutsche Manga-Schaffende der frühen Jahre wurden durch diese Wettbewerbe überhaupt erst entdeckt, diese Möglichkeit ist weggefallen. Awards rein für Manga gibt es nicht. Stipendien sind, wie oben beschrieben, nicht immer auf die Bedürfnisse der Kreativen abgestimmt. Aktualisierung Stand 2025: Initiiert von der Leipziger Buchmesse gibt es jetzt wieder einen

Award für deutschsprachige Manga-Schaffende, den Tancho Award.

- Vernetzung: Die deutschsprachigen Manga-Schaffenden sind untereinander vernetzt, allerdings nicht umfassend. Gerade für junge Künstler:innen kann es mitunter schwierig sein, in die entsprechenden Kreise hineinzufinden bzw. überhaupt erst von ihnen zu erfahren.
- Veranstaltungen: Während sich Comic-Schaffende immer häufiger mit Lesungen und Workshops präsentieren, werden diese Möglichkeiten im Manga-Bereich noch wenig genutzt. Möglicherweise mangelt es an Zugang zu entsprechenden Veranstaltungspartnern (z.B. Bibliotheken).
- Technische ‚Ausbildung‘: Um mit dem Zeichnen Erfolg zu haben, braucht es ein breites Wissen über Zeichentechniken und Story-Gestaltung, aber auch so ‚banale‘ Dinge wie Druckdatenanlage, Arbeitszeitgestaltung und Steuerfragen. Im Moment wird dieses Wissen hauptsächlich privat weitergegeben, es gibt keinen Ort, an dem man es zentral abrufen könnte. So kommt es, dass jede Generation mehr oder weniger bei null anfängt.

Eine umfassende Förderung und Vermittlung muss alle sechs Teilaspekte umfassen. Es braucht einen Ort, an dem die Kreativen zusammenfinden können, und wo Informationen offen und leicht verständlich zugänglich sind. Dieser Ort muss außerdem den Anbietern von Förderungen und möglichen Veranstaltungen bei der Informationsbeschaffung und Vernetzung helfen. Langfristig könnte dieser Ort ausgebaut werden, um auch für das Lesepublikum Informationen zu bieten, wie zum Beispiel Rezensionen oder Leseempfehlungen.

Wie wir feststellten, gab es solch einen Ort schon einmal, in Form von Animexx.de. Die Webseite des gleichnamigen Vereins bot (bzw. bietet) Diskussionsforen, Rezensionen, Verzeichnisse von Veranstaltungen und Veröffentlichungen, und ganz zentral eine Plattform zur online-Veröffentlichung selbstgezeichneter Manga. Bis in die 2010er Jahre war Animexx.de der zentrale Anlaufpunkt für deutschsprachige Manga-Fans und -Kreative, bis die diversen internationalen Social Media-Plattformen der Seite den Rang abliefen. Inzwischen wirkt insbesondere das Webseitendesign altbacken, auch wenn die Veröffentlichungsfunktion weiterhin von einigen Kreativen genutzt wird. Als Besonderheit wurde hervorgehoben, dass Animexx.de über einen

eigenen 18+-Bereich verfügt, in dem z.B. erotische Inhalte veröffentlicht werden dürfen. Auf den internationalen Plattformen wie Webtoon und Tapas hingegen müssen solche Geschichten rigoros zensiert werden, werden aber selbst danach noch vom Algorithmus benachteiligt.

Eine Reaktivierung bzw. ein Ausbau von Animexx.de wäre in erster Linie Aufgabe des dahinterstehenden Vereins. Da die Seite aber auf Manga spezialisiert ist und eines unserer Ergebnisse war, dass das Medium offener als „Manga plus Comic“ gedacht werden muss, kamen wir überein, dass es einen neuen Knotenpunkt im Netz braucht, Arbeitstitel: Omnimexx.

Auf Omnimexx wird Wissen gespeichert und für alle zugänglich gemacht. Omnimexx vernetzt die Menschen hinter ‚Manga plus Comic‘ und macht die Medien für die Öffentlichkeit sichtbar. Omnimexx ist für alle da, die ‚Manga plus Comic‘ lieben, egal welche Interessen, egal welches Alter. Omnimexx ist für den Desktop und die mobile Nutzung konzipiert.

Ausblick

Bei aller Einigkeit über die Notwendigkeit einer Plattform wie Omnimexx blieb die Frage offen, wie diese konkret finanziert werden soll und unter wessen Federführung sie aufgebaut werden kann und soll. Ein Mix verschiedener Partner (z.B. öffentliche Geldgeber, Verlage, Stiftungen, Journalist:innen, Künstler:innen) würde die Arbeit auf viele Schultern verteilen und am ehesten Neutralität garantieren. Andererseits kann es bei vielen Verantwortlichen schnell zu Zielkonflikten kommen bzw. Uneinigkeit darüber, was alles Teil von Omnimexx sein soll. In der Diskussion war die Seite zum Beispiel rein deutschsprachig gedacht, aber braucht es nicht auch eine internationale Vernetzung?

Die weitere Ausarbeitung des Konzepts bietet sich für künftige Comicexpansionen an. Es kam weiterhin die Idee auf, dass ‚Manga plus Comic‘ von Best Practice-Erfahrungen aus den Bereichen Literatur und vor allem Computerspiele lernen kann. Die Visionen vom Manga-Museum und Manga-Award stehen ebenfalls weiterhin im Raum.

Somit kann dieser Workshop nur ein Anfang sein, damit aus dem ‚Klassenprimus‘ Manga nicht irgendwann der Sitzengebliebene wird.

Comic/Manga-Publizistik weiterdenken

Moderation/Text: Frank Schäfer (Journalist, Sachbuchautor, Publizist)

„Comics und Mangas finden durchaus bereits im Feuilleton statt, aber meistens sind es einzelne Überzeugungstäter, die das Genre mit großem persönlichen Einsatz dort repräsentieren. Feste Sende- oder Abdruckplätze, und sei es auch nur eine regelmäßige Kolumne zum Thema, sind Mangelware. Es muss also jetzt darum gehen, die mediale Infrastruktur so zu professionalisieren, dass die neunte Kunst endlich von einer breiten Öffentlichkeit in einer ihr gemäßen Weise wahrgenommen werden kann – nämlich als gleichwertige Kunst unter anderen.“
– Frank Schäfer

Teilnehmende:

Tillmann Courth (Journalist und Comic-Pädagoge), Heike Drescher (Reprodukt Verlag), Jule Hoffmann (Journalistin, Deutschlandradio), Claudia Jerusalem (Carlsen Verlag), Martin Jurgeit (Journalist, die neunte – Redaktion), Carsten M. Meissner (TV-Produzent, Der ComicTalk), Martina Peters (Manga-Künstlerin), Andreas Prill (Journalist, Der Tele-Stammtisch), Ralph Trommer (Journalist, taz etc.), Siegfried Scholz (Journalist, Fotograf), Ralf Singh Soest (Künstler), Volker Sponholz (Künstler, Pure Fruit Magazin), Steffen Volkmer (Panini Verlag)



Wie ist der Stand der einschlägigen Publizistik – quantitativ wie qualitativ? Eine vorab durchgeführte Recherche auf der Rezensionen-Plattform „perlentaucher.de“, die ja immerhin die großen Tages- und Wochenzeitungen „ZEIT“, „FAZ“, „FAS“, „FR“, „SZ“, „taz“, „NZZ“, „Die Welt“ und die Radiofeuilletons von Deutschlandfunk bzw. Dlf Kultur auswertet, ergab zunächst einen ernüchternden Befund. Von Januar bis Ende September 2024 wurden gerade mal 38 Comics besprochen (darunter sind auch schon die Kindercomics). Einige Erfolgstitel wie „Die Straße“ von Manu Larcenet, „Im Krieg“ von Nora Krug oder Anke Feuchtenbergers „Genossin Kuckuck“ wurden mehrfach, also in unterschiedlichen Publikationen rezensiert. Unterm Strich kommt man aber in dem Dokumentationszeitraum von 39 Wochen nur auf 48 Besprechungen. Es erscheint also selten mehr als eine Besprechung pro Woche. Wenn man das mit den regulären Buchbesprechungen vergleicht, kommt man im gleichen Zeitraum auf 1717 Besprechungen, das sind im Durchschnitt 44 Besprechungen pro Woche. Also ist etwa ein Buch unter den 44 Besprechungen ein Comic.

Auch wenn der „Perlentaucher“ für die Comic-Publizistik nicht ganz unwesentliche Publikationen wie den „Spiegel“, „Freitag“, „junge Welt“, „Jungle World“, „Neues Deutschland“, „Tagesspiegel“ oder den RBB nicht bedenkt, sieht man hier ganz gut den Stellenwert der Comic-Publizistik in den großen klassischen Feuilletons. Wenn man den Blick auf die Mangas verengt, sieht es noch düsterer aus, denn sie spielen in der klassischen Kultur-Berichterstattung letztlich kaum eine Rolle.

Möglicherweise ist der mediale Resonanzverlust des Comics der problematischen Situation der Printmedien in den letzten Jahren geschuldet (auch die Branchenpresse hat ja einen empfindlichen Schrumpfungsprozess von bis zu 90% hinnehmen müssen). Sparmaßnahmen sorgen dafür, dass Publikationsplätze wegfallen, und die werden womöglich leichter bei den Themen gestrichen, die eher abseits des klassischen Feuilletons liegen. Hier wirken offenbar noch alte Vorurteile nach. Sogar bei einzelnen Kritiker:innen, die sich lieber nicht so weit aus dem Fenster lehnen, um nicht als Comic-Spezialist:innen zu gelten, da das vermeintliche Reputationsverluste nach sich ziehen könnte. Dieser grundsätzliche mediale Aufmerksamkeitschwund für Comics zeigt sich exemplarisch an der Einstellung der „FAZ“-Wochenendbeilage „Bilder und Zeiten“ und der regelmäßigen Comic-Seite im „Tagesspiegel“. Der Wegfall dieser Institutionen ist bei vielen als Einschnitt für die Comic-Publizistik wahrgenommen worden.

Damit einherzugehen scheint aber auch ein allgemeiner Bedeutungsverlust der Kritik. Konnten sich die Verlage vor zehn Jahren nach einer hymnischen Besprechung in den großen Feuilletons noch verlässlich um eine Nachauflage kümmern, schlägt sich mittlerweile eine gute Repräsentation in den klassischen Medien nicht mehr unbedingt in den Verkäufen nieder. Womöglich haben die Rundfunksender als Multiplikatoren die Printmedien an Relevanz abgelöst. So hat es den Anschein, dass Comic-Kritik im Radio mittlerweile größere Wirkung auf die Verkaufszahlen zeitigt.

Die Manga-Berichterstattung sucht sich nolens volens andere Wege. Sie konzentriert sich auf Spartenmagazine wie „Toxic Sushi“ oder „Animania“ (übrigens mit beachtlichen Verkaufszahlen: geschätzten 100.000

Leser:innen im Falle von „Animania“), vor allem aber auf Online-Formate wie Vlogs, Podcasts, TikTok- resp. Instagram-Stories. Wobei die Auseinandersetzung gerade online von sehr unterschiedlicher Güte ist. Von ambitionierten Analysen und kritischen Annäherungen, die eine hohe Lektürekompetenz und Werkkenntnis verraten, bis zu bloß geschmäcklerischem Fan-Geplauder reicht die qualitative Spannbreite. Aber unabhängig von der Qualität der Berichterstattung ist diese wirksam. Die Verlage sind mit den Manga-Verkäufen überaus zufrieden, so sehr, dass sich die ketzerische Frage stellt, warum man überhaupt nach Manga-Kritik in den klassischen Medien verlangt – wenn sie sich sowieso verkaufen! Nun, weil Kritik eben nicht nur, als eine Art ausgelagerte Promoabteilung der Verlage, eine merkantile Funktion übernimmt, sondern eben auch eine ästhetische, indem sie ein- und zurückwirkt auf die Comic-Produktion selber.

Dafür müsste sie dann aber auch souverän über ihr kritisches Handwerkszeug verfügen. Das ist allerdings noch längst nicht immer der Fall, auch nicht in den Traditionsmedien. Nicht mal den korrekten Gebrauch der einschlägigen Fachterminologie (Panel, Ligne Claire, Splash Page, Speedlines, Onomatopoesie etc.) darf man grundsätzlich voraussetzen.

Insofern war eine erste Forderung des Workshops nach – mehr Expertise! In Anlehnung an eine Initiative des Deutschen Journalistenverbands Baden-Württemberg, der ein FAQ zum Thema Comic/Manga und einschlägige Vorträge gewissermaßen als Handreichung für Kolleg:innen auf seiner Webseite anbieten will, gab es die Überlegung, selbst eine Webseite zu installieren. Als zentrale Informationsplattform, die einschlägiges Wissen (Essays, FAQ, Links etc.) bündelt und für Schule, Universität und Journalismus möglichst niederschwellig bereitstellt. Da sie redaktioneller Betreuung bedarf und folglich finanziert werden muss, könnte man sie beim Comicverein als Institution verorten. Als alternative Trägerinstanzen kämen auch eine Universität, eine Bibliothek oder der Deutsche Kulturrat in Frage. Solange es diese zentrale Comic-Website nicht gibt, sollte man darüber nachdenken, bei der von Sven Jachmann für den Splitter Verlag betreuten Seite comic.de anzudocken. Als Zwischenlösung sozusagen („Plan B“). Unter

Umständen müsste man für die Erweiterung der Seite zur zentralen Wissensplattform auch das Herausgeber-Gremium erweitern.

Wer mehr Expertise fordert, muss bei den Bildungsinstitutionen anfangen. Sinnvoll wäre es zum Beispiel, im Rahmen des Studienfachs Kulturjournalismus an den Journalisten- und Schreibschulen in Hildesheim und Leipzig oder auch in den Fachbereichen Germanistik bzw. Komparatistik Kurse über Comic-Geschichte und -Analyse zu implementieren. Die Initiative müsste allerdings wohl aus der Szene kommen, sie hätte den in Frage kommenden Akademien überzeugende Seminarangebote zu unterbreiten. Die Literaturwissenschaft ist von Haus aus konservativ und glaubt noch immer, sie müsse sich mit etwas so Profanem wie Comics nicht beschäftigen.

Eine andere Strategie könnte sein, den Rang der Comic-Publizistik aufzuwerten – etwa durch einen Preis für Comic-Kritik. Es gibt eine Vielzahl von journalistischen Spezialpreisen, so den Alfred-Kerr-Preis für Literaturkritik vom Börsenblatt des Deutschen Buchhandels, den Johann-Heinrich-Merck-Preis für literarische Kritik und Essay, den Ludwig-Börne Preis, den Lessing-Preis für literarische Kritik, den Ben-Witter-Preis (für literarisches Feuilleton), den Michael Althen-Preis (für Filmpublizistik), den Siegfried-Kracauer-Preis, den Preis für Musik-Journalismus usw. Ein Preis für Comic-Kritik wäre ein Signal an die Feuilletons, und dort würde auch entsprechend wahrgenommen, dass man satisfaktionsfähig ist, dass man es mit den anderen journalistischen Spezialdisziplinen aufnehmen will und kann. Ein solcher Preis nobilitiert die Comic-Publizistik und mittelbar damit ihren Gegenstand, weil er öffentlichkeitswirksam vorführt, dass sich Comics als Kunst emanzipiert haben. Überdies packt er Kritiker·innen bei ihrer Eitelkeit und wirkt somit als Ansporn, sich mit diesem Genre auseinanderzusetzen.

Was die Ausgestaltung dieses Preises angeht, stellen sich einige Fragen:

- Wie sollte die Dotierung aussehen? Eine ansehnliche Preissumme würde die Relevanz des Preises sicherstellen.
- Was wird prämiert – ein Autor oder ein einzelnes Werk? Wenn man einen Text prämiert, den der Autor auch selbst

einreichen darf, würde man die Gefahr umschiffen, dass nur die ohnehin szenebekannten Figuren bedacht würden. So hätte der Preis auch eine gewisse Attraktivität und Ausstrahlung auf den journalistischen Nachwuchs. Überdies sollte man über die klassischen Formate hinaus Podcasts, Blogs, Vlogs etc. berücksichtigen.

- Wer entscheidet über die Vergabe? Eine unabhängige, möglichst diverse Jury – also Comic-Künstler·innen und Vertreter·innen aus Journalismus, Verlagen, Bibliotheken, Akademien.
- Wie soll der Preis heißen? Fredric Wertham Preis für Comic-Kritik. (Kleiner Scherz.)
- Sollte der Preis einer Institution angegliedert sein? Und wenn ja, welcher?

Der Workshop ist diesen Fragen nur kurzfristig nachgegangen, weil sie im Detail zu sehr von der Preisvergabe-Institution und ihren Prämissen abhängen. Die Außenwirkung potenzieren könnte allerdings eine begleitende Publikation, in der man die von der Jury kuratierte Auswahl sammelt, etwa die besten 10–15 Arbeiten. Das wäre eine Art Leistungsschau der deutschen Comic-Publizistik, böte gleichzeitig einen Überblick über die jeweilige Comic-Produktion des Jahres, hätte folglich auch einen gewissen dokumentarischen Wert.

Zum klassischen Betätigungsfeld der Kulturjournalistik gehören Künstlerbiografien. Abgesehen von opulenten Ausstellungskatalogen, gibt es zu vielen großen Comic-Künstlern (etwa George Herriman, Will Eisner, Hergé, Charles M. Schulz, Robert Crumb usw.) keine handlichen Biografien im Deutschen. Es ist schwer zu erklären, warum die Comic-Publizistik dieses Feld bisher kaum beackert hat, zumal Biografien eigentlich ganz gut laufen auf dem Buchmarkt. Andreas Platthaus hat mit „Lyonel Feininger: Porträt eines Lebens“ oder „Möbius Bildwelten“ gezeigt, wie so etwas aussehen könnte. Übersetzungen der maßgeblichen Biografien aus dem Englischen und Französischen sind ebenfalls denkbar oder auch Anthologien (etwa eine Sammlung mit Umberto Eco's gesammelten Comic-Essays). Auch das arrondiert die deutsche Comic-Publizistik und gehört mit zur symbolischen Wertschöpfungskette. Zumal die dadurch angestoßene Kanondebatte, die anderen Künste machen das regelmäßig vor, fast schon reflexhaft für öffentliche Aufmerksamkeit

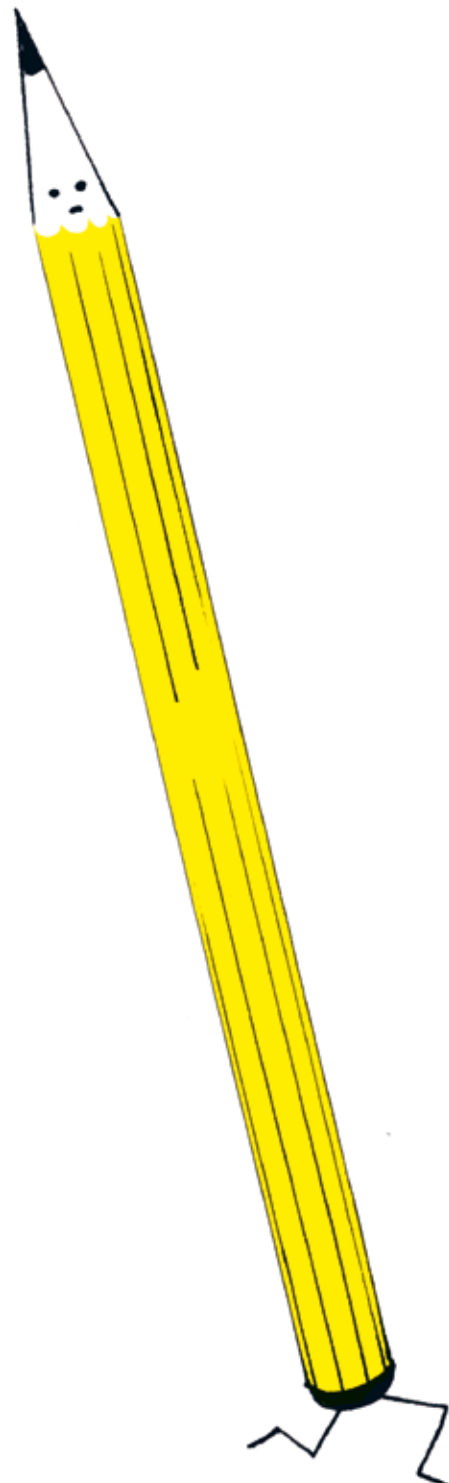
sorgt. Die Diskussion darüber, das darf man nicht verhehlen, wurde kontrovers geführt. Während die journalistische Fraktion sich für das Thema Künstlerbiografie durchaus erwärmen konnte, schien es den anwesenden Verlagsleuten „weniger dringlich“ zu sein, zumal sie am monetären Erfolg solcher Monografien zweifelten.

Stilistische Fragen standen ebenfalls zur Debatte. Mithin die Überlegung: Kann man über besondere Schreib- resp. Präsentationsweisen zusätzliche Aufmerksamkeit generieren? Sind sensationsheischende Totalverrisse ein probates Mittel? Wie sieht es mit literarischen Schreibweisen aus? Etwa mit dem Hineinschreiben der eigenen Person, wie es der „New Journalism“ in den sechziger Jahren mit Erfolg vorgemacht hat? In den neuen und sozialen Medien finden solche freieren, auch künstlerisch avancierteren Formate nämlich durchaus schon statt. Gerade in der US-Comic-Szene gibt es diverse Beispiel dafür, nicht zuletzt das mit dem Eisner-Award-prämierte Digitalmagazin „PanelxPanel“.

Journalistische Online-Formate kamen in diesem Workshop sicher zu kurz. Auch die Influencer-Szene wurde nur am Rande gestreift. Vielleicht nicht ganz zu Unrecht, schließlich kümmert sich auch bei den Verlagen nicht die Presse-Abteilung um ihre Belange, sondern das Marketing. Influencer etablieren eine andere Form der Berichterstattung, hier geht es um Teilhabe, der Community-Gedanke spielt bei ihnen eine wichtigere Rolle, sie liefern vornehmlich Fan-Talk, der allerdings bisweilen durchaus Spezialwissen vermittelt. Vor allem aber sind sie – leider im immer größeren Gegensatz zum klassischen Rezensionswesen – überaus relevant für den Verkauf. Sehr namhafte Influencer bekommen von den Verlagen Geld für ihre Dienste, bis zu 10.000 Euro können hier zu Buche schlagen. Auch wenn das Gros der Influencer nicht bezahlt wird und zumindest formal unabhängig agiert, sollte man hier eigentlich nicht von Publizistik im herkömmlichen Sinne sprechen, zumal das Gebotene oft von zweifelhafter Qualität ist. In den meisten Fällen ist es vom Verlag gesteuertes Marketing.

Bei den Teilnehmenden verfestigte sich der Eindruck, dass es sich bei den neuen/sozialen und den klassischen Medien um zwei ‚Kulturen‘ handelt, die weiterhin mitein-

ander fremdeln. Hier kommt der gute, alte Newsletter wieder ins Spiel, dem man eine Renaissance wünschen möchte, weil er verschiedene Alters- und Interessengruppen zusammenbringt, Informationen aus alten und neuen Medien bündelt und so eine Brücke zwischen den Kulturen sein kann.



Inklusion/Diversität

nachgeholt am Samstag, den 30. November 2024, 11–16 Uhr,
im Literarischen Colloquium, Berlin (LCB)

Moderation/Text: Lara Keilbart (freischaffende Journalistin und Podcasterin, Berlin)

„Man kann nicht sein, was man nicht sieht. Die Kraft der Sichtbarkeit darf niemals unterschätzt werden. Es gibt tausend Gründe, warum es wichtig ist, dass es Vielfalt in Comics/Manga gibt. Unsere Aufgabe ist es nicht, die Gründe zu diskutieren, sondern wie wir diese Vielfalt umsetzen können.“

– Lara Keilbart

Teilnehmende:

Noémie Fantôme (Bildungsarbeit), Karin Frey (Deutscher Comicverein, Comic-Invasion), Anna Gabai (Interkulturalität/arabische Kultur, Erwachsenenbildung in Bibliotheken und Schulen), Julia Hoffmann (Journalistin/Deutschlandfunk), Lea Hübner (Übersetzerin Portugiesisch/Spanisch, Comic), Katharina-Sofie Naujoks (Vorstandsmitglied des Deutschen Comicvereins), Anna Paßlick (Comic-Zeichnerin), Rebekka Pohl (Volontärin LCB, Protokollantin), Dirk Schwieger (Comic-Zeichner), Christine Wagner (LCB)



Dass Diversität und Teilhabe in Comics/Manga inhaltlich ein Thema sind, dafür gibt es im deutschsprachigen Raum, teils auch international, preisgekrönte Einzelbeispiele. Mit Blick auf Akteur·innen und Handlungsweisen kann, sollte und muss der Grad der Teilhabe jedoch noch wesentlich erhöht werden.

Comics gehören zu den zugänglichsten visuellen Medien überhaupt. Zu ihrer Produktion wird kein großes Kapital benötigt. Digitale Publikationswege stehen heute beinahe allen offen, als Einstieg, Ergänzung, oder gar Alternative zur Verlagspublikation.

Dadurch sind Comics im fortwährenden Wandel. Sie verschieben ästhetische und formale Grenzen: zwischen Texten und Bildern, zwischen Medien und Genres, zwischen dem Populären und dem Alternativen.

Warum gibt es dann so wenige bekannte Artists of Color oder Künstler·innen mit Behinderungen? Warum werden die Themen Rassismus, Ableismus, chronische und psychische Krankheiten so selten thematisiert? Wie erreicht man marginalisierte Personen? Wie können wir die Comicproduktion zugänglicher gestalten? Was können wir vermeiden? Welche Rolle spielen Ver-

lage, Auszeichnungen und Förderungen? Wie können Comicläden helfen?

Der Workshop stellte sich in einem offenen Diskussionsforum Fragen zu mehr Teilhabe von marginalisierten Personen in der Comicproduktion und -verbreitung. Es wurden Konzepte erarbeitet, um mehr Künstler·innen und Geschichten aus dem marginalisierten Spektrum der Gesellschaft in die Comicwelt zu holen und diese öffentlichkeitswirksam zu präsentieren.

Um den inhaltlichen Einstieg in die Thematik zu finden, trugen wir zusammen, welche marginalisierten Gruppen wir kennen. Die Sammlung erwies sich als sehr umfangreich. Genannt wurden Angehörige bestimmter Religionen (Jüd·innen/ Muslim·innen, Sinti/ Sinti·zze und Roma/ Rom·nja, Hindus), BIPOC, queere Personen, LGBTIQ*, FLINTA, arme Menschen, nicht alphabetisierte Erwachsene, Migrant·innen, Geflüchtete, Menschen mit Behinderung, Kinder, Frauen, neurodiverse Menschen, Menschen mit psychischen Krankheiten, Obdachlose, alte Menschen, Menschen, die nicht ins System passen, Arbeitslose, Arbeiter(klasse)/working class, und Menschen, die von Klassismus betroffen sind.

Als nächstes schauten wir uns die deutsche Förderlandschaft im Bereich Comic an. Sind hier die oben genannten Gruppen repräsentiert?

Lara Keilbart hat zu diesem Zweck die veröffentlichten Zahlen zu den Förderungen recherchiert und zusammengetragen. Da die finanziell relevante Förderlandschaft in Deutschland sehr übersichtlich ist, beschränkte sich der Vergleich auf den Preis der Leibinger Stiftung, das Berliner Comicstipendium und den Hamburger Comicpreis. Sind die Preisträgerinnen beim Hamburger Comicpreis seit Gründung zu 100 % weiblich, ist es beim Berliner Comicstipendium zwischen männlichen und weiblichen Bewerbern ausgeglichen und bei der Leibinger Stiftung gibt es einen höheren männlichen Anteil. Nur beim Berliner Comicstipendium waren sechs queere Bewerber·innen zu identifizieren, bei den beiden Preisen gab es dazu keine Angaben. Es scheint also, als ob die Stipendien und Preise vor allem an cis-het-Normative vergeben werden. Hier stellt sich die Frage, ob dies der Realität entspricht, oder ob die Genderzugehörigkeit nicht kommuniziert wurde, und wenn das so wäre, warum dies nicht

geschehen ist. Augenfällig ist ebenfalls, dass die Preisträger·innen nur zu einem Drittel POC waren. Hier wäre es interessant zu wissen, ob das dem Bewerber·innen-Anteil auf die Förderung entsprach.

Ebenso verhält es sich mit den inhaltlichen Kategorien. Drei Viertel der Preise und Stipendien gehen an Non-Fiktionale Erzählungen. Bewerben sich Comicautor·innen, die fiktional erzählen, weniger?

Ergänzend zu der Recherche fügte die Dozentin noch hinzu, dass nach ihrer Beobachtung Klein- und Selbstverlage vielfältiger sind.

Aus diesem Überblick ließ sich schlussfolgern, dass marginalisierte Gruppen bei öffentlichkeitswirksamen Anlässen, wie z.B. Preisverleihungen, unterrepräsentiert sind. Die Sichtbarkeit dieser Gruppen sollte stärker in den Fokus gerückt werden. Das führte uns zu drei zentralen Fragen:

- Was wollen wir konkret erreichen?
- Welche Hürden stehen im Weg (um die Ziele zu erreichen)?
- Was bzw. wen brauchen wir (um die Hürden zu beseitigen)?

Anhand dieser drei Fragen diskutierten wir Konzepte für mehr Sichtbarkeit marginalisierter Gruppen.

Unsere Ansatzpunkte waren dabei: Wer sind die Ansprechpartner, welche Finanzierungsformen gibt es und wie müssten z.B. Konzepte für Veranstaltungen etc. verändert oder entwickelt werden?

Bei der Frage, was wir konkret erreichen wollen, gab es vor allem viele Änderungswünsche, vor allem in Bezug auf Jurys, Preise etc.:

- diversere Besetzung von Jurys (in Berlin und anderswo);
- Rotation bei der Jurybesetzung (Neu- und Altbesetzungen);
- Genre-Comic muss mehr stattfinden, vielleicht durch eigene Kategorien;
- Pflichtworkshop zum Thema Diversity für Jury-Menschen;
- Auswahl der Jury: Koordination durch Dachorganisation wie dem Dt. Comicverein;
- Kriterienkatalog als Hilfe;

- Offenes Feld für besondere Gründe/Bedarfe für die Förderung bei der Bewerbung/Einreichung;
- Transparenz der Entscheidungsfindung der Jurys erhöhen (Begründung);
- Ansprache + Selbstbewusstsein positiver gestalten (z.B. Manga, Genre), in dem gezielt Zeichner·innen motiviert werden, sich zu bewerben;
- Einreichungsprozess: konkrete Hilfsangebote für einzelne Bewerber·innen;
- Kooperation mit Vertretungsorganisationen (z. B. Aktion Mensch, Lebenshilfe).

Nachdem wir uns unsere Ziele erarbeitet hatten, trugen wir zusammen, welche Hürden es geben könnte:

- direkte Konkurrenz mit nicht-marginalisierten Künstler·innen schreckt ab;
- mangelnder politischer Wille;
- reaktionäre, anti-demokratische Entwicklungen stellen sich gegen Diversity;
- Statuten werden nicht umgesetzt/können nicht umgesetzt werden (z.B., dass ein Jurymitglied POC sein muss);
- finanzielle Belastung für Juryarbeit zu hoch, d.h. der Arbeitsaufwand für die Juryarbeit ist sehr aufwändig, wird aber nicht oder nur mit einer Aufwandsentschädigung bezahlt. Konkret bedeutet dies, dass die Juryarbeit als Ehrenamt behandelt wird. Dies können aber viele Zeichner·innen nicht leisten, da sie sowieso schon in prekären Einkommensverhältnissen leben;
- Machtstrukturen, geschlossene Netzwerke und Filterblasen, aus denen die Jurys besetzt werden. Ebenso ist es auch auf Seiten der Einreichenden;
- Klassismus: Bewerbung von Förderungen etc. in zu kleinem Kreis (nicht auf Manga-Cons etc.);
- Comic als Kunstmedium immer noch zu wenig gesellschaftlich anerkannt.

Unsere Sammlung hat sehr viele wichtige und interessante Themen zusammengetragen, da die Zeit aber leider beschränkt ist, wählen wir ein Thema, dass wir genauer bearbeiten aus. Die Abstimmung ergab den Fokus auf folgendes Problem:

„Es gibt zu wenige bekannte Artists of Color und/oder queere Artists und/oder mit Behinderungen.“

Was wollen wir hierbei konkret erreichen?

- mehr Indie-Bücher in den Bibliotheken;
- mehr Intermedialität;
- mehr Übersetzungen;
- mehr community-Arbeit;
- Workshops zum Thema Sichtbarkeit;
- mehr Fördermaßnahmen;
- „Wort und Mikro geben“, wie z.B. auf Comicveranstaltungen, Preisverleihungen etc.;
- mehr Comics in Schulen;
- mehr POC in der Presse/den Medien;
- mehr Comiclesungen mit POC;
- mehr thematisierende Comics;
- Comicmachen-Workshops von und für Marginalisierte;
- Comicmachen stärker fördern (z.B. in Schulen im Unterricht).

Welche Hürden stehen dabei im Weg?

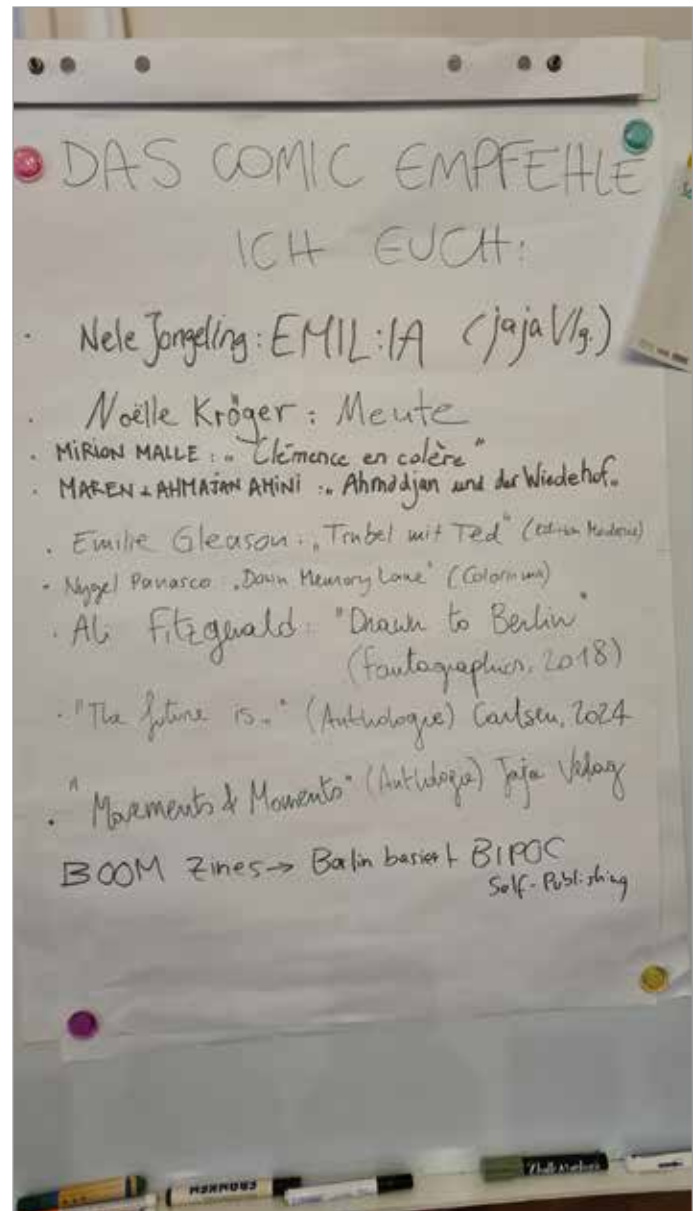
- unter sich bleiben (Comicblase);
- Pädagogik nutzt Comic zu wenig;
- Kunststudium als Privileg;
- zu wenig Orte an denen Comic und Comicschaffende öffentlich auftreten können;
- Netzwerk bleibt gleich;
- Identifikation mit ‚Comic‘ wegen mangelnder Anerkennung immer noch schwierig;
- zu wenig Geld für Kultur;
- Perfektionismus auf Seiten der Künstler·innen;
- Menschen trauen sich nicht, ihre Comics zu zeigen, Comics zu lesen;
- die aktuellen Kürzungen wirken sich sehr negativ auf die Comicszene aus, z.B. gibt es immer weniger Atelierplätze oder Comicorte;
- starre Strukturen in den Universitäten, Hochschulen, Behörden;
- unsichere Berufschancen;
- Herkunft formt Ästhetik.

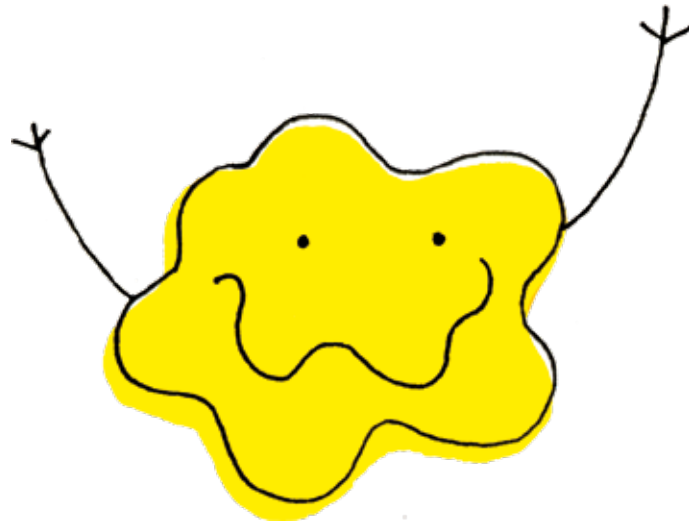
Wie lassen sich die Hürden überwinden?

- mehr Comic-Kurse an den VHS (niedrigschwellige Angebote);
- mehr Comic-Ausbildung in den Universitäten;
- auch abseits der Universitäten bzw. Studiengang ‚Comic‘ ohne hohe Zugangsvoraussetzungen schaffen (vgl. Musikschulen/-akademien);
- Comics in den Lehrplan aufnehmen (nicht nur im Fach Kunst);
- Comic als Lehrmethode verankern (Bsp. Thema Emotionen, Wut);

- Verjüngung/Generationswechsel und Diversifizierung in Verlagen;
- Infomaterial für Verlage erstellen (vgl. „Selbst-Check“), Newsletter, Austausch für mehr Diversität;
- Verlage könnten mehr mit NGOs zusammenarbeiten;
- Diversity-Workshop zu unterschiedlichen (internationalen/interkulturellen) Ästhetiken;
- eigenes Sprechen über Comics reflektieren (Formulierungen wie „schön gezeichnet“ hinterfragen);
- mehr Geld für Kultur;
- Bedingungsloses Grundeinkommen;
- Nicht-Comic-Orte zu Comic-Orten machen (Kiez-, Nachbarschafts-, Jugendtreffs etc.);
- Menschen (bspw. Jugendliche) zu Comic-Orten führen (Ausflug/ Kiezspaziergang/Treasure Hunt/ Schnitzeljagd organisieren);
- Vorhandene Strukturen stärker nutzen und Netzwerke schaffen, bzw. ausbauen. Z.B. schreiben & leben (Lettrétage);
- KSK-Beratung (Wie komme ich rein? Altersvorsorge?);
- Beratungsangebote für Newcomer:innen zur finanziellen Sicherheit (vgl. Renate-Stammtisch);
- Mentoring-Programm initiieren (Tandembildung);
- Verlagsförderungen, und andere umfassende Förderungen zur Stärkung der Comickultur. Ähnlich wie die Filmförderung;
- Messeplätze für Verlage und Artists auf großen Messen etc. subventionieren (Bsp.: Thought Bubble-Festival → micro-bursary), diversity-tax, über Spenden finanzieren.

Mit diesen sehr konkreten Ideen schließt der Workshop. Da die Teilnehmer:innen aus sehr verschiedenen Bereichen der (Comic-) Kultur oder aus dem Bildungsbereich kommen, wurde die Diskussion sehr breit und aus sehr unterschiedlichen Blickwinkeln geführt. Alle fanden diesen Workshop deshalb sehr gewinnbringend, vor allem, um sich zu vernetzen und auszutauschen und mit den gewonnenen Erkenntnissen die eigene Arbeit zu bereichern oder neue Projekte anzustoßen.





III – Best practice / Status quo

Comic ahoi! – Leseförderung mit Comics

Text/Abbildung: Julia Lentge und Stefanie Ericke-Keidtel (Seiteneinsteiger e.V.)

>>> www.seiteneinsteiger-hamburg.de

>>> www.li-be.de

>>> www.comic-ahoi.de



Der gemeinnützige Verein Seiteneinsteiger e.V. ist seit 2007 in Hamburg aktiv und schafft mit einer Vielzahl von Literacy-Projekten Zugänge zur Sprach-, Lese- und Schreibförderung für Kinder und Jugendliche. Dazu gehören bereits seit vielen Jahren Comic-Angebote, u.a. im Rahmen der Hamburger Lesefeste „Seiteneinsteiger“ und „Seiteneinsteiger International“, mehrere Outdoor-Comic-Rallyes sowie das erfolgreiche Projekt „1 Klasse liest 1 Comic“, das von Julia Lentge verantwortet wird. Stefanie Ericke-Keidtel leitet zudem das Junge Literaturhaus in Berlin, das ebenfalls einen Schwerpunkt auf die Arbeit mit Comics, Graphic Novels und Mangas setzt und im Jahr 2024 knapp 30 Comicveranstaltungen durchgeführt hat.

„Kinder lieben Comics!": Diese Erfahrung machen wir in Hamburg und Berlin immer wieder, sei es bei großen öffentlichen Panel- und Mitmach-Lesungen, bei kleinen Zeichenworkshops oder auch bei unseren mehrwöchigen intensiven Formaten mit Schulklassen – die wunderbar vielfältige Welt der Comics und Graphic Novels begeistert so gut wie alle Kinder, Jugendliche und die begleitenden Erwachsenen! Zwar gilt es bei Letzteren noch ab und zu, Schwellenängste abzubauen, doch hier hat sich zum Glück in den vergangenen Jahren viel getan. Nicht nur werden Comics, auch dank engagierter Verlage wie Reprodukt, Kibitz oder avant, längst von der Literaturkritik als künstlerisch wertvolles Genre anerkannt und erhalten regelmäßig Auszeichnungen wie den Deutschen Jugendliteraturpreis. Auch im Bereich der Sprach- und Leseförderung ist die Attraktivität von Kindercomics inzwischen unbestritten: Sie erweisen sich im Zusammenspiel von Wort und Bildsprache als sehr geeignet, um selbstständiges Lesen bereits in frühen Jahren zu fördern, und sie wecken vor al-

len Dingen den Spaß am Gestalten, Erzählen und Lesen, gerade auch bei Kindern, die sich damit schwerer tun. Renommiertere Literaturinstitutionen arbeiten bereits seit längerem aktiv mit Comics und empfehlen explizit ihre Verwendung. Und auch in den Schulen und Ministerien erkennt man langsam, wie gut sich viele Comics und Graphic Novels für den Unterricht eignen – und das nicht nur im Fach Deutsch, sondern z.B. auch in Geschichte oder Kunst.

Warum passen Comics und Leseförderung so gut zusammen?

„Comics are a gateway drug to literacy.“
– Art Spiegelman (Pulitzer-Preisträger,
Autor von „Maus“)

Für geübte Leser·innen gibt es zahlreiche fantastische Comics, Mangas und Graphic Novels auf höchstem künstlerischen Niveau. Doch auch und gerade für Leseanfänger·innen können Comics ein großartiger Einstieg in die Welt der Literatur sein: Manche Kinder empfinden das Lesen von längeren Prosatexten als schwierig und mühselig. Bei ihnen stellt sich beim Schriftlesen kein befriedigender Lesefluss ein, kein inneres Bild – es fehlt der berühmte „Film im Kopf“. Hier bieten Comics eine ausgezeichnete Leseplattform, denn die Bilder des Comics unterstützen sie bei der Lektüre und fungieren als visueller Anker für ihr Leseerlebnis. Die Bilder des Comics veranschaulichen die verwendeten Wörter und erklären bzw. definieren sie somit auf visueller Ebene. Zudem liefern sie Kontextinformationen und unterstützen dadurch auch das Lernen der Bedeutung neuer Wörter. So lernt man über mehrere Kanäle – verbal und visuell – die Bedeutung von unbekannten Begriffen; ein Umstand, der insbesondere für Nicht-Muttersprachler·innen von Vorteil ist. Da sowohl die Anzahl als auch die Länge von Texten in Kindercomics überschaubar sind, können auch schwächere Schriftleser·innen anspruchsvolle Geschichten ohne Frustrationserlebnisse und auf einem Niveau lesen, dessen sie in reiner Schriftform noch nicht mächtig wären. Das verwendete Vokabular in Kindercomics ist zudem aus Platzgründen meist kurz und bündig – so lernen Kinder, wie man prägnant kommuniziert. Als räumlich organisiertes Medium haben Comics darüber hinaus eine besondere Stellung zwischen Buch und Film: Die Bilder generieren gleichzeitig Aufmerksamkeit bei den Kindern und

halten sie beim Thema, da die Komplexität im Bild reduziert ist.

Wie das klassische Kinderbuch bieten Comics die Erfahrung einer klaren Erzählstruktur und ermöglichen es, sich eine Geschichte im eigenen Tempo zu erarbeiten. Damit bieten Comics ihren Lesenden ein in sich geschlossenes Erzählsystem, in dem komplexe Erzählelemente sehr klar kommuniziert werden. Dazu kommt: Comics ermöglichen viel Interaktion! Kinder können Comics beispielsweise gemeinsam mit verteilten Rollen lesen oder spielen, sodass sich daraus eine weitere Interaktion ergibt, oder gemeinsam Geschichten weiterdenken und zeichnen.

Mit einer großen Vielfalt an Figuren, Motiven und Themen bieten Comics zudem viele unterschiedliche Anknüpfungspunkte für Jungen und Mädchen gleichermaßen. Last but not least: Comics sind oft lustig und spannend! Und sie helfen damit (nicht nur) Kindern, die Schwierigkeiten mit dem Lesen haben, am Ball zu bleiben. Genau diese Begeisterung nutzen wir. Wie es in der bunten Welt der Comics heißen würde: JUCHZ!

Unsere Projekte: Comic ahoi – wie wir die Lust auf Bücher mit Comics wecken!

Wie gut Comics funktionieren, erleben wir immer wieder – sowohl bei unseren vielfältigen Comic-Workshops im Berliner Literaturhaus als auch bei unseren Hamburger Projekten wie dem Kinder-Comicfestival, mit dem wir im Rahmen des Lesefestes „Seiteneinsteiger“ seit 2016 erfolgreich mit Workshops, Comiclesungen und Ausstellungen kooperieren, bei unseren Comic-Rallies in der Stadt, oder auch im Rahmen unseres Schulprojekts „Leselotte“, das seit dem Jahr 2014 schon über zweihundert Hamburger zweite Klassen mit seinen Büchertaschen besucht hat und den Kindern Comics und dazu passende spielerische Aufgaben nahebringt.

Ein uns ganz besonders am Herzen liegendes Beispiel für gelungene und nachhaltige Leseförderung ist das Projekt „Comic ahoi! – 1 Klasse liest 1 Comic“. Als wir im Corona-Jahr 2020 für unser Lesefest auf der Suche nach pandemietauglichen Schulformaten waren, die maximal flexibel funktionieren sollten, entstand dabei die Idee zu „1 Klasse liest 1 Comic“. Das Projekt richtet

sich an Hamburger Schulen mit Schüler·innen aus herausfordernden sozioökonomischen Verhältnissen. Jeweils eine Schulklasse der Jahrgänge 3 bis 6 arbeitet über einen längeren Zeitraum eng mit namhaften Comic-Künstler·innen wie Patrick Wirbeleit, Tanja Esch, Ferdinand Lutz oder Josephine Mark zusammen, taucht tief in das jeweilige Werk ein und erlebt die Künstler·innen vor Ort. Mittlerweile führen wir dieses Projekt im fünften Jahr durch und sind noch immer so begeistert wie am Anfang!

Das Projekt startet, nach einem obligatorischen Vorbereitungstreffen für die teilnehmenden Lehrkräfte, jeweils mit einer Lese-Phase. Alle von uns im Vorfeld ausgewählten Klassen bekommen dafür einen Klassensatz des Comics zugeschickt, zu dem dann in der Praxisphase gearbeitet wird: „Ulf und das Rätsel um die Neue“, „Boris, Babette und lauter Skelette“, „Q-R-T“, „Trip mit Tropf“ oder „Gorm Grimm“. Für den mehrwöchigen Projektzeitraum entwickelten die Künstler·innen im Vorfeld zu ihrem eigenen Comic ein intensives, niedrigschwelliges Workshop-Konzept mit liebevoll gestalteten kreativen Materialien, mit denen die Klassen von uns versorgt werden. Besondere Highlights sind die Live-Begegnungen der teilnehmenden Klassen mit ihrem oder ihrer Künstler·in, sowie ein Buchpaket zum Abschluss mit verschiedenen Comics für die Klassenbibliothek zum Weiterlesen!

Natürlich kostet so etwas Geld: Ermöglicht wird dieses Projekt durch eine großzügige Förderung der Hamburger Klaus und Lore Rating Stiftung. Caroline Sassmannshausen, Geschäftsführerin der Stiftung, erkannte früh das Potenzial des Comics für die Lese- und Schreibförderung und ermutigte uns, die Arbeit mit Comics an Schulen größer zu denken. Die Teilnahme ist so für die Klassen kostenlos, und alle Schüler·innen erhalten ihr eigenes Exemplar des behandelten Kinder-Comics – für viele Kinder ist es ihr erstes eigenes Buch überhaupt und ein außerordentlich prägendes Ereignis! Der Stiftung ist es vor allem wichtig, dass Kindern und Jugendlichen mit schwierigen Startbedingungen der Zugang zu Bildung erleichtert wird, und dies im besten Fall mit Begeisterung und Leichtigkeit: „1 Klasse liest 1 Comic“ erfüllt dieses Ziel auf ideale Weise. Für uns als Stiftung ist das Projekt deshalb ein echtes Herzensprojekt“, so Caroline Sassmannshausen. Mit vielen kreativen Ideen

sowie einer großen Begeisterung fürs Genre und für die Zielgruppe haben die renommierten Comic-Künstler·innen Tanja Esch, Ferdinand Lutz, Patrick Wirbeleit und Josephine Mark mittlerweile über 1.300 Schüler·innen in 59 Hamburger Schulklassen in die Welt des Comic-Zeichnens, Comic-Lesens und Geschichtenerzählens entführt – und es geht immer weiter!

Alle am Projekt Beteiligten betonen dabei, mit wie viel Spaß die Kinder dabei sind. Die vielfältigen Arbeitsmaterialien, die von Quizfragen über Steckbriefe bis zu lustigen Erzähl- und Zeichenübungen reichen, ermöglichen es, dass jedes Kind gemäß seinen Begabungen etwas findet, das ihm Freude bereitet. Caroline Sassmannshausen: „Das bestätigen uns auch die Lehrer aus den Klassen, die oftmals ganz überrascht sind, was für ungeahnte Begabungen in ihren Schülern schlummern.“ In der Tat geben die Lehrer·innen immer wieder tolles Feedback: „Insbesondere Kinder mit geringer Lesemotivation – in meiner Klasse vor allem Jungen – wurden zu begeisterten Lesern. Neue Textarten bieten somit neue Chancen, alle oder zumindest sehr viele Kinder in heterogenen Lerngruppen zu erreichen“, heißt es da etwa, oder auch: „Meine Hoffnung, dass in dem Comic viele Ansatzpunkte stecken, hat sich erfüllt und ich konnte dadurch Seiten meiner Schüler·innen entdecken, die mir mit anderen Medien nicht offenbart worden wären: So haben einige Kinder beim lauten Vorlesen mit verteilten Rollen ein Talent für szenisches Lesen gezeigt, Lernförderkinder, die sonst kaum schreiben, haben unaufgefordert leere Sprechblasen mit kurzen Dialogen gefüllt (...).“

Ähnlich überzeugt äußern sich auch die Künstler·innen: „Ich liebe den Austausch über die Feedback-Gespräche oder Nachrichten, die mir die Kinder schreiben. Für die meisten ist am Anfang des Projekts überhaupt nicht vorstellbar, selbst eine Comicgeschichte zu schreiben und zu zeichnen. Aber am Ende merkt man immer, wie stolz die Kinder sind: auf ihre Geschichten und die Figuren, die sie sich selbst ausgedacht haben – und auf die Comics, die entstanden sind. Obwohl für manche Kinder die Hürden enorm sind (allein ein ganzes Buch zu lesen! Zu zeichnen! Sich eine eigene Geschichte auszudenken! Die Sprachbarriere!) erreichen Comics in besonderem Maße auch Kinder, die aus den unterschiedlichsten Gründen mit der geschriebenen

Sprache Schwierigkeiten haben. Dass diese Kinder dennoch komplexe, spannende, lustige oder tiefgründige Geschichten lesen können (und nichts weniger wollen sie!), ist der Kombination aus Bild und Text im Comic zu verdanken. Dass der Funke übergesprungen ist, merkt man spätestens, wenn sich die Kinder am Ende des Projekts auf die Bücherkiste stürzen, die wir als Abschiedsgeschenk übergeben. Etwas Besseres kann man sich doch eigentlich nicht wünschen für ein Projekt, das Lesebegeisterung fördern soll!“, fasst Josephine Mark stellvertretend die Erfahrungen der Comicprofis zusammen.

Die Rallyes: Mit Detektiv-Comics die Stadt und das Lesen entdecken!

Neben dem Projekt „1 Klasse liest 1 Comic“ und vielen einzelnen Comicveranstaltungen im Verlauf des Jahres haben wir weitere Initiativen gestartet, die zum Teil noch work-in-progress sind: Mit „Comic Ahoi“ >>> www.comic-ahoi.de wurde die Basis für eine digitale Plattform geschaffen, die Kinder-Comics empfiehlt, über Best-Practice-Beispiele rund um das Arbeiten mit Kinder-Comics im Schulunterricht berichtet oder Einblicke in die Szene der Kinder-Comics und ihrer Macher bietet.

Viel Aufmerksamkeit ziehen in Hamburg aber auch unsere Comic-Detektivrallyes auf sich! Der Kinder-Comic „Ulf und das Rätsel um die Neue“ (Kibitz) von Tanja Esch dient diesem Format mit seinem Figurenpersonal als Vorlage. Die erste Comic-Detektivrallye „Ulf und der Fall Einstein“ wurde 2020 von Tanja Esch und Michael Groenewald in Zusammenarbeit mit Katja Rausch für den Comic-Salon Erlangen entwickelt und konnte als pandemietaugliches Outdoor-Projekt während des Aktionszeitraumes mit den entsprechenden Unterlagen ohne Anmeldung jederzeit realisiert werden. Dieses Format hat uns so begeistert, dass wir es gemeinsam mit Michael und Tanja kurzerhand auch für Hamburg adaptiert und erstmals 2021 in den Frühjahrsferien im Stadtteil Winterhude/Barmbek durchgeführt haben. Die Resonanz war überwältigend: 3.000 Kinder haben dabei geholfen, den Fall zu lösen!

Die zweite Rallye „Ulf und der Bücherdieb“ fand dann im Herbst 2022 in Hamburg-Wilhelmsburg statt. Wir gingen diesmal mit

dem aufwändigen Format bewusst in einen Stadtteil, in dem es weniger kulturelle Angebote gibt, und banden, um die Kinder auch wirklich bestmöglich zu erreichen, die Schulen mit ein. So konnten sich Klassen anmelden, die dann gezielt mit den Vorbereitungsmaterialien zum Einstieg in das Thema Comic und den Detektiv-Unterlagen versorgt wurden, die man für die Teilnahme an der Rallye durch den Stadtteil benötigte. Zudem fand in den Hamburger Herbstferien in den Bücherhallen südlich der Elbe ein umfangreiches kostenloses Comic-Workshop-Angebot mit Tanja Esch statt. Neben den Familien machten sich allein 50 Schulklassen auf den Weg, sodass die Rallye im April 2023 noch einmal wiederholt wurde, um noch mehr Klassen die Teilnahme ermöglichen zu können.

Unser neuester Fall ist ganz frisch: Im Juli 2024 startete rund um den Rathausmarkt die erste dauerhafte Comic-Rallye Hamburgs, erdacht mit den Hamburger Comicprofis Tanja Esch, Michael Groenewald und Wiebke Bolduan. Schulklassen der Stufen 4 bis 6, Kinder ab neun Jahren und ihre Familien sind herzlich zum Schnüffeln, Rätseln und Detektiv-Spielen eingeladen, abermals angelehnt an Tanja Eschs beliebten Kindercomic „Ulf und das Rätsel um die Neue“. Dieses Mal haben Ulf und Tita ein verdächtiges Pärchen in der Rathauspassage entdeckt, das definitiv nicht nur Möwen beobachten will. Ein verlorener Zettel gibt Rätsel auf... Die interaktive Comic-Rallye „Ulf und das rätselhafte Rätsel“ führt Spürnasen an verschiedene, frei zugängliche Stationen rund um den Rathausmarkt. Ganz nebenbei erfahren die Nachwuchs-Detektive spannende Details über Hamburg und seine Geschichte, und erhalten am Ende zur Belohnung einen Sticker für den eigenen Detektivausweis. Zu den Öffnungszeiten der Rathauspassage Hamburg können die Detektivhefte jederzeit kostenfrei abgeholt werden. Eine Comic-Ecke zur Inspiration und zum Stöbern gibt es dort ebenfalls; auch Veranstaltungen, etwa mit Matthias Wieland, Tanja Esch oder Ulf Blanck, fanden bereits statt. Für dieses Format kooperieren wir u.a. mit verschiedenen Stiftungen und der Stadt.

Im Rahmen des Seiteneinsteiger-Lesefestes 2023 fand zudem in der Bücherhalle Harburg eine aufwändig gestaltete interaktive Rallye für Kinder statt, die auf dem grandiosen Comic „Der Weltraumpostbote“ (Rot-

opol) des Kanadiers Guillaume Perreault basiert und von Michael Groenewald und Katja Rausch erdacht wurde.

Comics für Kinder – Kinder machen Comics: Veranstaltungen und mehr in Berlin

Auch in Berlin haben wir mit dem Jungen Literaturhaus bereits zahlreiche Comicveranstaltungen durchgeführt, von Familienlesungen mit Aisha Franz oder Matthias Wieland in der Kiez-Buchhandlung über mehrstündige Ferienworkshops mit Künstler*innen wie Katja Spitzer oder Bianca Schaalburg, Tagesworkshops in Schulen zu offenen Zeichen-Angeboten und Mitmach-Lesungen für Schulklassen in der Bibliothek mit Künstler*innen wie Mawil, Nadia Budde oder Inga Steinmetz. Häufig waren dabei Kinder zu Gast, die sich in ihrer Freizeit bisher nicht unbedingt mit Büchern beschäftigten, und auch hier waren die Rückmeldungen durchweg positiv und sorgten auch bei den begleitenden Lehrer*innen für Begeisterung. Diese Begeisterung möchten wir nutzen und planen darum auch weitere Angebote speziell für interessierte Lehrkräfte, so soll etwa ein frei zugängliches Video mit Patrick Wirbeleit entstehen, der darin die Lust auf die Beschäftigung mit Kindercomics wecken möchte – denn manchmal müssen sich die Schulen erst noch trauen. Ist dieser erste Schritt dann einmal gemacht, so unsere Erfahrung, ist die Neugier und die Lust auf mehr in der Regel groß!

Fazit und Ausblick: Alle zusammen für das Kindercomic!

All jenen, die in der Literaturbranche und in der Leseförderung arbeiten, liegt das Buch als kultureller Schatz zutiefst am Herzen. Doch es geht um noch viel mehr: Eine gute Lesekompetenz ist noch immer DIE Schlüsselqualifikation zur Teilhabe an der Gesellschaft. Doch die überlasteten Schulen können genau das häufig nicht mehr leisten, mit dramatischen Ergebnissen: Knapp ein Viertel (!) der Zehnjährigen in Deutschland kann nicht so lesen, dass der Text dabei auch verstanden wird (vgl. die IGLU-Studie vom Mai 2023). Und wer nach der Grundschulzeit nicht sinnentnehmend lesen kann, wird es in den weiterführenden Schulen zumeist nicht mehr lernen, denn

hier wird Lesen nicht mehr gelehrt, sondern vorausgesetzt. Klar ist auch: Was in den Schulen und Familien nicht geschafft wird, können einzelne Institutionen und Vereine nicht auffangen. Dennoch können wir einen Beitrag dazu leisten, das Lesen für Kinder positiv zu besetzen. Denn: Die Auseinandersetzung mit (Kinder-)Comics soll – wie ästhetische Bildung allgemein – in allererster Linie Spaß machen und Interesse wecken! Wir möchten zeigen: Lesen muss nicht zwangsläufig mit Anstrengung und Schule assoziiert werden – die Auseinandersetzung und Beschäftigung mit Büchern kann grandios sein! Darum soll die Freude an der kreativen Selbstwirksamkeit an erster Stelle stehen, um so positive Assoziationen zum Thema Literatur und Kultur zu wecken. Unsere Comicangebote sind von vornherein auf Partizipation angelegt: Es sind eben in der Regel keine klassischen Lesungen, sondern allesamt Mitmachangebote, die die Kinder bei ihren jeweiligen Stärken abholen. Zusammengefasst darum noch einmal die Vorzüge auf einen Blick: Comics, Mangas und Graphic Novels eignen sich hervorragend für die kreative Lese- und Sprachförderung, da sie

- durch ihren Aufbau von Bild und Text die **Lesefähigkeit** fördern oder verbessern;
- die **Sprachfähigkeit** verbessern und anregen, da man bei Comics leicht in die Geschichten einsteigen kann, selbst bei geringen Lese- oder Deutschkenntnissen;
- helfen, schnell und erfolgreich **selbst kreativ** zu werden – geeignete Künstler*innen können die Kinder und Jugendlichen erstaunlich schnell dazu bringen und anleiten, eigene Comics zu entwickeln, einfache Panels, Bilder oder Sprechblasen zu entwerfen oder sich eine ganze Geschichte auszudenken;
- jedes Kind bei seinen **individuellen Stärken** abholen: Manche Kinder tun sich sprachlich schwer, sind aber zeichnerisch begabt; andere denken sich gern Geschichten aus, malen aber weniger gern; wieder andere wissen noch gar nicht, wo ihre Talente möglicherweise liegen – hier lässt sich viel entdecken und fördern, und das ohne schulischen Druck;
- die **Selbstwirksamkeit** anregen; das Lesen und Gestalten von Comics wirkt sich sehr positiv auf die Kinder aus, stärkt sie und gibt ihnen zusätzliches Selbstbewusstsein, auch über das Projekt hinaus;

- Kindern und Jugendlichen die Möglichkeit bieten können, ihre **eigenen Geschichten und Gedanken** in einem geschützten Raum zu äußern und kreativ auszudrücken;
- zu **experimentieren**, Fehler zu machen und Umwege zu gehen – ohne schulische Bewertung;
- helfen, neue **Perspektiven** einnehmen zu können, den eigenen Blick zu weiten;
- **Teamarbeit** zu üben und zu interagieren – jedes Kind oder jede/r Jugendliche kann eigene Dinge erarbeiten, oft macht es aber auch großen Spaß, etwas Gemeinsames zu erschaffen!
- Last but not least: Für **Comicschaffende**, die in der Regel unter prekären Bedingungen arbeiten, sind solche Lesungen und Workshops oft ein guter und wichtiger Baustein, mit ihrer Arbeit Geld zu verdienen.

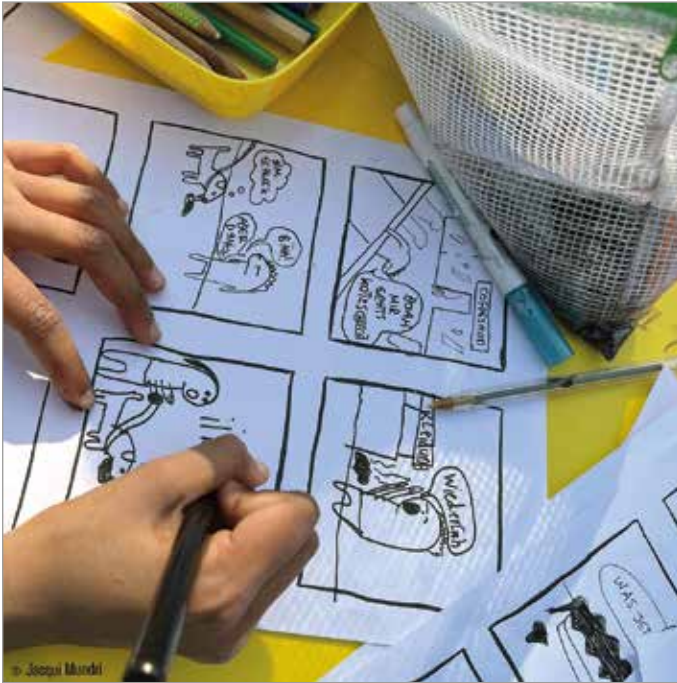
Neben unseren eigenen Angeboten in Hamburg und Berlin gibt es natürlich viele tolle weitere Kolleg:innen, die sich dem Thema (Kinder-)Comic widmen, sei es das Kinder-Comicfestival „Yippie!“ im Jungen Literaturhaus Frankfurt, der Kinder-Comicsalon „Kinder lieben Comics“ in Erlangen, die Comic- und Mangafestivals und -conventions mit eigenen Kinder- und Jugendbereichen sowie natürlich zahlreiche Comic- und Manga-Einzelveranstaltungen engagierter Künstler:innen, Verlage und Veranstalter:innen in ganz Deutschland. Als große Netzwerkfans freuen wir uns über eine weitere Vernetzung dieser spannenden und kreativen Szene und tauschen uns jederzeit gern aus – denn tolle Kindercomicveranstaltungen kann es gar nicht genug geben!



Die Comic-AG – Zeichenspiele und mehr

Text/Abbildung: Jacqui Mundri (Comic-Künstlerin)

>>> www.jacquiemu.com



Ich nehme Dich mit auf einen meiner Comic-Workshops!

Dieser Text soll Dich inspirieren, wie sich Comic-Workshops spielerisch und experimentierfreudig gestalten lassen. Der Fokus liegt nicht auf dem Erlernen von bestimmten Zeichen-Skills – das passiert sowieso nebenbei – sondern auf der Motivation, eigene Ideen zu entwickeln und sich auszuprobieren. Wichtig ist ein sicherer Raum, in dem sich die Teilnehmer·innen kreativ austoben und austauschen können.

Alles beginnt mit einer kleinen, aber feinen Vorbereitung. Ein paar Tage vor dem Workshop finde ich heraus, in welcher Umgebung der Workshop organisiert wird, wie viele Personen teilnehmen werden und welche Altersgruppe vertreten ist. Gibt es ein allgemeines Thema zur Veranstaltung oder gibt es bestimmte Erwartungen der Teilnehmer·innen an die Inhalte des Workshops? Gibt es etwas, was ich ausprobieren möchte, z.B. ein neues Spiel oder ein größeres Papierformat? Und was mache ich, wenn es nicht so läuft, wie ich es mir vorstelle? Letztendlich geht es nicht nur um die Planung, sondern ebenso um eine flexible (Um-)Gestaltung des Ablaufs. Eine Bandbreite an alternativen Möglichkeiten ist hilfreich, um spontan auf die Gruppe eingehen zu können.

Wenn der Workshop beginnt, reicht es, dass ich mich nur kurz vorstelle. Viel wichtiger ist, ob sich die Teilnehmer·innen untereinander schon kennen oder ob wir erst miteinander vertraut werden müssen. Ich entscheide oft aus dem Bauch heraus, wie intensiv wir in eine Aufwärmrunde eintauchen werden – menschlich und zeichnerisch. Manchmal hilft es auch, institutionelle Gegebenheiten aufzubrechen, indem wir uns auf die Tische setzen oder den Raum vorher gemütlicher umgestalten. Oft sage ich, dass man sich nicht melden braucht, wenn man etwas sagen möchte, oder erlaube es, auf den Tischen zu malen (im Idealfall den

Tisch vorher mit einem Maluntergrund verkleben). So etwas hilft Menschen, nicht in alte Verhaltensmuster zu fallen, besonders wenn der Workshop in einem schulischen Raum stattfindet. Mir hilft es meistens, mich in die Situation der Teilnehmer·innen zu versetzen und mich zu fragen, was ich mir wünschen würde.

Zeichenspiele sind perfekt für eine erste gemeinsame Begegnung auf dem Blatt. Ich bin ein riesiger Fan der Methode des Comic-Jam: Jede Person beginnt eine Erzählung mit einem eigenen Blatt und zeichnet das erste Panel eines Comics. Nach wenigen Minuten wird das Blatt weitergegeben, sodass die nächste Person mit einem zweiten Panel das Comic fortsetzt. Am Ende entstehen skurrile und lustige Comics. Manchmal sind die Erzählungen verwirrend oder unlogisch, aber genau das macht den Reiz aus. Einerseits haben wir nun schon gemeinsam einen Stapel an Comics produziert und andererseits scheitern wir alle schon an dem Versuch, die Kontrolle über die eigene Zeichnung zu bewahren. Meistens lachen wir gemeinsam über die Comics und lesen sie uns gegenseitig vor. Es gibt noch viele weitere geeignete Zeichenspiele zum Aufwärmen und Reinkommen, und es lohnt sich, auch mal selbst erfundene Spiele auszuprobieren. Je nach Dynamik in der Gruppe spiele ich auch manchmal mit, was die Rollenverteilung aufbricht und authentischer wirkt.

Nach dem ersten Spiel ist die Stimmung meist lockerer und wuseliger als zu Beginn. Es lohnt sich, die Gruppenteilnehmer·innen einfach zu fragen, ob sie Lust haben, eigene Comics zu zeichnen, ob sie noch ein Spiel spielen möchten oder sogar eigene Ideen mit in den Workshop einbringen möchten. Ich hole ein Stimmungsbild ein und entscheide dann spontan, wie es weitergeht. Kinder z.B. können es oft schon nicht mehr abwarten, eigene Comics umzusetzen. Sie bekommen dann genug Zeichenmaterial in die Hände und ich lasse sie loslegen. Manche Kinder sind von der Situation überfordert, etwas frei und ohne Anweisung zu machen. Ihnen ist geholfen, wenn die Schwelle zum Anfangen so niedrig wie möglich ist, und sie Zeit bekommen, sich auf die Situation zu gewöhnen.

Gruppen mit älteren Teilnehmer·innen wünschen sich oft eine Herausforderung, die ihnen gestellt wird. Jetzt ist auch eine gute Zeit, um auf individuelle Bedürfnisse

und Fragen einzugehen. Idealerweise werde ich nun eher zu einer beobachtenden Person und setze nur noch Impulse oder gebe Ratschläge. Der Fokus liegt auf dem gemeinsamen Erkunden und Experimentieren. Ich möchte, dass sich alle auf ihre Art und Weise trauen, Neues auszuprobieren und sich selbst herauszufordern. Ich selber zeichne nicht viel, höchstens um etwas visuell zu erklären oder Hilfestellung zu geben. Ich brauche den Teilnehmer·innen nicht zu beweisen, dass ich zeichnen kann. Meine Aufgabe ist es, die Gruppe zu ermutigen, selbst kreativ zu werden und eigene Ideen zu entwickeln.

Für einen schönen Abschluss des Workshops schauen wir uns oft die entstandenen Ergebnisse an, egal ob sie fertig sind oder nicht. Je nachdem, wie viel Zeit noch übrig ist, lesen wir uns die Comics gegenseitig vor und können nach Feedback fragen. Eine kleine Ausstellung lädt Personen außerhalb des Workshops ein, und kann für die Aussteller·innen einen schönen Moment und Austausch ergeben. Als weitere Möglichkeiten ließen sich Hefte aus den Ergebnissen gestalten und vervielfältigen und diese untereinander tauschen.

Einen Workshop zu leiten, erfordert keine pädagogische Ausbildung, dafür aber Empathie, Spontanität und ein Gespür für Gruppendynamik. Das Ziel ist, die Schwelle zum kreativen Arbeiten so niedrig wie möglich zu halten und spielerische Anreize und Impulse zu schaffen. Das Ziel des Workshops besteht darin, Räume für Begegnung und Ausdruck für spielerisches Lernen zu schaffen, denn Kulturelle Bildung ist nicht reines Wissen oder Technikvermittlung, sondern das Schaffen von Erlebnissen, welche die Gruppe motivieren, selbst aktiv zu werden, sich künstlerisch auszuprobieren und eine eigene Stimme zu finden.

Comics als kreatives Tool für Empowerment und Teilhabe – zwei Workshopformate von Workshöpfen

Text/Abbildung: Ellen Backes (123comics), Julia Both (bilderbotin), Matteo Cossu, Jonas Möhring (123comics), Udo Schmitz, Dagmar Wunderlich

>>> www.workshoepfe.de



Im Frühling 2025 haben wir, ein Team von Kulturschaffenden mit langjähriger Erfahrung in der Leitung von Workshops, uns zu Workshöpfen zusammengeschlossen. Wir gehen vom Comic aus, arbeiten in unseren Workshops und Projekten aber oft transdisziplinär. Comic bringen wir mit Theater/Performance, mit Stempelproduktion, mit analoger Spieleentwicklung und anderen künstlerischen Formaten zusammen. Mit der Plattform Workshöpfen geben wir dieser Art der Kooperation einen Rahmen. Hier experimentieren wir weiter daran, was sich zusammen mit Menschen und mit den künstlerischen Mitteln des Comics bewegen lässt.

Unsere Erfahrung ist, dass Teilnehmende in den Workshops oft denken, dass sie nicht zeichnen können oder nichts zu erzählen haben, oder dass ihnen die Idee für einen Comic fehlt. Im Laufe der Jahre haben wir Methoden entwickelt, die einen schnellen Einstieg ins Comiczeichnen ermöglichen. Dabei helfen kleine Zeichenhacks, vor allem aber Formate, an denen kollaborativ an Comics gearbeitet wird.

„Supercomic“ im Montagscafé, Bürgerbühne Dresden

Seit 2017 sind einige von uns mit dem Comic-Kollektiv 123comics regelmäßig im Montagscafé Dresden aktiv. Das Montagscafé ist ein offener Raum für Begegnungen und kulturellen Austausch. Den Besucher·innen werden Getränke, Suppe, Asylberatung und ein kulturelles Austauschformat geboten. Es richtet sich besonders an Geflüchtete und ist eine solidarische Antwort auf den zunehmenden Rechtsruck in der Gesellschaft.

Für uns stellten sich zwei zentrale Herausforderungen: Wie gelingt es, gemeinsam Comics zu entwickeln, wenn sich nicht alle der Beteiligten auf Deutsch verständigen können? Und: Wie können wir das Format so gestalten, dass ein echtes Gemeinschaftserlebnis im Großformat ermöglicht wird?

Wir entwickelten das Format Supercomic, ein partizipatives Konzept, bei dem mehrere Panels an der Wand befestigt sind und kollaborativ weiterentwickelt werden. Wer mitmachen möchte, reserviert sich ein bis drei Panels, skizziert eine Idee oder greift zu vorbereiteten Mini-Panels, um den Erzählfluss fortzusetzen. Ob mit einer schnellen Skizze, einem Gedanken oder einer fertigen Zeichnung – jede Form des Beitrags ist willkommen. Die Geschichte wächst in alle Richtungen, verzweigt sich, kommt wieder zusammen. Wir begleiten das Geschehen aktiv, erklären das Format neu hinzukommenden Besucher·innen und laden sie ein, es weiter zu erzählen und zu gestalten.

Ein Supercomic kommt manchmal ganz ohne Worte aus. Gelegentlich übersetzen die Teilnehmenden selbst – ins Deutsche oder in andere Sprachen. Oft stehen mehrere Sprachen nebeneinander an der Wand und zeigen, wie vielfältig gemeinsames Erzählen sein kann.

„Respekt, Alter – Comics for Future“ – Mehrsprachigkeit und Diskriminierung im Comic

Im Rahmen der Projektstage ‚Schule ohne Rassismus‘ führten wir im November 2024 einen zweitägigen Workshop mit Neuntklässler·innen am Hermann-Hesse-Gymnasium in Berlin Kreuzberg durch. An zwei Projekttagen experimentierten wir damit, wie sich Diskriminierungsformen und Mehrsprachigkeit im Rahmen eines Comicworkshops reflektieren lassen.

Comics als Gesprächsanlass und Ausdrucksform

Zu Beginn stand ein gemeinsames Nachdenken über Diskriminierung im Mittelpunkt. Wir thematisierten unterschiedliche Diskriminierungsformen auf der Basis ausgewählter Comic-Szenen bekannter Autor·innen. Sie dienten als Einstieg für den Austausch. Dabei zeigte sich, wie zugänglich Comics

als Medium funktionieren: Sie nehmen uns mit in andere Welten und ermöglichen Analyse und Reflexion der eigenen Lebenswirklichkeit. Die Jugendlichen berichteten von ihren Erfahrungen oder Beobachtungen und entwickelten erste Ideen, wie diskriminierende Situationen verändert oder aufgelöst werden könnten. Diese Ideen bildeten die Grundlage für ihre eigenen Comicentwürfe.

Mehrsprachigkeit sichtbar machen

Ein weiterer Schwerpunkt des Workshops war die Auseinandersetzung mit sprachlicher Vielfalt. Die Schüler·innen konnten ihre Mehrsprachigkeit einbringen und erzählten aus ihrem Alltag. So wurde deutlich, wie sehr sprachliche Diversität ihre Lebenswelt prägt – und wie wichtig es ist, diesen Raum auch im schulischen Kontext zu öffnen. Comics boten hier, insbesondere durch den Einsatz kurzer Texte und Lautmalerei, eine inklusive Ausdrucksmöglichkeit.

Kreatives Erzählen in Comicform

Um den Einstieg ins Zeichnen zu erleichtern, arbeiteten wir mit einem eigens entwickelten „Visual Reader“, einer Art Comicschule, die einfache Formen, Körpermodelle und Ausdrucksformen nutzt. Im Vordergrund stand dabei nicht das perfekte Zeichnen, sondern die Befähigung zur schnellen und intuitiven Visualisierung eigener Ideen. In kleinen Übungen und Beispielen thematisierten wir auch das Thema Vielfalt in der Darstellung von Figuren.

Zur Förderung von Körperbewusstsein und Ausdrucksstärke nutzten wir theaterpädagogische Übungen. Dies unterstützte die Jugendlichen dabei, ihre Figuren lebendiger zu gestalten.

Kollaboratives Arbeiten durch Mitmachcomics

Ein besonderes Format war der Mitmachcomic. Jede·r Schüler·in begann mit einem Einzelpanel, das anschließend weitergegeben wurde. Durch diese Methode entstand ein kollaborativer Erzählfluss. Vorgaben wie die Einführung einer Hauptfigur, eines Gegenspielers sowie eines Konflikts strukturierten die Geschichten, ließen dabei aber viel kreativen Spielraum.

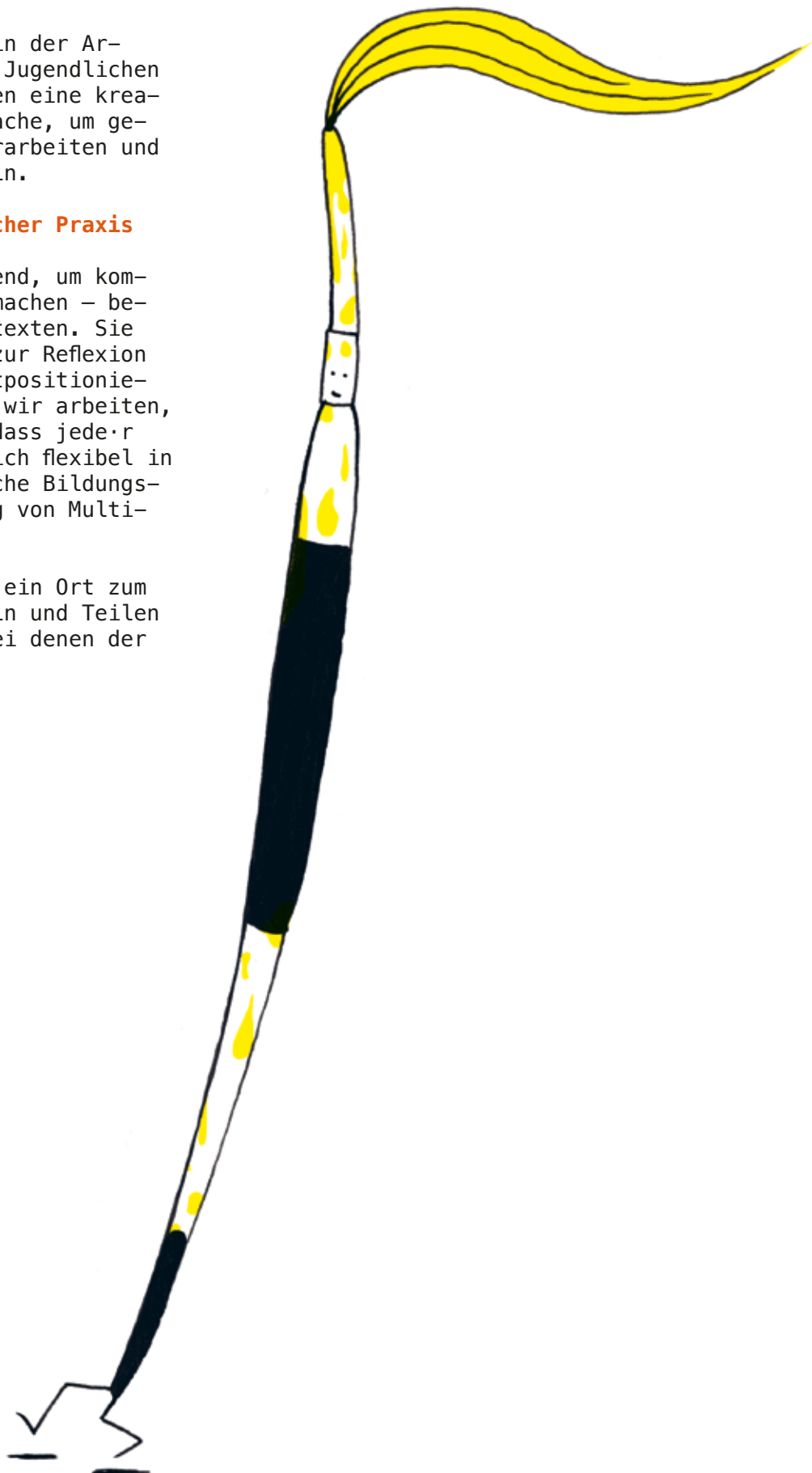
Empowerment durch gemeinsames künstlerisches Arbeiten

Ob einzeln oder gemeinsam – in der Arbeit mit Comics erfuhren die Jugendlichen Selbstwirksamkeit. Sie nutzten eine kreative, leicht zugängliche Sprache, um gesellschaftliche Themen zu verarbeiten und eigene Narrative zu entwickeln.

Comic als Werkzeug pädagogischer Praxis

Comics eignen sich hervorragend, um komplexe Inhalte zugänglich zu machen – besonders in pädagogischen Kontexten. Sie ermöglichen Teilhabe, regen zur Reflexion an und bieten Raum für Selbstpositionierung. Die Formate, mit denen wir arbeiten, sind bewusst so konzipiert, dass jede:r mitmachen kann. Sie lassen sich flexibel in schulische oder außerschulische Bildungsarbeit, sowie in die Schulung von Multiplikator:innen integrieren.

Die Plattform Workshöpe ist ein Ort zum Ausprobieren, Weiterentwickeln und Teilen kreativer Bildungsformate, bei denen der Schwerpunkt auf Comics liegt.



Comicspezifische Mikroförderung – der FondsBeton des Deutschen Comicvereins e.V.

Text/Abbildungen: Axel Halling
>>> www.deutscher-comicverein.de

Zum Gedenken an unsere Vereinskollegin Laëtitia Graffart (1983–2021), die sich Zeit ihres sehr aktiven Comiclebens insbesondere für Comicprojekte einsetzte, die Künstler·innen aus Frankreich und Deutschland miteinander verbanden, hat der Deutsche Comicverein e.V. in 2021 aus Spendengeldern den Förderfonds FondsBeton eingerichtet. Er ist nach dem von Laëtitia publizierten, französisch-deutschen Fanzine „Beton“ benannt.

Der vom Deutschen Comicverein verwaltete FondsBeton dient der Förderung französisch-deutscher Comicprojekte. Diese können unterschiedlichster Art sein: Kooperationen oder Veranstaltungen können genauso beantragt werden wie Druckkostenzuschüsse und Übersetzungshilfen. Die Förderbedingungen sind auf der Website des Vereins zu finden.

Die Bewerbungsbedingungen sind niedrigschwellig gehalten. Der FondsBeton ist als gemeinschaftlicher Spenden- und Verbrauchsfonds angelegt. Jede Spende zählt, egal in welcher Höhe, jede·r kann spenden, wie sie/er möchte. Die eingehenden Spenden werden gesammelt und dann dem Förderbedarf und den Auszahlungsmöglichkeiten entsprechend einmal im Jahr ausgezahlt. Aktuell beläuft sich die Mikroförderung auf 500,- Euro pro Jahr.

Vorbereitung und Umsetzung

Wichtigstes Element bei der Gründung des FondsBeton war die Auswahl und Einrichtung des Spendentools: Prinzipiell sollte ein Team oder eine Organisation dies nach bester Eignung, Sicherheit und Betreuungsmachbarkeit auswählen. Es gibt zahlreiche Anbieter, die als finanziellen Ausgleich ihres Know-Hows in der Regel 4% der eingehenden Spenden einbehalten. In diesem

Fall beruhte unsere Auswahl auf einer Empfehlung aus dem Engagement-Sektor und hat sich bewährt: Der Service ist gut, das Tool war sehr einfach auf der Website des Vereins zu installieren und ist sehr einfach zu bedienen, bei überschaubaren Kosten und ohne Werbung.

Sprache und Verfahren

Die nächste, wichtige Aufgabe bei der Einrichtung des Fonds war die Kommunikation auf der Website: Das jeweilige Vorhaben sollte leicht zu finden, das Verfahren sehr klar und übersichtlich dargestellt werden, die Auswahlkriterien für Projekte, die eine Förderung erhalten können, unmissverständlich sein. Am besten sollten potentielle Fördermittelgeber für die Bewerber·innen möglichst klare Vorschriften machen, bei möglichst großer Kontrolle/Sicherheit durch die eigene Organisation. Learnings des Comicvereins: Nicht zu bürokratisch denken und formulieren, möglichst einfach und transparent in Sprache und im Procedere sein. Dabei nicht vergessen, dass es für die Geförderten Pflicht ist, nach Abschluss ihres Projekts unbedingt visuelles Material zur Dokumentation bereit zu stellen.

Öffentlichkeitsarbeit

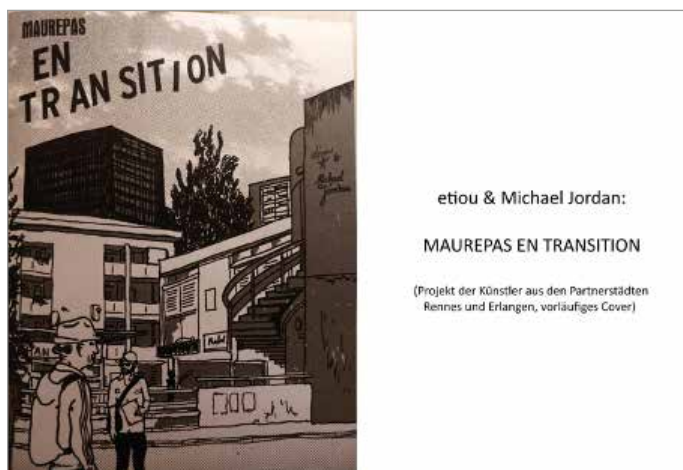
Das alles nützt nicht viel, wenn die Öffentlichkeitsarbeit nicht stimmt: Das Angebot, seine Fristen und Fördererergebnisse müssen regelmäßig über die eigenen Kanäle kommuniziert werden. Wenn es anfangs kaum Echo gibt, sollte man sich nicht wundern: Solche Angebote brauchen Zeit, bekannt zu werden. Hat es sich jedoch einmal herumgesprochen, trudeln die Nachfragen und Bewerbungen regelmäßig ein. Viel Erfolg allen, die so etwas ins Leben setzen möchten – die Comicszene kann es brauchen!



In 2021 wurde die Gedenkpublikation „LA-ETBeton“, verlegt von Stephane Hirlemann, mit einem Druckkostenzuschuss durch den FondsBeton gefördert.



2023 förderte der FondsBeton die auf Deutsch und Französisch beim Berliner Verlag „round not square“ verlegte, gerollte Publikation „Flüssiger Bär | Ours Liquide“ von Alex Chauvel.



In 2022 erhielt „Maurepas en transition“ die Förderung zugesprochen – ein Projekt der Comickünstler Michael Jordan und ETIOU zu dem Stadtteil Maurepas in Rennes (F). Die durch einen Krankheitsfall verzögerte Publikation steht nun kurz vor der Veröffentlichung.



Im Jahr 2024 konnte der FondsBeton eine Ausstellung der französischen Comickünstlerin Anne Simon (verlegt bei Rotopol) im Rahmen des Comicfestivals Hamburg (4.–6. Oktober 2024) unterstützen.

24-Stunden-Comic am Wannsee – Comic/Manga im Literarischen Colloquium Berlin

Text/Abbildung: Christine Wagner (LCB)

>>> www.lcb.de



Innerhalb von fünf Jahren hat sich der 24-Stunden-Comic im Oktober zu einem Kulturereignis der Comicszene im deutschsprachigen Raum entwickelt, einmal auch in Begleitung eines ARTE-Fernsehteam – neuerdings auch mit internationalen Ablegern, unter Einbeziehung der Räume der digitalen ‚Villa Of One’s Own‘ >>> www.vooo.space.

1990 forderte der US-Zeichner Scott McCloud seinen Kollegen Stephen Bissette heraus, innerhalb von 24 Stunden einen eigenständigen 24-seitigen Comic zu entwickeln. Ziel war es, die Arbeit an einem Comic, die normalerweise einen ganzen Monat erfordert, auf einen Tag zu konzentrieren. Seitdem haben sich Künstler·innen auf der ganzen Welt dieser Herausforderung gestellt. Die Regeln für einen 24-Stunden-Comic-Marathon sind simpel: Die Zeichner·innen dürfen nichts vorbereiten, das Thema wird erst kurz vor Beginn bekanntgegeben bzw. ausgelost. Texte, Entwürfe, Szenarios, Zeichnungen, Reinzeichnungen, Farben und alles, was sonst zu einem Comic gehört, muss innerhalb von 24 Stunden entstehen. Nachbearbeitungen sind nicht erlaubt. Ob man 24 Stunden lang durchzeichnet, lieber kleine Pausen einplant oder aber den Comic schnell fertigzeichnet, um die verbleibende Zeit für Verfeinerungen zu nutzen ... das entscheidet jede und jeder für sich. Ziel ist zwar das Fertigwerden, aber auch der Weg soll Spaß machen. „Eine Mischung aus Jazz und Ausdauersport“, so beschreibt Peter Auge Lorenz, Mitbegründer der Comicbibliothek Renate in Berlin, einen solchen 24-Stunden-Marathon.

Das Literarische Colloquium Berlin (LCB) lud die Comicszene 2019 zum ersten Mal in seine Villa am Wannsee ein – eine Initiative des Journalisten Augusto Paim, der damals Volontär am LCB war. Seitdem wird die Veranstaltung jedes Jahr zum Herbstanfang organisiert. Über vierzig Teilneh-

mer·innen verteilen sich an den in allen Stockwerken aufgebauten Zeichentischen. Am Abend öffnet das LCB seine Türen für das allgemeine Publikum, zu einer Art kollektivem Atelierbesuch, bei dem die LCB-Gäste einen Blick auf die Tätigkeiten der Zeichnenden werfen dürfen. Zudem finden im Veranstaltungssaal kurze Podiumsgespräche mit einigen Teilnehmenden statt, darunter auch oft Stipendiat·innen des LCB. Comic-Künstler*innen versuchen wir deshalb gezielt für den Oktober einzuladen, etwa über unser Besuchsprogramm, das wir gemeinsam mit der Taiwan-Landesvertretung organisieren. Alle Comics, die entstehen, werden für die LCB-Website (lcb.de/skizzenblog) aufgearbeitet und dokumentiert. Häufig bilden die Comics, die im Rahmen eines 24-Stunden-Comics entstanden sind, den Kern eines ambitionierteren Projekts, das nur auf diesen Anstoß gewartet hat. Einige Werke fanden auch Eingang in eine Ausstellung in der Galerie neurotitan im Haus Schwarzenberg, einige ausgewählter Werke wurden im Jaja Verlag publiziert.

Die Corona-Zeit stellte das Projekt vor große Herausforderungen: Wegen der Hygienemaßnahmen verteilte sich der ‚24-Stunden-Comic am Wannsee‘ auf verschiedene Örtlichkeiten in Berlin: eine Gruppe am Wannsee, zwei in Berlin-Neukölln, eine in Berlin-Mitte, mehrere in WGs in Berlin-Wedding. Es gab auch Einzelkämpfer·innen, die allein von zu Hause teilnahmen, von Hamburg bis Wien. Die Kleingruppen haben sich selbst organisiert und blieben digital stets in Verbindung. Am Samstagabend wurde vom Wannsee aus eine digitale Veranstaltung gestreamt, bei der die Comicforscherin Marie Schröder als Moderatorin per Video mit den unterschiedlichen Gruppen ins Gespräch kam und auch auf der Bühne des LCB Zeichner·innen interviewte. Mawil hat die pandemiebedingte Aufteilung in kleine über Stadt und Land verteilte Gruppen in einer apokalyptischen und zugleich lustigen Zeichnung dargestellt:

Aus diesen Erfahrungen hat das LCB 2023 und 2024 eine Tugend gemacht und durch Kooperationen mit Einrichtungen wie der Berliner Comic-Bibliothek Renate oder auch mit Teams aus Lissabon (rund um Nicola Lonzi) und Brasilien (vermittelt durch Augusto Paim) die Reichweite des Events erhöht. Hinzu kommt die Einbeziehung unseres neuen Webtools ‚Villa Of One’s Own‘ (V000), das wir 2024 zum ersten Mal für digitale Vor- und Nachtreffen sowie am

Wochenende selbst durch virtuelle Zeichentische mit Avataren im V000-adventure-Bereich nutzen.

Ausstellungen

Die jährlichen Gewinner·innen des Comicbuchpreises der Bertold Leibinger Stiftung

Seit 2014 wird der Comicbuchpreis der Bertold Leibinger Stiftung jährlich für einen hervorragenden, unveröffentlichten, deutschsprachigen Comic und Manga vergeben, dessen Fertigstellung absehbar ist. Das LCB zeigt jeweils für drei Monate die flankierende Ausstellung und stellt den/die Comic-Künstler·in im Rahmen einer Abendveranstaltung vor. So waren seit 2015 die folgenden Comic-Künstler·innen mit einer Ausstellung im LCB zu Gast: Birgit Weyhe, Uli Oesterle, Tina Brenneisen, Thomas Pletzing und Tim Dinter, Anke Kuhl, Max Baitinger, Mia Oberländer, Sheree Domingo und Patrick Spät, Maren und Ahmadjan Amini sowie Franz Suess.

Weitere Ausstellung von Comic-Künstler·innen in den vergangenen Jahren

- „Komplett Kafka“ von Nikolas Mahler
- „Das Mädchen mit dem Damenbart“ von Moshtari Hilal
- „Der Mythos Eternauta“ von Héctor Germán Oesterheld
- „Unsichtbare Hände“ von Ville Tietäväinen
- „Ich, René Tardi, Kriegsgefangener im Stalag IIB“ von Jacques Tardi

Veranstaltungsprogramm

Das LCB war als Austragungsort für die erste Comicexpansion 2022 auch deshalb eine natürliche Wahl, weil der Comic seit langem genuiner Bestandteil des öffentlichen Veranstaltungsprogramms des Hauses ist, auch über die erwähnten Projekte und Ausstellungseröffnungen hinaus. Genannt seien zwei Beispiele aus jüngster Zeit: Ein lange Nacht des lateinamerikanischen Comics >>> lcb.de/programm/lateral-solidarities-visualizing-global-south-comics und ein Abend über die türkische Comic-Diaspora in Berlin >>> lcb.de/programm/einblicke-in-die-tuerkische-comicszene.

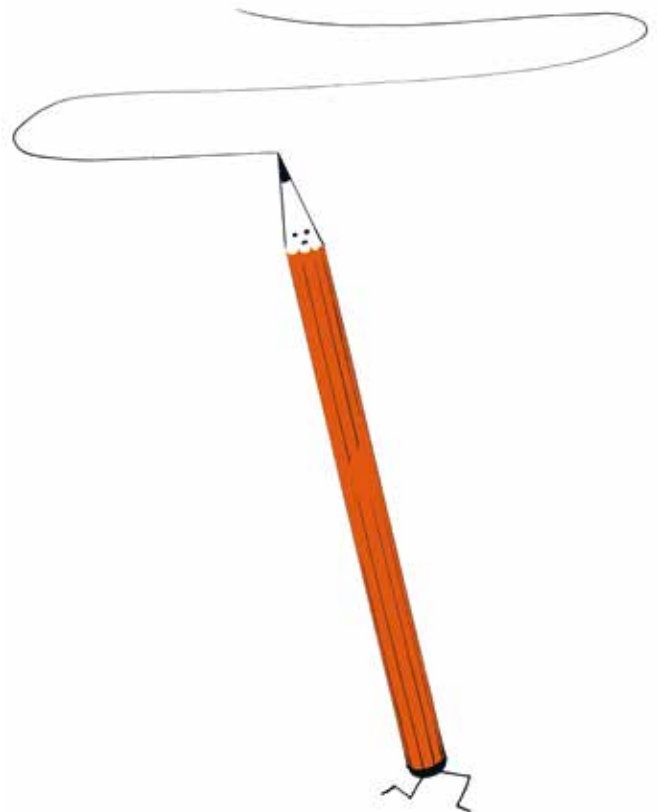
Das Gästehaus

Seit den Anfängen wird das Gästehaus des LCB durch die Gegenwart von Autor·innen und Übersetzer·innen geprägt. Jedes Jahr vergibt das LCB, finanziert vom Berliner Senat, Aufenthaltsstipendien von bis zu drei Monaten an jüngere deutschsprachige Autor·innen, deren Wohnort nicht Berlin ist. Seit einigen Jahren sind verstärkt auch Comic-Künstler·innen darunter: in diesem Jahr Roya Soraya, 2024 Noëlle Kroeger und Ika Sperling sowie 2023 Lisa Frühbeis. Auch in den internationalen Residenzprogrammen ist der Aufenthalt von Comic-Künstler·innen die Regel: Zum Beispiel waren – mit Unterstützung des Auswärtigen Amts – die renommierten Comic-Autor·innen Powerpaola und Nacha Vollenweider zu Gast, deren Aufenthalte auch in Lehraufträge an der FU Berlin mündeten. Regelmäßig verbringen – in Zusammenarbeit mit der Landesvertretung Taiwan – vier Autor·innen aus Taiwan den Monat Oktober im LCB, darunter immer ein·e Comic-/Manga-Autor·in. Auch die Zusammenarbeit mit den Ehrengastauftritten der Frankfurter Buchmesse eröffnet regelmäßig Residenzen von Comic-Künstler·innen, z.B. zuletzt Samira Kentrić aus Slowenien. Um auch diesen Förderaspekt in der zweiten Comicexpansion frühzeitig mit einzubinden und zur Konferenz auch öffentlich abzubilden, war im Vorfeld der Comickünstler Ralf Singh für vier Wochen im LCB als Aufenthaltsstipendiat zu Gast. In Bochum berichtete er in einem Podiumsgespräch von seinen Erfahrungen.

„Echt absolut – Literarisches Übersetzen mit Jugendlichen“

Auch im Projekt ‚Echt absolut – Literarisches Übersetzen mit Jugendlichen‘ (eine gemeinsame Initiative mit dem Deutschen Übersetzerfonds) finden regelmäßig Comic- und Mangaworkshops statt. Im Vordergrund des Projekts steht die Entwicklung von Strukturen und Lernangeboten für junge Menschen ab zwölf Jahren. Unter Anleitung von professionellen Literaturübersetzer·innen werden seit 2018 Übersetzungsworkshops für Jugendliche in Kooperation mit Partnerinstitutionen wie Theatern, Schulen oder Bibliotheken konzipiert. So übersetzte Antje Riley mit einer 11. Klasse Graphic Novels aus dem Englischen. Im Projekt von Nora Bierich und Verena Maser bekamen die Jugendlichen eine Einführung

in die japanische Sprache und das Übersetzen von Mangas. Und auch im Workshop „Schreib doch hin, was dasteht!“ von Myriam Alfano und Franziska Hüther ging es um das Übersetzen von Literatur anhand von Comic-Beispielen. Entstanden sind dabei sehr vielfältige Workshopformate und Arbeitsmaterialien zum literarischen Übersetzen. Auf der Plattform echtabсолют.de können Lehrende und Übersetzer·innen diese gratis für Workshopangebote oder Unterrichtseinheiten abrufen.



Comics für Respekt und Toleranz – ein kulturelles Bildungsprojekt an Goethe-Instituten in Deutschland

Text: Sophia Lehmann (Goethe-Institut)

Comics als Mittel der Kulturellen Bildung bieten eine einzigartige und kreative Möglichkeit für Kinder und Jugendliche, sich mit gesellschaftlichen Themen wie Toleranz und Respekt, aber auch Diskriminierung und Vorurteilen auseinanderzusetzen. Durch die visuelle Darstellung eigener Geschichten und Erfahrungen können Gedanken und Gefühle ausgedrückt und vermittelt werden. Dadurch wird nicht nur die Empathiefähigkeit junger Menschen, sondern auch das Verständnis von und der Umgang mit komplexen sozialen Herausforderungen gefördert, um den gesamtgesellschaftlichen Zusammenhalt zu stärken.

„Respekt. Internationale Comics“ widmete sich von 2022 bis 2023 diesen Ansätzen der Kulturellen Bildung. Gemeinsam mit lokalen Partnern und internationalen Comic-Künstler:innen setzten die Zentren für internationale Kulturelle Bildung an den Goethe-Instituten in Bonn, Dresden, Mannheim und Schwäbisch Hall das Projekt um. In Workshops wurden Comics als Medium genutzt, um mit Schüler:innen verschiedener Altersklassen Vorurteile, Diskriminierung, Rassismus und Konflikte zu thematisieren. Das Projekt wurde direkt in den schulischen Unterricht integriert: Im Fach Kunst ging es um das Verstehen von Comics als Kunstform. Dafür wurden Methoden gelernt, um selbst Geschichten zu zeichnen und zu erzählen. Im Fach Ethik wurden Comics als Redeanlass genommen, um über Anderssein, Ausgrenzung, Zugehörigkeit oder Streit-schlichten zu sprechen.

Das Projekt wurde bereits 2011 vom internationalen Comicfestival „KomMissia“ und dem Künstler Heehoos und dem Goethe-Institut Moskau ins Leben gerufen und 2022 im Rahmen eines Auftakttreffens durch den russischen Comic-Künstler und Projektleiter Sergej Simonov für eine Fortsetzung in Deutschland vorgestellt. In einer Einfüh-

rungsveranstaltung wurden u.a. Workshop-leiter:innen, Comic-Künstler:innen sowie Lehrkräfte verschiedene Konzepte und Methoden der Projektarbeit vermittelt. Ziel war es, die Teilnehmenden auf die Durchführung von Comic-Workshops mit Kindern und Jugendlichen vorzubereiten und pädagogische Ansätze der Bildungs- und Präventionsarbeit zu vermitteln. Über den Workshop hatten die teilnehmenden Multiplikator:innen außerdem die Gelegenheit, sich untereinander zu vernetzen und auszutauschen, um die gewonnenen Erkenntnisse und Kernelemente des Projekts weiterzutragen.

Bis Ende 2023 wurden im Rahmen des Projekts mehrere Comic-Workshops mit Kindern und Jugendlichen durchgeführt. Abgeschlossen wurde das Projekt 2023 mit einer umfangreichen und mobilen Ausstellung, die Besucher:innen an mehreren Goethe-Instituten auf eine Reise in die Welt der Comics einlud. Die ausgestellten Comics boten mehr als 500 Menschen die Gelegenheit, die Erfahrungen und Reflexionsprozesse der Schüler:innen und Comic-Künstler:innen nachzuvollziehen und zu teilen. Die Entstehungsprozesse der einzelnen Comics wurden im Rahmen der Workshops fotografisch festgehalten und ergänzten in Form von Bild- und Videomaterial die teils interaktiven Ausstellungen und Veröffentlichungen im Rahmen des Projekts.

„Respekt. Internationale Comics“ wurde im Rahmen der „Zentren für internationale Kulturelle Bildung“ nach Deutschland gebracht, die bis Ende 2023 vom Auswärtigen Amt gefördert wurden. Aufgrund der ausbleibenden Förderung konnte „Respekt. Internationale Comics“ nicht weitergeführt werden.

Weitere Informationen sowie Bild- und Videomaterial zum Projekt auf:

>>> www.goethe.de/kubi

Comics/Manga in spanischen Bibliotheken – ein Streifzug durch die Biblioteca Ignasi Iglésias, Can Fabra Kulturzentrum, Barcelona

Text/Abbildungen: Meheddiz Gürle (Bibliotheksdirektor Stadtbücherei Bochum)

Von 6. bis 10. Mai 2024 waren die Bibliotheksleiter*innen deutscher Großstadtbibliotheken der Sektion I inklusive der Direktoren aus Wien und Zürich auf einer Studienreise in Barcelona. In fünf Tagen wurden über 15 öffentliche und wissenschaftliche Bibliotheken besucht. Die Millionenmetropole hat über 40 Bibliotheken auf ihrem Stadtgebiet. Bei diesem Bibliotheksmarathon durch die katalanische Hauptstadt wurden intensive Gespräche mit den spanischen Bibliothekskolleg*innen geführt, um herauszufinden, wie das spanische Bibliothekswesen aufgestellt ist, und was wir von ihm lernen können. Bereits bei der ersten Bibliothek fiel auf, dass der Comicbestand dort größer ist, als man es vermuten würde. Diese Beobachtung bestätigte sich bei den nächsten Bibliotheken. Zwar war die Erforschung des spanischen Comicbestandes in den öffentlichen Bibliotheken nicht der Hauptzweck der Studienreise, aber als comicaffiner Bibliotheksleiter aus Bochum nahm ich mir die Zeit, während der Besuche und der Pausen mir den Comicbestand der Häuser genauer anzuschauen. Und ich muss sagen, ich war äußerst beeindruckt.

Man merkt, dass Spanien ein Land mit einer langen Comic-Historie ist. Nach Frankreich und Belgien, die diesbezüglich eine Vorreiterrolle in Europa einnehmen und nicht ohne Grund den Begriff frankobelgischer Comic geprägt haben, kommen schon Spanien und Italien. 2022 war Spanien Ehrengast auf der Frankfurter Buchmesse. Aus diesem Anlass entstand die sehr lesenswerte Publikation „Comic mit Akzent – Spanische Comics entdecken“ von André Höchemer, die kostenlos heruntergeladen werden kann. Spanien ist definitiv eine Comichochburg. Comics sind Teil der Kultur. Das zeigt sich sehr gut in dem Bestand der öffentli-

chen Bibliotheken. Der vorliegende Artikel lädt ein zu einer Fotoreportage durch die Biblioteca Ignasi Iglésias – Can Fabra, die mit ihrem nationalen und internationalen Comic- und Mangabestand äußerst beeindruckend war. Viel Spaß bei diesem Streifzug durch die Welt der spanischen Comics.

Vom Besuch in der Biblioteca Ignasi Iglésias bleiben mir vor allem die kostbaren Comicschätze in Erinnerung, die man in den Vitrinen finden konnte, meistens in Originalsprache. Der antiquarische Wert dieser Hefte wird in die Tausende von Euro gehen. Es ist umso bemerkenswerter, dass sie ohne schlechte Erfahrungen in einer öffentlichen Bibliothek den interessierten Comicler*innen zur Verfügung gestellt werden. Von den spanischen Bibliotheken können sich die deutschen in Bezug auf den Comicbestand definitiv noch eine ganz dicke Scheibe abschneiden. Wenn man die Erfahrung dieser Entdeckungsreise in einem einzigen Wort zusammenfassen müsste, bliebe nur noch zu sagen: „Bemerkenswert!“



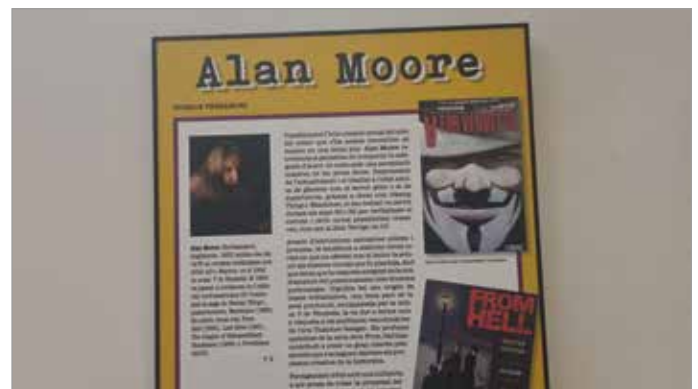
1 – Wenn man die Bibliothek betritt, wird man im Foyer direkt von über einhundert Marvel-Figuren begrüßt. Das lässt schon ahnen, dass es hier sehr comicaffin zugeht. Aber keine Sorge, es gibt auch eine Menge DC-Comics im Bestand.



2 – Links vom Eingangsbereich gibt es einen kleinen Ausstellungssaal mit einer Comicausstellung über spanische Comicschaffende. Hier findet man Informationen über die Werke bekannter spanische Meister wie Antonio Segura („Hombre“, „Sarvan“, beides im All Verlag erschienen), Víctor Mora i Pujades („Dani Futuro“, ebenfalls im All Verlag), Antonio Altarriba („Die Kunst zu fliegen“, „Ich, der Verrückte“, beides im Avant Verlag erschienen), Enrique Sánchez Abulí, Andreu Martín i Farrero, Joaquim Buigas i Garriga, Maximino Tortajada Aguilar, Pedro Quesada und Hernández Cava.



3 – Informationen über Antonio Segura und Hernández Cava.



4 – Aber man wagt auch den Blick über den Tellerrand. Neben Alan Moore (Watchmen, V for Vendetta, From Hell) gibt es auch Informationstafeln über die französischen Superstars René Goscinny (Asterix, Um-pah-Pah, Isnogud, Lucky Luke) und Pierre Christin (Valerian und Veronique) und ein Blick nach Südamerika wird auch geworfen, genauer gesagt nach Argentinien, zu Héctor Germán Oesterheld.



5 – Im Obergeschoss fängt das Comicuniversum der Bibliothek an.



6 – Man muss nur den Comics folgen.



7 – Eine große Auswahl an angloamerikanischen Comics in vielen Trögen von A bis Z sortiert wartet nur darauf, gelesen zu werden.



8 – Von dort muss man sich nur umdrehen und sieht auch schon, wo die japanischen Comics, die Mangas, stehen.



9 – Der Platz reicht natürlich für die Mangas nicht aus, daher sind gleich zwei Regalwände für mehr Lesefutter aus dem asiatischen Raum reserviert.



12 – Aber den größten Platz nehmen die spanischen Comics ein.



10 – Direkt hinter den Mangas findet man Tröge mit den Superheldencomics. Sie sind nach Serientiteln sortiert.



13 – Der Klassiker „El Mercenario“, den es im Splitter Verlag auf deutsch gibt, darf hier natürlich auch nicht fehlen.



11 – Natürlich dürfen Comics vom Hombre Araña nicht fehlen.



14 – Aber auch das Meisterwerk des italienischen Künstlers Hugo Pratt „Corto Maltese“ ist in solch einer gut sortierten Comicbibliothek selbstverständlich vorhanden.



15 – Allgegenwärtig im Obergeschoss der Bibliothek sind Werbetafeln und Hinweisschilder zum großen Comic- und Mangabestand.



16 – Die wahren Comicschätze, die man sonst im Antiquariat vermuten würde, werden in abschließbaren Vitrinen aufbewahrt. Das Verrückte: Diese Comichefte sind alle mit einem gültigen Ausweis ausleihbar bzw. können auch ohne Ausweis vor Ort gelesen werden. Das legendäre Comicmagazin „Schwermetall“ findet man hier auch – sogar im französischen Original!



17 – Interessanterweise war auch die Heftausgabe von „The Savage Sword of Conan“ im amerikanischen Original vorhanden. Das sind nur zwei Beispiele für Dutzende von Heftreihen und Klassikern, die sich in den Vitrinen befinden.



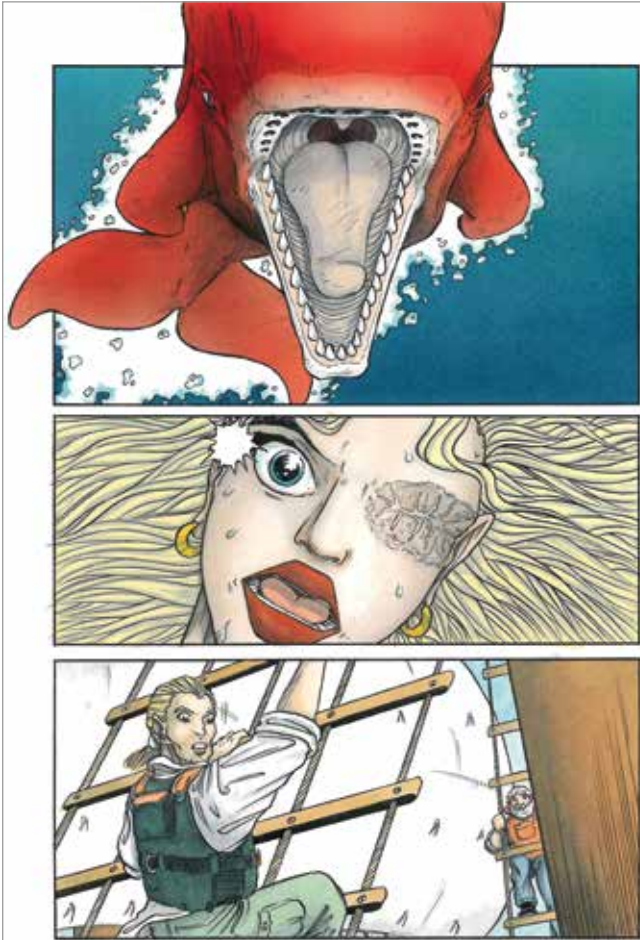
18 – Last, but not least: Ein eigener Bereich mit Comic-Fanzines ist ebenfalls vorhanden.



IV – Fachartikel

Zerplatzte Träume und neue Chancen – Manga-Produktion in Deutschland

Text: Dr. Joachim Kaps (Verlagsleitung altraverse)



Bloody Circus

Die Pioniere der lokalen Manga-Produktion

Ende der 1990er Jahre traten Manga mit dem Erscheinen der deutschsprachigen Ausgaben von „Dragon Ball“ (1997) und „Sailor Moon“ (1998) ihren ersten großen Siegeszug im lokalen Buchmarkt an. Die klassischen Comics waren nach einem Boom in den 1980er Jahren in eine vorübergehende Krise geraten, ihr Publikum wurde immer älter und es wuchsen kaum noch neue Comic-Leser:innen nach. Es war an der Zeit, dass „endlich alles anders wird“, wie der Carlsen Verlag es seinerzeit in einem Werbeflyer für „Dragon Ball“ formulierte.

Die Comics aus Japan waren schriller, wurden dynamischer erzählt und hatten über die Jahrzehnte hinweg in ihrer Heimat eine Form des Erzählens in Bildern entwickelt, die für Europa und Amerika fast alles auf den Kopf stellte, was man zuvor unter Comics verstand. Schon die äußere Form der Publikation war eine ganz andere: Manga waren vorwiegend schwarzweiß und die großen Serien umfassten unzählige Seiten. Beides stand in krassem Gegensatz zu den farbigen Comics europäischer und amerikanischer Produktion, für die sich Umfänge von 32 bis 64 Seiten etabliert hatten. Auch die Helden der Manga waren ganz und gar ‚anders‘: Mit Son-Goku, Monkey D. Ruffy, Bunny Tsukino (in „Sailor Moon“) und Shinichi Kudo (in „Detektiv Conan“) dominierten in den Manga dieser Zeit vor allem jugendliche Helden, die den Erwachsenen oft haushoch überlegen waren.

Als RTL2 dann noch damit begann, im Nachmittagsprogramm immer mehr Anime zu ausstrahlen, gab es für Kids und Jugendliche kein Halten mehr: Die Verkaufszahlen der Taschenbuch-Serien schossen ab den 2000er Jahren raketenartig in die Höhe und ließen in den Verlagen eine gewisse Goldgräberstimmung ausbrechen. Schnell erweiterten sich die Programme, das Angebot wuchs und



Charon 78

man wurde für einen Weile sehr experimentierfreudig.

Und die jungen Leser·innen wollten nicht nur konsumieren, sie wollten selbst ein Teil der Manga-Welt sein. Die einen lernten die japanische Sprache, andere entdeckten Cosplay und Karaoke, und einige sogar den Zeichenstift für sich. Die ersten Manga made in Germany wurden von einer Generation von Autor·innen umgesetzt, die kurz zuvor noch Fans waren. Als Jugendliche, die aktiv zur neuen Jugendkultur beitrugen, gewannen Robert Labs, Christina Plaka, Du0, Alexandra Völker, Judith Park und Nina Werner rasch beinahe den Status von Popstars. Ihre Signiertermine wurden überrannt und einmal flog auf der Frankfurter Buchmesse sogar Unterwäsche in Richtung des Signierpults.

Während sich in Europa die talentierten Fans das Medium zu eigen machten, setzte in Japan der Verlag Kodansha für eine Weile auf eine andere Karte. Er wollte Manga internationalisieren und gewann europäische Zeichner dafür, in Europa Manga für Japan zu produzieren. Auch aus Deutschland wurden Zeichner wie Matthias Schultheiß oder Andreas Dierßen für Manga-Projekte angeworben. Jürgen Seebeck schrieb in dieser Zeit seine ganz eigene Geschichte: Er produzierte nicht nur seine farbigen „Bloody Circus“-Manga für ein Online-Magazin von Kodansha, sondern wurde auch zum deutschen Übersetzer von „Dragon Ball“. Er übersetzt bis heute noch immer neue Folgen von Manga und Anime der Serie.

Die ersten Manga made in Germany erreichten im Hype des damaligen Marktes zum Teil beachtliche Verkaufszahlen, von denen viele deutsche Comic-Zeichner früher nur hätten träumen können. Einerseits war dies sicher darauf zurückzuführen, dass Manga plötzlich angesagt waren. Zum anderen konnten die Mangaka jener Zeit aber noch einen anderen Vorteil für sich und ihre Werke verbuchen: Sie profitierten von Plattformen, die ihren Kolleg·innen aus dem Comic damals nicht (mehr) zur Verfügung standen. Und die gab es offline wie online.

Schon 1996 hatte der Feest Verlag (damals schon ein Teil der Ehapa-Gruppe) kurz nach seinen ersten kleinen Erfolgen mit japanischen Manga einen Versuch unternommen, ein deutschsprachiges Manga-Magazin zu publizieren, war aber an der falschen Konzepti-



Children of Grimm

on gescheitert. Mit „Banzai!“ ging Carlsen ab 2001 einen ganz anderen Weg: Inspiriert von den Erfolgsformeln japanischer Magazine brachte man ein seitenstarkes und mit vielen redaktionellen Beiträgen ausgestattetes Magazin auf den Markt, das jungen Leser·innen den Einstieg in Manga erleichtern sollte.

Mit über 90.000 verkauften Exemplaren der ersten Ausgabe schrieb „Banzai!“ deutsche Manga-Geschichte. Mit an Bord war von Beginn an Robert Labs, der nach seinem Erstling „Dragic Master“ nun mit „Crewman 3“ Monat für Monat ein großes Publikum erreichte. Der „Banzai!“ folgten weitere Magazine, die junge lokale Talente im Windschatten japanischer Hits in Richtung Publikum segeln ließen: So gab es einen Relaunch der „Manga Power“ (ab 2002, u.a. mit DuO) mit deutlich mehr Seiten als zuvor, die sich vor allem an Leserinnen richtende „Daisuki“ (ab 2003, u.a. mit Christina Plaka, Judith Park und Nina Werner) und schließlich „Manga Twister“ (ab 2003, u.a. abermals mit DuO).

Während die Verlage vor allem auf gedruckte Ausgaben setzten, organisierte die Manga-Community sich jenseits der klassischen Verlagsstrukturen sehr schnell online. Der Verein Animexx bot ein reichweitenstarkes Online-Angebot und scharte zu Hochzeiten eine sechsstellige Zahl an Nutzer·innen um sich. Diese konnten sich nicht nur auf der Plattform in Foren austauschen und über die langsam entstehende Convention-Szene informieren, sondern auch zahlreiche Manga aus der Feder junger deutscher Talente online lesen, die ihren Weg (noch) nicht in die Programme der großen Verlage gefunden hatten.

Carlsen etablierte derweil in Zusammenarbeit mit der Leipziger Buchmesse den legendären Wettbewerb „Manga-Talente“, der zwischen 2002 und 2008 junge Kreative dazu einlud, sich mit Beiträgen in verschiedenen Kategorien zu bewerben. Nina Werner, David Füleki, Natalie Wormsbecher, Anike Hage, Melanie Schober, Marcel ‚Hugi‘ Hugenschütt und viele mehr zählten zu den Teilnehmer·innen des Wettbewerbs dieser frühen Zeit. Die Buchhandlung Ludwig richtete kurz danach in Köln ebenfalls für einige Jahre einen Wettbewerb aus, die „Manga Magie“, durch die es unter anderem Reyhan Yildirim schnell zu überregionaler Bekanntheit brachte.



Crewman

Die erste große Welle lokaler Produktion

Nach den ersten Erfolgen mit der Publikation lokaler Manga begann sich das Feld rasch auszuweiten und inhaltlich immer mehr zu verbreitern. Zwar wurden die auflagenstarken Magazine bei Carlsen und Egmont nach und nach wieder eingestellt, nachdem sie etwas weniger verkauften als zu Beginn, aber gleichzeitig erweiterten sich die Möglichkeiten für Mangaka an anderen Stellen.

2004 war mit der Gründung der deutschen Niederlassung von TOKYOPOP ein weiterer Verlag an den Start gegangen, der zwischen 2005 und 2007 in der Anthologie „Manga Fieber“ jungen Nachwuchstalenten die Chance gab, sich mit Kurzgeschichten einem größeren Publikum vorzustellen. Unter anderem wurden hier Geschichten von Anike Hage, Inga Steinmetz, David Füleki, Reyhan Yildirim und Natalie Wormsbecher veröffentlicht, die schon bald darauf mit eigenen Einzelbänden oder Reihen an den Start gingen.

Beim Verlag Schwarzer Turm startete man 2006 das Indie-Magazin „Paper Theatre“, das zwar keine so hohe Auflage hatte, sich bei den Fans aber dennoch sehr großer Beliebtheit erfreute. Fahr Sindram, Anne Pätzke, Anna Hollmann, Anike Hage und Caroline Eckhardt publizierten hier neben vielen anderen deutschen Mangaka. 2007 folgte mit dem von Natalie Wormsbecher herausgegebenen „Blütenträume“ ein weiteres Magazin, das sich ganz auf Manga für Leserinnen fokussierte.

Bei Carlsen testete man ab 2007 mit der „Chibi“-Reihe, ob sich die Idee der „Pixi“-Bücher auch auf Manga übertragen lassen könnte. In 64-seitigen Heftchen konnten viele bereits bekannte, aber auch neue Mangaka abgeschlossene Projekte in großer Auflage zu einem kleinen Preis präsentieren. Judith Park, Melanie Schober, Martina Peters, Alexandra Völker und Tamasaburo (damals noch als Kim Liersch) waren hier unter anderem vertreten. Einige davon fanden sich bald mit eigenen Serien im Programm von Carlsen wieder.

Einige der Mangaka dieser Zeit brachten es sogar zu internationaler Bekanntheit. Anike Hages Fußball-Manga „Gothic Sports“, Christina Plakas „Yonen Buzz“ und Anna



Kiela

Hollmanns „Stupid Story“ erschien etwa in englischen und französischen Ausgaben.

In diesen Jahren zwischen 2005 und 2010 wurden viele neue Wege beschritten: Inga Steinmetz adaptierte Bianka Minte-Königs Jugendbuchreihe „Freche Mädchen“ als Manga, Anike Hage Gudrun Pausewangs „Die Wolke“. Es gab Hörspiele, Manga auf dem Handy, limitierte Nintendo-Konsolen mit Manga-Motiven, Beiträge junger Mangaka in Tageszeitungen und Jugendmagazinen wie „Dein SPIEGEL“ und vieles mehr.

Doch bald folgte die Ernüchterung: Der Markt hatte sich rückblickend viel zu schnell aufgebaut und einige Verlage fuhrten ihre Produktion lokaler Manga drastisch herunter. Zurück blieben einige geplatzte Autorenträume und manche Talente zogen sich wieder aus dem Markt zurück. Aber es blieben eben auch viele an Bord und sind bis heute aktiv.

Die lokale Manga-Produktion heute

Nach einer kleinen Flaute zu Beginn der 2010er Jahre hat sich die Produktion von Manga deutschsprachiger Künstler·innen in den letzten zehn Jahren wieder deutlich erholt und neu positioniert. Neben vielen Mangaka, die der Form trotz mancher Widerstände treu geblieben sind, sich zum Teil aber beruflich breiter aufgestellt haben, sind sehr viele neue Talente hinzugekommen, die in einem inzwischen wieder sehr stark gewachsenen Manga-Markt ihre Chancen als Manga-Künstler·innen suchen.

Manche von ihnen wurden auf ihrem Weg von den Autor·innen der ganz frühen Produktion inspiriert. Als Leser·innen von „Banzai!“, „Daisuki“ und anderen Magazinen haben sie zu Beginn des Jahrtausends durch Pioniere wie Robert Labs oder Christina Plaka gelernt, dass man auch in unseren Breiten Mangaka werden kann und sind ihrem Traum gefolgt. Andere erkennen ihre Chancen darin, dass der deutschsprachige Manga-Markt nicht nur größer, sondern auch thematisch vielfältiger geworden ist. Viele Fans der ersten Stunde sind dem Manga treu geblieben oder haben ihn während der Corona-Jahre wiederentdeckt. Sie sind heute erwachsen und suchen nach komplexeren Stoffen.

Gin und Ban Zarbo zählen ohne Frage zur erstgenannten Gruppe. Beide wollten schon



Prussian Blue

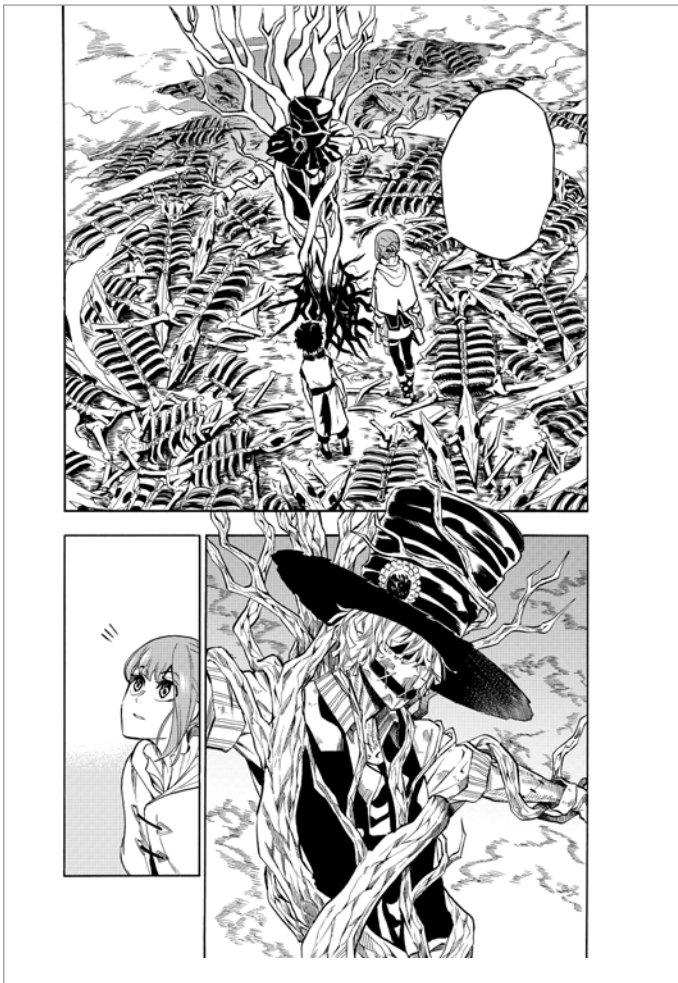
seit frühester Kindheit nichts anderes als Mangaka werden. Nach ihren ersten Serien bei TOKYOPOP veröffentlichen sie inzwischen bei altraverse und schicken sich gerade an, die internationalen Märkte zu erobern. Tamasaburo war seit ihren ersten Veröffentlichungen bei verschiedenen Verlagen aktiv und geht derzeit mit „Charon 78“ neue inhaltliche Wege in einem veränderten Markt.

In neuerer Zeit nimmt die lokale Produktion nicht nur wieder zu, sondern wird auch immer vielfältiger: Daniel Eichinger und Dominik Jell loten seit ihrem Eintritt in den Markt erwachsenere Genres wie Horror oder Slice of Life aus. Laovaan hat sich über Youtube ein riesiges Publikum aufgebaut, das er mit modernen Boys-Love-Interpretationen bedient. Martina Peters wandert seit fast 25 Jahren durch verschiedene Genres und verleiht ihnen neuen Reiz. Racami und Sozan Coskun beweisen immer wieder, wie modern und neu Manga gedacht werden können, die ihre Wurzeln im klassischen Shojo-Manga ‚für Mädchen‘ haben. Und Blackii knüpft an große Manga-Klassiker an und ist heute dem Geist von „Dragon Ball“ näher als manche aktuelle japanische Produktion.

Das Angebot an Manga aus deutschsprachigen Ländern war nur noch nie so bunt wie heute und das Niveau der Produktionen noch nie so hoch. Auch das Publikum ist mehr als bereit für Mangaka aus unseren Breiten, wie die immer länger werdenden Signierschlangen auf Conventions beweisen. Was jetzt noch fehlt, sind neue Impulse für eine breitere und aktivere Vermarktung durch die Verlage, die wieder etwas mehr von der wilden Abenteuerlust der frühen Jahre spüren lassen. Mehr Plattformen, mehr Cross-Media und mehr Experimentierfreude sind jetzt gefordert.

Zwischen Indie-Szene und Mainstream

Natürlich haben nicht nur die großen Verlage und die bei ihnen erscheinenden Künstler:innen die Manga-Produktion in Deutschland, Österreich und der Schweiz seit 2000 geprägt, auch wenn diese Werke zumindest in gedruckter Form die weiteste Verbreitung fanden. Zahllose Mangaka haben sich abseits des Buchmarkts ihre Fangemeinde erobert, ob über Online-Plattformen oder über im Eigenverlag herausgegebene



Scarecrow

Hefte und Broschüren in kleineren Auflagen, die vor allem in Comicshops, auf Conventions und in Webshops verkauft werden.

An der Grenze zwischen diesen beiden Welten haben sich auch immer wieder Verlage angesiedelt, die außerhalb des Buchhandels ein Dach für viele Mangaka boten, die sich nicht zwingend selbst als Verleger:innen sahen. Am nachhaltigsten war in diesem Feld Delfinium Prints aktiv, der „Verlag fürs Grobe und Schöne“, wie er sich selbst nennt. Seit 2008 hat das Label neben zahlreichen Manga auch jede Menge originelles Merchandise produziert.

Einer der Gründer von Delfinium Prints darf wohl auch als der mit Abstand produktivste deutsche Mangaka bezeichnet werden: David Füleki. David ist ein ewiger Grenzgänger zwischen Indie-Szene und Mainstream, zwischen Manga und Kindercomic, vielleicht auch zwischen Genie und Wahnsinn. Er lotet gerne Grenzbereiche aus, sei es in seinen Werken oder in seiner Kommunikation bei Interviews, Signierstunden oder im „Nerd Ship Podcast“. Und er hat es als einziger deutscher Mangaka durch seine Zusammenarbeit mit GermanLetsPlay und Doc Caro auf die „SPIEGEL“-Bestsellerliste geschafft.

Marcel ‚Hugi‘ Hugenschütt ist David und Delfinium Prints seit vielen Jahren treu verbunden und ist ebenfalls im „Nerd Ship Podcast“ aktiv. Mit seinen Werken lotet er immer wieder aus, was Manga alles erzählen können, wenn man sich von klassischen Vorgaben löst und überholte Erzählmuster überwindet. Ob „Der Elefantenfriedhof“ oder „Marten, der zeitreisende Roboter, der durch die Zeit reist“: Seine Werke sind gelegentlich so surreal, dass sie als einzig wahre Realität gelten dürfen.

An der Seite von Hugi hat sich Natalia Schiller nach verschiedenen Eigenpublikationen ins Delfinium-Universum getraut und setzte dort nach seinem Szenario die ersten Kapitel von „TeddyBoys Love“ um, einer Reihe, die das Genre Boys Love konsequent an seine Grenzen und über sie hinaus treibt. Inzwischen hat hier allerdings der Kapitalismus in seiner ganzen Härte zugeschlagen und Hugi und Natalia mit ihrem Projekt zum Verlag altraverse geführt, wo die Serie seit Frühling 2024 erscheint.



Struwwelpeter

Stand der Dinge und Ausblick

Die 2024 im Comic-Museum Erlangen gezeigte Ausstellung Von Dragic Master bis Scarecrow, deren Katalog die oben wiedergegebene Zeitreise durch die Geschichte der deutschen Manga-Produktion dokumentiert, hat dreierlei bewiesen: Zum einen, dass kaum ein anderer Sprachbereich Europas eine so lange und kontinuierliche Geschichte lokaler Manga-Produktion aufweisen kann wie der deutsche. Zudem, dass die immense künstlerische und inhaltliche Vielfalt dieser Produktion schon längst eine Würdigung verdient hatte. Die dritte Erkenntnis allerdings ist weniger erfreulich: Der enormen kreativen Schaffenskraft auf Seiten der Mangaka steht auf Seiten der meisten Verlage ein Mangel an langfristig gedachten Konzepten und eine nur unzureichende Unterstützung der Kreativen gegenüber.

Die Dominanz der Manga in fast allen Märkten dieser Welt hat nämlich nicht nur mit der für westliche Augen ästhetischen Frische und ihrer dynamischen Erzählweise zu tun, sondern natürlich auch damit, dass die japanischen Verlage Rahmenbedingungen geschaffen haben, unter denen zumindest die erfolgreichen Autor:innen eine realistische Chance haben, ihren Lebensunterhalt mit der Produktion von Manga zu bestreiten und sich so mit voller Kraft auf ihre kreative Arbeit zu konzentrieren. Von solchen Rahmenbedingungen sind wir im deutschsprachigen Raum leider noch immer Lichtjahre entfernt.

Zugegeben: Dies gilt auch in vielen anderen Bereichen der Produktion von Kultur, aber es gibt eben auch Gegenbeispiele. Während sich z.B. in der Popmusik und im Bereich der Computerspiele in den letzten Jahrzehnten professionelle Strukturen entwickelt haben, in denen kreative Energie und wirtschaftliche Verwertung zusammengedacht werden, scheint man im Bereich Comic – und eben auch bei Manga – in vielen Häusern noch immer davon auszugehen, dass die Produktion von Comics für Kreative eine brotlose Kunst bleiben muss. Zumindest lassen das die Vorschüsse erahnen, die von den meisten Verlagen für lokale Produktionen gezahlt werden. Hier müssen sich Dinge in den nächsten Jahren grundlegend ändern, wenn wir nicht einer weiteren Generation großer Talente dabei zuschauen wollen, wie sich nach einigen Jahren der ernsthaften



Manga Issho – Ausgabe #1, März 2025

Auseinandersetzung mit dem Medium am Ende dann doch wieder von ihm abkehren und sich dem Modedesign, der Werbe- oder Gebrauchsgrafik zuwenden müssen, weil wirtschaftliche Rahmenbedingungen sie dazu zwingen.

Südkorea hat in den letzten Jahrzehnten gezeigt, dass ein solcher Weg möglich ist. Nachdem der koreanische Manhwa über lange Zeit ein Schattendasein neben den auch in Korea viel beliebteren Manga japanischer Produktion geführt hatte, hat man mit dem Webtoons eine typisch koreanische Antwort gefunden. Indem man die Produktion durch eine starke Fokussierung auf den digitalen Bereich lenkte, der lange Zeit eine Schwäche der japanischen Verlage war, im digitalen Format dann die Ästhetik der Manga um das Element der Farbe erweitert hat, entstand eine neue Form der lokalen Comic-Produktion, die sich nun mit Projekten wie „Solo Leveling“ gerade dazu anschickt, kommerziell ähnlich erfolgreich zu werden wie die japanische Legenden von „Dragon Ball“ bis zu „Jujutsu Kaisen“. In Vorleistung gegangen sind hier aber eben auch die Verwerter der Comics, die großen Plattformen, die über Jahrzehnte in den Aufbau neuer Distributionsstrukturen investiert haben und nun die Ernte einzufahren beginnen.

Nun wird das Digitale vor dem Hintergrund des Zustands der digitalen Strukturen in Deutschland wohl kaum ein erster Anknüpfungspunkt sein, auf den man aufbauen könnte. Die frühen Erfolge der Animexx-Plattform, die mit ihren sechsstelligen Nutzerzahlen eine echte Chance für lokale Manga-Produktionen hätte werden können, hat über die Jahre – vermutlich gerade wegen ihrer nicht-kommerziellen Ausrichtung – inzwischen massiv an Bedeutung verloren und kaum noch einen Einfluss auf den Erfolg oder Misserfolg lokaler Künstler. Die müssen im Digitalbereich inzwischen auf amerikanische oder asiatische Plattformen setzen, sich dort aber den oft härteren Spielregeln dieser Plattformen unterwerfen, wenn sie dort erfolgreich sein wollen.

Was aber kann dann die Antwort sein?

Europa als Chance

In der Diskussion über die oft schwache finanzielle Ausstattung lokaler Produktionen wird von Verlagen oft das Argument ins

Feld geführt, der deutsche Comic-Markt sei nun einmal kleiner als die meisten Märkte mit einem höheren Anteil an lokalen Produktionen, diese Rahmenbedingungen seien der Grund dafür, dass man nicht weiter in Vorleistung gehen könne. Das erscheint auf den ersten Blick plausibel, wirft aber zumindest dann Fragen auf, wenn sich die gleichen Verlage im Wettstreit um Hitlizenzen aus Japan oder Korea in Bieterwettbewerben in Bereiche bewegen, die sich vor dem Hintergrund des wachsenden Wettbewerbs um diese Titel mittlerweile oftmals völlig unrealistische Bereiche bewegen. Der Erfolg in Asien ist noch immer keineswegs ein Beleg für einen vergleichbaren Erfolg in Europa. Trotzdem geht man hier ins Risiko, während mit lokalen Autor:innen um einen Tausender mehr oder weniger gefeilscht wird.

Zudem verkehrt eine solche Diskussion die Rollen, die den einzelnen Marktteilnehmern zugedacht ist. Die Rolle der Autor:innen ist es vor allem, die Welt mit großartigen Stoffen zu versorgen, die Rolle der Verlage sollte es ein, sich über deren kommerzielle Verwertung Gedanken zu machen. Hier haben in den letzten Jahren ‚fachfremde‘ Verlage wie Community Editions den etablierten Comic-Verlagen vorgemacht, wie das Spiel eigentlich gehen müsste: Großzügig ausgestattete Produktionen um und mit Influencern haben fast die gesamte sonstige Comic-Produktion (wie immer „Asterix“ und wenige andere ausgenommen) in den Auswertungen von media control auf die Plätze verwiesen und den beteiligten Kreativen zugleich vertretbare Einnahmen beschert. Nun kann die Lösung des Problems natürlich nicht darin liegen, dass man nur noch Manga mit Influencern umsetzt. Aber was dann?

Wenn vor dem Hintergrund der Vermarktung von Mangaprojekten in Form von Büchern im lokalen Markt seitens der Verlage keine ausreichenden Möglichkeiten der Refinanzierung höherer Vorschüsse gesehen werden, muss man eben über die Grenzen des Buches und des lokalen Marktes hinausgehen. Es braucht neue Konzepte der cross-medialen Vermarktung von Stoffen und eine stärkere Internationalisierung der lokalen Produktion. Und ähnlich wie wir vor dem Hintergrund politischer Entwicklungen gerade neu erkennen, dass in Europa eine eigene Chance liegen kann, wenn man Europa endlich konsequenter denkt und umsetzt, kann auch für die lokale Produktion von Manga eine Chance in Europa liegen.

Zur Leipziger Buchmesse erscheint mit „Manga Issho“ erstmals ein in dieser Form europäisch gedachtes Projekt: Ein Manga-Magazin, das von den Verlagen Altra-verse (Deutschland), Kana (Frankreich), Planeta (Spanien) und Star Comics (Italien) gemeinsam konzipiert und umgesetzt wird. Je ein Viertel des Inhalts stammt aus jedem der vier Sprachmärkte, zugleich wird es in allen vier Sprachen gleichzeitig erscheinen und lokal vermarktet. Es soll Europas Mangaka über die Grenzen ihrer lokalen Märkte hinaus bekannt machen und neue Vermarktungschancen für sie eröffnen. Getrieben sind alle vier Verlage dabei von der Überzeugung, dass nur ein gemeinsamer europäischer Markt genug kommerzielle Kraft entwickeln kann, um die lokale Manga-Produktion in den einzelnen Ländern dauerhaft erfolgreich weiterzuentwickeln und bessere Arbeitsbedingungen für die kreativen Talente Europas zu schaffen. So wird sich eine Geschichte der nächsten 25 Jahre europäischer Manga-Produktion am Ende vielleicht unter ganz anderen Vorzeichen schreiben lassen.



V – Reden / Interviews

Die gegenwärtige gesellschafts- politische Kraft des Comics am Beispiel der Türkei

Keynote Speech der türkischen Comic-Legende Oky



Ich bin aufgewachsen in Çengelköy, einem Stadtteil von Istanbul, der sich parallel zum Bosphorus erstreckt und im Vergleich zu anderen Stadtteilen Istanbuls relativ grün ist.

Eines Tages, noch vor meiner Einschulung, wurde ich zum Lebensmittelladen geschickt, um Brot zu holen, doch statt mit Brot kam ich mit einer Kinderzeitschrift nach Hause, die ich im Schaufenster des Ladens entdeckt hatte. Auf der Titelseite des Hefts waren zwei Männer abgebildet, einer davon ein Cowboy. Der andere Mann zog den Cowboy am Ohr. Dieses Bild hat mich schwer beeindruckt, ich konnte mich wohl mit diesem Cowboy identifizieren, dem die Ohren langgezogen wurden. Er war wie ich, wer weiß, was der für einen Unfug gemacht hatte! Als ich statt Brot diese Zeitschrift mit nach Hause brachte, wurden mit großer Wahrscheinlichkeit auch mir – wie immer, wenn ich was Ungezogenes getan hatte – die Ohren langgezogen. Später wurde dieser Cowboy namens Lucky Luke (auf Türkisch bekannt als Red Kit) zu einem der wichtigsten Helden meines Lebens, aber vor allem meiner Kindheit.

In meinen Kindheitserinnerungen dreht sich immer alles um Comics. Seit Gründung der Republik stießen Comics in der Türkei stets auf großes Interesse. Und meine Jugend fiel in die Zeit der späten 70er und 80er Jahre, als in der Türkei Kinderzeitschriften, Satiremagazine, internationale und türkische Comics ihr Goldenes Zeitalter erlebten. Neben den für Kinder produzierten türkischen Comics, lernte ich Werke wie „Asterix“, „Tim und Struppi“ (türk.: Tenten), „Andy Morgan“ (türk.: Bernhard Prince), „Blueberry“, „Buddy Longway“, „Tunga“ und „Thorgal“, die eher was für Erwachsene waren und meist aus Europa kamen, zunächst in den Jugendzeitschriften dieser Zeit kennen. Kein Abenteuer, das ich nicht von ihnen gelesen

hätte. Dabei rede ich noch nicht einmal von den hunderten von Comicbänden, die damals unabhängig von diesen Zeitschriften herausgegeben wurden. Ich kann wirklich sagen, dass in der Türkei fast alle Comics der Welt einer nach dem anderen und in Serie veröffentlicht wurden.

Ich bin immer sehr gerne zur Schule gegangen. Ich hatte jede Menge Hefte, Papier und Stifte. Die meisten Hefte habe ich mit eigenen Comics vollgeschrieben und -gezeichnet. So habe ich angefangen zu zeichnen. Erst nur für mich und dann auch für meine Freunde. Und was war mit der Schule und mit den Hausaufgaben? Für die hatte ich natürlich noch ein paar Hefte übrig, so schlimm war es auch wieder nicht.

In dieser Masse an Comics waren für mich, glaube ich, die Comics in den Satiremagazinen etwas ganz Besonderes. Das von Oğuz Aral gegründete Wochenmagazin *Girgir* war das Auffälligste unter diesen Zeitschriften, es stand an vorderster Stelle. Mit seinem sich ständig erneuernden reichem Inhalt, seiner klaren politischen Haltung, die weder vor den Regierungen dieser Zeit noch vor den Oppositionsparteien zurückschreckte, und mit einer Auflage von 300.000–400.000 Exemplaren war *Girgir* zum Zugpferd der Zeitschriftenwelt geworden. Ein politischer Titel, der das aktuelle Thema bestimmt, Seiten mit politischen Karikaturen am Puls des Tagesgeschehens, Kolumnen, eine Amateurseite mit Karikaturen von Cartoonisten aus nahezu allen Städten des Landes, Karikatursparten, die ihre Autoren mit der Zeit zu Stars machten, und Comics gebündelt in einer Zeitschrift – das prägte alle weiteren Satiremagazine, die zur Zeit von *Girgir* erschienen, und alle die nachher auf den Markt kamen; sie alle arbeiteten nach diesem von Oğuz Aral erschaffenen Format. Sie verkauften sich fast alle richtig gut, wenn auch nicht ganz so gut wie *Girgir*, und konnten über viele Jahre existieren.

Meiner Meinung nach haben die Comics in *Girgir* deshalb einen besonderen Stellenwert, weil sie so viele Figuren beinhalten, mit denen wir uns identifizieren konnten. Die Charaktere dort waren uns, anders als in den anderen Comics, ähnlich, sie verhielten sich wie wir, sie sprachen wie wir. *Girgir* war im Kern eine Zeitschrift für Erwachsene und hatte keine einzige Kinderdarstellung. Und doch ähnelten die

Charaktere dort unseren Eltern, unseren Verwandten, Nachbarn, Lehrern, dem Onkel vom Laden an der Ecke, dem Obst- und Gemüsehändler. Hier wurde die Sprache der Straße gesprochen, jede Menge Slang und das war alles total witzig.

Als sich die Türkei während des Ausnahmezustands nach dem Militärputsch vom 12. September 1980 immer mehr mit Verboten nach außen abschottete, war *Girgir* eine der wichtigsten Quellen für Humor, die das Land zum Lachen brachten, und wurde mit einer wöchentlichen Auflage von bis zu 500.000 verkauften Exemplaren zu einem regelrechten Phänomen. Nachdem dann immer mehr in der Zeitschrift ausgebildete Starzeichner angingen, ihre eigenen Magazine herauszugeben, blutete *Girgir* aus, und als die Zeitschriftenrechte dann 1989 an eine andere Zeitung verkauft wurden, die für ihre Nähe zur damaligen Regierungspartei bekannt war, und die gesamte Besatzung der Texter und Zeichner aus Protest dagegen ihre Arbeit niederlegte, kam das Aus.

Spulen wir jetzt noch mal ein bisschen zurück, in die Mitte der 80er Jahre. Als das alles passierte, war ich damit beschäftigt, von meinem Taschengeld sämtliche Comics zu kaufen und zu sammeln, die mir unterkamen und meine Hefte mit selbstausgedachten Geschichten vollzuzeichnen. In die *Girgir*-Zeitschrift zu kommen und mich in die Riege der Comiczeichner einzureihen, die ich verehrte, war nichts weiter als ein vager Traum.

Mein Vater war Seemann und reiste mit den Schiffen, auf denen er arbeitete, um die ganze Welt. Er schrieb Gedichte für eine von der Schifffahrtsgesellschaft herausgegebene Zeitschrift, die meist von den Abenteuern der Seeleute erzählten. Er war Literaturliebhaber. Solange ich die Schule nicht vernachlässigte, hatte er nichts gegen mein Faible für Comics. Deshalb habe ich mich immer glücklich geschätzt. Ich hatte das ganze Haus vollgestopft mit haufenweise Comicheften. Eines Tages nahm mein Vater mich beiseite und sagte: „Wenn du dir diese Hefte weiter kaufen willst, musst du anfangen, selbst Geld zu verdienen.“ Über Bekannte fand er kleinere Gelegenheitsjobs für mich, wo ich in den Schulferien arbeiten konnte. Um mehr Comics zu kaufen, habe ich also in kleinen Betrieben gekellnert und bei einem Elektriker gearbeitet. Aber obwohl es sehr ver-

lockend war, mir mit dem selbstverdienten Geld so viele Comics zu kaufen, wie ich wollte, konnte ich in keinem der Betriebe wirklich Fuß fassen. „So wird das nichts“, sagte mein Vater, „nimm deine Zeichnungen und komm mit“, und brachte mich zu einem verhältnismäßig kleinen, aber auf seinem Gebiet in der Türkei doch bedeutenden Verlag, der unter dem Logo Alfa Yayınları Comics veröffentlichte.

„Der Junge hier denkt an nichts anderes als ans Zeichnen, nehmt in bei euch auf, lasst ihn hier arbeiten, damit er das, was er da tut, wenigstens richtig lernt. Dann hat er seinen Frieden und ich auch.“ Damals schämte ich mich sehr für diesen unverblühten Satz, den mein Vater zu Ali Recan sagte, dem Autor der Comics, die ich las, seit ich klein war und gleichzeitig Herausgeber des Verlages, aber es hat funktioniert. Gut, dass mein Vater das gesagt hat. Ali Recan schaute sich meine Zeichnungen an und sagte: „Du kannst morgen kommen und anfangen“, und fügte hinzu: „Aber wir können nicht viel zahlen.“ Es war unglaublich! Die Summe von „Wir können nicht viel zahlen“ war viel, viel höher als mein Taschengeld und ich war in einem Gebäude, das bis oben hin vollgestopft war mit Comics. Was wollte ich mehr!

Ich kam in ein Comiczeichnerteam namens Hauptmann Volkan (türk.: Yüzbaşı Volkan) und fing damit an, Details wie Häuser und Bäume im Hintergrund zu zeichnen. Kurz darauf kaufte Alfa Yayınları eine alte Satirezeitschrift namens Salata auf, die zuvor von einigen anderen Verlagen verlegt worden war und gab sie mit neuen Comicautoren neu heraus. Und ich kam in den Kader dieser Zeitschrift.

Das Salata-Magazin verkaufte sich im Vergleich zu anderen Satirezeitschriften in der Türkei ziemlich schlecht, aber das war mir egal. Meine Zeichnungen wurden endlich veröffentlicht, diese Zeitschriften wurden an Händler verteilt und noch dazu bekam ich Geld dafür. Bei Salata illustrierte ich sowohl die Geschichten anderer Autoren und gestaltete außerdem eine Seite, die nur aus eigenen Zeichnungen und Texten bestand. Auf dieser eigenen Seite zeichnete ich meine Geschichten, die inspiriert waren von dem, was ich mit meinen Jugendfreunden erlebt hatte und was ich in meinem Viertel sah. Was könnte ich mit meinen Zeichnungen besser erzählen? Das war das, was ich am besten kannte.

Wenn ich jetzt auf diese Zeit zurück schaue, weiß ich, dass es die Suchbewegung eines Anfängers im Lernstadium war, der nicht wusste, was und warum er das alles tat.

Nachdem auf diese Weise zwei Jahre vergangen waren, fing ich an, zusammen mit Freunden, die ich bei Salata kennengelernt hatte, anderen, nach der Zeit von Girgir populären Satirezeitschriften, Aufträge zuzutragen. Ich zeichnete Karikaturen für die Zeitschrift Çarşaf, die von der Hürriyet herausgegeben wurde, damals einer der wichtigsten Zeitungen der Türkei. Bei Çarşaf konnte ich nicht mehr, wie bei Salata, ganze Seiten zeichnen, war aber dafür in einem professionelleren Umfeld, im Stadtviertel Cağaloğlu, dem Pressezentrum der Türkei, in dem sich eine Zeitung und eine Zeitschrift neben der anderen befand. Girgir war in einem Gebäude gleich zwei Straßen weiter.

Nach einer Weile nahm ich all meinen Mut zusammen, ging zu Girgir und zeigte Oğuz Aral meine Arbeiten. Oğuz Aral sagte: „Komm nächste Woche vorbei, dann schauen wir, was wir mit dir machen.“ Das war 1988. Ein Jahr später würden die Leute, die Girgir wegen des Verkaufs und Eigentümerwechsels verließen und grüppchenweise andere Zeitschriften herausgaben, so manch frisch gebackenem Comiczeichner, die wie ich einen Ort zum Veröffentlichen ihrer Zeichnungen suchten, neue Türen öffnen. In dem Jahr bis zur Auflösung der Zeitschrift zeichnete ich, wenn auch sporadisch, Karikaturen für Girgir und erfand Witze für die Meister. Das machte mir aber irgendwie keinen Spaß. Ich konnte mit Karikaturen nichts anfangen. Ich wollte einzelne Comicseiten gestalten und ganze Comics schreiben und zeichnen. Ich wusste, dass ich hart dafür würde arbeiten müssen, und war inzwischen reif genug, um mir meiner Schwächen im Vergleich zu den Meistercartoonisten der Zeitschrift bewusst zu sein.

Als die Leute, die Girgir vor der Zerschlagung verlassen hatten und diejenigen, die danach auf der Straße landeten, anfangen, ein Magazin nach dem anderen herauszugeben, war der Markt auf einmal überschwemmt von Satiremagazinen. Eine Menge Zeitschriften bedeutete eine Menge neuer Comiczeichner. Zusammen mit gleichaltrigen Zeichnern gingen wir zu irgendeiner die-

ser Zeitschriften, und wenn es dort nicht klappte, zur anderen und dann weiter zur nächsten, ständig rückten wir denen auf die Pelle. Schließlich bekamen wir unsere eigene Seite in diesen Magazinen, die in einer Auflage von über 100.000 Exemplaren erschienen. Bei jeder dieser Zeitschrift arbeiteten mindestens drei oder vier der Autoren und Zeichner aus den alten Satiremagazinen. Wir waren in Sicherheit. Wir zeichneten unserer eigenen Kolumnen und Seiten und gleichzeitig lernten wir von diesen Profis lauter neue Sachen über das Zeichnen und Geschichtenerzählen.

Ein paar Jahre nach dem Putsch vom 12. September 1980, als das Militärregime zurücktrat und seinen Platz Turgut Özal überließ, brach in der Türkei eine neue Ära an. Auf den Titelseiten von *Gırgır* und den anderen Satiremagazinen war nun jede Woche Turgut Özal zu sehen. Und die Zeitschriften, die nach der Auflösung von *Gırgır* erschienen, führten die politische Haltung fort, die *Gırgır* zu seinem Prinzip gemacht hatte. Die neuen Satiremagazine waren im Vergleich zu den alten noch radikaler und brachten das, was sie zu sagen hatten, ohne Umschweife auf ihren Titelseiten.

Özal, der immer behauptete, er liebe Red Kit (dtsch.: Lucky Luke) und immer von seiner Leidenschaft für Comics und Satiremagazine sprach, der sogar die ihn kritisierenden Titelseiten der Satirezeitschriften einrahmen ließ und vor ihnen posierte, gab schließlich auf und verklagte die Satiremagazine. Diese wiederum ließen sich davon nicht einschüchtern, sondern wurden nur umso aggressiver.

Die Satiremagazine übten aber nicht nur Kritik an Politikern. Mit scharfer Zunge kritisierten sie das Fernsehen, die Presse, Geschäftsleute, die Probleme an den Universitäten, kurzum alles, was sie glaubten, das in diesem Land schief liefe. Aber nicht nur mit dem aktuellen Geschehen in der Türkei, auch mit der Politik anderer Länder setzten sie sich intensiv auseinander.

Den größten Teil der Leserschaft dieser Zeitschriften bildeten immer schon die Studenten. Magazine, denen es nicht gelang, den Zeitgeist einzufangen, verloren zusehends an Auflagen und waren dann bald raus aus dem Spiel. Es wurden neue Ideen

gebraucht, um mit der Zeit zu gehen, junge Autoren und Zeichner. Die meisten Zeitschriften orientierten sich an Oğuz Aral. Sie gaben Amateurzeichnern von außen eine Seite, bildeten sie aus und nach einiger Zeit nahmen sie sie in der Zeitschrift auf. So schafften sie es, immer aktuell, jung und frisch zu bleiben. Ab Mitte der 80er Jahre bis Ende der 90er konnte diese Gruppe junger Comiczeichner, zu der auch ich gehörte, sich nach Herzenslust in der immer größeren Anzahl von Zeitschriften in eigenen Kolumnen und auf eigenen Seiten erfolgreich austoben.

Die Herausgeber dieser Zeitschriften waren Profizeichner, die Helden unserer Kindheit. Wohl weil man sich, als sie in unserem Alter waren, ständig in ihre Arbeit eingemischt hatte, mischten sie sich fast gar nicht in unsere Zeichnungen ein. Wir waren also mit den großen Meistern zusammen und konnten gleichzeitig unsere eigenen Erfahrungen machen. Das war ein einmaliger Luxus.

Eine Zeitschrift, für die ich damals arbeitete, war *Pişmiş Kelle*. Ihr Herausgeber Engin Ergönültaş gehörte zu den Meistern von *Gırgır*, die inzwischen aufgelöst worden war. Er hatte zu deren Glanzzeiten für französische Satiremagazine wie *L'Écho de Savanes* und *Metal Hurlant* gezeichnet und gehörte zu den wichtigsten Comicautoren in der Türkei. Für mich persönlich war er der wichtigste. Mit Engin Ergönültaş zusammenzuarbeiten war eine unglaubliche Erfahrung. Von ihm habe ich eine ganze Menge gelernt. So unerfahren ich auch war, er hat sich fast nie in meine Texte und Zeichnungen eingemischt. Dieses freiheitliche Umfeld hat bei der Herausbildung von neuen und großartigen Stilen eine wichtige Rolle gespielt.

Auch damals habe ich, vielleicht ein bisschen unbewusst, in meinen Geschichten und Zeichnungen wieder davon erzählt, was mir am nächsten war: von den Problemen mit meinen Freunden, von den verzwickten Lagen, in die ich mit meinen Freundinnen geriet, wie ich meine Miete bezahlen sollte, von all dem, was mich in meinem Umfeld wütend oder traurig machte oder zum Lachen brachte. Das Bedürfnis, von diesen Dingen zu erzählen, hatten die meisten Zeichner meiner Generation. Später sollten wir immer wieder mit der Kritik einiger Leser konfrontiert werden: „Die finden bloß kein

anderes Thema, deshalb zeichnen sie sich selbst!“ Und trotz allem stieß das, was wir über uns selbst erzählten, auf Seiten der Leser ja auf Interesse.

Die meisten Leser der Zeitschrift waren Gleichaltrige und unsere misslichen Lagen waren auch ihre misslichen Lagen. Es amüsierte die Leser einfach, dass wir offen von unseren komischsten, bedauernswertesten und erbärmlichsten Zuständen und unserem ganzen Losertum erzählten. Wir waren nicht wie die anderen Comichelden. Wir waren keine Helden, sondern normale Menschen, die ständig verloren und in komische Situationen gerieten.

Zur gleichen Zeit waren sämtliche politischen Verwirrungen, mit denen sich die Türkei herumschlug, wie das Blutbad von Madımak, die Erdbeben und die unaufgeklärten Morde, die das Land erschütterten, auf den Titelseiten und den ersten zwei, drei Seiten der Satiremagazine. Das aktuelle Tagesgeschehen in der Türkei hatte Priorität bei den Satirezeitschriften und ihre Haltung dazu spiegelte ihre Identität wider. Als junge Comicautoren zeichneten wir also neben unseren Kolumnen und eigenen Seiten auch Karikaturen und Titelbilder über das aktuelle Tagesgeschehen in der Türkei. Diese Zeitschriften, meist auf billigstem Zeitungspapier gedruckt, sodass man sie zusammenfalten und in die Hosentasche stecken konnte, bestimmten die aktuellen Themen und wurden vom Arbeiter bis zum Studenten, vom Künstler bis zum Politiker von allen Gesellschaftsschichten mit Interesse gelesen.

Jede Zeit hat eine meistverkaufte, eine beliebteste Satirezeitschrift, ein Zugpferd unter den Zeitschriften, für die alle jungen Cartoonisten arbeiten wollen. In den 1990er Jahren war das in der Türkei das Magazin Leman. Mit klarer Meinung auf den Titelseiten, reichem Inhalt, vielen Kolumnen und unterschiedlichen Karikaturstilen, in denen jeder etwas von sich wiederfand, und mit seinen sorgfältig gezeichneten Comics behielt Leman lange Zeit seine Spitzenstellung unter den Satiremagazinen. Gleichzeitig brachte man als Nebenpublikation Literatur-, Lyrik- und Reportagezeitschriften heraus. Man verlegte jede Menge Bücher, zusammengestellt aus Kolumnen und Comics aus der Zeitschrift. Eine der größten Besonderheiten von Leman war, dass sie unabhängig von irgendeiner

Zeitung oder irgendeinem Verlag war, Leman finanzierte sich über das Eigenkapital von ein paar Comiczeichnern. Das war bis dahin einzigartig. Diese Autoren hatten endlich ein eigenes Magazin, für das sie ganz allein verantwortlich waren.

Die Ende der 90er Jahre von Leman herausgegebene Zeitschrift „L-Manyak“ gehört für mich zu einem der wichtigsten Wendepunkte auf meiner Reise als Comiczeichner. Als „L-Manyak“ erstmals herauskam, war ich gerade damit beschäftigt, die Abenteuerreihe Sizinkiler von Salih Memecan zu zeichnen, die täglich in der Tageszeitung Sabah veröffentlicht wurde und außerdem als Jugendzeitschrift erschien. Seit die Anzahl von Satiremagazinen in die Höhe geschossen war, begannen die Verkaufszahlen langsam zu sinken und die Satirezeitschriften zahlten vor allem den jungen Cartoonisten immer geringere Tantiemen. Ich war Ende zwanzig und musste langsam anfangen, mehr Geld zu verdienen.

In diesen Jahren, die ich fern von den Satiremagazinen verbrachte, hatten sich die Zeitungshäuser in riesige Gewerbekomplexe verwandelt. Diese Gewerbekomplexe lagen meist außerhalb der Stadt, und die Arbeitswege waren extrem anstrengend. Ich zeichnete die Figuren anderer, verdiente teilweise gut, war aber nicht glücklich. Wenn man in einer Metropole wie Istanbul kein Geld verdient, ist es unmöglich auf eigenen Beinen zu stehen.

Es war das zweite Jahr von „L-Manyak“, und nachdem ich die Zeitschrift gründlich durchgelesen hatte, stand ich regelrecht unter Schock. Das war keine Zeitschrift wie die anderen. Das Format war etwas kleiner und es gab fast keine Karikaturen. Die Zeitschrift war voller Comics. Die meisten der Comiczeichner bei „L-Manyak“ waren Freunde in meinem Alter, mit denen ich bei anderen Magazinen zusammengearbeitet hatte. Ihre Arbeiten waren unglaublich. Jede Seite dieser Zeitschrift sprühte nur so vor Energie. Ich war schwer beeindruckt, ich musste unbedingt dabei sein. Wie ich über die Runden kommen sollte, war egal, ich kündigte von einem Tag auf den anderen bei dem Zeitungshaus, in dem ich arbeitete, und ging sofort zu „L-Manyak“.

Herausgeber der Zeitschrift war Bahadır Baruter, ein vielseitiger Künstler, der

später mit seinen Bildern und Skulpturen eine bedeutende Karriere machen würde. Wir hatten schon früher in einigen Zeitschriften zusammengearbeitet. Bahadır öffnete mir, ohne zu zögern, Tür und Tor seiner Zeitschrift. Ich würde so viele Seiten zeichnen können, wie ich wollte. Zu dem Zeitpunkt war „L-Manyak“ längst populär geworden und zum Liebling der jungen Leserschaft avanciert. Da sich die Zeitschrift gut verkaufte, waren auch die Seitentantiemen ziemlich gut. Ich würde wieder meine eigenen Geschichten erzählen und davon leben können.

„L-Manyak“ war keine politische Zeitschrift, aber sie war aktuell und innovativ. Sie erschien monatlich, hatte eine höhere Seitenzahl. Es gab eine Menge Comicfiguren darin, und sie traten wie eine Gang auf. In all den durchgemachten Nächten in der Zeitschrift und in der wenigen Freizeit, die wir neben dem Zeichnen hatten, redeten wir ständig übers Zeichnen.

Während ich bei „L-Manyak“ arbeitete, kam es wieder zu einer Trennung. Mit denselben Zeichnern, gleicher Aufmachung und gleichem Inhalt kam das Magazin „Lombak“ auf dem Markt. Ich habe viele Comicfiguren für „Lombak“ erfunden. Die bekanntesten meiner Charaktere habe ich in dieser Zeit gezeichnet. Ich erinnere mich, wie ich damals Tag und Nacht geschrieben und gezeichnet habe. Meine Bücher mit gesammelten Zeichnungen aus dieser Zeitschrift wurden eins nach dem anderen herausgegeben. Es war eine sehr intensive Zeit.

Dann tat sich eine Gruppe von Zeichnern, die Leman verlassen hatte, mit Bahadır Baruter zusammen und brachte eine Wochenzeitschrift mit politischem Inhalt heraus. Diese Zeitschrift mit dem Namen „Penguin“ wurde zum neuen Marktführer. Während wir in den Monatszeitschriften die Abenteuer unserer Comichelden weitererzählten, zeichneten wir gleichzeitig politische Karikaturen für das Wochenmagazin „Penguin“ und erfanden neue Comicfiguren für diese Zeitschrift.

Es war Anfang der 2000er und die Satirezeitschriften führten ihre fest verwurzelten Traditionen fort. Jetzt fanden sich auf den Titelseiten Karikaturen des Parteiführers der neuen Regierungspartei, welche die Ideologie des politischen Islam zum Grundsatz hatte: Tayyip Erdoğan.

In den seit damals vergangenen 22 Jahren wird Tayyip Erdoğan erst Präsident werden, dann wird er Dank des durch Verfassungsänderung eingeführten Präsidialsystems als parteigebundener Staatspräsident auf den höchsten Posten der Republik aufsteigen und zusammen mit seiner Partei niemals die Führungsposition in der Türkei verlieren.

Im Jahre 2005 verklagte Erdoğan die Zeitschrift „Penguin“ zum ersten Mal und dieser Prozess fand in der in- und ausländischen Presse große Beachtung. Erdoğan und seine Partei verloren den Prozess und wurden nach all diesen Entwicklungen noch wütender; sie sollten noch viele weitere Satiremagazine verklagen.

„Penguin“ hat über die Jahre nichts von seiner Stärke eingebüßt und viele Comiczeichner aus der Generation nach uns zu Stars gemacht. Ein befreundeter Zeichner meiner Generation und ich taten uns schließlich mit vier Zeichnern der neuen Generation von „Penguin“ zusammen und brachten 2007 das brandneue Satiremagazin „Uykusuz“ heraus.

Auch wenn vonseiten der Leser oft kritisiert wird, dass Satiremagazine sich ständig abspalten und vermehren, so bringt es doch die Presseerklärung des Herausgebers und Comiczeichners einer Zeitschrift, von der wir uns getrennt hatten, auf den Punkt: „Sie sind erwachsen geworden und sind in ihre eigenen vier Wände gezogen.“ Das war immer schon so. Sie hatten es früher auch getan. So funktionierte das seit jeher.

Was die Satiremagazine von den anderen Zeitschriften am meisten unterscheidet, ist, dass sie aktuell und populär sein müssen. Wenn ein Magazin populär ist, sich aber nicht gut verkauft, wird es unmöglich, die Tantiemen seiner Zeichner zu bezahlen. Deshalb wird dann die Auflagenzahl gesenkt und in kürzester Zeit geht es ein. Dadurch, dass sie sich mit Themen von Randgruppen beschäftigten, ist es den Satirezeitschriften gelungen, trotz ihrer Popularität stets „underground“ zu bleiben.

Als die Zeitschrift „Uykusuz“, die mit einer Auflage von 40.000 begonnen hatte, eine Verkaufszahl von 70.000–80.000 Exemplaren erreicht hatte, gehörte sie im Wechsel mit „Penguin“ zu den beiden meist-

verkauften Titeln ihrer Zeit. Kurz darauf wurde sie die meistverkaufte. Ich arbeitete für eine Zeitschrift, die, wenn auch gemeinsam mit fünf weiteren Teilhabern, mir gehörte. Das war, auch wenn es anfangs sehr verlockend schien, die anstrengendste und aufreibendste Zeit meiner Karriere als Comiczeichner. Arbeitgeber für meine Freunde zu sein, mit denen ich vorher Seite an Seite in der gleichen Zeitschrift gearbeitet hatte, und die Verantwortung, die ich ihnen gegenüber verspürte, waren neu für mich. Hauptthema unserer regelmäßigen Zeitschriftskonferenzen waren nicht die Zeichnungen, sondern das, was im Hintergrund nötig war, um die Dinge am Laufen zu halten.

Mit der Zeit bekamen wir noch einen Verlag hinzu, in dem wir jede Menge Bücher herausgeben würden. Wir verlegten andere Magazine. Brachten lauter Nebenartikel wie Poster, Tassen und Kalender auf den Markt, die mit unseren Comicfiguren bedruckt waren. Die Messestände von „Uykusuz“ auf den Buchmessen in den verschiedenen Städten der Türkei, die Autogrammstunden und Panels stießen auf großes Interesse. Das alles hatte es auch schon bei den Zeitschriften gegeben, für die wir vorher gearbeitet hatten, aber da uns die Einzelheiten nicht betrafen, hatten wir uns damals einfach nur auf unsere Arbeit konzentriert.

In der Zeit, die uns neben all dieser Arbeit noch blieb, arbeiteten wir an unseren Kolumnen und Comicseiten. Ich für meinen Teil spürte, dass meine kreative Produktivität anfang, nachzulassen. Nicht nur ich, auch die Freunde, mit denen ich die Zeitschrift gegründet hatte, litten unter dieser Situation.

Während wir mit alldem beschäftigt waren, versuchten wir unsere Satirezeitschrift so gut zu machen, wie möglich. Wir waren sehr bemüht, hier keine Abstriche zu machen. Sechzehn Jahre lang, von 2007, als „Uykusuz“ zum ersten Mal erschienen war, bis sie im Januar 2023 dicht gemacht wurde, war die politische Lage in der Türkei stets sehr in Bewegung.

Im Jahr 2013 wollten Tayyip Erdoğan und seine Regierungspartei den Gezi-Park im Herzen von Taksim abreißen, indem sie seine Bäume fällten oder herausrissen, und an seiner Stelle die moderne Version eines

bis zu den 1940er Jahren dort stehenden, in Vergessenheit geratenen Gebäudes namens Topçu Kışlası errichten, ohne dass sie hierfür eine Baugenehmigung hatten. Daraufhin organisierte eine kleine Gruppe von Leuten einen Sitzstreik im Park, um den Gezi-Park zu verteidigen. Diese Aktion wurde durch extreme Gewalt der Sicherheitskräfte niedergeschlagen. Die Art der Niederschlagung rief große Empörung hervor und so fingen die Gezi-Proteste an. Das Zentrum der sich wie eine Lawine überall in der Türkei ausbreitenden Proteste war Taksim. Zu dieser Zeit befanden sich die Büros von „Uykusuz“ und den anderen Satiremagazinen in der Umgebung der als Hauptschlagader von Taksim geltenden İstiklal-Straße in Beyoğlu. Meine Wohnung lag gleich hinter Taksim, in Cihangir. Die meisten Comiczeichner lebten hier. Wir waren mitten im Geschehen. Überall waren Wasserwerfer. Eine ganze Zeit lang sind wir jeden Tag durch mit Pfefferspray vernebelte Straßen zur Zeitschrift gelaufen. Die Titelseiten der Zeitschrift und die Karikaturen im Innenteil, die Texte und Zeichnungen drehten sich alle um den Gezi-Park. Das ging monatelang so.

Auch nach den Gezi-Protesten kam die politische Lage in der Türkei einfach nicht zur Ruhe. Satiremagazine, und so auch „Uykusuz“, wurden von der Regierungspartei mehrfach verklagt. Die Lage beruhigte sich nicht, das politische Chaos fand kein Ende. Jeden Tag passiert etwas, was das Geschehen an einen anderen Ort verlegte, aber wir brauchten mehrere Tage, um die Zeitschrift zu gestalten, in den Druck zu bringen, herauszugeben und zu verteilen. In der Zwischenzeit veralteten unsere Karikaturen angesichts der sich ständig verändernden Lage und wurden sinnlos.

Es gab jetzt die Sozialen Medien. Die Menschen verfolgten das ganze Geschehen dort unmittelbar, mit ihren Kommentaren wurden sie Teil der Nachrichteninhalte, und von ihren Social Media-Accounts konnten sie Unmengen an Inhalten teilen. Die Sozialen Medien verfügten über tausende von satirischen Inhalten und boten den Leuten die Möglichkeit, sich frei auszudrücken. Die Satiremagazine, die es stets geschafft hatten, innovativ zu sein und sich zu erneuern, hinkten zum ersten Mal ihrer Zeit hinterher.

Bereits seit Mitte 2010 hatten die Sati-rezeitschriften angefangen zu schwächeln. Zuerst wurde „Penguin“, und nach ein paar Jahren auch „Uykusuz“ dichtgemacht. Da-nach kam von der neuen Zeichnergene-ration keine neugegründete Zeitschrift mehr nach. Das lässt sich, glaube ich, nicht auf einen einzigen Grund zurückführen. Das mag an der Wirtschaftskrise im Land ge-legen haben, an den gestiegenen Papier- und Druckkosten, an der neuen Generation von Comiczeichnern, die sich nicht mehr an Zeitschriften wendete, sondern ihre Zeich-nungen lieber über ihre Social Media-Ac-counts teilte, und vielen anderen Dingen mehr.

Seit längerer Zeit gibt es nun in der Türkei keine neue Satirezeitschrift mehr, die die Massen begeistern kann. Und doch ist mir nicht danach, zu sagen „ihre Zeit ist um“. Es gibt immer noch ganz wichtige Zeichner und Autoren, sowohl diejenigen, die in den Satirezeitschriften großgewor-den sind, als auch die, die nie in diesen Zeitschriften waren.

Vielleicht kann man da, bevor die Sache einschläft, in einem anderen Format noch mal was machen.

Ich schätze mich sehr glücklich, dass ich teilhatte an der langen Reise der Satire-zeitschriften, die in der Türkei über die Jahre eine einmalige Kultur erschaffen haben, dass ich einen Beitrag zu dieser Ära geleistet habe und Teil dieses außer-gewöhnlichen Abenteuers war. Bis heute habe ich 35 Jahre meines Lebens mit dem Schreiben und Zeichnen in Satiremagazinen verbracht. Ich habe mich angefreundet mit so vielen Comicautoren, den Helden mei-ner Kindheit, und habe Seite an Seite mit ihnen gearbeitet. In vielen Satirezeit-schriften hatte ich meine eigenen Seiten. Ich habe unzählige Figuren erschaffen, jede Menge Bücher herausgegeben. Und ich habe es irgendwie sogar zu einer eigenen Zeitschrift gebracht.

Bereits während meiner jahrelangen Arbeit für die Satiremagazine hatte ich immer die Idee im Hinterkopf, etwas außerhalb der Türkei zu machen, mit globaleren Geschich-ten Comicleser auf der ganzen Welt zu er-reichen. Aufgrund des hohen Arbeitstempes der Zeitschriften, bei denen ich arbeite-te, habe ich dafür aber nie die Gelegen-heit gefunden. Jetzt lebe ich seit einiger

Zeit in Berlin und arbeite, ohne mir Ge-danken darüber machen zu müssen, dass ich etwas in den Druck bringen muss, an neuen Comics.

Kurz gesagt, es hat sich nicht wirklich was verändert, ich zeichne immer noch.



Die Erfindung des Comic-Konzerts

Gespräch mit dem israelischen Komponisten und Pianisten Itay Dvori



Comic-Konzert mit Itay Dvori im Bochumer Rathaus am ersten Abend der CEXP 2, 27.09.2024 – projizierte Zeichnung aus „Ein Ozean der Liebe“ von Wilfrid Lupano und Grégory Panaccione, erschienen 2016 im Splitter Verlag

Mit dem Comic-Konzert erschuf der in Berlin lebende israelische Komponist und Pianist Itay Dvori ein neues Format. Seit einigen Jahren erregt es auf internationalen Festivals und Bühnen in ganz Europa viel Aufmerksamkeit. Dieses musikalische Abenteuer, das 2016 begann, hat inzwischen Musik zu mehr als fünfzig Werken renommierter Comic-Künstler*innen aus aller Welt hervorgebracht. Ob mit Band, in der Regel Itay Dvori's „yam yabasha ensemble“, oder als Solo-Klavierabend: Die Konzerte sorgen sowohl beim Publikum als auch bei der Presse für großen Anklang.

Lieber Itay Dvori, in Bochum hast Du Dein Solo-Programm „ComiCollection“ gespielt, welches das Beste aus verschiedenen Einzelprojekten und Verkaufsträgen der letzten Jahre zusammenbringt. Das war natürlich die perfekte Gelegenheit, Dein ganzes farbenfrohes bis schattenreiches Spielvermögen einmal auszubreiten. Aber es war auch spannend, zu sehen, was Deine vermeintlichen Lektürevorlieben sind. Wann können wir denn mit Deinem ersten Comic-Superhelden-Action-Konzert rechnen?

(lacht) Das ist für mich in der Tat nicht so spannend. Nicht, weil mir Superhelden-Comics fremd sind, sondern einfach, weil Superheld*innen durch die vielen Verfilmungen als Trick- und Realfilm schon über ausgezeichnete Musik verfügen. Da investiere ich meine Zeit und Energie lieber in die Komposition von Musikstücken für Comic-Werke, die noch keine Verfilmungen kennen, als den dritten oder vierten Soundtrack für eine Superheldenfigur oder -handlung zu erschaffen.

Ich will es nicht komplett ausschließen, irgendwann auch mal dieses Comic-Genre musikalisch zu erkunden. Aber im Moment macht es mir am meisten Freude, gerade jene Comic-Werke in Noten zu übersetzen, die kein Massenpublikum erreichen. Klar, ich mache es mir dadurch vielleicht unnötig schwerer. Aber es ist dann gleich umso schöner, dass ich besonders in Deutschland auch nach fast zehn Jahren noch Menschen

damit abhole, die als ausgewiesenes Kulturpublikum zwar zu klassischen Konzerten, Lesungen und Kunstaussstellungen gehen, auf der anderen Seite aber immer noch Berührungssängste mit Graphic Novels haben ...

Mich haben Deine Comic-Konzerte auch direkt an die „StummfilmKonzerte“ erinnert, mit denen der deutsche Pianist Stephan von Bothmer sogar schon seit 2006 begeistert. Lässt sich hier eine Deiner Inspirationsquellen finden, oder kamen die Impulse eher von woanders?

Es gibt definitiv Verbindungen. Aber auch große Unterschiede.

Meines Wissens wurde die Live-Musik-Begleitung der Stummfilme damals überhaupt nicht als Konzert wahrgenommen. Es gab einfach diese Praxis, Musik zu spielen, um die Handlung zu untermalen, die Emotionen zu transportieren, und Live-Musik war bis 1929 nunmal die Lösung, die sich dafür anbot. Man kann sagen, dass zunächst Live-Musik zum Film und später Musik im Film schon immer eine Verbindung darstellen. So ein gewachsenes Zusammenspiel gibt es zwischen Musik und Comic aber nicht. Egal ob gedruckt oder digital, ob für umfangreiche Geschichten, nur wenige Seiten lange Comics oder gar nur einzelne Panels, der Einsatz von Musik hat mit Blick auf den Comic insgesamt keine Tradition.

Auch gibt das Werk im Fall des Comics keine bestimmte Rezeptionszeit oder Taktung vor. Im Gegensatz zum Film, wo die Kontrolle darüber nicht in die Hände des Publikums gelegt wird.

Ebenso ist der Film als Kunstform darauf angelegt, ein mehrköpfiges Publikum zu erreichen, während der Comic sich an die lesende Einzelperson richtet. Damit steht der Comic natürlich in der klassischen Tradition der Literatur.

Während es also auf der Hand liegt, Film und konzertante Musik zu verbinden, ist das beim Comic nicht direkt der Fall ... außer für mich natürlich (lacht).

Mittlerweile gibt es viele Comic-Lesungen, die mit Musik präsentiert werden. Als ich aber angefangen habe, muss ich gestehen, dass mir keine anderen Comic-Musik-Veranstaltungen bekannt waren, die meinem Format nahekamen. Weder in Deutschland noch international.

Die Stummfilmkonzerte von Stephan von Bothmer kenne ich seit meinem Studium in Berlin. Man hat sich bestimmt auch schonmal unterhalten. Da ging es aber nie um das Thema Comic-Konzert. Ich kann auch nicht sagen, dass er eine Inspirationsquelle war, höchstens unterbewusst. Er hat ja die musikalische Begleitung von Stummfilmen nicht erfunden, aber dieser Form sicher zu einer neuen Sichtbarkeit verholfen. Ähnlich wie es Max Raabe und seinem Tanzorchester vor ein paar Jahren mit Chansons und Liedern aus den 1920ern gelungen ist. Falls man hier nach einer Inspiration sucht, wäre es angebrachter, die Stummfilmpianisten vor Erfindung des Tonfilms zu nennen. Die waren mir ja schon vor den „StummfilmKonzerten“ ein Begriff. Ich würde sogar mehr noch den Geist der kreativen Musik-Community in Deutschland als Inspiration nennen, wohin ich 2003 aus Israel kam. Diese Gemeinschaft ist sehr offen in alle Kunstrichtungen, und das bleibt für mich eine wichtige Quelle.

Wenn also gesagt wird, ich hätte das Comic-Konzert erfunden, kann ich das aktuell jedenfalls nur schwer verneinen. (lacht) Einfach, weil ich es nicht besser weiß und weil mir keine konkreten Vorbilder einfallen. Ob ich aber wirklich die erste Person bin, die Comic und Musik in dieser Kombination präsentiert hat, müssen die Musik- oder Comic-Historiker entscheiden. Es wird aber wahrscheinlich niemand bestreiten können, dass ich es mir zur Aufgabe gemacht habe, dem Comic-Konzert als eigenständiger Form einen wichtigen Impuls zu geben. Inhaltlich, aber auch in der öffentlichen Wahrnehmung.

In diesem Zusammenhang kann ich vielleicht noch von einer sehr interessanten Korrespondenz erzählen, die ich erst kürzlich [Ende 2024] mit Art Spiegelman hatte ... Ich kenne seine Werke seit meiner Jugend, verehere natürlich „Maus“ und seine Zeitschriften-Strips, doch mir kam nie in den Sinn, das als Comic-Konzert umzusetzen. Das änderte sich im Rahmen diverser Kooperationen, unter anderem mit Barbara Yelin oder zu einer Ausstellung über NS-Verbrechen. Bei den Vorbereitungen der diversen Projekte kam zwangsläufig auch „Maus“ zur Sprache, und es leuchtet ja auch ein. Ich schrieb Art Spiegelman also ganz spontan an und er antwortete sogar: Er sei überzeugt, dass meine Absichten gut seien, aber grundsätzlich verbiete er nach wie vor jede Form der Dramatisierung von

„Maus“. Ich habe sofort eingesehen, wie wichtig es für ihn ist, dass es bei der Buchform bleibt, dass „Maus“ nur über das intime Verhältnis der Lektüre rezipiert wird.

Er hat also das schon erwähnte Argument vorgebracht, dass jede Transformation, so auch beim Comic-Konzert, zur Folge hat, dass die private Erfahrung vielleicht nicht unmöglich ist, aber doch erschwert wird, denn in der Regel gibt es noch weiteres Publikum.

Ich habe ihm natürlich direkt zurückgeschrieben, dass ich volles Verständnis für seine Position habe, dass es aber nie die Intention meiner Comic-Konzerte sei, diese intime Rezeption zu ersetzen, sondern immer nur, eine weitere „Lesart“ anzubieten. Im besten Fall erreiche ich mit meinen Konzerten sogar Menschen, die die Bücher noch nicht gelesen haben oder sich trauen, sie zu lesen, und überzeuge sie, es nun doch zu tun.

Es gibt aber weitere Konsequenzen. Die Transformation erlaubt es auch nicht, mal eben zurückzublättern, um sich Figuren oder Episoden in Erinnerung zu rufen oder nach Details zu schauen. Das muss auch beim Comic-Konzert mitbedacht werden und führt zur Frage des Bild-Musik-Rhythmus. Abhängig davon, ob das Comic-Konzert vorsieht, dass das Publikum vorhandene Sprechblasen selbst liest oder diese von Sprechenden vorgetragen werden, muss die Musik mal länger oder passgenau gespielt werden. Schließlich müssen auch die langsamsten Lesenden bzw. Zuhörenden die Chance bekommen, alles zu verstehen.

Auch der Stummfilm hat das berücksichtigt, keine Frage, aber im Gegensatz zum Comic-Konzert sind überlegte Räume für Improvisation oder Variation, um einmal etwas länger bei einem Bild zu bleiben, aufgrund der durchgetakteten Bilderfolge beim Film nicht möglich.

Im Comic-Konzert bringt sich die musizierende Person im Gegensatz zum Stummfilm persönlicher ein. Besonders wenn es Eigenkompositionen sind, was bei meinen Comic-Konzerten bisher der Fall ist, werden nicht nur persönliche musikalische „Lektüren“ des Comics präsentiert, sondern auch die eigene Bildrezeption, die sich dann in der Bilddramaturgie niederschlägt. Denn nicht nur wird beim Comic-Konzert aus

Gründen der Lesbarkeit vermieden, ganze Comic-Seiten zu zeigen, bei der Präsentation der Einzelpanels werden bisweilen auch Panels übersprungen, einzelne Figuren oder Details größer angezeigt ... Es wird also auch mit dem Bildmaterial gearbeitet. Aus dieser Wechselwirkung entsteht eine Gesamtdramaturgie und damit ein neues Werk. Man kann also sagen, dass die Musik beim Stummfilm vor allem reagiert. Das gilt übrigens auch für die klassische Comic-Lesung mit Musikbegleitung. Beim Comic-Konzert gibt es diese Einbahnstraße hingegen nicht: Es gehört zur Definition des Comic-Konzerts, dass die Musik, um die Filmsprache zu verwenden, auch die Bilderwechsel und -schnitte beeinflusst.

Noch ein letzter Unterschied, der nicht musikalisch oder technisch ist: Egal, ob große Schwarzweiß-Meisterwerke oder weniger bekannte Filme der Stummfilmära, die in gegenwärtigen Konzertformen präsentiert werden, inhaltlich sind und bleiben es in der Regel Zeitreisen. Denn Stummfilme werden ja nicht mehr produziert. Beim Comic-Konzert hingegen bietet es sich sogar an, Werke zu nehmen, die jetzt entstanden sind und die auch Themen aufgreifen, die uns jetzt beschäftigen. Das ist der große Vorteil meines Projekts. Zumal ich als Musiker, der mit einer amorali-schen Kunst hantiert, die der Lüge nicht fähig ist, wie der Philosoph George Steiner treffend sagte, durch den Comic dazu befähigt werde, die Weltkrisen unserer Zeit auch explizit zu verhandeln. Etwa die Klimakrise, den Ukraine-Krieg, die neofaschistische Demokratiegefährdung, die Herausforderungen der globalen Migration, die Digitalisierung ... zu all dem gibt es Comics. Während sich das Stummfilmkonzert anstrengen muss, um eine Position zu gegenwärtigen Themen zu formulieren, hat das Comic-Konzert hier sozusagen die Qual der Wahl.

Das hängt auch damit zusammen, dass die Comic-Kunst meiner Meinung nach gerade auf dem Zenit steht und eine nie dagewesene Vielfalt und Qualität zeigt, ohne dass ein Ende in Sicht ist. Für mich ist der Comic die auf- und anregendste Kunstform des 21. Jahrhunderts. Es war also nur eine Frage der Zeit, bis das Comic-Konzert als eigene Kunstform entstand. Dass nun mein Name damit verknüpft wird, macht mich natürlich glücklich.

Kannst Du Dir vorstellen, dass Du Dein Wissen rund um Comic-Konzerte irgendwann auch an andere Musiker*innen weitergibst? Was müssten die Schüler*innen mitbringen, außer absoluter Comic-Begeisterung, um in diese „Musikschule“ aufgenommen zu werden?

Beim Stichwort „Musikschule“ oder weitgedacht Musikbildung oder Professionalisierung allgemein, denke ich leider erstmal an die großen Herausforderungen, mit denen die vielen guten Kolleg*innen in Lehre und Beruf zu kämpfen haben. Eine eigene Musikschule zu gründen, oder auch nur eine Klasse, wäre daher mehr als ein Wagnis. Vielleicht fehlte mir deshalb bisher die Vorstellungskraft für ein solches Vorhaben.

Aber klar: Wenn jemand eine Konzertform seit nun zehn Jahren so intensiv pflegt und nahezu 60 Comic-Vertonungen in diesem Bereich produziert hat, stellt sich schon die Frage, warum das nicht auch andere machen. Ich finde, Comic-Konzerte sind für Musiker*innen einfach nur attraktiv. Im Film und im Theater ist man da schon viel weiter, sich von Comics inspirieren zu lassen und damit zu arbeiten, da gibt es teilweise sogar schon eine Kanonisierung.

Im Musikbereich stehen wir aber noch ganz am Anfang, darum geht es mir nach wie vor nur darum, erst einmal Sichtbarkeit zu schaffen. Ich bin im Moment auch sehr zufrieden mit dem Erreichten. Für mich steht weiterhin im Mittelpunkt, mit meinen Comic-Konzerten meine Wertschätzung für die Comics und die Comic-Schaffenden zu zeigen und im besten Fall noch weitere Menschen dafür zu begeistern.

Ich hätte natürlich kein Problem damit, wenn sich eine solche Schule entwickelt. Aber vielleicht bin ich auch aus einem anderen Grund einfach nicht die richtige Person dafür: Eine solche Schule bräuchte die Festlegung auf ein Muster, oder zumindest ein paar Grundregeln, die zu einer Formel werden könnten. Mit so einem Korsett tue ich mich aber schwer. Auch denke ich, das kann den Comics letztlich nicht gerecht werden. Für mich ist es jedenfalls zentral, dass ich mich bei jedem Projekt zunächst immer ganz auf das Werk einlasse. Das wäre auch die wichtigste Botschaft an Musiker*innen: In Bewegung zu bleiben, die Wandlungen zuzulassen, die jede neue Comic-Vertonung mit sich bringt, was bedeutet, dass man sich stets in die Comics

vertieft und offen zeigt, was sie musikalisch mit einem machen. So unterschiedlich wie die Comics und Themen, so unterschiedlich darf dann auch die Musik ausfallen. Ich denke, es leuchtet ein, dass etwa meine Vertonung zu Hans Hillmanns klassischer Krimi-Graphic-Novel „Fliegenpapier“ einen anderen musikalischen Prozess durchlief als die zu Barbara Yelins Graphic Novel „Emmie Arbel“, in der die Shoah-Erfahrung zentral ist. Wie zwischen den Comics, so liegen auch zwischen meinen Comic-Vertonungen manchmal Welten – und so soll es auch sein.

Ein Thema, auf das man einen Künstler nie ansprechen sollte: Gab es denn auch schon einen Comic, der sich musikalisch einfach nicht greifen ließ, bei dem Du aufgeben musstest, oder gibt es einen Comic, den Du seit langer Zeit vor Dir herschiebst? Oder zumindest ein Werk, dass Dich fast zur Verzweiflung gebracht hätte?

Das passt gut zum Thema „Musikschule“, denn hier habe ich vielleicht auch ein Tipp für Comic-Konzert-Musiker*innen, die am Anfang stehen: Ich kann definitiv sagen, dass ich zu Beginn vermieden habe, Comics zu nehmen, die sehr viel Text haben. Ich habe auch nicht zwingend mit meinen Lieblingscomics gearbeitet, und das ist auch heute noch so. Natürlich nehme ich nur Comics, die mich begeistern und überzeugen, aber es gibt so viele weitere fantastische Comics, die ich aus ganz unterschiedlichen Gründen nicht vertonen würde... oder noch nicht.

Denn es kann vorkommen, dass man sich gerade bei seinen Lieblingscomics am schwersten tut mit deren Vertonung. Wenn das Projekt es erlaubt, hilft es oft, sich erst einmal anderen Comic-Werke zu widmen, die einem dann wieder Impulse geben für das pausierende Projekt. In diesem Sinne kann ich nicht sagen, dass ich jemals an einem Projekt gescheitert bin – aber manche Vertonungen haben in der Entstehung länger gebraucht als andere.

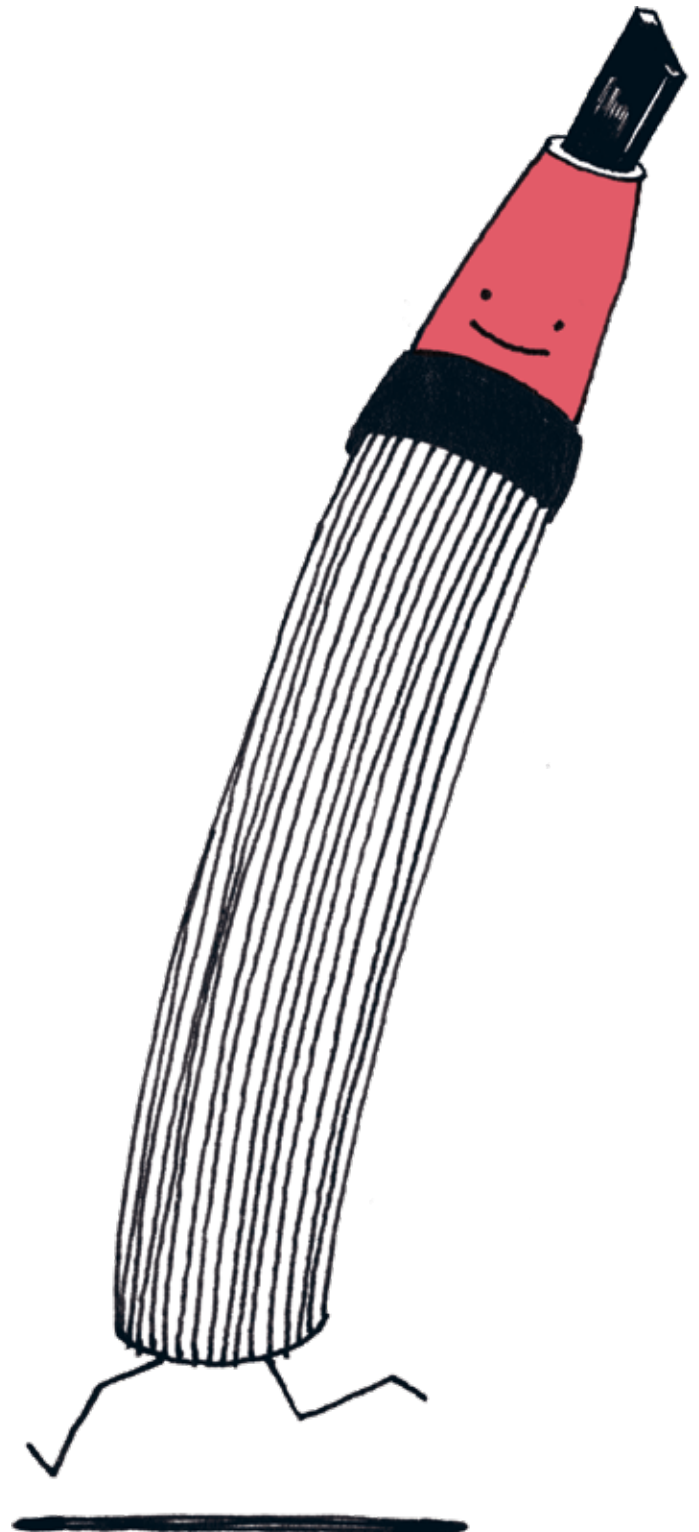
Inzwischen zögere ich auch nicht mehr bei Werken mit viel Text, und die Reaktionen des Publikums haben mir bisher gezeigt, dass auch diese Comic-Vertonungen ankommen, was mich sehr glücklich macht.

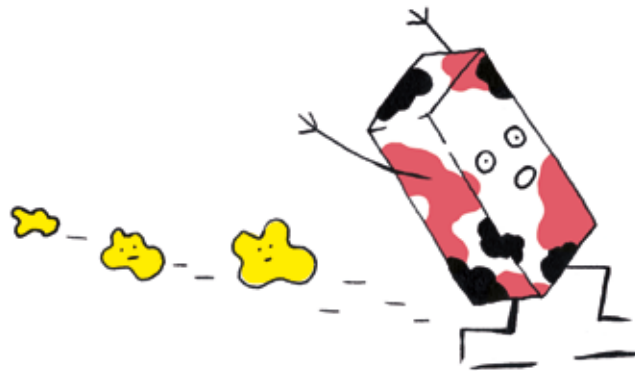
Ohne Details zu nennen, will ich aber doch noch eine besondere Geschichte erzählen, die mit der Frage zusammenhängt,

und zeigt, dass es vielleicht auch mal ein Projekt geben wird, bei dem man sich etwas durchquälen muss ... welches sich aber gerade deswegen lohnen kann!

Zum Hintergrund sei noch gesagt, dass dieses Comic-Konzert im Rahmen einer Kollaboration entstand, bei der mir vier Werke mehr oder weniger als Paket vorgeschlagen wurden. Ich hätte natürlich ablehnen können, aber die Werke waren für sich genommen alle wunderbar und sehr beeindruckend, also sagte ich hochmotiviert zu. Was ich letztlich unterschätzt habe, war das Zusammenspiel der verschiedenen Faktoren: Dass es vier Werke mit viel Text waren, inhaltlich sehr unterschiedlich und sehr speziell. Beim Versuch, den Werken gerecht zu werden und alle gleich fair zu behandeln, kam ich daher schließlich auf ein ewig langes Programm, das ich nur mit viel Anstrengung auf rund zwei Stunden verdichten konnte. Es ließ sich dennoch nicht vermeiden, dass das Konzert den Rahmen des Abends sprengte ... Zum Glück waren trotzdem alle zufrieden. Heute würde ich das aber anders umsetzen. Für diese Erfahrung bin ich trotzdem sehr dankbar, denn sie hat mir den Raum gegeben, zu wachsen und klarer zu erkennen, in welche Richtung ich hier weitergehen möchte und kann. Für mich als Comic-Konzert-Macher war das im Rückblick ein wichtiger Moment der Reife, der mir auch das Zögern bei Comics mit viel Text final ausgetrieben hat. Aber solche Dinge passieren einfach, die kann man nicht steuern, daher: Nicht zur Nachahmung empfohlen!

Die Fragen stellte Filipe Tavares





VI – Branchenbuch

Die deutsche Comic-Szene im Überblick – Die wichtigsten Adressen

zusammengetragen von Martin Jurgeit (Comic-Journalist und Publizist)

Comic-Verlage

Die deutsche Comic-Branche wird in der Spitze von Verlagen dominiert, die zu großen internationalen Medienkonzernen gehören. Dies trifft für die schon seit vielen Jahrzehnten in Deutschland aktiven Verlage Egmont/Ehapa und Carlsen genauso zu, wie für die im Comic-Geschäft noch etwas jüngeren Häuser Panini, Tokyopop sowie das aus Kazé hervorgegangene Crunchyroll, für das gerade aber ein Weiterverkauf der Verlagssparte an HarperCollins ansteht. Schon in dieser ersten Liga fest etabliert ist als unabhängiger Player altraverse. Ebenfalls um Anschluss kämpfen unabhängige Verlage wie Cross Cult, Splitter oder Loewe.

Auch wenn die Wurzeln dieser Verlage mitunter auf ganz anderen Feldern lagen, weisen sie alle inzwischen umfangreiche Manga-Programme auf, da die aus Japan stammenden Comics schon seit Jahren das umsatzstärkste Segment im Buchhandel darstellen – dem inzwischen mit Abstand wichtigsten Absatzort für Comics.

Ebenfalls von essenzieller Bedeutung ist der Buchhandel für Comic-Häuser wie den avant-verlag oder Reprodukt, die mit den sogenannten Graphic Novels Comic-Bände veröffentlichen, die sich gezielt an ein literaturaffines Publikum wenden. Auch immer mehr klassische Literaturverlage, wie Knesebeck oder C.H. Beck, etablieren inzwischen gezielt Graphic Novels in ihren Programmen. Und Rowohlt etwa ist schon seit Jahrzehnten für seine Comics von Ralf König bekannt.

Die nachfolgende Zusammenstellung führt die bedeutendsten Verlage mit Comic-Veröffentlichungen auf, die sowohl nach Umsatz wie auch nach Novitäten über 95 Prozent Marktanteil im Buchhandel auf sich vereinen. Abgerundet wird die Liste von einzelnen Verlagen, die sich speziellen Feldern widmen, wie etwa der Comic-Fachliteratur,

klassischen Alben-Serien oder nostalgischen Comics.

ADRIAN VERLAG

Friedrichstraße 126
10117 Berlin
Tel. 0151/24 26 02 63
arian@wimmelbuchverlag.de
www.adrian-verlag.de

Presse
Tel. 030/35 52 75 00
post@neunzehn-verlag.de

Vertrieb
siehe Auslieferung

Auslieferung
Zeitfracht

Der Verlag hat neben klassischen Bilder- und Wimmelbüchern Comic-Reihen wie „Dog Man“, „Wings of Fire“ oder „Captain Underpants“ für die jüngere Leserschaft im Programm. Seit 2021 gehört Adrian zur Bonnier-Verlagsgruppe.

ALL VERLAG

Kleppersfeld 4
51688 Wipperfurth
Tel. 02267/888922-7
Fax: 02267/888922-8
info@all-comic.de
www.all-comic.de

Presse
Ansgar Lüttgenau
Tel. 02267/888922-7
info@all-comic.de

Vertrieb
Alexander Poluda
Tel. 05265/955 88 55
bestellung@ppm-vertrieb.de

Auslieferung
PPM

Der Verlag reüssiert vor allem mit Klassiker-Ausgaben von franko-belgischen Serien wie „Luc Orient“, „Bruno Brazil“ oder „Bob Morane“, die aus dem legendären ZACK-Magazin bekannt sind.

ALTRAVERSE

Ruhrstraße 11a
Phoenixhalle I
22761 Hamburg
Tel. 040/851 50 45-0
Fax 040/468 96 23 99 57
info@altraverse.de
www.altraverse.de

Presse
Sarah Müller
Tel. 040/8 51 50 45-10
sarah.mueller@altraverse.de

Vertrieb/Buchhandel
Jette Domröse
Tel. 040/851 50 45-21
jette.domroese@altraverse.de

Vertrieb/Comic-Fachhandel
Tamara Klütsch
Tel. 040/851 50 45-23
tamara.kluetsch@altraverse.de

Auslieferung
VVA

Der junge Verlag hat sich mit japanischen Lizenztiteln wie „Meine Wiedergeburt als Schleim ...“ und „Goblin Slayer“ schnell den Weg bis auf Platz 2 unter den Manga-Anbietern bahnen können. Hervorzuheben sind auch der Ausbau des vollfarbigen Webtoon-Programms mit vor allem koreanischen Titeln („Solo Leveling“, „BJ Alex“) sowie das starke Line-Up deutschsprachiger Künstler:innen.
→ Siehe auch „Manga Issho“ unter „Comic-Magazine“

AVANT-VERLAG

Weichselplatz 3-4 HH
12045 Berlin
Tel. 030/33 94 64 10
info@avant-verlag.de
www.avant-verlag.de

Presse
Filip Kolek
Tel. 0172/837 02 06
presse@avant-verlag.de

Vertrieb
Stephan Pless
Tel. 030/33 94 64 10
stephan.pless@avant-verlag.de

Auslieferung
GVA (Buchhandel)
PPM (Comic-Fachhandel)

Avant hat in den letzten Jahren vor allem mit den feministischen Comic-Bestsellern von Liv Strömquist für Aufsehen gesorgt. Im Graphic-Novel-Programm finden sich neben weiteren internationalen Star-Autor:innen wie Manuele Fior oder Joann Sfar auch arriivierte deutsche Künstler:innen wie Simon Schwartz und Birgit Weyhe.

BAHOE BOOKS

Fischerstiege 4-8 / 2 / 3
A-1010 Wien, Österreich
Tel. +43/01/946 92 91
info@bahoebooks.net
www.bahoebooks.net

Presse/Vertrieb
Siehe Verlagskontakt

Auslieferung
GVA (Buchhandel)
PPM (Comic-Fachhandel)

Der österreichische Verlag widmet sich in seinen Publikationen, zu denen neben Literatur und Sachbüchern auch Graphic Novels und Comic-Alben zählen, vor allem sozialrevolutionären Themen und der Aufarbeitung des Nationalsozialismus.

BILDSCHRIFTENVERLAG HANNOVER

Gerstäckerstr. 18
30177 Hannover
Tel: 0175/567 66 94
info@cch-bsv.de
www.cch-bsv.de

Presse
Eckhard Friedrich
Tel. 01755676694
info@cch-bsv.de

Vertrieb
Alexander Poluda
Tel. 05265/955 88 55
bestellung@ppm-vertrieb.de

Auslieferung
PPM

Der Verlag ging aus dem „CCH – Comic Club Hannover“ hervor, der ab 1985 Nachdrucke seltener Comics für Sammler herausgab. Unter dem Namen Bildschriftenverlag Hannover werden seit 2013 vor allem Neueditionen der beliebten Comic-Serie „Illustrierte Klassiker“ herausgegeben, aber auch sorgfältig editierte Reihen mit klassischen Comics wie die „Perlen der Comicgeschichte“.

→ Siehe auch „Die Sprechblase“ unter „Comic-Magazine“

BLUE OCEAN

Blue Ocean Entertainment AG
Seidenstraße 19
70174 Stuttgart
T: 0711/22 02 99-0
www.blue-ocean.de

Presse
Simon Peter
Tel. 0711/22 02 99-0
presse@blue-ocean-ag.de

Vertrieb & Auslieferung
erfolgt nur über den Presse-Grosso

Gegründet im Jahr 2005 als Verlags-Start-up, gehört Blue Ocean seit 2014 mehrheitlich zur Burda-Gruppe. Gerade mit der Veröffentlichung von Magazinen zu den Spielwelten von Lego oder Playmobil gelang es Blue Ocean zum Marktführer für Kinderzeitschriften in Europa aufzusteigen. Ein Großteil der Publikationen von Blue Ocean enthält umfangreiche, in Eigenproduktion erstellte Comic-Strecken.

CARLSEN

Carlsen Verlag GmbH
Völckersstraße 14-20
22765 Hamburg
Tel. 040/39804-0
Fax 040/39804-390
info@carlsen.de
www.carlsen.de

Presse
Claudia Jerusalem-Groenewald
Tel. 040/398 04-563
claudia.jerusalem-groenewald@carlsen.de

Vertrieb
Tel. 040/398 04-488
Cornelia Baum (Buchhandel)
cornelia.baum@carlsen.de
Martina Ebert (Buchhandel)

martina.ebert@carlsen.de
Claudia Kretschmer (Buchhandel)
claudia.kretschmer@carlsen.de
Matthias Schröder (Buchhandel)
matthias.schroeder@carlsen.de
Marion Pauls (Comic-Fachhandel)
marion.pauls@carlsen.de
Silvia Setzke (Comic-Fachhandel)
silvia.setzke@carlsen.de
Caroline Zöbelin (Comic-Fachhandel)
caroline.zoebelin@carlsen.de

Auslieferung
Zeitfracht

Ursprünglich als deutsche Tochter des dänischen Carlsen Verlags gegründet, kam das Verlagshaus 1980 zum schwedischen Medienkonzern Bonnier. Nachdem man schon seit 1953 die „Petzi“-Bildergeschichten veröffentlichte, begann Carlsen 1967 mit „Tim und Struppi“ sein Comic-Programm auszubauen, das heute von Klassikern wie „Spirou und Fantasio“ über die Graphic Novels von Reinhard Kleist bis zu Eigenproduktionen wie „Die Känguru-Comics“ reicht. 1997 löste „Dragon Ball“ den Manga-Boom hierzulande aus. 2021 folgte das Label Hayabusa mit dem Schwerpunkt auf Boys Love und 2023 der Imprint C Lines, der sich ganz den Webtoons widmet. Seit 2015 gehört außerdem der Lappan Verlag zu Carlsen, der neben vielen Cartoon-Büchern auch Comic-Serien wie „MOTOmania“ und „Touché“ von ©Tom im Programm führt.

C.H. BECK

Verlag C.H. Beck oHG
Wilhelmstraße 9
80801 München
Tel. 089/38189-0
Fax 089/38189-402
info@beck.de
www.beck.de

Presse
Ulrike Wegner
Tel. 089/38189-315
ulrike.wegner@beck.de

Vertrieb
André Brenner
Tel. 089/38189-289
andre.brenner@beck.de

Auslieferung
NV Nördlinger Verlagsauslieferung

Das angesehene Sachbuch-Programm des Verlags wird inzwischen durch Comic-Titel abgerundet. Besonders erfolgreich: Die Graphic-Novel-Reihe „Sapiens“ nach der Bestseller-Vorlage „Eine kurze Geschichte der Menschheit“ von Yuval Noah Harari oder die Comic-Biografie „Lagerfeld“ von Simon Schwartz nach dem Buch von Alfons Kaiser.

CHRISTIAN A. BACHMANN VERLAG

Themsestr. 4
13349 Berlin
Tel. 0176/64 10 85 07
Fax 0321/21 25 06 05
mail@christian-bachmann.de
www.christian-bachmann.de

Presse/Vertrieb
Christian A. Bachmann
Siehe Verlagskontakt

Auslieferung
PPM

Der Verlag hat sich spezialisiert auf die Veröffentlichung wissenschaftlicher Werke zur Comic-Forschung.

C LINES

→ Siehe unter „Carlsen“

COMMUNITY EDITIONS

CE Community Editions GmbH
Weyerstraße 88–90
50676 Köln
Tel. 02 21/16 84 80 97
info@community-editions.de
www.community-editions.de

Presse
Pauline Slodczyk
Tel. 0170/2245153
pauline@community-editions.de

Vertrieb
Daniela Christmann
Tel. 0221/82 00 21 42
Fax 0221/82 00 11 42
daniela.christmann@bastei-luebbe.de

Auslieferung
VVA

Community Editions – seit 2021 vollständig im Besitz von Bastei Lübbe – verlegt Werke von Social-Media-Künstlerinnen und -Künstlern, die von Plattformen wie YouTube,

Instagram oder TikTok bekannt sind. Zu den Veröffentlichungen gehören auch Comics wie „Der Golemkönig“ von Paluten, die „Comic Adventures“ von Arazhul oder die „Abenteuer vom Rosenhof“ von ViktoriaSarina, die seit Jahren die deutschen Bestsellerlisten dominieren.

CROCU

→ Siehe unter „Cross Cult“

CROSS CULT

Cross Cult Entertainment GmbH & Co. Publishing KG
Teinacher Straße 72
71634 Ludwigsburg
Tel. 07141/642 92–21
Fax 07141/642 92–23
info@cross-cult.de
www.cross-cult.de

Presse
Jenny Franz
presse@cross-cult.de

Vertrieb
Peter Sowade
Tel. 0171–319 46 21
peter.sowade@cross-cult.de

Auslieferung
PPM
VVA (Manga/Buchhandel)

Das Comic-Programm des Ludwigsburger Verlags Cross Cult besteht seit den Anfängen 2002 vor allem aus amerikanischen Action-Comics wie „Hellboy“, „The Walking Dead“ oder „Avatar – Der Herr der Elemente“. 2017 startete der Imprint „Manga Cult“, in dem u.a. die Hit-Serie „Demon Slayer“ beheimatet ist. Zudem gibt es noch Ableger für Webtoons (Manhwa Cult) und Kindertitel (Crocú).

CRUNCHYROLL

Spreeufer 5
10178 Berlin
Tel. 030/847 12 27–04
Fax 030/246 30 43–69
vertrieb@crunchyroll.com
www.crunchyroll-vertrieb.de

Vertrieb
Ralf Pannemann (Buchhandel)
Tel. 030/847 12 27–28
ralf.pannemann@crunchyroll.com

Anika Hinn (Comic-Fachhandel)
Tel. 030/847 12 27-45
anika.hinn@crunchyroll.com

Presse
pr@crunchyroll.com

Auslieferung
VVA

Die deutsche Dependence des US-Medienunternehmens hat sich – zunächst noch unter dem Imprint „Kazé Manga“ – längst in die Spitzengruppe der deutschen Comic-Verlage durch Manga-Bestseller wie „Tokyo Ghoul“, „Jujutsu Kaisen“ oder „Spy x Family“ eingereiht, die regelmäßig durch Animes auf dem hauseigenen Streaming-Dienst flankiert werden.

EDITION MODERNE

Klingenstrasse 36
CH-8005 Zürich, Schweiz
Tel. +41/44/223-79-33
post@editionmoderne.ch
www.editionmoderne.ch

Vertrieb
Thea Guggisberg
vertrieb@editionmoderne.ch

Presse
Filip Kolek
Tel. 0172/837 02 06
presse@editionmoderne.ch

Auslieferung
Prolit

Der älteste Comic-Verlag der Deutschschweiz legt den Schwerpunkt nebst internationalen Schwergewichten wie Marjane Satrapi oder Jacques Tardi auf Originalausgaben Schweizer Autoren wie Anna Sommer sowie anderer deutschsprachige Comic-Künstler wie Frank Schmolke.

EGMONT

Story House Egmont
Ritterstraße 26
10969 Berlin
Tel. 030/240 08-0
Fax 030/240 08-599
info@egmont.de
www.egmont.de

Presse
Anja Adam
Tel. 0160/97 41 65 69
a.adam@egmont.de
Till Reischl
Tel. 0171/496 42 27
t.reischl@egmont.de

Vertrieb
Olaf Gabriel
Tel. 030/240 08-132
Peter Kaboth
Tel. 030/240 08-133
vertrieb@egmont-vg.de

Auslieferung
VVA

Story House Egmont ist Teil der dänischen Mediengruppe Egmont. Egmont Ehapa Media ist mit Produkten wie dem „Lustigen Taschenbuch“ für den (Presse-)Markt zuständig. Die Egmont Verlagsgesellschaften veröffentlichen in der Egmont Comic Collection Alben-Klassiker wie „Asterix“ und „Lucky Luke“, bei Egmont Manga Serien wie „Sailor Moon“ und „Chainsaw Man“ und bei Egmont BÄNG! für junge Leser Comics wie „Idefix und die Unbeugsamen“.

HATJE CANTZ VERLAG

Mommensenstraße 27
10629 Berlin
Tel. 030/346 46 78-00
contact@hatjecantz.de
www.hatjecantz.de

Presse
Alexandra Albrecht
Tel. 030/346 46 78-23
presse@hatjecantz.de

Vertrieb
Claudia Squara
Tel. 030/346 46 78-31
Fax 030/346 46 78-29
claudia.squara@hatjecantz.de

Auslieferung
Zeitfracht

Das seit 1945 bestehende Haus ist ein international agierender Fachverlag für Kunst, Architektur, Fotografie – veröffentlicht aber regelmäßig auch Kataloge zu Comic-Ausstellungen sowie künstlerische Comic-Werke wie „Maria Sibylla Merian“ von Sophie Artz oder „Die 5 Leben der Hilma af Klingt“ von Philipp Deines.

HAYABUSA

→ Siehe unter „Carlsen“

HELVETIQ

Mittlere Straße 4
CH-4056 Basel, Schweiz
Tel. +41/78/712 77 29
info@helvetiq.ch
www.helvetiq.com/de

Vertrieb
Eleni Karametaxas
Tel. +41/78/636 61 55
eleni.karametaxas@helvetiq.ch

Presse
Medienbüro Gina Ahrend
Tel. 08157/32 93
info@ahrend-medienbuero.de

Auslieferung
LKG

2008 ursprünglich als Spieleverlag gegründet veröffentlichen die Eidgenossen inzwischen auch Bücher und Comics. So gewann die Graphic Novel „Der Letzte löscht das Licht“ von Tobias Aeschbacher 2022 auf dem Comic-Salon Erlangen den Max und Moritz-Preis für das beste deutschsprachige Debüt.

INGRABAN EWALD VERLAG

Hirtengang 4
23570 Lübeck
www.penzenstadler.com/ingraban_ewald_verlag

Presse/Vertrieb
Dieter Kirchschrager
Tel. 09549/84 07
d.kirchschrager@t-online.de

Auslieferung
Comicversand Kirchschrager

Der Verlag hat sich auf die Weiterführung der klassischen Heftserien von Hansrudi Wäscher spezialisiert, die heute von internationalen Künstlern gezeichnet werden. Zudem erscheinen sorgfältig editierte Neuauflagen klassischer Comics, etwa aus dem Fundus des ehemaligen Kauka Verlags.

JAJA VERLAG

Tellstr. 2
12045 Berlin
Tel. 030/22 68 71 87
annette@jajaverlag.com
www.jajaverlag.com

Presse/Vertrieb
Annette Köhn
Tel. 030/22 68 71 87
annette@jajaverlag.com

Auslieferung
GVA (Buchhandel)
PPM (Comic-Fachhandel)

Mit seinen Comics und Graphic Novels versteht sich das Haus als Plattform für den deutschen Comic-Nachwuchs. Dabei führt der Berliner Indie mit Titeln wie „Bei mir zuhause“ von Paulin Stulin und „Jein“ von Büke Schwarz auch schon veritable Bestseller im Programm.

KIBITZ VERLAG

Moorfuhrweg 9d
22301 Hamburg
Tel. 0151/70 82 51 63
info@kibitz-verlag.de
www.kibitz-verlag.de

Presse
Filip Kolek
Tel. 0172/8370206
presse@kibitz-verlag.de

Vertrieb
Sebastian Oehler
Tel. 0151/70825163
sebastian.oehler@kibitz-verlag.de

Auslieferung
ProLit

Der Verlag wurde 2019 von den erfahrenen Comic-Machern Michael Groenewald und Sebastian Oehler gegründet, die ihr neues Comic-Programm ganz auf die Bedürfnisse von Kinder ausrichten.

KNESEBECK

von dem Knesebeck Verlag
Holzstraße 26
80469 München
Tel. 089/2421166-0
Fax 089/2421166-110
www.knesebeck-verlag.de

Presse
Sandra Wegner
Tel. 089/242 11 66-116
swegner@knesebeck-verlag.de

Vertrieb
Birthe Döring
Tel. 089/2421166-116
bdoering@knesebeck-verlag.de

Auslieferung
VVA

Der auf illustrierte Bücher spezialisierte Verlag hat in den vergangenen Jahren einen Graphic-Novel-Bereich entwickelt u.a. mit Biografien Prominenter und Comic-Versionen von Weltliteratur. Seit 2018 gehört der Knesebeck Verlag über seinen Besitzer, die La Martinière Groupe, zum französischen Medienkonzern Média-Participations, zu dem auch franko-belgische Comic-Verlage wie Dupuis, Dargaud und Le Lombard gehören.

KOSMOS

Franckh-Kosmos Verlags-GmbH & Co. KG
Pfizerstraße 5-7
70184 Stuttgart
Tel. 0711/2191-0
Fax 0711/2191-422
info@kosmos.de
www.kosmos.de

Presse
Miriam Enneking
Tel. 0711/21 91-341
m.enneking@kosmos.de

Vertrieb
Holger Nicklas
Tel. 0711/21 91-262
h.nicklas@kosmos.de

Auslieferung
VVA

U.a. die Verlagsheimat der „Die drei ???“-Comics, die in der Kids-Version für das junge Publikum und als Graphic Novel für ältere Leser aufgelegt werden.

KULT COMICS

Riemannstraße 31
04107 Leipzig
Tel. 0171/793 99 42
Fax: 0341/212 45 21
www.kultcomics.net

Presse
Sebastian Röpke
Tel. 0171/793 99 42
s.roepke@comiccombo.de

Vertrieb
Comic Combo Vertrieb
Tel. 0202/75 88 31 71
vertrieb@comiccombo.de

Auslieferung
Comic Combo Vertrieb

Veröffentlicht wird ein umfangreiches Album-Programm, dass vor allem aus franko-belgischen Klassikern wie „Alix“ oder „Sammy & Jack“ besteht, aber auch Werke deutscher Newcomer umfasst.

LAPPAN VERLAG

→ Siehe unter „Carlsen“

LOEWE VERLAG

Bühlstraße 4
95463 Bindlach
Tel. 09208/51-0
Fax 09208/51-309
info@loewe-verlag.de
www.loewe-verlag.de

Presse
Anniko Güte
Tel. 09208/51-234
a.guete@loewe-verlag.de

Vertrieb
Tel. 0 92 08/51-500
vertrieb@loewe-verlag.de

Auslieferung
Eigenauslieferung (Buchhandel)
PPM (Comic-Fachhandel)

Der Kinder- und Jugendbuchverlag hat Anfang 2022 ein neues Comic-Programm unter dem Label Loewe Graphix gestartet. Neben bekannten Reihen wie „Jim“ oder „Das magische Baumhaus“ bietet man auch ganz neuen Stoffen wie „Quiet Girl“ oder „Heartstopper“ eine Heimat. 2024 kam ergänzend auch noch der Imprint Loewe Manga, der die ganze Palette an Genres wie Comedy über Fantasy und Romance bis Boys Love bespielt.

MANGA CULT

→ Siehe unter „Cross Cult“

MANHWA CULT

→ Siehe unter „Cross Cult“

MOSAIK STEINCHEN FÜR STEINCHEN

Lindenallee 5
14050 Berlin
Tel. 030/306927-0
Fax 030/306927-29
mosaik@abrafaxe.de
www.abrafaxe.com

Presse
Robert Löffler
Tel. 030/306927-23
robert@abrafaxe.de

Vertrieb
Mechthild Bückner
Tel. 030/306927-18
mechthild@abrafaxe.de

Auslieferung
PPM

Der Verlag veröffentlicht mit dem „Mosaik“ das meistverkaufte Comic-Heft im deutschsprachigen Raum, dessen Abenteuer mit den Abrafaxen für den Buchhandel auch als Sammelbände verlegt werden.

PANINI COMICS

Schloßstraße 76
70176 Stuttgart
Tel. 0711/947 68-0
Fax 0711/947 68-830
info@panini.de
www.panini.de

Presse
Steffen Volkmer
Tel. 0711/94768-824
steffen.volkmer@panini.de

Vertrieb
Alexander Bubenheimer
Tel. 0711/94768-841
alexander.bubenheimer@panini.de

Auslieferung
VVA

Panini Comics ist Teil der in Stuttgart ansässigen Panini Verlags GmbH, ein Unternehmen der italienischen Panini-Gruppe mit Sitz in Modena. Mit rund 50 Novitäten pro Monat ist Panini-Comics nach Veröffentlichungen der führende Comic-Verlag

Deutschlands. Im Programm finden sich vor allem Action-Titel wie die Superhelden von DC und Marvel oder die „Star Wars“-Comics sowie das rasant wachsende Programm von Panini Manga.

PAPERTOONS

c/o Regus, Friedrichstr. 15
70174 Stuttgart
info@papertoons.de
www.papertoons.de

Presse
Lea Heidenreich
lea@papertoons.de

Vertrieb/Buchhandel
Jette Domröse
Tel. 040/851 50 45-21
jette.domroese@altraverse.de

Vertrieb/Comic-Fachhandel
Tamara Klütsch
Tel. 040/851 50 45-23
tamara.kluetsch@altraverse.de

Auslieferung
VVA

Der junge Manga-Verlag konzentriert sich ganz auf die angesagten Webtoons, die aus dem digitalen Bereich in Print-Editionen überführt werden und größtenteils aus Südkorea oder China stammen.

PENGUIN

Penguin Books
Neumarkter Str. 28
81673 München
Tel. 089/41 36-0
Fax 089/41 36-33 33
www.penguin-verlag.de

Vertrieb
Kathrin Schauer
Tel. 089/41 36-38 52
kathrin.schauer@randomhouse.de

Presse
Susanne Klein
Tel. 089/41 36-38 00
susanne.klein@randomhouse.de

Auslieferung
VVA

Das zur Verlagsgruppe Random House gehörende Haus veröffentlicht die Comics von

Walter Moers, aber auch Graphic Novels wie „Der Araber von morgen“ von Riad Sattouf oder „Heimat – Ein deutsches Familienalbum“ von Nora Krug.

REPRODUKT

Gottschedstraße 4/Aufgang 1
13357 Berlin
Tel. 030/46 90 64 38
Fax 030/46 60 88 69
info@reprodukt.com
www.reprodukt.com

Presse
Filip Kolek
Tel. 0172/8370206
filip.kolek@reprodukt.com

Vertrieb
Frank Milschewsky
Tel. 030/466 076 88
Mobil 0160/408 53 52
frank.milschewsky@reprodukt.com
Yves Keuler
Tel. 030/466 076 88
Mobil 0170/357 96 95
yves.keuler@reprodukt.com

Auslieferung
ProLit

Reprodukt verschreibt sich der Verbreitung anspruchsvoller Comics sowohl für Erwachsene wie auch Kinder. Zu den Erfolgsautoren der Berliner zählen der Franzose Lewis Trondheim oder der Frankokanadier Guy Delisle, aber insbesondere auch deutsche Künstler wie Mawil oder Barbara Yelin sowie inzwischen auch einzelne Manga-Künstler wie Shigeru Mizuki.

ROTOPOL

Friedrich-Ebert-Str. 95
34119 Kassel
Tel. 0561/630 55 83
info@rotopol.de

Presse
Leo Flemisch
Tel. 0160/92 32 30 25
flemisch@rotopol.de

Vertrieb
Rita Fürstenau
Tel. 0561/630 55 83
fuerstenau@rotopol.de

Auslieferung
GVA (Buchhandel)
Comic Base Berlin (Comic-Fachhandel)
Comic Combo Vertrieb (Comic-Fachhandel)

Bei der Auswahl der Veröffentlichungen für Kinder und Erwachsene stehen Titel im Vordergrund, die von Künstlern und Künstlerinnen selbst entwickelt werden und die eine starke grafische Umsetzung mit innovativen Erzählstilen und persönlichen Geschichten verbinden.

ROWOHLT

Kirchenallee 19
20099 Hamburg
Tel. 040/72 72-0
Fax 040/72 72-319
info@rowohlt.de
www.rowohlt.de

Presse
Regina Steinicke
Tel. 040/7272-234
regina.steinicke@rowohlt.de

Vertrieb
hgv Verlagsservice
Tel. 040/84 00 08 88
bestellung@hgv-online.de

Auslieferung
hgv/Sigloch

Das zur Verlagsgruppe Georg von Holtzbrinck gehörende Haus ist seit mehreren Jahrzehnten die Verlagsheimat der Erfolgs-Comics von Ralf König.

SALLECK PUBLICATIONS

Eckart Schott Verlag
Carlsberger Str. 19
67319 Wattenheim
Tel. 06356/910 62
Fax 06356/91 93 02
e.schott@salleckpublications.de
www.salleckpublications.de

Presse
Eckart Schott
Tel. 06356/910 62
e.schott@salleckpublications.de

Vertrieb
Alexander Poluda
Tel. 05265/955 88 55
bestellung@ppm-vertrieb.de

Auslieferung PPM

Der Verlag ist bekannt für ein umfangreiches Alben-Programm mit franko-belgischen Serien wie „Yakari“ oder „Die Blauen Boys“, Flieger-Comics wie „Buck Danny“ sowie Oldtimer-Serien wie „Die Abenteuer von Jacques Gibrat“, aber auch für engagierte Projekte wie die „Spirit“-Werkausgabe.

SCHALTZEIT VERLAG

Auerstraße 23
10249 Berlin
Tel. 030/32 50 90 38
Fax 030/138 82 58 98
info@schaltzeitverlag.de
www.schaltzeitverlag.de

Presse
Filip Kolek
Tel. 0172/837 02 06
pr@filip-kolek.de

Vertrieb
Stephan Goetz
Tel. 030/32 50 90 39
vertrieb@schaltzeitverlag.de

Auslieferung
Prolit (Buchhandel)
PPM (Comic-Fachhandel)

Zum Portfolio gehören inzwischen auch Graphic Novels wie „Dragman“ von Steven Appleby, Kinder-Comics wie „Alldine & die Weltraumpiraten“ oder Cartoon-Bände von Berliner Karikaturisten wie Klaus Stuttmann und Heiko Sakurai.

SCHREIBER & LESER

Große Bergstraße 160
22767 Hamburg
Tel. 040/40 18 94 54
Fax 040/22 62 46 79
verlag@schreiberundleser.de
www.schreiberundleser.de

Presse
Pit Kannapin
Tel. 040/4116 98 32
pit@schreiberundleser.de

Vertrieb
Alexander Poluda
Tel. 05265/9558855
bestellung@ppm-vertrieb.de

Auslieferung PPM

Schreiber & Leser liefert grafische Literatur für erwachsene Leser: Klassiker, Avantgarde, schräge Außenseiter. Das Imprint „Alles Gute!“ bringt Geschichten im franko-belgischen Stil, das Label „shodoku“ ausgewählte Manga-Werke und unter der Bezeichnung „s&l noir“ kommen Comic-Adaptionen von Krimi-Größen wie z.B. Leo Malet.

SPLITTER VERLAG

Detmolder Str. 23
33604 Bielefeld
Tel. 0521/521 11-43
Fax 0521/521 11-10
info@splitter-verlag.de
www.splitter-verlag.eu

Presse
Maximilian Schlegel
Tel. 0521/521 11-44
presse@splitter-verlag.de

Vertrieb
Alexander Poluda
Tel. 05265/955 88 55
bestellung@ppm-vertrieb.de

Auslieferung PPM

Splitter ist der führende Verlag nach Novitäten im Alben-Segment. Man veröffentlicht seit Jahrzehnten eingeführte Klassiker wie „Storm“ oder „Thorgal“, neue Erfolgsserien wie „Die alten Knacker“ und US-Material wie „Black Hammer“. Ergänzt wird das Programm mit Funny-Titeln wie „Die Schlümpfe“ im Imprint toonfish sowie Mangas und Webtoons bei Splitter Manga+.

SUHRKAMP / INSEL

Torstraße 44
10119 Berlin
Tel. 030/740744-0
Fax 030/740744-199
infosuhrkamp.de
www.suhrkamp.de

Presse
Anna Bayerl
Tel. 030/74 07 44-295
bayerl@suhrkamp.de

Vertrieb
 Alexander Nedo
 Tel. 030/74 07 44-260
 nedo@suhrkamp.de

Auslieferung
 KNO

Das Comic-Segment von Suhrkamp zeichnet sich dadurch aus, dass fast alle Veröffentlichungen aus Eigenproduktionen bestehen, die von so arrivierten deutschsprachigen Comic-Künstlern wie Nicolas Mahler oder Ulli Lust stammen. Ergänzend kommen beim Insel Verlag internationale Comic-Werke zur Veröffentlichung.

TOKYOPOP

Planckstraße 13
 22765 Hamburg
 Tel. 040/89 06 34-0
 Fax 040/89 06 34-72
 info@tokyopop.de
 www.tokyopop.de

Presse
 Benedict Reichelt
 Tel. 040/89 06 34-71
 benedictr@tokyopop.de

Vertrieb
 Dicle Yasan
 Tel. 040/89 06 34-66
 dicley@tokyopop.de

Auslieferung
 VVA

Tokyopop zählt zu den führenden Anbietern von Manga und Light Novel. Mit circa 20 Veröffentlichungen im Monat hat sich der Verlag zu einer festen Größe etabliert und überzeugt mit Bestsellern wie „Death Note“, „Shaman King“ oder „Yona – Prinzessin der Morgendämmerung“.

TOONFISH

→ Siehe unter „Splitter Verlag“

ZACK EDITION

Blattgold GmbH
 Schillerstr. 128
 67098 Bad Dürkheim
 www.zack-edition.de

Presse
 Georg F.W. Tempel
 Tel: 06322/958 32 84
 zack-magazin@blattgold.tv

Vertrieb
 Alexander Poluda
 Tel. 05265/955 88 55
 bestellung@ppm-vertrieb.de

Auslieferung
 PPM

Der Herausgeber des ZACK-Magazins veröffentlicht auch Comic-Alben, die größtenteils aus dem franko-belgischen Raum stammen, darunter die neuen Serien mit dem legendären Rennfahrer Michel Vaillant.
 → Siehe auch „ZACK“ unter „Comic-Magazine“

Comic-Fachvertriebe

Während die Großverlage über eigene Vertriebsabteilungen verfügen und die Auslieferung über Verlagsauslieferungen organisieren, haben sich zusätzlich Fachvertriebe etabliert, die gerade das Sortiment von kleineren Comic-Verlagen bündeln und ausliefern. Waren die Hauptkunden der Fachvertriebe zunächst die Comic-Läden, werden auch für sie inzwischen die klassischen Buchhändler immer wichtiger.

COMIC BASE BERLIN

Baruther Straße 10
 10961 Berlin
 Tel. 030/694 38 55
 Fax 0322/29 89 25 32
 info@comic-base-berlin.de
 www.comic-base-berlin.de

Kontakt: Norbert Frase-Gerhold

Kleiner Comic-Vertrieb, der einzelne Verlage auch exklusiv anbietet.

COMIC COMBO VERTRIEB

Regentenstraße 29
 42389 Wuppertal
 Tel. 0202/75 88 31 71
 vertrieb@comiccombo.de
 www.comiccombovertrieb.de

Kontakt: Sebastian Röpke

Aus dem früheren Vertrieb MSW Medien Service hervorgegangen kooperiert der Comic

Combo Vertrieb eng mit PPM, bietet einzelne Verlage aber auch exklusiv an.

COMICVERSAND KIRSCHSLAGER

Kirschäckerstraße 4a
96120 Bischberg
Tel. 09549/84 07
shop@nostalgiecomics.de
www.nostalgiecomics.de

Kontakt: Dieter Kirchschrager

Spezialist für den Versand und Vertrieb nostalgischen Comics. U.a. werden die Restbestände des ehemaligen Norbert Hethke Verlags und die Neuproduktionen des Ingra-ban Ewald Verlags vertrieben.

KAKTUS

Kaktus Bücher & Comics – Verlagsauslieferung
Räffelstrasse 11
CH-8045 Zürich, Österreich
Tel. +41/44/517 82 27
Fax +41/44/517 82 29
auslieferung@kaktus.net
www.kaktus.net

Kontakt: Matthias Walther

Bereits seit 1988 ist Kaktus der wichtigste Zwischenhändler für Comics in der Schweiz, über den ein Großteil des Sortiments der unabhängigen deutschen Comic-Verlage für den eidgenössischen Comic-Fachhandel und Buchhandel importiert wird.

PICTOPIA

Pictopia Verlagsauslieferung
Liechtensteinstr. 64/4
A-1090 Wien, Österreich
Tel. +43/676/93 00 789
Fax +43/1/922 37 38
office@pictopia.at
www.pictopia.at

Kontakt: Sebastian Broskwa

Pictopia liefert zahlreiche unabhängige Comic-Verlage für den Handel in Österreich aus und hat sich zudem zum Vertriebsspezialist für die österreichische Independent- und Selfpublishing-Szene entwickelt.

PPM

PPM Vertriebs GmbH & Co. KG
Verlagsauslieferung und Vertrieb
Industriestraße 18, 32694 Dörentrup
Tel. 05265/955 88 55
Fax 05265/955 88 66
info@ppm-vertrieb.de

Kontakt: Alexander Poluda

1993 als Peter Poluda Medienvertrieb gegründet, ist PPM heute der mit Abstand wichtigste Lieferant von Publikationen aus unabhängigen Comic- und Manga-Verlagen für den Comic-Fachhandel, aber zunehmend auch in den klassischen Buchhandel.

→ Siehe auch „Comic-Countdown“ unter „Comic-Magazine“

Comic-Magazine

Im deutschsprachigen Raum erscheint ein Vielzahl von Magazinen, die sich mit ihren Inhalten an die unterschiedlichsten Zielgruppen wenden und von denen die derzeit bedeutendsten im Anschluss vorgestellt werden. Vor allem dem Abdruck von Comics selbst widmen sich „Strapazin“, „ZACK“, „Polle“ und „Manga Issho“. Die Berichterstattung über aktuelle Entwicklungen in der Comic- und Manga-Szene steht im Mittelpunkt der Fachmagazine „Alfonz“, „Animania“, „Reddition“ und „Die Sprechblase“. Abgerundet wird das Angebot durch die kostenlos verteilten Blätter „Comic-Countdown“, „Comics Info“, „Comics & mehr“ und „Toxic Sushi“.

ALFONZ

Alfonz – Der Comicreporter
Edition Alfons – Verlag Volker Hamann
Heederbrook 4 e, 25355 Barmstedt
www.reddition.de

Kontakt: Volker Hamann (Chefredaktion)
Tel. 04123/92 10 33
info@reddition.de

Das Informationsmagazin berichtet vierteljährlich über Trends oder Neuerscheinungen aus der gesamten Comic-Szene.

ANIMANIA

Animagine GmbH
 Ringstr. 2a
 57612 Kroppach
 Tel. 02688/987 17-0
 info@animania.de
 www.animania.de

Alle drei Monate widmet sich das Magazin neben den Kernthemen Anime und Manga auch der multimedialen Vielfalt Japans und ganz Ostasiens.

COMIC-COUNTDOWN

PPM Vertriebs GmbH & Co. KG
 Industriestraße 18
 32694 Dörentrup
 www.comic-countdown.de

Kontakt: Martin Jurgeit (Chefredaktion)
 Tel. 05175/98 02 30
 redaktion@die-neunte.com

Das vom PPM Vertrieb herausgegebene Kostenlosmagazin ist im Comic-Fachhandel sowie im ausgewählten Buch- und Bahnhofsbuchhandel erhältlich und bietet alle zwei Monate einen umfassenden Überblick über wirklich alle Comic- und Manga-Novitäten.

COMICS & MEHR

Hebelerweg 118
 44388 Dortmund
 www.comicsundmehr.de

Kontakt: Michael Beck (Chefredaktion)
 Tel. 0231/941 61 77
 michael.beck@comicsundmehr.de

Das Gratisheft mit dem inhaltlichen Schwerpunkt auf westlichen Comics erscheint dreimal im Jahr und liegt in Comic-Läden sowie auf Buchmessen und Comic-Veranstaltungen aus.

MANGA ISSHO

Ruhrstraße 11a, Phoenixhalle I
 22761 Hamburg
 Tel. 040/851 50 45-0
 Fax 040/468 96 23 99 57
 info@altraverse.de
 www.altraverse.de
 www.mangaisscho.com/de/

Das Magazin entsteht in Zusammenarbeit der Manga-Verlage altraverse (Deutschland), Kana (Frankreich und Belgien), Planeta Cómic (Spanien) und Star Comics (Italien) und präsentiert vierteljährlich in jeder Ausgabe eine Auswahl von Kapiteln aus brandneuen Manga-Geschichten, die in den teilnehmenden Ländern entstehen.

POLLE

Péridot Verlag
 Intzestraße 11
 50825 Köln
 Tel. 089/85 853-533
 Fax 089/85 853-62533
 office@pe-ri-dot.com
 https://pe-ri-dot.com/collections/polle

Das Comic-Magazin für Kinder mit brandneu gezeichneten Geschichten: kurze & längere, lustige & ernste, verrückte & alltägliche.

REDDITION

Edition Alfons – Verlag Volker Hamann
 Heederbrook 4 e
 25355 Barmstedt
 www.reddition.de

Kontakt: Volker Hamann (Chefredaktion)
 Tel. 04123/92 10 33
 info@reddition.de

Das ca. halbjährlich erscheinende Magazin widmet sich in großen Schwerpunkten ausführlich Comic-Themen mit einer großen Bandbreite.

DIE SPRECHBLASE

Bildschriftenverlag Hannover
 Gerstäckerstr. 18
 30177 Hannover
 Tel: 0175/567 66 94
 info@cch-bsv.de
 www.cch-bsv.de

Kontakt: Christian Blees (Chefredaktion)
 Tel. 0179/66 88 307
 blees@journalistenbuero-berlin.de
 Martin Jurgeit
 Tel. 05175/98 02 30
 redaktion@die-neunte.com

Bereits seit 1978 erscheint kontinuierlich das Fachmagazin „Die Sprechblase“, das sich inhaltlich vor allem allen Facetten klassischer Comics widmet.

STRAPAZIN

Strapazin Schweiz (Hauptredaktion):
Eglistrasse 8
CH-8004 Zürich, Schweiz
Tel. +41/44/491 96 82
post@strapazin.ch
www.strapazin.ch

Strapazin Deutschland:
H. Meiler Verlag
Daiserstraße 5
81371 München
Tel. 089/74 68 88 40
post@strapazin.de
www.strapazin.de

Das deutsch-schweizerische Blatt ist das bedeutendste und älteste Magazin für Avantgarde-Comics im deutschsprachigen Raum und erscheint vierteljährlich.

TOXIC SUSHI

Nipponart GmbH
Rotenhainer Straße 10
56244 Wölferlingen
Tel. 02666/911 99-09
Fax 02666/911 99-44
info@toxicsushi.d
www.toxicsushi.de

Viermal im Jahr bringt das Kostenlosmagazin Artikel rund um die Themen Manga, Anime und Lifestyle.

ZACK

Blattgold GmbH
Schillerstr. 128
67098 Bad Dürkheim
www.zack-magazin.com

Kontakt: Georg F.W. Tempel (Chefredaktion)
Tel: 06322/958 32 84
zack-magazin@blattgold.tv

Das Magazin bietet monatlich einen breiten Stilmix bekannter und neuer franko-belgische Serien sowie ausgewählter Comics aus dem übrigen europäischen Raum.

Comic-Veranstaltungen

Bereits in den 1970er Jahren trafen sich Comic-Interessierte zu ersten Kongressen. Dauerhaft etablieren konnten sich aber zunächst nur sogenannte Tauschtage und Comic-Börsen, auf denen antiquarische Comics gehandelt wurden. Bis heute gibt es aus diesem Umfeld noch die Comic-Messe in Köln. Ein großer Sprung gelang für die hiesige Comic-Szene 1984 mit dem Start des Internationalen Comic-Salons Erlangen, der bis heute alle zwei Jahre stattfindet und eine große Comic-Verlagsmesse mit einem umfangreichen kulturellen Begleitprogramm kombiniert. Andere Comic-Veranstaltungen im deutschsprachigen Raum konzentrieren sich heute in der Regel gezielt auf den kulturellen Aspekt wie etwa das Hamburger Comicfestival, Fumetto in Luzern und das Nextcomic in Linz oder auf eine Messe mit Verlagen und Händlern wie die Comic-Cons oder auch die Manga-Festivals, die mit teilweise über 100.000 Besuchern die derzeit größten Comic-Veranstaltungen sind.

ANIMAGIC

Congress Center Rosengarten, Mannheim
www.animagic.de

Veranstalter:
Animagine GmbH
Ringstr. 2a
57612 Kroppach
Tel. 02688/987 17-0
info@animania.de

Bereits seit 1999 präsentiert die Animagic als ältestes Event dieser Art immer im Sommer hochkarätige Ehrengäste aus den Bereichen Anime, Manga, japanische Games, Musik und Popkultur.

COMICFESTIVAL HAMBURG

Diverse Orte in St. Pauli, im Karoviertel und in der Neustadt
www.comicfestivalhamburg.de

Veranstalter:
Comicfestival Hamburg e. V.
c/o Strips & Stories
Wohlwillstr. 28
20359 Hamburg
info@comicfestivalhamburg.de

Das Festival präsentiert jährlich im Herbst die deutsche und internationale Avantgarde-Szene auf Ausstellungen, Lesungen oder Gesprächsrunden.

COMICMESSE KÖLN

Stadthalle Köln-Mülheim
www.comicmesse-koeln.de

Veranstalter:
Comicmesse Köln
Thomas Götze
Fischbeker Weg 43b
22941 Bargteheide
Tel. (04532) 975 96 98
Fax: (04532) 975 96 99
info@comicmesse-koeln.de

Die traditionsreiche Comic-Börse findet halbjährlich jeweils Anfang Mai und November statt.

COMICFESTIVAL MÜNCHEN

Alte Kongresshalle, München
www.comicfestival-muenchen.de

Veranstalter:
Comicstadt München e. V.
c/o Heiner Lünstedt
Papinstr. 39
81249 München
Tel. 089/87 04 67
info@comicfestival-muenchen.de

Das Festival mit Fokus auf dem klassischen westlichen Comic und die heimische Independentszene findet in den ungeraden Jahren am verlängerten Fronleichnam-Wochenende statt.

CONNICHI

RheinMain CongressCenter, Wiesbaden
www.connichi.de

Veranstalter:
Animexx e.V. – Connichi
Brunhamstr. 21
81249 München
info@animexx.de

Das große Fest der japanischen Kultur war früher in Kassel beheimatet und rühmt sich, die größte ehrenamtlich organisierte Anime- und Manga-Convention zu sein.

DOKOMI

Messe Düsseldorf
www.dokomi.de

Veranstalter:
AkibaDreams GmbH
Siemensstraße 1
53121 Bonn
info@dokomi.de

Auf der Anime- und Japan-Expo präsentiert sich jeden Sommer auch die Manga-Szene, darunter in einer ganzen Messehalle zahlreiche Selfpublisher.

FUMETTO COMIC FESTIVAL LUZERN

Kornschütte und viele weitere Orte
www.fumetto.ch

Veranstalter:
Fumetto
Rössligasse 12
CH-6004 Luzern, Schweiz
Tel. +41/41/412 11 22
info@fumetto.ch

Das Festival will immer im Frühjahr die aktuellen Entwicklungen der internationalen Avantgarde-Szene in Comic und Zeichnung abbilden und aktiv junge Zeichner und Zeichnerinnen im Programm pushen.

INTERNATIONALER COMIC-SALON ERLANGEN

Schlossplatz, Schlossgarten und in der gesamten Innenstadt
www.comic-salon.de

Veranstalter:
Kulturamt der Stadt Erlangen
Abteilung Festivals und Programme
Gebbertstraße 1
91052 Erlangen
Tel. 09131/86-14 08
Fax 09131/86-14 11
comicsalon@stadt.erlangen.de

Die traditionsreichste Comic-Veranstaltung des deutschsprachigen Raums findet in den geraden Jahren am verlängerten Fronleichnam-Wochenende statt.

INTERNATIONALES COMIC-FESTIVAL CONTERN

Alte Sporthalle sowie diverse Orte
www.bdcontern.lu

Veranstalter:
 Festival International de la Bande Dessinée à Contern
 4, place de la Mairie
 L-5310 Contern, Luxemburg
info@bdcontern.lu

Das Festival bietet jährlich im Juli – neben Verkaufsständen im ganzen Ort – zahlreiche internationale Comic-Künstler auf, die für die aus Benelux, Frankreich und Deutschland anreisenden Fans Signaturen und Zeichnungen anfertigen.

MANGA COMIC CON

Messe Leipzig (auf der Leipziger Buchmesse)
www.manga-comic-con.de
www.manga-comic-con.de/de/erleben/tancho-award

Veranstalter:
 Leipziger Messe GmbH
 Projektteam Manga Comic Con
 Messe-Allee 1
 04356 Leipzig

In inzwischen zwei großen Messehallen präsentieren sich die Comic/Manga-Verlage auf der Leipziger Buchmesse und ziehen mit internationalen Stargästen jedes Frühjahr mehr als 100.000 Besucher*innen an. Einzelne Comic-Verlage präsentieren sich auch in den übrigen Hallen der Buchmesse, und gerade Verlage, die auf „Graphic Novels“ setzen, zählen mit ihren Künstler*innen regelmäßig zu den Teilnehmenden der parallel stattfindenden Veranstaltungsreihe „Leipzig liest“. Ab 2026 wird hier auch wieder ein Award für deutschsprachige Manga-Schaffende vergeben, der Tancho Award.

NEXTCOMIC-FESTIVAL LINZ

Ursulinenhof und viele weitere Orte
www.nextcomic.org

Veranstalter:
 .lin_c – Kunstverein zur Förderung von Comic und Bildliteratur
 Ursulinenhof, Landstraße 31
 A-4020 Linz, Österreich
katharina.acht@nextcomic.org

Das breite Spektrum der Comics soll auf dem Festival immer im Frühjahr im Kontext

der zeitgenössischen Kunst vereint und dem Publikum auf unterschiedlichste Weise vorgestellt werden – insbesondere über Ausstellungen und Vorträge.

VIENNA COMIX

Marx Halle, Wien
www.viennacomix.at

Veranstalter:
 Martin Erasmus
 Sautergasse 4
 A-1170 Wien, Österreich
 Tel. +43/1/956 30 74
info@viennacomix.at

Hervorgegangen aus einer Comic- und Figuren-Börse ist die Veranstaltung als „Vienna Comix“ inzwischen zu einer mehrmals im Jahr stattfindenden Comic-Convention geworden, die über die österreichische Szene hinaus internationale Strahlkraft besitzt.

YIPPIE! KINDERCOMIC FESTIVAL

Diverse Veranstaltungsorte in Frankfurt am Main, Darmstadt, Bad Vilbel und Offenbach
www.kindercomicfestival.de

Veranstalter:
 Raum 121 e.V.
 Jakob Hoffmann
 Fellnerstraße 8
 60322 Frankfurt am Main
info@yippiecomicfestival.de

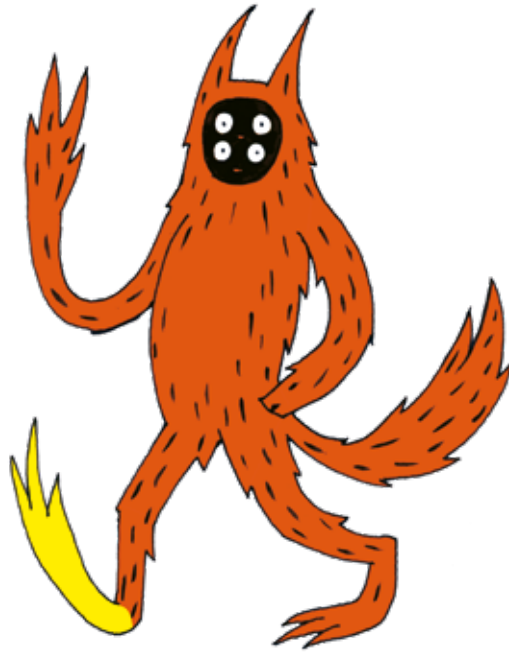
Die Zeichner selbst präsentieren einmal im Jahr ihre Kinder-Comics dem jungen Publikum – lustig, spannend, verrückt und immer toll gezeichnet. Mal mit Musik, mal zum Mitmachen.

ZÜRCHER COMIC-BÖRSE

Volkshaus Zürich
www.comic-boerse.ch

Veranstalter:
 Stephan Schubert, Rene Lehner & Christian Messikommer
 Händleranfragen:
 René Lehner
 Tel. +41/44/341 00 07
rlehner@humbug.ch

Die Comic-Börse findet jährlich im Dezember statt und ist die größte derartige Veranstaltung in der Schweiz.



VII – Autor•innen

Ellen Backes, Julia Both, Matteo Cossu, Jonas Möhring, Udo Schmitz und Dagmar Wunderlich

sind die Workshöpfe. Mit ihren Workshops schaffen sie Räume für Ausdruck, Begegnung und Teilhabe – für Jugendliche ebenso wie für pädagogische Fachkräfte. Ein Schwerpunkt liegt auf dem Comiczeichnen. Dabei kombinieren sie Comic mit Bühne oder Kamera – und machen ihn interaktiv erfahrbar, wenn zum Beispiel ein „Supercomic“ von vielen Personen an einem Tag gezeichnet wird. Auch Clownstheater, analoge Spieleentwicklung, Sketchnotes oder Bulletpointjournaling gehören zu Repertoire. Viele Formate lassen sich verbinden – etwa wenn beim Clowntraining Gesichtsausdruck erlebt und dann gezeichnet wird. Oder wenn Comics durch Stempel und Spielideen erweitert werden. Ihr Credo: Interdisziplinär lässt sich mehr bewegen.

>>> www.workshoepfe.de

Nele Brönnner

studierte Visuelle Kommunikation in der Klasse Illustration an der Universität der Künste Berlin. Heute arbeitet sie als Illustratorin, Kinderbuchautorin und Comiczeichnerin für verschiedene Verlage. Für ihr doppeltes Kinderbuchdebüt „Affenfalle“ wurde sie 2015 mit dem Serafina-Preis für Kinderbuchillustration der Deutschen Akademie für Kinder- und Jugendliteratur und der Frankfurter Buchmesse ausgezeichnet. 2019 wurde ihr Buch „Begel, der Egel“ mit der Goldmedaille der Stiftung Buchkunst ausgezeichnet und für ihr Buch „Frosch will auch“ erhielt sie 2021 den Troisdorfer Bilderbuchpreis. Ihre Arbeit wurde mit zahlreichen Ausstellungen, Künstlerresidenzen und Stipendien im In- und Ausland gewürdigt, u.a. 2020 mit dem großen Comicstipendium der Stadt Berlin. Außerdem unterrichtet Nele Brönnner Kinder und Erwachsene in den verschiedensten Formen des Erzählens in Bildern.

>>> www.nelebroenner.com

Stefanie Ericke-Keidtel

studierte Amerikanistik, Politik und Lateinamerikastudien und war viele Jahre als Pressefrau und Veranstaltungsorganisatorin für verschiedene Agenturen und Verlage tätig. Seit mehr als 20 Jahren arbeitet sie für den Hamburger Verein Seiteneinsteiger e.V. im Bereich der Leseförderung und Literaturvermittlung und kuratiert u.a. die Hamburger Lesefeste SEITENEINSTEIGER und SEITENEINSTEIGER International; seit 2018 leitet sie zudem das Junge Literatur-

haus im Literaturhaus Berlin e.V. Ihr Herz schlägt u.a. für Indieverlage und natürlich für gute Kindercomics – nicht nur, aber auch weil die Kindercomicszene so unglaublich nett ist, was in einer ohnehin netten Branche schon etwas heißen will!

Meheddiz Gürle

liebt gute Geschichten und Schokolade. Erstkontakt zur Welt der Comics über Donald Duck und Prinz Eisenherz mit 6 Jahren. Jahre später wurde über Akira die Welt der Mangas entdeckt. Seither treuer Anhänger der Neunten Kunst. 2002 Bibliothekswesen in Hamburg studiert. 11 Jahre im Bildungsbereich gearbeitet. 2013 Comic-Lektor und interkultureller Bibliothekar in der Stadt- und Landesbibliothek Dortmund. Dort exzessiv den Comic-, Manga- und Graphic Novel Bereich ausgebaut und die Bibliothek zur ersten Comic-Adresse in der Stadt gemacht. Seit 2019 Bibliotheksdirektor in der Stadtbücherei Bochum. Noch mehr Comics und noch viel mehr Möglichkeiten! Setzt seit Jahren erfolgreich Comics und Mangas zur Leseförderung und Wissensvermittlung ein. Hier gibt es noch viel Luft nach oben. Unterstützt regionale und überregionale Comic-Schaffende mit Lesungen, Workshops und Veranstaltungen. Er hat sein Hobby zum Beruf gemacht und lebt aktuell den wahrgewordenen Nerd-Traum in einer Großstadtbibliothek im Ruhrgebiet.

Axel Halling

Studium der Osteuropastudien, der Hungarologie und der Ost- und Südosteuropäischen Geschichte in Berlin, Paris und Budapest. Langjähriger Kulturmanager im deutsch-ungarischen Kulturaustausch, mehrjährige freie Mitarbeit in einem Comic-Verlag. Hauptberuflich Programmleiter im Bundesverband Deutscher Stiftungen e.V. Er ist ein Gründungsmitglied des Deutschen Comicvereins e.V. in 2014 und seitdem im Vorstand.

Dr. Joachim Kaps

studierte Europäische Ethnologie, Neuere Deutsche Literatur und Grafik und Malerei in Marburg. In den 90er Jahren war er u.a. Autor und Chefredakteur des Magazins Comic Info und Herausgeber des Comic Almanach und der Comixene. 1996 startete er als Redakteur beim Carlsen Verlag in Hamburg und wurde nach einigen Jahren dort Verlagsleiter Comic & Manga. In dieser Zeit verantwortete er u.a. den Aufbau des Manga-Taschenbuchprogramms (u.a. „Evangelion“, „One Piece“, „Naruto“). Unter seiner Leitung wurden „Banzai!“ und „Daisuki“

auch die ersten Manga-Magazine nach japanischem Vorbild lanciert. Von 2004 bis 2016 baute er für die US-amerikanische Holding Tokyopop ihre deutsche Niederlassung auf und brachte u.a. „Death Note“, „The Legend of Zelda“ und „Bleach“ auf den deutschen Markt. Auch brachte er in dieser Zeit die ersten koreanischen Manhwa und Webtoons nach Deutschland. Seit 2017 leitet er seinen eigenen Verlag altraverse in Hamburg, wo u.a. „Meine Wiedergeburt als Schleim ...“ und „Solo Leveling“ erscheinen. Zudem bringt altraverse viele Serien deutschsprachiger Mangaka heraus. Seit 2025 ist altraverse an dem paneuropäischen Manga-Magazin Manga „Issho“ beteiligt, das ausschließlich Werke europäischer Autoren publiziert.

Lara Keilbart

arbeitet als freischaffende Journalistin und Podcaster in Berlin. Ihre thematischen Schwerpunkte bilden dabei Queerness und Vielfalt, Feminismus und Sexismus, Anti-Faschismus und Storytelling in der Popkultur. Zusammen mit dem freien Games-Journalisten Andreas Müller betreibt sie Polygamia inklusive Podcast. Sie engagiert sich beim Feministischen Comic Netzwerk, der Comic Solidarity und Comics gegen Rechts.

Sophia Lehmann

ist die Leiterin des Bereichs „Kulturelle Bildung“ im Goethe-Institut München. Das Goethe-Institut ist eines der wichtigsten Vermittlungsorgane für die deutsche Sprache und Kultur im Ausland. Hierzu werden zahlreiche Comicveranstaltungen, wie Workshops, Lesungen und Ausstellungen veranstaltet, aber auch Unterrichtsmaterial und Informationsmaterial zur Verfügung gestellt.

>>> www.goethe.de

Dr. Verena Maser

studierte Japanologie und Soziologie, und promovierte zum Thema Liebe zwischen Mädchen in der japanischen Popkultur. Sie arbeitet als freiberufliche Übersetzerin und Autorin, und hat inzwischen über 200 Manga-Bände ins Deutsche übertragen. Sie gibt Übersetzungsworkshops und engagiert sich für die Sichtbarkeit von Comics und Comicübersetzungen.

>>> www.verena-maser.de

Jacqui Mundri

ist freie Comiczeichnerin und Illustratorin, die nachhaltiges Design an der Eco-sign Akademie in Köln studierte. Sie engagiert sich aktiv in der deutschsprachigen Comicszene und bietet Comic-Workshops für alle Altersgruppen an. Ihren ersten Comic „Die Logik Frau“ veröffentlichte sie beim Independent-Verlag „Edition Klara“ und beteiligte sich an verschiedenen Zine- und Comicprojekten. Weitere Kultur- und Bildungsprojekte führte sie u.a. auf der Uzwei im Dortmunder U und im KLKS Atelier in Bergisch Gladbach durch. Sie ist ein Teil des Kölner Zeichenkollektivs „Stift Touché“.

>>> www.jacquiemu.com

Katharina-Sofie Naujoks

studierte Kulturwissenschaft, Germanistik und Philosophie in Bremen, Aufbaustudium zur Kulturmanagerin in Hannover. Sie arbeitete u.a. als Pressereferentin im Bremer Theater, im künstlerischen Betriebsbüro des Staatstheaters Hannover und als Assistentin der Geschäftsleitung eines Hamburger Umweltbildungsvereins. Bis Ende 2018 war sie Vorstandsvorsitzende des Hamburger Comicfestivals e.V.. Seit 2019 ist sie im Vorstand des Deutschen Comicvereins e.V. und arbeitet freiberuflich an verschiedenen Comicprojekten.

Frank Schäfer

wurde 1966 geboren und lebt als Schriftsteller, Musik- und Literaturkritiker in Braunschweig. Er schreibt für taz, Neue Zürcher Zeitung, Rolling Stone u.a. Neben Romanen und Erzählungen erschienen diverse Essaysammlungen und Sachbücher, etwa „Hühnergötter. Roman“ und „Henry David Thoreau – Waldgänger und Rebell. Eine Biographie“ (beide 2017) und „Das wilde Lesen. Deutsche Literaturgeschichte(n)“ (2023).

Dr. Farriba Schulz

studierte Germanistik, Theaterwissenschaften und Philosophie an der Ludwig-Maximilians-Universität München und promovierte mit einer Arbeit über Kindheitsbilder im Bilderbuch an der Humboldt-Universität zu Berlin. Sie ist Wissenschaftliche Mitarbeiterin für Deutschunterricht und seine Didaktik an der Humboldt-Universität zu Berlin und an der Universität Potsdam. Zu ihren Forschungsschwerpunkten zählen Kinderliteratur und ihre Didaktik mit einem besonderen Fokus auf Kindheitsbildern und (Visual)Literacy im Kontext von Inklusion.

Danksagung • Impressum

Allen in die Veranstaltungsvorbereitung und in die Veranstaltung einbezogenen Personen, dem Team der Stadtbücherei Bochum, dem Team des Literarischen Colloquiums Berlin, den Kolleginnen und Kollegen des Deutschen Comicvereins, der Berthold Leibinger Stiftung, und vor allem dem Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien und seinem Team.

Redaktion:
Axel Halling,
Katharina-Sofie Naujoks

Lektorat:
Jan Rhein

Gestaltung:
Filipe Tavares

Illustrationen und Schriftzug:
Nele Brönnner

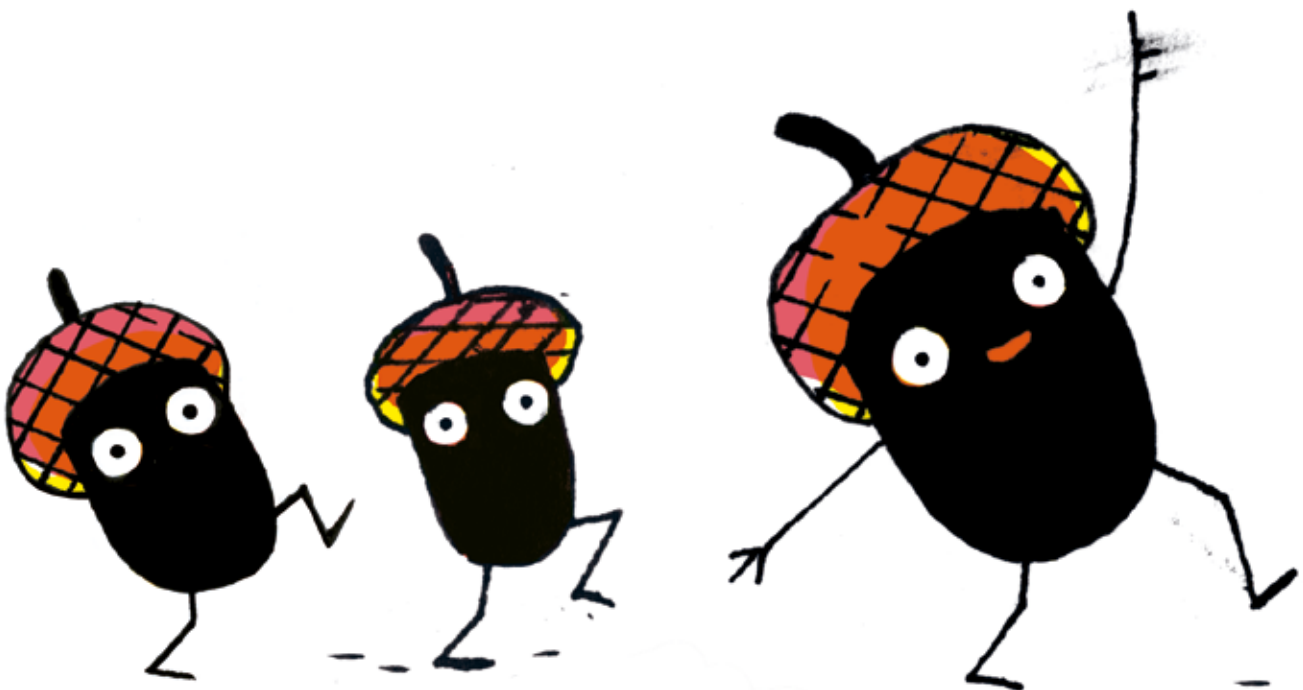
Graphic Recording:
Claus Daniel Hermann

Fotos – wenn nicht anders vermerkt:
Darjush Davar, Filipe Tavares

Herausgeber:
Deutscher Comicverein e.V.

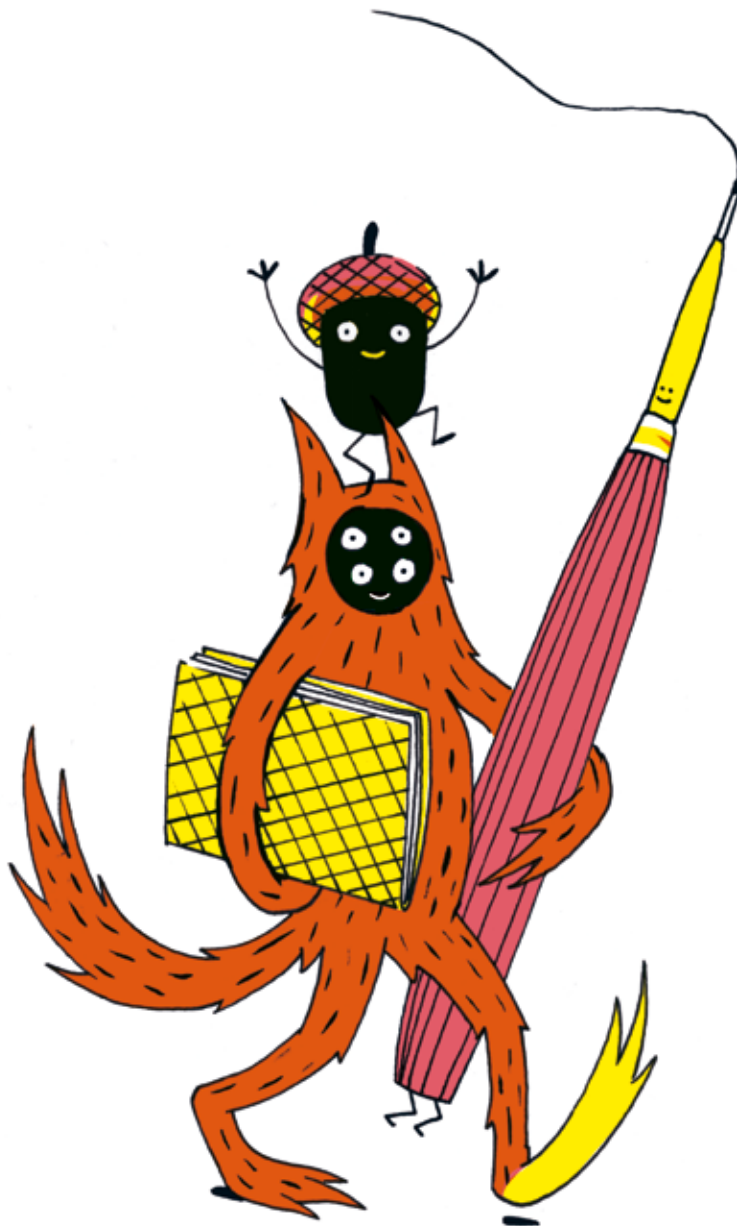
Kontakt:
comicexpansion@deutscher-comicverein.de

Stand:
November 2025



„Wir wollen Kultur mit allen ermöglichen, indem wir ihre Vielfalt und Freiheit sichern, unabhängig von Organisations- oder Ausdrucksform, von Klassik **bis Comic**, von Plattdeutsch bis Plattenladen. Wir sind überzeugt: Kulturelle und künstlerische Impulse können den Aufbruch unserer Gesellschaft befördern, sie inspirieren und schaffen öffentliche Debattenräume.“

– aus dem Ende 2021 geschlossenen Koalitionsvertrag „Mehr Fortschritt wagen“ der 24. Bundesregierung der Bundesrepublik Deutschland unter Bundeskanzler Olaf Scholz, der einen wichtigen Impuls für die Entstehung der COMICEXPANSION gab



www.comicexpansion.de