

Übermorgen findet der dritte Gratis Comic Tag statt. Wir freuen uns drauf und versuchen wieder ein großartiges Erlebnis für alle Kunden draus zu machen.

30 Titel dieses Jahr sind glücklicherweise wieder überschaubar, den einen oder anderen Titel hätte es vielleicht nicht unbedingt gebraucht, aber was soll's – die Vielfalt stimmt jedenfalls auch wieder dieses Jahr.

Wir wären aber keine echten Comichändler, wenn wir nicht dennoch was zu meckern hätten.

Wer bitteschön war der Meinung, dass ein Plakat mit Obama und Merkel eine gute Idee sei?

Brauchen wir jetzt schon Politiker, um Comics populär zu machen?

Ist nun auch die Comicbranche dem Celebritywahn verfallen und missbraucht prominente Köpfe für die eigenen Ziele? Werben dann 2013 Justin Bieber und Britney Spears für den GCT?

Als Reaktion auf unsere Kritik bekamen wir zu hören, dass dieses Motiv eben Aufsehen erregen soll und entsprechend auffällig gestaltet wurde. Nun gut, unter dem Gesichtspunkt können wir uns nächstes Jahr ja auch eine Hakenkreuzflagge oder Mohammed-Karikaturen ins Schaufenster hängen. Wenn das keine Aufmerksamkeit nach sich zieht... [ACHTUNG: IRONIE!]

Aber bevor wir uns hier in Rage reden, schauen wir doch erst mal, woher das Plakat stammt.

Es gab letztes Jahr auf der Homepage des GCT einen Artwork-Wettbewerb mit leider nur 14 Teilnehmern. Die ganze Aktion ist noch im Comicforum dokumentiert: comicforum.de

Wer nun das Gewinnermotiv von Neo van Bach mit Merkel und Obama ausgewählt hat, bleibt unklar. Das Bild ist ja auch noch verfeinert und verändert worden. Sinnigerweise trägt Merkel jetzt als Ostdeutsche ein Mosaik-T-Shirt – bewirbt also einen Verlag, der dieses Jahr gar nicht am GCT teilnimmt.

Max Müller von Panini Comics, quasi die Seele des Events, versicherte uns, dass dieses Plakat sehr witzig und ein echter Hingucker wäre.

Vielleicht haben wir keinen Humor, aber wir finden das Plakat leider einfach nur peinlich (wenn auch handwerklich gelungen, nicht, dass es hier zu Missverständnissen kommt). Es bestätigt einfach nur alle Vorurteile über Comics, gegen die wir als Läden schon seit Jahren kämpfen.

Comics haben nicht nur prügelnde Gallier, sprechende Tiere und anderen kindischen Kram zu bieten – Comics sind schon vor Jahren erwachsen geworden.

Warum hat denn die Graphic-Novel-Kampagne so einen Erfolg vorzuweisen? Weil sie eben aufzeigt, dass der Comic jede Menge Lesestoff für ältere Jugendliche und Erwachsene zu bieten hat.

Wir betreiben auch keine lustigen Shops (auch wenn wir schon mal mit einem Scherzartikelladen verwechselt werden), sondern betrachten uns als Spezialbuchhandlungen, die die Neunte Kunst in den Mittelpunkt stellen.

Folglich haben wir die Plakate auch nicht aufgehängt.

Comics bieten ein so einzigartiges Leseerlebnis, da braucht es keinen Obama oder eine Angela, um darauf aufmerksam zu machen. Mehr Selbstbewusstsein täte der Branche da gut.

Das Wörtchen »gratis« reicht den meisten Gelegenheitsbesuchern sowieso.

Wir haben ein tolles Logo für den GCT, vom Cross Cult-Team hervorragend gestaltet, und die letzten zwei Jahre hatten wir einfache und sehr effektive Werbeplakate – da würden wir gerne wieder hin.

Nicht umsonst haben die Amerikaner seit Anbeginn des »Free Comic Book Day« ihre schlichten Poster mit dem dem Logo und dem Datum drauf. Manchmal ist weniger einfach mehr.