

Telex	2-3
Bundesgericht: Durchsetzung der Preisbindung ist zulässig	
Generalversammlung des Buchzentrums	4-5
Geschäftsjahr mit 3,8% Umsatzplus Jürg Bodenmann neu im Verwaltungsrat	
Kaderausbildung	6
Frankfurt 98	7
Christoph Vitali als Projektleiter – Verleger-Präsident Werner Stocker zum Ergebnis eines Workshops	
Comics	8-13
Andreas Haldner und sein Comix Shop in Basel David Basler, Edition Moderne, über Comics in der Schweiz Hugo Ramseyer, Zytglogge, zum Comic für Schule und Sammler	
Jost Hochuli	14-15
Der Gestalter und sein neues Buch	
Kehraus bei Ruth Binde	16
BVDS	16
Dem Buch eine Gasse	17
15. Zürcher Buechermärt	
Seerosen-Träume	17
Buchpremière zu Peter Zeindlers neuem Krimi bei Arche	
Agenda	18
Aus- und Weiterbildung	18
Praktisch	19-21
Literatur in den Medien	22
Impressum	22
Trendseller	52

Im nächsten Heft

Play Dürrenmatt:
Das TV- und Radio-Programm

Irland und seine Diaspora

Heft 16 erscheint am
18. September

Wie etabliert sind Comics wirklich?

Einst waren sie an offiziellen Stellen wie Schulen arg verpönt, die mit Sprechblasen versehenen Bilder-geschichten. Aber inzwischen gelten sie als akzeptiertes Unterrichtsmittel und sind bei PR-Aktionen ein bevorzugtes Transportvehikel, wenn es darum geht, mit einer Botschaft an die junge Generation heranzukommen. «Will ein Verlag, eine pädagogische Stelle heute die Jugendlichen direkt ansprechen, gilt das Mittel des Comics als zuverlässigstes, weil mittlerweile am stärksten akzeptiertes Transportinstrument», stellt Carlo Bernasconi fest (Seite 8). Er hat in Basel Andreas Haldner und seinen Comix Shop besucht, den ältesten Spezial-laden in der Schweiz. Als dessen «unique selling point» gelten persönliche Auswahl und ein Angebot an Comics, wie es ein anderer Laden nicht zu bieten hat. Hinzu kommt ein Non-Book-Anteil, der nicht zu gering zu veranschlagen ist. Ähnliches stellt David Basler, mit Edition Moderne einziger Nur-Comic-Verleger im Lande (Seite 10), auch für die drei Comics-Spezialläden in Zürich fest: Sie haben sich untereinander spezialisiert. Bestseller gibt's an der Passantenlage, für Spezialitäten kennt der Sammler die Adresse. Zudem haben Comics sich in den Sortimentsbuchhandlungen, die sich auf sie eingelassen haben, inzwischen etabliert und bewährt. Aber noch gibt es andere genug, die nach wie vor abseits stehen. Und unverkennbar ist ebenfalls, dass nach den überspannten Erwartungen von Anfang 90er Jahre die Entwicklung stagniert: Seit drei Jahren hat sich die

Verkaufsbasis für Bücher mit «smoke stories» in der deutschsprachigen Schweiz nicht mehr verbreitert. So bleibt denn die Frage: Wie etabliert sind Comics wirklich? Blickt man vom Buchhändlerischen zum Verlegerischen, so verengt sich die Markt-nische noch einmal. Tatsächlich sind es keine zwei Dutzend Titel, die in der Schweiz jährlich produziert werden. So sind denn, wenn's um die Möglichkeiten eines Verlegers geht, die Limiten unübersehbar. Comics bietet sich hierzulande ein sehr enger Markt. «Ab 500 ist es ein kleiner, ab 1 000 Stück ein grosser Renner», meint David Basler. Grössere Stückzahlen verkaufen «Glo-bi» und die bekannten grossen internationalen Titel, trotzdem schneiden lokale Neuheiten im Vergleich oft überproportional gut ab. In der Comics-Pro-grammreihe von Zytglogge-Verleger Hugo Ramseyer (Seite 12) finden sich denn auch zwei Buchtypen: Comics als Sammlerobjekte («Wachtmeister Studer im Tessin») und als Unterrichtsmittel («Hirsebar-den und Heldenbrei»). Angefangen hatte er die Reihe mit einer Dürrenmatt-Adaption, die über den Kreis der Comic-Käufer sogleich hinausreichte und darin ihre Chance fand. Adaption (sei's von Literatur, sei's von Geschichte) ist denn auch ein Schlüsselwort für in der Schweiz gestaltete Comics. Das gilt auch für den neuen Edition Moderne-Titel, der die Brücke zur Schweizer Ge-schichte in der Zeit nach der französischen Revolution schlägt: Zwei markante historische Aarauer Persönlichkeiten betreten mit «Meyer & Meyer» die Comic-Szene.

Fritz Hirzel

Andreas Haldner leitet seit 1993 den Comix Shop in Basel

In der Nische erzählter Filmgeschichten

Seit 1983 besteht der Comix Shop in Basel. Der älteste und zugleich grösste Comix-Laden der Schweiz hat sich erst nach längerer Durststrecke und ökonomischen Wirren etabliert. Andreas Haldner, 1993 zum Laden gestossen, führt das Geschäft mit Ehefrau Gabriela Santa. Und könnte sich vorstellen, dass ohne Preisbindung alles ein bisschen leichter wäre.

Was einem zuerst durch den Kopf geht, beschäftigt man sich mit den Leuten, die Comics verkaufen, vertreiben: Es möge sich um einen Haufen Idealisten handeln, die eher von missionarischem Eifer getrieben sind und darob die ökonomische Maxime ihres Handelns vernachlässigen. Sagen wir es nach einem Jahrzehnt intensiver Marktbearbeitung: Das war einmal.

Aber natürlich kämpft, wer mit Comics handelt, noch immer gegen das in den 50er und 60er Jahren implantierte pädagogische Urteil, Comics seien im Grunde des Teufels und also bildungsbürgerlich wertlos. Das Umgekehrte trifft zu: Will ein Verlag, eine pädagogische Stelle heute die Jugendlichen direkt ansprechen, gilt das Mittel des Comics als zuverlässigstes, weil mittlerweile am stärksten akzeptiertes Transportinstrument.

Grundausstattungen für Bibliotheken

Andreas Haldner, der seit 1993 mit seiner Ehefrau Gabriela Santa den Comix Shop in Basel betreut, lächelt müde über solche Widersprüche. Auch weil sie mittlerweile als antiquiert zu betrachten sind: «Wir machen heute richtiggehende Grundausstattungen für Bibliotheken, und die Ausleihen, die Comics in ihr Angebot aufgenommen haben, bestellen nach.» Ein deutliches Zeichen dafür, dass Comics heute fest etabliert sind.

Das war beileibe nicht immer so. Als die beiden Gründer der Buchhandlung 1983 eher unbeholfen ihr Geschäft begannen, dominierten zwei Verlage den Handel: Carlsen und Ehapa. «Fast zwei Drittel des Umsatzes lief über die Programme dieser Verlage», sagt

Haldner. Doch nach 1991/1992 begannen sie rapide an Marktanteilen zu verlieren. Warum? Eine Eigenheit dieses Buchsegmentes: «Die Verlage betrieben eine inkonsistente Reihenpolitik; einmal begonnene Reihen wurden abrupt eingestellt, und dadurch haben sie Kunden, die eigentliche Sammler solcher Serien sind und waren, verloren», erklärt der ehemalige Bankkaufmann, Sozialarbeiter und IKRK-Delegierte Haldner.

Non-Book-Bereich als wichtiger Faktor

Dass in Ländern wie Frankreich und Belgien Comics längst zum kulturellen Inventar der Gesellschaft zählen, hat für den Markt entscheidende Vorteile: Die Kinder wachsen mit den Comics ihrer Väter heran und brauchen das Medium nicht mehr erst zu entdecken. Die literarische Grundnahrung führt, das Phänomen ist nicht neu, von der anfänglich «leichten» Kost zur mittleren bis schweren – was auch auf Comics zutrifft. Der durchschnittliche Käufer, der den Weg in den Laden an der Theaterpassage in Basels Zentrum findet, ist männlich und etwa 25 Jahre alt. Das lässt den nicht unwesentlichen Schluss zu, dass die Mehrzahl der Comics betont männliche Verhaltensweisen (Machismo und ähnliches) pflegt; mithin werden also Identifikationsmodelle für eine männlich geprägte Weltsicht vermittelt. Doch die Frauen haben sich auch in dieser Sparte geregt und mit den Cartoons von Bretécher und Becker ein Gegengewicht geschaffen: Nur, zwischen Cartoons und Comics klafft ein Unterschied. Comics sind in Bildern erzählte Geschichten, Cartoons «lediglich» Episoden.

Tatsächlich trifft man im Laden Kunden an, die nicht zu den klassischen Buchhandelsgängern zählen, aber gleichwohl über einen hohen Bildungsstandard verfügen, wie der Comix-Händler festgestellt hat. «Die Hemmschwelle ist kleiner», sagt Haldner, «und ausserdem ist der Comic ein beliebtes Geschenkmedium, das wir durch Merchandising-Produkte wie Druckgraphiken, Pins usw. unterstützen.» Nachdem die Programmpolitiker der Grossverlage vom Trab zum Hüst und Hott gewechselt und damit Kunden vergrault haben, schätzt Haldner den Non-Book-Bereich als wichtigen Faktor des Gesamtumsatzes, und es wundert weiter auch nicht, dass er sich, ganz Kaufmann und nicht vom bildungsbürgerlichen Sendungsbewusstsein beseelt, dezidiert gegen die Preisbindung ausspricht: «Ich bin überzeugt, dass es uns besser ginge ohne Preisbindung als mit ihr.»

Könnte er schalten und walten in Sachen Preisbildung, bräuchte er auch nicht die Konkurrenz deutscher Versandhändler zu fürchten, die mit portofreien Lieferungen ab einer Bestellmenge von 100 DM locken. «Die Preisbindung schützt vor allem die Macht bestehender Auslieferungen», ergänzt Haldner.

Eigener Import von US-Titeln

Weil das Comics-Geschäft im allgemeinen Sortiment eine eher untergeordnete Rolle spielt, fristet es auch in den grossen Auslieferungen ein Mauerblümchendasein. Entsprechend hoch ist deshalb die Fehlerquote, oder, was weit schlimmer ist: werden Novitäten verschlampt, weil – siehe oben. Kein

Wunder auch, hat Haldner den Import von US-Comics alleine in die Hand genommen und sich ein kleines «Barsortiment» für die anderen Comics-Läden in der Schweiz eingerichtet. Mit den natürlich weit aus besseren Margen durch das Importgeschäft gleicht Haldner den Frust über teilweise schlecht rabattierte Einkäufe über die klassischen Buchhandelskanäle aus.

Denn der Comix Shop muss pro Jahr über 1500 Novitäten verarbeiten: Allein im deutschsprachigen Raum sind es 300 bis 400 neue Titel, die möglichst rasch im Handel aufliegen müssen, aus Frankreich kommen weitere 500 bis 1000 Titel pro Jahr, und die USA bringen monatlich im Comic-Book 100 Novitäten, im Trade-Paperback etwa 50 pro Monat auf den Markt. In der Summe sind bei Haldner 5 000 Titel im Sortiment – wobei gerechterweise angefügt werden muss, dass er von den Neuheiten aus Frankreich und den USA lediglich eine beschränkte, aber dennoch hohe Auswahl treffen muss.

Andreas Haldners «unique selling point» sind die persönliche Auswahl und das «Zur-Verfügung-Halten von Comics, die sonst kein anderer Laden anbietet». Logischerweise kann er nicht Daumen

drehend auf die Vertreter warten, er muss sich selber über das Angebot informieren. Das tut er im Januar in Angoulême. Die westfranzösische Stadt beherbergt die wichtigste Comic-Messe Europas, in ihrer Bedeutung grösser als die Frankfurter. Sie besucht Haldner als Einkäufer. Aber auch, um Verleger und Autoren zu treffen: Letztere vor allem, um mit ihnen Veranstaltungen zu verabreden.

Drei bis fünf Ausstellungen im Jahr

Nicht zu viele Anlässe sind es, die Haldner organisiert: fünf bis acht Signierungen im Jahre und etwa drei bis fünf Ausstellungen im Sous-sol seines bescheiden, aber dennoch mit Witz (und also dem Sinn der ausgestellten Bücher entsprechend) eingerichteten Ladens. Dabei müssen es nicht immer Comic-Originalzeichnungen sein, es hat auch das Platz, was am Rande dieser «Randsparte» des Buchhandels existiert. Zum Beispiel eine Ausstellung von Serigraphien des Bieler Malers M. S. Bastian, der sich in seinen Bildern und Plastiken auf Figuren der Comic-Szene wie Mickey Mouse oder Bart Simpson bezieht, sie zitiert, damit einen Spagat zwi-

schen Kunst und Comic vorstellt und eine neue Kunstrichtung zu prägen vermag, die ein jüngeres Publikum zu schätzen weiss. Kommt dazu, dass M. S. Bastian das Schaufenster des Ladens mit Figuren aus seinem bildnerischen Personalbestand bemalte.

Glücksfälle, wenn dabei auch der Buchumsatz entsprechende Erwartungen und Ausgaben zu decken vermag. Dass dies nicht immer so sein kann, weiss jeder, der von solch spekulativ inszenierten Veranstaltungen nur noch die Illusionen bewahrt hat. Dass Andreas Haldner dennoch die Lust daran bewahrt hat, hebt ihn über den Kreis der Buchhändler hinaus. Er weiss, dass er sich nicht nur als Einkäufer mit hohem kaufmännischen Bewusstsein bewegen muss, wenn er mit seinem Comix-Laden weiterhin erfolgreich bleiben will. So organisiert er fürs kommende Jahr und zum 100-Jahr-Jubiläum des Jüdischen Weltkongresses in Basel eine Ausstellung mit Originalzeichnungen von Art Spiegelmanns Comic-Buch «Maus» (Rowohlt). Die Anregung dazu stammt von Haldner selbst, und die jüdische Gemeinde Basel stimmte dem Vorhaben zu.

Carlo Bernasconi



Bild: PD

Andreas Haldners Comix Shop in Basels Theaterpassage: «Der Comic ist ein beliebtes Geschenkmedium»

Verleger David Basler über Chancen und Grenzen des Comics in der Schweiz

«Der Comic hat sich auf gewissem Standard etabliert»

Comic-Förderer David Basler, der «nach sieben Jahren Reisetätigkeit» als Vertreter der AVA zurückgetreten ist, will «nun auch mal selber im Laden stehen» – halbtags in der Comic-Buchhandlung Analph, Strassburgerstrasse 10, Zürich (so teilte er bei seinem Wechsel mit). Natürlich führt er mit Edition Moderne den einzigen Deutschschweizer Nur-Comic-Buchverlag weiter und bleibt Mitherausgeber des Comic Magazins «Strapazin».

Was hat sich in diesen sieben Vertreter-Jahren für Comicbücher im Deutschschweizer Buchhandel geändert? Nicht allzuviel? oder doch einiges?

In diesen sieben Jahren haben wir in Sachen Comicproduktion einen Höhepunkt 1992 erlebt, als die meisten Bücher herausgekommen sind, über 1 000 Novitäten in einem Jahr. Das hat sich in der Zwischenzeit wieder auf etwa 700 reduziert. Dem entsprechend war jenes Jahr auch im Buchhandel ein Höhepunkt. Ich würde sagen, der Comic hat sich jetzt bei den Buchhandlungen, die ihn eingeführt haben, etabliert und bewährt. Im Moment bewegt sich aber rein praktisch nichts mehr, es gibt also auch keine Neugründungen von Fachläden mehr. Es hat sich alles, ich würde einmal sagen, in den letzten drei Jahren auf einem gewissen Standard etabliert.

War denn die Erwartung erheblich grösser damals?

Bis Anfang 90er Jahre war der Carlsen Verlag marktdominant, dann ist Ehapa eingestiegen. Die waren zwar vorher im Zeitschriftengrosso mit «Micky Maus» und «Asterix» sehr aktiv, aber im Buchhandel waren sie überhaupt nicht vorhanden. Sie haben dann mit dem Vertriebsleiter von Carlsen ein Buchprogramm aufgebaut. Das hat das Ganze künstlich aufgebläht zu einer Konkurrenz dieser zwei Grossen, die heute noch ungefähr 90% des Marktes abdecken. Also waren die Erwartungen einerseits grösser, aber es war andererseits auch ein künstliches Phänomen.

700 deutschsprachige Titel im Jahr – wieviele sind's denn in der Schweiz?

Der Anteil ist sehr klein. Das sind keine 20 Titel, die in der Schweiz

produziert werden. Sie verkaufen sich allerdings hier überproportional gut, weil es natürlich auch sehr schweizspezifische Titel sind.

Wieweit läuft dieser Verkauf über Spezialläden, wieweit über Sortimentsbuchhandlungen?

Es ist wie bei anderen Warengruppen auch: Der grösste Umsatz wird über nur ganz wenige Titel abgewickelt – «Asterix», «Lucky Luke», «Tim und Struppi», «Globi». Und das verkauft sich ja überall, auch im Warenhaus. Fasst man jetzt das Comic-Angebot ein wenig breiter, so verkauft sich die Mehrzahl der Titel über Spezialläden, wobei es auch Sortimentsbuchhandlungen gibt, die ein komplettes Comics-Angebot haben – Orell Füssli in Zürich, Stauffacher in Bern, Raeber in Luzern.

Gibt es ein Profil der Comic-Spezialläden?

In Zürich zum Beispiel gibt es drei Fachbuchhandlungen, die sich alle ein wenig spezialisiert haben: Analph verkauft prozentual wenig deutschsprachige Comics, dafür viele englische und viele Non-Books. Comixshop an der Militärstrasse verkauft eher deutschsprachige Comics und Comicworld am Stadelhofen vor allem Bestseller, weil es eine gute Passantenlage ist.

Ab wann gilt in der Schweiz ein Comic-Titel als Renner?

Ab 500 ist es ein kleiner, ab 1 000 Stück ein grosser Renner. Daneben gibt es eben Überflieger, die verkaufen dann mehrere 1 000 Stück, zum Beispiel ein Ralf König. Immer wieder sind es auch regionale Titel etwa bei Zytglogge oder

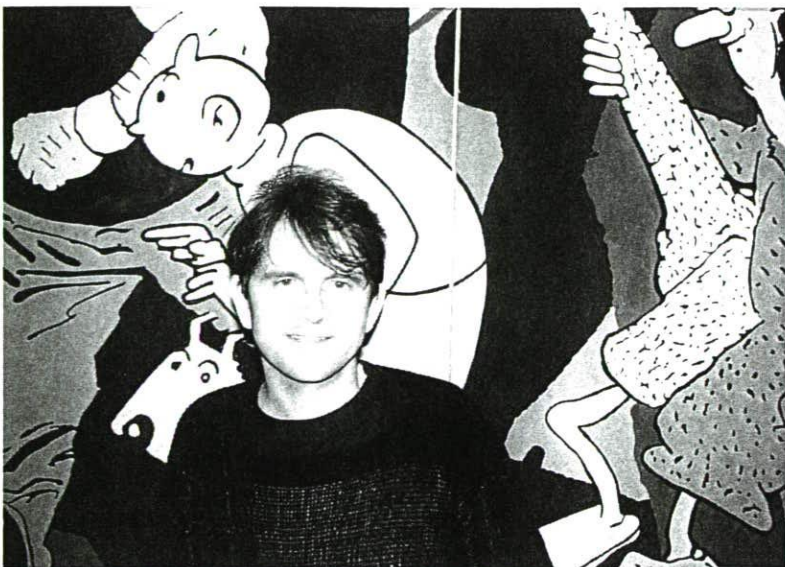


Bild: F. H.

David Basler: «Den Hauptumsatz machen einige wenige Titel»

auch «Zwicky» von Claude Jaermann und Felix Schaad, die über den eingeweihten Kreis hinausreichen. Solche Erfolge haben vor allem mit Humor zu tun, mit trefflich beobachtetem Alltag. Das war schon bei «S' Knüslis» so.

Welche Bedeutung hat in diesem Zusammenhang die vor vier Jahren initiierte Comics-Hitparade?

Die Comics-Hitparade war ein Mittel, um zu zeigen, welche Comics in der Schweiz verkauft werden – es sind andere als in Deutschland. Sehr gut gelaufen sind Schweizer Titel, in der Fachbuchhandlung dann internationale Comics, die das Fachpublikum interessieren. Zunächst einmal war die Comics-Hitparade als PR-Idee für die Medien gedacht, aber auch als Orientierungshilfe für Buchhandlungen, die sich in Comics nicht auskennen. Ich höre Ende Jahr damit auf, weil ich auch als Vertreter aufhörte.

Wie definiert sich heute das Selbstverständnis der einheimischen Comic-Szene? Als Parallel-, als Untergrund-Kultur?

Was wir haben, ist zwar immer noch bescheiden im Umfang, aber es ist keine Untergrund-Kultur mehr. Die Comic-Szene wird jetzt gefördert von staatlichen Kulturstellen. Es gibt zum Beispiel diesen Herbst eine grosse Ausstellung von Pro Helvetia, die typischerweise vorwiegend Deutschschweizer Zeichner präsentiert, weil hier im Medium in den letzten Jahren mehr passiert ist.

Bei den Comic-Autoren der deutschsprachigen Schweiz sind inzwischen mehrere Generationen am Werk – Thomas Ott, Claude Jaermann/Felix Schaad oder Hannes Binder. Ist das eine Verbreiterung, die sich auch auf potentielle Käufer überträgt?

Bei den Schweizer Zeichnern wirkt sich weniger der Generationen-Aspekt als die Presseresonanz aus. Wenn ein Titel besprochen wird, kommen Leute in den Laden und schauen sich das Buch an, weil sie davon gelesen haben. Das sind dann Leute, die normalerweise keine Comics lesen.

Der eigene Verlag Edition Moderne, 1981 gegründet – das sind acht Neuheiten in diesem

Auf der Kante einer Seite laufen.



Bild: Tom Trabocco, «Strapazin» 2/96

Comic Magazin «Strapazin»: Wichtige Vermittlerrolle

Jahr und etwas mehr als 50 Titel auf der Backlist: Was hat sich da als grösste Überraschung, was als grösste Ernüchterung herausgestellt in der Bilanz des Comic-Verlegers?

Also, die grösste Überraschung ist eigentlich, dass es den Verlag heute noch gibt. Und die grösste Ernüchterung war, dass er keine wirtschaftliche Basis in dem Sinn abgibt, dass ich davon leben könnte. Ich hab das vielleicht am Anfang zu blauäugig gesehen. Heute muss ich einfach sagen, dass das Verlagsgeschäft unheimlich hart ist. Es braucht enorme finanzielle Reserven, um überhaupt zu überleben.

Wie wirkt sich der Umstand aus, dass Autoren-Comics hierzulande aus Kostengründen schwarzweiss erscheinen, wo rundherum alles in Farbe ist?

Es ist einfach so, dass schwarzweiss weniger gut läuft. Das ist einfach eine Tatsache. Also, farbige Bücher wären verkaufsmässig besser. Aber Investition und erwarteter Ertrag stehen nicht in einem Verhältnis, dass man das auch machen könnte, jedenfalls nicht unsubventioniert.

Erst in Zeitschrift, dann in Buch

Für grössere Auflagen ist wohl eine Art Medienverbund Voraussetzung – dass also der Vorabdruck eines Comics in einer Zeitung oder einer Zeitschrift der Buchpublikation vorausgeht...

Ja, es ist eigentlich ein ungünstiges Phänomen, dass Comics direkt als Buch erscheinen. Zunächst einmal sind sie für den Zeitschriftenmarkt gemacht und sollten in Zeitschriften vorabgedruckt werden. Nur hat sich die Sache zum Beispiel in Frankreich so entwickelt, dass sämtliche Comics-Zeitschriften eingegangen sind. Und so hat es damit angefangen, dass alles direkt als Buch veröffentlicht wird. Bei uns im deutschsprachigen Raum ist das auch der Fall, da gibt es praktisch keine Fachzeitschriften. Wir sind in der Schweiz u. a. mit dem «züri tip» oder mit dem «Magazin» schon fast verwöhnt. Es ist schon eine aussergewöhnliche Leistung dieser Zeitungen, die sich Mühe geben, einheimischen Leuten ein Forum zu bieten.

Diese Popularität, die da bereits gegeben ist – kann man die denn beziffern beim Festlegen einer Auflage?

Das ist eine heikle Sache. Es ist einerseits eine gute, wichtige Voraussetzung für die Publikation eines Comics, weil man da eben davon ausgehen kann, dass es bereits einen gewissen Bekanntheitsgrad gibt. Andererseits aber garantiert dies den Erfolg überhaupt nicht. Ich habe da schon ganz unterschiedliche Erfahrungen gemacht. Und es sind auch nur wenige Titel, die dermassen in den Bann ziehen, dass die Leute das tatsächlich auch noch gesammelt als Buch kaufen wollen. Meine Erfahrung ist eher, dass es den meisten Leuten reicht, wenn sie's in der Zeitung gelesen haben. Aber es ist sicher ein Pluspunkt – genauso wie es eine gute Voraussetzung sein kann, wenn man eine bestehende literarische Geschichte adaptiert, die über den Insiderzirkel hinausführt.

Nun gibt's seit 1984 «Strapazin»: Welche Rolle kommt dem Comic-Magazin als Anlaufstelle oder bei der Vernetzung der Comic-Szene heute zu?

Das ist eines der wenigen Magazine, die es gibt. Faszinierend dabei ist, dass man da mehr wagen kann. Ich denke, als Bindeglied spielt «Strapazin» eine grosse Rolle, es spielt sogar international eine grosse Rolle. Es ist Ausdruck einer unabhängigen Szene. Da gibt es jetzt international einen Zusammenschluss, und da ist «Strapazin» ein Teil davon.

Interview: Fritz Hirzel

Für Zytglogge-Verleger Hugo Ramseyer war's eine Literatur-Adaption,
die zur Programmreihe führte

Comics für Schulen und Sammler

Der Zufall einer Begegnung stand am Beginn der neuen
Programmreihe Comics beim Zytglogge Verlag: Aus dem Buchprojekt
einer Dürrenmatt-Adaption erwuchs ein neues Programmsegment,
das heute mit zwangsläufig unterschiedlichem Erfolg Helvetisches und
Pädagogisches anbietet.

Insgesamt 20 Titel führt der Gümliger Zytglogge Verlag unter dem Oberbegriff «Comics» im Programm, doch neben erzählten Geschichten finden sich auch die klassischen Cartoons (Pfuschi, ANNA). 1988 erschien der erste Titel, der sich nach wie vor am besten verkauft: Bernard Schlups Dürren-

matt-Adaption des weltberühmt gewordenen Krimis «Der Richter und sein Henker». In der vierten Auflage wurde das Werk bereits über 20 000mal verkauft. Schlup, Zeichnungslehrer am städtischen Literaturgymnasium Bern-Neufeld, hatte bereits Plattencovers für Zytglogge gestaltet, es lag deshalb für

ihn nahe, sein Projekt – an dem der Dichturfürst vom Neuenburgersee selbst seine helle Freude hatte – Hugo Ramseyer zu präsentieren. Die Begeisterung übertrug sich vom Gestalter (und seinen SchülerInnen) auf den Verleger und damit auch aufs Publikum.

Dürrenmatt-Erfolg wiederholt sich nicht

Ermutigt vom Enthusiasmus erschien 1991 eine weitere Dürrenmatt-Adaption, «Der Besuch der alten Dame», diesmal nicht als Gemeinschaftswerk einer Gympi-Klasse, sondern als Einzelwerk des damaligen Seminaristen Felix Loser. Was zu erwarten gewesen wäre nach dem Erfolg des ersten Comic, trat allerdings nicht ein. Das Werk wurde eher ein Flop, wie das Comic-Magazin «Magazink!» schrieb. Nun soll das Buch überarbeitet werden und in einer Neuauflage auf den Markt gelangen; der Erscheinungstermin ist allerdings noch nicht bestimmt, was auch damit zusammenhängt, dass selbst ein Buch wie ein Comic der Unterstützung durch die öffentliche Hand bedarf: Die Adaptionen so anerkannter Autoren wie Dürrenmatt oder Glauser können nicht als Garanten für kostendeckende Verkaufszahlen eingesetzt werden. Der Markt ist und bleibt labil.

Infotainment im Comic-Gewand

«Mehr als ein oder zwei Comics pro Jahr liegen denn auch nicht drin», erklärt Zytglogge-Verleger Hugo Ramseyer. «Weil der Comic-Markt enger geworden ist.» Und

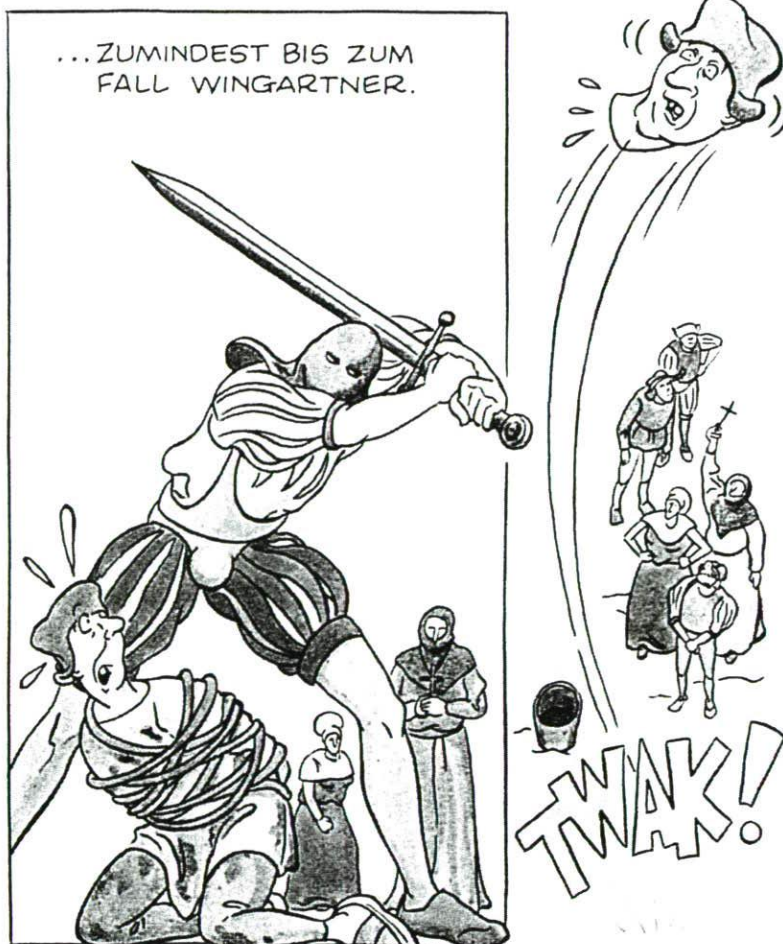


Bild: PD

Frieda Bünzli/Martin Illi, «Hirsebarden und Heldenbrei»: Unterrichtsmittel

warum? Der Buchhandel setzt sich nicht speziell ein für Comics, selbst wenn sie literarische Quellen zum Ursprung haben – das wiederum steht im Kontrast zu dem, was die Pädagogik mittlerweile mit dem Comic anstellt: Als anerkanntes Unterrichtsmittel wird etwa der Comic-Band «Hirsebarden und Heldenbrei» von Frieda Bünzli und Martin Illi eingesetzt, der auf unterhaltsame wie lehrreiche Art Geschichten aus dem Zürcher Mittelalter erzählt. Klassisches Infotainment im Comic-Gewand.

Solche Bücher sind eher als Glücksfälle zu bezeichnen; sie werden wohl noch jahrelang als Unterrichtsmittel eingesetzt werden können. Schwierigkeiten begegnen indessen Bücher wie Sambal Oeleks «Der Sprayer von Zürich» oder Karin Widmers Umsetzung von Franz Hohlers «Die Rückeroberung» oder Hannes Binders intelligent erzählte Fiktion «Wachtmeister Studer im Tessin»; Bücher, die ihren Weg zu den LeserInnen und SammlerInnen nur durch die tatkräftige Mithilfe des Sortiments finden. Dass der Buchhandel gefordert ist und – bei einer klugen Sortimentspolitik – durchaus Zusatzverdienste erwirtschaften kann (die klassische Mischung von Brotartikeln wie «Asterix» und literarischen Werken), soll-

te eigentlich nicht mehr erwähnt werden müssen.

Bücher in Zusammenarbeit mit WWF

Sollte. Die Wirklichkeit sieht anders aus. Auch der Zytglogge Verlag kann mit Comics allein kein wirtschaftlich selbsttragendes Programm vorlegen. Obschon Hugo Ramseyer als besonnener Verleger auch Titel im Programm führt, die mit Comics viel zu tun haben, aber in Richtung Kindersachbuch mit Comics als Illustrationsmittel zu betrachten sind (zum Beispiel «fremd», das Werkbuch gegen Rassismus). In der Zusammenarbeit mit dem World Wildlife Fund sind Bücher entstanden, die jeweils das Leben von bedrohten Jungtieren illustrieren. So schrieb der «Brückenbauer» über «Delphine – Kinder der Wellen»: «Yves Paccalet erzählt diese Unterwasser-Odyssee, sein Bruder Gabriel setzt sie in beeindruckend naturalistische Zeichnungen um.»

Schon möglich, dass solch naturalistische Zeichnungen mit Comics wenig zu tun haben; das Genre indessen versteht sich selbst nicht in der Enge eines Kanons, sondern lässt die ganze zeichnerische Breite zu. So finden sich bei Zytglogge

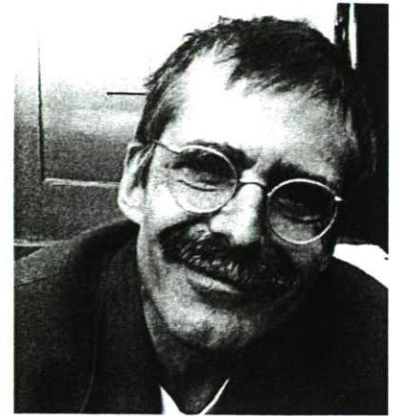


Bild: PD

Zürcher Illustrator
Hannes Binder...

sogenannte «Wimmelbilderbücher» unter dem Reihentitel «S.O.S. Planet Erde», eine Kooperation mit dem kanadischen Verlag Editions Proméga Inc. Diese Bücher gelten mittlerweile – genauso wie die WWF-Reihe über Jungtiere – als pädagogisch wertvoll und finden entsprechende Anerkennung in Fachkreisen – nur, der Weg von der Anerkennung bis zur Wirtschaftlichkeit einer solchen Reihe ist relativ beschwerlich.

Kalkulatorisch eingehender geprüft

Neben der Edition Moderne gilt Zytglogge als einziger Verlag, der Comics – und Cartoons – pflegt. Was ins Programm gelangt, wird im Lektoratsteam besprochen. Bei der Bildästhetik reden auch die Hersteller mit und bringen sich mit ihren Präferenzen ein. Nicht nur angeordnete Werke gelangen so ins Programm, Hugo Ramseyer beobachtet den Markt, schaut sich an, was etwa die Wochenbeilage des «Tages Anzeigers», der «züritip» für Comics/Cartoons veröffentlicht, nimmt Kontakte auf – so entstehen die Comics-Bücher bei Zytglogge und anderswo.

Sie verlangen vom Verleger allerdings mehr Zuwendung als andere Titel: So müssen sie kalkulatorisch eingehender geprüft werden; nicht immer lassen sich Lithographien bestehender Veröffentlichungen übernehmen. Die Herstellung ausserhalb der Schweizer Grenzen wird deshalb zur Pflicht. Es gibt kaum Druckereien in der Schweiz, die Erfahrungen im Umgang mit diesem Buchtypus besitzen, es wird nach Belgien oder Deutschland ausgewichen.

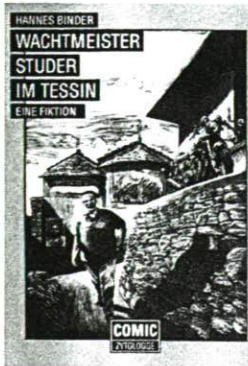
Carlo Bernasconi



Bild: PD

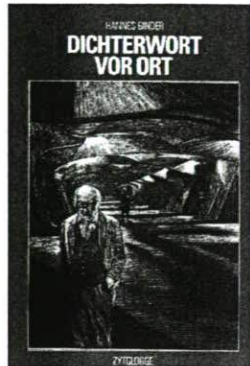
... und seine Fiktion «Wachtmeister Studer im Tessin»: Glauser-Hommage

COMICS BEI ZYTGLOGGE



Hannes Binder
WACHTMEISTER STUDER IM TESSIN
 Geb., 64 Seiten, Fr. 36.–
 ISBN 3-7296-0533-X

«Studer hat Ferien, er kann sich Zeit lassen. Er darf es sich erlauben, für einmal seinen Berner Blickwinkel zu öffnen. Binder verhilft ihm zu diesem Erlebnis. Und Studer fügt sich genüsslich Binders touristischem Diktat, bewegt sich ohne jede Irritation in einer Welt, die ihm eigentlich exotisch vorkommen müsste, mit Deltaseglern und der grossen Festivalleinwand auf der Piazza von Locarno.» *Peter Zeindler*



Hannes Binder
DICHTERWORT VOR ORT
 Geb., 56 Seiten, Fr. 39.–
 ISBN 3-7296-0459-7

«Der Hauptreiz des Grundkonzepts, das der Titel andeutet: ein «Dichterwort», einen besonderen architektonisch-landschaftlichen «Ort» und die Person des jeweiligen weiblichen oder männlichen Autors als Vermittlung so zu kombinieren, dass ein ganz neues Bild mit einer so noch nirgends vorhandenen Aussage entsteht.»

Thomas Binder



Hannes Binder
DIE REPORTAGE
 Geb., 40 Seiten, Fr. 32.–
 ISBN 3-7296-0347-7

«Es ist die Geschichte vom Zeichner Signer, der in ein diktatorisch regiertes Land, ohne elektronische Medien und Fotografie, entsendet wird und dort verschwindet, und des ihm nachgesandten Reporters Armin Funk. Was in der transnischen Hauptstadt Dniber vor sich geht, ist in höchstem Masse rätselhaft.

Bilder, Träume, Visionen verschmelzen zu einem surrealistischen Ganzen – würde Binders Witz nicht durchschimmern, könnte es einen frösteln.» *züri-tip*



Friedrich Dürrenmatt
DER RICHTER UND SEIN HENKER
 Geb., 48 Seiten Fr. 28.–
 ISBN 3-7296-0305-1

«Das vielleicht interessanteste Comicbuch des Jahres, vor allem wegen der Comic-Künstler, SchülerInnen eines Berner Gymnasiums, die mit viel Unterstützung berühmter Zeichner und mit der des Autors Dürrenmatt einen Comic schufen, der sich gut mit den Werken professioneller Zeichner messen kann. Das mustergültig ausgestattete Buch liegt bereits in der fünften Auflage vor.» *RRAAH!*



Caprez - Schuler
PAARE
 Geb., 64 Seiten, 4farbig Fr. 35.–
 ISBN 3-7296-0499-6

«Sind schon die Texte der 30 kleinen Geschichten mit einer ausserordentlichen Portion Häme zubereitet, so finden sich auch in den Zeichnungen – manchmal erst auf den zweiten Blick – viele urkomische Gemeinheiten. Es ist bestechend, wie das Schweizer Duo mit einem Satz und ein paar Bildern nicht nur eine Szene ausführt, sondern in dieser Momentaufnahme das ganze Leben der Protagonisten aufblättert. Würde MontyPython Comics zeichnen – so müssten sie aussehen.»

Hamburger Abendblatt



Anna Regula Hartmann
WECHSELJAHRE
 Br., 80 Seiten, Fr. 22.–
 ISBN 3-7296-0534-8

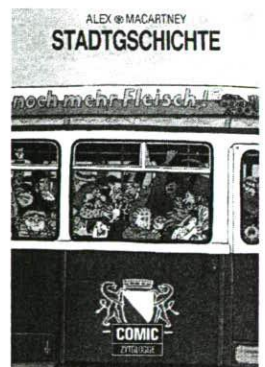
ANNA arbeitet meist mit einer einzigen geschlossenen Linie. Der Mensch ist bis heute ihr Thema geblieben.

ANNAs Zeichnungen entlarven lust- und liebevoll, hintersinnig und doppelbödig menschliche Schwächen und Grenzsituationen. Der «Wechsel» zeigt das Gute hinter dem Bösen, die Liebe hinter der Gleichgültigkeit, das Mitgefühl hinter dem Egoismus, die Ehrlichkeit hinter der Lüge, das Schöne hinter dem Hässlichen.



Alex Macartney
HERR HUMMEL
 Br., 96 Seiten, Fr. 19.80
 ISBN 3-7296-0518-6

«Herr Hummel ist eine Person, mit der sich wahrscheinlich überhaupt niemand identifizieren kann oder will; eine Welt des Büromiebs, des unerträglichen Mittelmasses, des banalen Grauens. Antihelden haben natürlich einen schweren Stand, weil ihnen der Bonus des persönlichen Charmes abgeht. Ich betreibe diese Serie wie eine Art Insektenkunde und schau dem Herrn Hummel mit wissenschaftlichem Interesse bei seiner Alltagsbewältigung zu.» *A. Macartney*



Alex Macartney
STADTGESCHICHTE
 Geb., 48 Seiten, farbig, Fr. 32.–
 ISBN 3-7296-0428-7

«Zürchereien: Der Aufreissertyp an der Bar, die Bio-Frau, die ihrem Kind klammheimlich einen Big Mac kauft, die WG-Leute auf Wohnpartner-Suche, der nicht zu gewinnende Kampf gegen Küchenschaben und Kakerlaken und das Züritram als Schauplatz kurioser Alltagsszenen: Comic-Zeichner Alex Macartney hat ein freches, lebensnahes und ergötzliches Werk geschaffen.»

züri-tip



COMICS BEI ZYTGLOGGE



Gabriel & Yves Paccalet
DELPHINE – KINDER DER WELLEN
 Geb., 50 Seiten, farbig, Fr. 29.–
 ISBN 3-7296-0484-8

«Cyrano ist ein jugendlicher Delphin, der allerlei Abenteuer erlebt. Im ausgezeichneten recherchierten WWF-Comic sind auch zahlreiche andere Meeresbewohner kennenzulernen.

Yves Paccalet erzählt diese Unterwasser-Odyssee, sein Bruder Gabriel setzt sie in beeindruckend naturalistische Zeichnungen um.»

Brückenbauer



Gabriel & Yves Paccalet
POTTWALE – KINDER DER OZEANE
 Geb., 50 Seiten, farbig, Fr. 29.–
 ISBN 3-7296-0485-6

«Das abenteuerliche Leben des weissen Pottwals Archimedes. Ein Comic-Buch im Sinne der Öko-Erziehung. Ebenso grossartig: Delphine und Elefanten.»

Kinderbuch-Illustrierte

«Die Comics lesen sich wie Abenteuergeschichten, mit vielen sachlichen Informationen in Text und Bild.» *Schweizer Jugend*



Gabriel & Yves Paccalet
ELEFANTEN – KINDER DER SAVANNE
 Geb., 50 Seiten, farbig, Fr. 29.–
 ISBN 3-7296-0486-4

In der afrikanischen Savanne wird das Elefanten-Baby Kleopatra geboren. Kleopatras Leben, von ihr selbst erzählt, ist ein Abenteuercomic der besonderen Art, aber auch ein Aufruf zum Schutz des intelligenten und grössten Landsäugetieres.

«Elefanten – ein weiterer Comic der Brüder Paccalet – behandelt spannend und eindringlich die Problematik des Artenschutzes.»

Leseratte



Gabriel & Yves Paccalet
BÄREN – KINDER DER BERGE
 Geb., 50 Seiten, farbig, Fr. 29.–
 ISBN 3-7296-0535-6

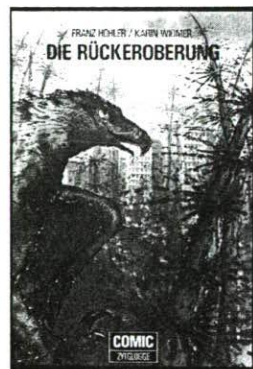
Tief in einer Höhle verborgen, mitten im Winter, erblicken zwei junge Bären das Licht der Welt. Es dauert noch zweieinhalb Jahre, bis sie alt und erfahren genug sind, um alleine zu überleben, und tausendundein Abenteuer sind bis dahin zu bestehen.

Die Geschichte vom Leben der beiden Bären ist auch ein Aufruf zum Schutz der Tiere, die in der samtweichen Plüschversion unser aller Kindheit verzauberte.



Sambal Oelek
DER SPRAYER VON ZÜRICH
 Geb., 64 Seiten, farbig Fr. 39.–
 ISBN 3-7296-460-0

«Ende der 70er Jahre entfesselte der Sprayer Harald Nägeli einen wahren Bildersturm in Zürichs Betonweichbild. Die Justiz machte ihn zum meistgesuchten Chaoten. Nägeli flüchtete, wurde zum Künstler geehrt und kehrte für eine Gefängnisstrafe in die Schweiz zurück. Über zwei Jahre arbeitete Sambal Oelek an diesem Comic und schuf mit aussergewöhnlichen formalen Mitteln ein Album von grosser Dichte.» *Ticket*



Franz Hohler · Karin Widmer
DIE RÜCKERBERUNG
 Geb., 40 Seiten, farbig Fr. 35.–
 ISBN 3-7296-0396-5

«Franz Hohler entwirft die schreckensvolle Vision, wie erst die Tiere, dann sogar die Pflanzen den Menschen den Platz streitig machen, der ihnen in den Städten mit Asphalt, Beton und Glas geraubt und dann versperrt worden ist. Der Anfang vom Ende? Karin Widmer gelingt es, Bilder zu schaffen, die nicht illustrativ neben dem Text hergehen, sondern zu einer Einheit höherer Potenz verschmelzen.» *Der Bund*



Frida Bünzli · Martin Illi
HIRSEBARDEN UND HELDENBREI
 Geb., 80 Seiten, farbig Fr. 39.–
 ISBN 3-7296-0519-4

«Wie lang Schnabelschuhe sein durften, ob Rudolf Brun tatsächlich einem Giftmischer zum Opfer fiel und warum heilige Figuren ins Feuer gerieten – das will erklärt sein. Illis fundierte Informationen zum nicht immer nur heldenhaften Zürich sind an sich schon lesenswert. Bünzlis leicht schlaksiger Strich macht in rund zwanzig Comics aus dem mittelalterlichen Zürich eine bunte Bühne für witzige Anekdoten.» *Beobachter*



Al Daniel
S.O.S. PLANET ERDE
 Band 3: Fauna und Flora; Geb., 36 Seiten,
 farbig, Fr. 29.–; ISBN 3-7296-0520-8

Die interaktive Reportage Nr. 3 von Easton und Cristal führt uns diesmal durch das gefährdete Reich der Pflanzen und Tiere. Die Bilder sprühen von Ideen, Humor und Assoziationen. Sie laden ein, mit den Augen in diesem Mikrokosmos zu spazieren und immer neue, aberwitzige Details zu entdecken. Am Schluss folgen Weltkarten, Fragen zu den Bildern und Stichworte zur Umwelt, ein Ökologlossar.

COMIC
 ZYTGLOGGE



ausgeliefert durch
AVA/b+i
 Tel. 01 762 60 50

COMICS FÜR JEDES NIVEAU!

- alpha comic verlag
- Arboris Verlag
- Boiselle-Löhmann
- Comic Forum
- comicplus+
- Comic Press
- edition b&k
- Edition Alfons
- Edition Comic Speedline
- Edition Kunst der Comics
- Edition Moderne
- Hummelcomic Verlag
- Jochen Enterprises
- Kult Editionen
- Luxor
- Reprodukt
- Schreiber & Leser
- Zwerchfell Verlag

Ihr Comicspezialist:

KAKTUS
 Matthias Walther
 Postfach 459
 8501 Frauenfeld
 Tel. 052 722 31 90
 Fax 052 722 17 82
 e-mail: kaktus@klik.ch

