

## **Der Gratis Comic Tag 2010 und 2011 im Vergleich**

*„Man könnte meinen, es gäbe was umsonst.“*

Dieser so manches Mal locker hervorgebrachte Spruch trifft nun bereits seit zwei Jahren immer im Wonnemonat Mai auch auf die harte Realität des Händleralltags. Comics. Die umsonst abgegeben werden. Für so manchen Vertreter unserer Zunft ein gar schrecklicher Gedanke.

Dabei war schon der erste GCT 2010 rundum ein toller Erfolg, den Händlern wurde sprichwörtlich die Bude ingerannt, es wurden Berge von Gratiscomics verteilt – und der Umsatz im Fachhandel war wie Weihnachten im Mai, da natürlich auch kräftig eingekauft wurde.

Mit diesem durchschlagenden Erfolg hatte niemand so wirklich gerechnet, aber manchmal lohnen sich Experimente halt und Abenteuerlust wird belohnt, zumal auch wirklich viele Kinder anzutreffen waren, also quasi die nächste Generation der Comicleser, die so gerne als „nicht-existent“ deklariert wird.

Auch dieses Jahr war das nicht anders.

In Frankfurt warteten mindestens 50 Leute vor Ladenöffnung auf ihre Gratiscomics, Punkt 10 Uhr bildete sich eine Schlange vor dem Tresen, die die nächsten drei Stunden nicht mehr abriss. Streckenweise war der Laden so überfüllt, dass an einen normalen Betrieb, geschweige denn Verkauf, nicht zu denken war. Ab dem frühen Nachmittag wurde es dann etwas gemütlicher.

In Bonn war es ähnlich. Auch hier warteten ca. 40-50 Leute bereits vor 10 Uhr vor dem Laden (letztes Jahr waren es noch ca. 15 Leute, die sich bereits vor der Ladenöffnung eingefunden hatten) und auch hier riss der Strom an Publikum bis in den späten Nachmittag nicht ab (selbst bei unserem „Weihnachten im Juli“ – der AnimagiC – hat man immer mal wieder 10-15 Minuten zum Kräftesammeln, bevor der nächste Ansturm Kunden kommt), weswegen wir dieses Jahr natürlich unser Personal für diesen Tag noch einmal aufgestockt hatten, da gerade der Samstag eigentlich der Tag ist, an dem viele Stammkunden ihre US-Abos abholen oder sich intensiv beraten lassen können, da man nicht den halben Tag damit beschäftigt ist, Ware auszupacken und zu verräumen und unter notorischem Zeitmangel leidet) und diese Kunden ja auch nicht zu sehr unter dem restlichen Publikum „leiden“ sollten.

Auffallend war dieses Jahr, dass es sehr, sehr viele unbekannte Gesichter gab, nicht wenige davon waren allerdings auch wirklich nur wegen den Gratisheften gekommen und verschwanden nach Erhalt derselbigen sofort wieder, ohne den Laden eines weiteren Blickes zu würdigen. Aber auch hier kann man natürlich immer noch drauf hoffen, dass diese „Abstauber“ sich zu einem späteren Zeitpunkt (und gemeint ist nicht der GCT 2012) doch noch wieder in den Laden einfinden werden.

Am Ende eines langen und anstrengenden Tages war der Umsatz, trotz der zwischenzeitlichen Überfüllung des Ladens, wieder im bombigen Weihnachtsgeschäftsbereich. In Bonn einen Tacken mehr als 2010, in Frankfurt einen Tacken weniger.

Aber natürlich weckt so ein Erfolg auch Begehrlichkeiten.

2011 wollte dann nahezu jeder Verlag und auch so manches Fanprojekt unbedingt dabei sein. Das Ergebnis war dann die Steigerung von 30 auf 44 Gratishefte, ein fast unlesbarer und nicht eindeutig verständlicher Flyer und ein weit höherer logistischer Aufwand der Vertriebe, die bis aufs Porto die Abwicklung ja kostenlos übernehmen. Mehr Arbeit und Unübersichtlichkeit in den Läden waren die Folge – 44 Hefte sind arg viel, da auch wir Händler an die Grenzen der Kapazitäten stoßen, was die anspruchsvolle Präsentation eben jener Hefte betrifft.

Es stellt sich natürlich auch die Frage, ob man gleich im 2. Jahr bereits mehr Titel anbieten musste, als die das Vorbild liefernden Amerikaner, die in einem Zeitraum von zehn Jahren ihren Output auch nur von ca. 10 Heften (2002) auf 40 Hefte (2011) angeboten haben. Außerdem sind selbst die Platzhirsche Marvel und DC dort nur mit je zwei Titeln vertreten (jeweils einer für Teens und älter und einer für die jungen Leser) und nicht gleich mit drei oder vier.

Ein paar Anmerkungen zu den in diesem Jahr gereichten Comicheftchen hätten wir aber auch im Repertoire:

Ziel des Events ist es, dass die Kunden auf den Geschmack gebracht werden, damit sie im Fachhandel später nach mehr verlangen (oder um es mit dem weisen Igor zu sagen: „*It must be mine!*“).

Die Hefte sollten also so ausgewählt werden, dass zum einen ein verkäufliches Produkt dahinter steht (und zumindest die komplette Backlist des am GCT angebotenen Titels sollte zudem lieferbar sein, sonst verpufft die Wirkung sofort) und zum anderen, dass die

entsprechenden Serien tatsächlich über den Fachhandel verkauft werden können. Kleinverlage, die nicht über MSW oder PPM ausliefern, sind daher eher suboptimal, da die geneigten Händler nicht bei allen Verlagen direkt oder über diverse Minivertriebe bestellen können (klar, theoretisch schon, aber praktisch wohl kaum). Auch ist nicht jeder Händler an ein Barsortiment angeschlossen, um einen Teil der Produkte wenigstens über diesen Weg beziehen zu können.

Ebenso Institutionen wie ICOM (auch wenn das Ziel des Heftes sehr löblich war). Komplette am Ziel vorbei ging das Heft des Münchner Comicfestivals (so gut und vielfältig der Inhalt auch gewesen sein mag). Fehlt nur noch, dass ein Comicladen ein Heft zum nächsten Mal beisteuert und sich diese Werbung dann von seinen Mitbewerbern finanzieren lässt. Denn genau das war dieses Heft: Werbung. Für eine Veranstaltung im Süden Deutschlands. Da wird wohl kaum ein Leser aus dem Hohen Norden nach der Lektüre dieses Heftes spontan auf die Idee kommen, dort hinzufahren. Warum sollen also wir Händler das bezahlen?

Damit der GCT nachhaltig zum Erfolg wird, sollten nur *richtige* Verlage mitmachen, die auch ein paar Bücher im Jahr produzieren.

Für Kleinstverlage oder abstruse Fanprojekte finden sich sicherlich Wege, auch inoffiziell am GCT zu partizipieren. So produzierte dieses Jahr der Kieler Laden das Heft „Pure Fruit“, welches auch in anderen Comicshops zusätzlich als kostenloses Heft erhältlich war.

In Frankfurt bei T3 gab es ebenfalls ein zusätzliches Gratisheft namens „Ei Gude“, das von Frankfurter Zeichnern in Eigenregie hergestellt wurde. Die Kleinstauflage wurde während einer Nachmittagssignierstunde der drei beteiligten Künstler Wiegand, Köhler & Voss verteilt – das kam supergut bei den Kunden an.

Und als letzte Anmerkung:

Positiv von Seiten der Veranstalter natürlich, auf die Kritik einiger Händler zu hören, die aufgrund einer zeitlichen Überschneidung mit der Comicmesse „Intercomic“ letztes Jahr nicht am GCT teilnehmen konnten.

Insofern,

auf ein Neues – im Jahr 2012!