

Comic | Frankfurter Buchmesse 2015

Auf der Frankfurter Buchmesse hat sich **ANDREAS ALT** umgesehen, wie immer mit besonderem Augenmerk auf Comics. Dieser in den vergangenen gut zehn Jahren sehr auffällige Bereich schrumpft gerade so sehr, dass er durch die Ritze zu fallen droht.



Der Comic-Schwerpunkt auf der Frankfurter Buchmesse ist Geschichte. Auch wenn mit viel Getöse der neue, 36. ›Asterix-Band vorgestellt wurde und die Deutsche Cosplay-Meisterschaft wieder Massen verkleideter Manga-Fans aufs Messegelände lockte, spielte das Thema Comics in diesem Jahr alles in allem nur eine sehr untergeordnete Rolle.

Schon 2014 hatte es den Messeschwerpunkt »Faszination Comic« nicht mehr gegeben, aber ein Großteil der Aussteller war noch am alten Platz anzutreffen. Viele sagten schon damals, sie überlegten, ob sie noch einmal wiederkommen sollten; Messestände sind teuer, wegen des Verkaufsverbots auf der Buchmesse kaum zu refinanzieren, und das Publikum wurde auch spärlicher, je weniger es geboten bekam. Diesmal war tatsächlich nur noch eine Handvoll kleinerer Comicverlage übrig geblieben – die Stände gingen nun in der Masse der Kinderbuchverlage unter. Das frühere Comiczentrum war nun, wie sich das im vergangenen Jahr schon abgezeichnet hatte, vom Thema e-Books sowie zudem vom Bereich Self-Publishing besetzt.

Das war offenbar Teil eines großen Messerelaunchs. Im Kern wurde eine der bisher fünf Hallen eingespart, nämlich Halle 8, in der die angelsächsischen Verlage untergebracht waren. Die Buchmesse wollte damit nach eigener Aussage die Wege zwischen Ausstellern und Besuchern verkürzen. Im vergangenen Jahr hatte es jedoch große unbelegte Flächen auf der Messe gegeben, die notdürftig zu Aufenthaltszonen umfunktioniert oder einfach abgesperrt wurden. Jetzt rückte alles enger zusammen. Mag sein, dass damit für die Comicverlage kein Platz mehr war und sich die Messe um diese Gruppe nicht mehr bemühte.

Ausländische Comicverlage sind weiter präsent

Nach wie vor gab es die großen Stände von Carlsen und Egmont im Kinderbuchbereich. Beide Verlage hatten schon seit vielen Jahren auf einen separaten Comicstand verzichtet. In den Hallen der ausländischen

Aussteller traf man nach wie vor auf Comicverlage: An der Präsenz von DC, Dark Horse, Glenat, Dargaud, Humanoides Associes oder Lombard hat sich nichts geändert. Das Gastland Indonesien informierte auch über seine Comictradition. Aber ein übergeordnetes Thema Comic war nicht mehr wahrnehmbar. Veranstaltungen zum Thema waren äußerst rar.



Manche waren auch im Bereich der allgemeinen Belletristik anzutreffen, etwa Avant, die Edition Moderne und Reprodukt. Sie hatten sich zum Teil schon vor einigen Jahren aus dem Comiczentrum verabschiedet. »Hier treffen wir ein gemischteres Publikum, vielseitig Interessierte und Leute, die sich erst mal nicht für Comics interessieren«, sagt dazu Reprodukt-Pressesprecherin Jutta Harms. Der Umzug in den Kreis der unabhängigen Verlage hat sich in ihren Augen gelohnt. Reprodukt-Comics werden zu einem nicht unwesentlichen Teil in Buchhandlungen verkauft, und auch Buchhändler trifft sie hier eher an als im ehemaligen Comiczentrum, das in seinen guten Zeiten von Comicfans überlaufen war.

Unzufrieden ist Harms in diesem Jahr allerdings mit dem Messebesuch an den Fachbesuchertagen. Vielleicht habe es daran gelegen, dass in Hessen, aber auch anderen Bundesländern gerade Herbstferien waren. Sie will aber auch nicht ausschließen, dass der Messebesuch für manche Händler zu aufwendig geworden ist. Allerdings, fügt sie gleich hinzu, tue die Messe einiges, um Fachbesucher anzulocken, etwa durch die Einführung eines Gutscheinehefts. An den Messeständen können sie damit PR-Geschenke einlösen, bei Reprodukt zum Beispiel bedruckte Stoffbeutel, gestaltet von Mawil - was durchaus funktioniert habe.

Buchhändler müssen vom Medium überzeugt werden

Ein kleiner Verlag wie Reprodukt muss sich in zweierlei Hinsicht engagieren, um den Buchhandel verstärkt als Absatzweg zu gewinnen. Zum einen müssen die Buchhändler von Comics überzeugt werden; traditionell würden sie in dieser Branche noch immer als minderwertig betrachtet. Aber andere Probleme sind laut Harms überhaupt nicht comicspezifisch. So müsse der Verlag die Ware oft 60 bis 90 Tage lang vorfinanzieren. Er muss den Läden mit Schaufensteraktionen helfen, mit Signiertouren von Comiczeichnern oder Comic-Workshops für Kinder. Der Verlag tue das, erläutert sie, weil er bei der Flut von Neuerscheinungen schon froh sei, wenn Buchhändler sich entscheiden, ein Reprodukt-Comicalbum ins Sortiment aufzunehmen.

In Leipzig wird mehr für Sprechblasen-Literatur getan

Positiv fand Harms an der diesjährigen Messe, dass sie zahlreiche Treffen mit Vertretern von Literaturbüros und Literaturhäusern hatte. Sie helfen durch Lesungen oder Literaturtage mit, auch Comics populärer zu machen. Ihrer Ansicht nach wird aber auf der Leipziger Buchmesse mehr für eine vielfältige Verlags- und Buchhandelslandschaft getan als in Frankfurt. Dort werde der Begegnung von Autoren und Lesern deutlich mehr Raum gegeben; eine Messehalle ist in Leipzig allein den Comics, vornehmlich Mangas, gewidmet. Dass das Frankfurter Comiczentrum weggefallen ist, tangiert Reprodukt im Grunde genommen nicht. Harms bedauert aber sehr wohl, dass sich damit klassische Comicverlage auf der Messe nicht mehr präsentieren können und so auf den Comichandel verwiesen sind.

Für den durchschnittlichen Besucher in Frankfurt werden Comics im Moment nahezu unsichtbar. Wenn man davon ausgeht, dass die Messe die Gegebenheiten im Markt widerspiegelt, dann würde das bedeuten, dass die große Zeit der Graphic Novels fürs erste vorbei ist und Impulse eher aus ganz anderen Literaturbereichen zu erwarten sind. Das kann sich freilich auch wieder ändern. Die meisten Comicverlage haben es jedoch nicht im Kreuz, das Ruder herumzureißen.

| [ANDREAS ALT](#)