

Der Comicsommer 2012 – ein Stimmungsbarometer

Das Wetter war anstrengend dieses Jahr, erst hatten wir den Schaukelsommer, der uns von einem Wechselbad ins andere schickte. Darauf folgte dann ein kurzer Saharasommer, der buchstäblich alle Lebensgeister dahinschmelzen ließ.

Aber in der warmen Jahreszeit ärgern wir Comichändler uns eigentlich traditionell über etwas ganz anderes – viele Kunden sind in Urlaub, die Umsätze sinken, kurz gesagt, das Sommerloch verhagelt die Laune. Das ging bis 2010 so, aber im Folgejahr stieg der Umsatz plötzlich im Juli und August in sehr erfreuliche Höhen. Wir schrieben dies einem geänderten Freizeitverhalten und wachsendem Städtetourismus zu.

Die spannende Frage war nun, würde sich dieses Phänomen 2012 wiederholen?

Glücklicherweise lautet die Antwort ja, das Umsatzbarometer kletterte sogar schon im Juni ordentlich nach oben und blieb in luftigen Höhen. Wir können jetzt auf drei überdurchschnittliche Monate zurückblicken. Das Sommerloch haben wir also auch dieses Jahr verabschiedet.

Und es gibt auch tatsächlich ein paar handfeste Gründe dafür.

Der große Gewinner des Sommers heißt eindeutig Panini, deren DC-Relaunch eingeschlagen hat wie eine Bombe. Die neuen Hefte wurden und werden uns förmlich aus den Händen gerissen, wir kamen mit dem Nachbestellen (in jeweils großen Stückzahlen wohlgemerkt) kaum nach. Aber nicht nur die neuen DC-Hefte waren stark gefragt, auch die Marveltitel zogen nach. Clevererweise hatte Panini gerade mit *Wolverine & die X-Men* sowie *Spider-Man der Avenger* zwei neue Serien am Markt platziert. Auch die Paperbacks, allen voran die *Batman*-Titel, flogen sozusagen aus den Regalen in die Kundenhände.

Die meist gestellte Frage des Sommers lautete sinngemäß:

„Ich möchte auch gerne Comics lesen, was können Sie mir da empfehlen?“

Selten haben wir so viele Verkaufsgespräche bei praktisch Null angefangen. Das besonders Erfreuliche: Es waren unglaublich viele neue Gesichter, sehr viele junge Leute und auch viele Frauen, die den Comic für sich entdeckten. Die meisten von ihnen sind inzwischen auch schon ein drittes oder viertes Mal im Laden gewesen, auch die weiteren DC-Hefte, die zum Teil jetzt schon bei Nummer 5 sind, laufen weiterhin prima.

Wenig überraschend zieht der große Konkurrent mit der Kampagne *Marvel Now!* nun nach und startet zahlreiche Serien neu. Auch hierzu erreichten uns schon zahlreiche Nachfragen interessierter Leser und in Bonn hat dies dazu geführt, dass zum ersten Mal seit vielen Jahren wieder US-Hefte von Marvel im Ladengeschäft angeboten werden.

Daher sind wir gespannt, was Panini sich hier für das nächste Jahr einfallen lässt und hoffen, dass der Erfolg wiederholt oder sogar übertroffen werden kann.

Ausgelöst hat diesen Superheldenboom natürlich der große Kinosommer mit Blockbustern wie *Marvel's The Avengers*, *The Dark Knight Rises* und *The Amazing Spider-Man*. Diese Filme haben gerade jungen Leuten Lust aufs Comiclesen gemacht.

Sogar das Unglaubliche ist geschehen, eingeschworene Mangafans kamen mit einem *Batman*-Tradepaperback an die Kasse.

Panini hat allerdings auch ein großartiges Marketing zum Neustart des DC-Universums hingelegt. Da wurde an alles gedacht und vor allem die Marketingmaßnahmen für die Händler waren hervorragend. Besonders wichtig waren für uns die lebensgroßen Pappaufsteller von *Batman* und *Superman*. Mit diesen Blickfängern konnte man ein tolles Schaufenster gestalten und das hat dann die Neukunden in den Laden gelockt.

Und der Superheldenboom hält nun schon seit fast fünf Monaten an. Erstmals in der Geschichte des Verlages hat Panini zudem ein Heft (*Batman* Nr. 1) nachgedruckt und sich damit ein Beispiel an DC genommen, die in den ersten Monaten auch praktisch jede Ausgabe im Druck gehalten haben, um damit auch späten Neulesern einen problemlosen Einstieg zu ermöglichen (der dortige Topseller *Justice League* #1 brachte es auf nicht weniger als acht Auflagen). Ein Verhalten, das man nicht oft genug loben kann, denn nach wie vor werden von uns auch die ersten Hefte der DC-Reihen kontinuierlich nachbestellt.

Aber es sind nicht nur die Superhelden, die sich gut verkaufen. Gelegentlich hatten wir diesen Sommer das Gefühl, dass wirklich jeder *The Big Bang Theory* schaut und Comics einfach die coolste Sache der Welt sind.

Der *Star-Wars*-Boom unter Kinder und Jugendlichen ist dank *The Clone Wars* ungebrochen, auch *The Walking Dead* verkauft sich aufgrund der TV-Serie weiterhin wie geschnittenes Brot. Und da Cross Cult die Bände dankenswerterweise permanent nachdruckt, haben wir bei einigen Bänden die sehr guten Vorjahreszahlen schon übertroffen. Auch franko-belgisches

Material von Splitter verkauft sich weiterhin sehr stabil, hier schickt sich in Frankfurt *El Mercenario* an, die Verkaufszahlen von *Storm* zu erreichen.

In Bonn hingegen verkaufen sich die Franko-Belgier und Graphic Novels zunehmend in der Breite. Dafür findet im US-Bereich ein Revival der 80er-Jahre statt. Bereits sehr gute Verkäufe der US-Serie *Teenage Mutant Ninja Turtles* (angeheizt durch die baldige Ausstrahlung einer neuen Trickserie auf Nickelodeon) wurden locker von *He-Man and the Masters of the Universe* übertroffen (nicht zuletzt durch eine Kooperation mit der Fanseite www.planeteternia.de). Auch die bisherigen Vorbestellungen und eifrigen eMail-Anfragen zu einem neuen Comic von *My Little Pony: Friendship is Magic* lassen auf den nächsten Topseller hoffen. Schade, dass diese Themen am deutschen Fachhandel vorbeilaufen, da kein hiesiger Verleger Interesse zeigt oder gleich mit der Nase rümpft und dankend ablehnt.

Auch die Graphic-Novel-Leser finden weiterhin den Weg in unsere Läden. Obwohl die Feuilletonthemen, wie *Meine Beschneidung* oder *Im Land der Frühaufsteher*, gelegentlich komplett an uns vorbeigehen, gibt es auch hier eine breite Leserschaft, die sehr solide und durchaus beratungsintensiv weitere Titel kauft.

Die beiden Sommerhits bei T3 in Frankfurt wiederum zeigen, wie man mit kleinen Marketingmaßnahmen große Verkaufserfolge erzielen kann. Eine Signierstunde mit Skottie Young und seinem Buch *Der Zauberer von Oz* war äußerst erfolgreich. Durch Besprechungen auf dem eigenen Blog und bei Facebook sowie eine gute Präsentation im Laden ist der Band auf dem besten Wege, der Toptitel des Jahres in Frankfurt zu werden.

Und *Hauteville House* von Finix Comics hat T3 mit einem vom Verlag geliehenen zwei Meter hohen Stoffbanner, welches das Cover von Band 2 zeigt, im Schaufenster beworben. Das sorgte für soviel Aufmerksamkeit, dass Band 1 besser als der aktuelle *Spirou* verkauft wurde und derzeit in den Verkaufscharts auf Platz zwei liegt. Und Band 2 von *Hauteville House* folgt dicht dahinter.

Der Bonner Comic Laden hingegen hat jedes Jahr am letzten Juli-Wochenende die *AnimagiC* vor der Tür. Dabei handelt es sich um eine Veranstaltung für Fans von Manga, Anime und anderen primär asiatischen Themen. Durch einen Stand auf dem naheliegenden Messegelände gibt es einen sehr schönen Werbeeffekt für den Comicladen, der sich jedes Mal deutlich bemerkbar macht. Sehr erfreulich ist es, dass von dieser Klientel auch erstaunlich viele

Comics abseits der Manga gekauft werden, was man von Manga-Fans sonst eher weniger gewohnt ist. Dass sich ähnlich anmutende Titel wie *Avatar: The Last Airbender* oder *SkyDoll* noch einer großen Beliebtheit erfreuen ist nicht neu aber auch amerikanische Comics werden dann konsumiert und in diesem Jahr war durchaus noch mal eine Steigerung der Nachfrage an deutschen UND amerikanischen Sammelbänden von Marvel- und DC-Helden zu verzeichnen. Nach den Gründen gefragt, wurde geantwortet, dass durch die Filme *Avengers* und *The Dark Knight Rises* Interesse für diese Stoffe geweckt wurde. So etwas hört man natürlich gerne. Aber auch der zu diesem Zeitpunkt bereits angelaufene Werbefeldzug von Panini dürfte sicherlich nicht ganz unschuldig daran gewesen sein.

Vielleicht ist das alles ja nur eine sommerliche Momentaufnahme, so ganz können wir es noch nicht glauben, dass Comics wirklich salonfähig werden.

Comics sind ein Nischenprodukt, aber als Spezialbuchhandlungen haben wir uns derzeit sehr solide in dieser Nische eingerichtet. Schließlich gibt es trotz Internet immer noch sehr viele Menschen, die den persönlichen Kontakt schätzen und für Fachberatung empfänglich sind.

Aber die Tendenz ist derzeit sehr positiv und wir freuen uns – über die vielen Beratungsgespräche mit neuen Kunden und die Tatsache, dass wir wieder viel mehr über Inhalte sprechen, als über Limitierungen, Erstauflagen oder Formate.

Comics sind letztlich zum Lesen da und je mehr Leute daran Spaß finden, desto besser.

Hoffen wir also auf die Buchmesse und einen heißen Comicherbst mit vielen neuen Titeln.

Ekki & Björn

Bilderwünsche:

Cover von Batman 1

Cover von Hauteville House 2

Cover von He-Man and the Masters of the Universe #1 (DC, 2012)

Plakatmotiv „Marvel’s The Avengers“