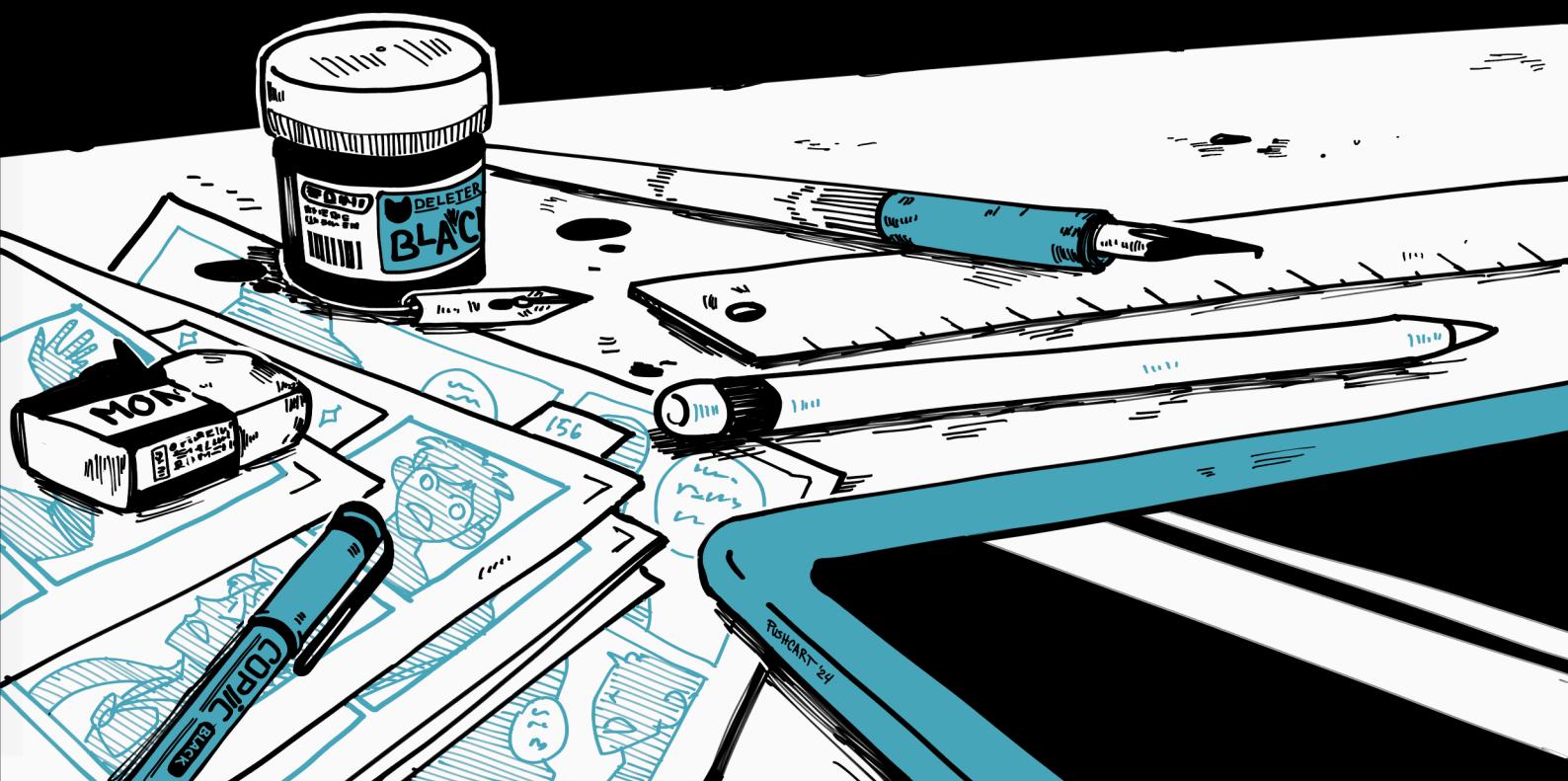


Elsa-Margareta Venzmer

25 Jahre Manga-Boom

Einblicke in die Welt der deutschsprachigen Manga-Kunst

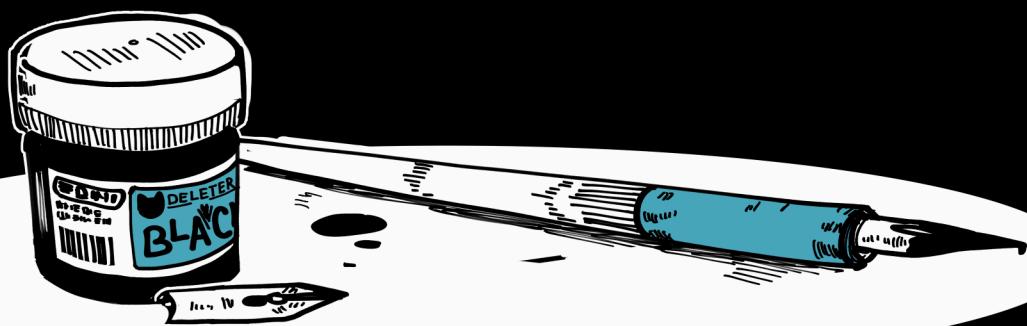


Elsa-Margareta Venzmer gibt Einblick in die Welt der deutschsprachigen Manga-Kunst.

Sie erzählt, wie es zum Manga-Boom in Deutschland kam und konzentriert sich dann insbesondere auf die Independent-Szene.

Sie hat dafür ausgewählte Vertreterinnen und Vertreter der Szene befragt, die sowohl über Herausforderungen als auch über Trends sprechen. Zum Abschluss gibt es auch noch Tipps für angehende Mangakas.

Diese Publikation entstand im Rahmen eines Praktikums beim Comicmuseum Erlangen e.V.



Elsa-Margareta Venzmer

25 Jahre Manga-Boom

**Einblicke in die Welt der
deutschsprachigen Manga-Kunst**

Coverdesign: Marlin Beringer (Bob, pushcart)

Elsa-Margareta Venzmer ist wissenschaftliche Mitarbeiterin beim DFG-Graduiertenkolleg „Das Sentimentale in Literatur, Kultur und Politik“ an der Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg und Co-Herausgeberin des Journals *Fandom / Cultures / Research*.

IMPRESSUM

Diese Publikation erscheint zum Internationalen Comic-Salon 2024.

Erstauflage: Mai 2024

Herausgeber: Comicmuseum Erlangen e.V.

www.comic-museum.org

Umschlag: © Marlin Beringer (Bob, pushcart)

Texte: © 2024 Elsa-Margareta Venzmer

Copyright: Ein Nachdruck ist nur mit schriftlicher Genehmigung der Autorin erlaubt.

Comicmuseum Erlangen e.V., VR 201238

Vereinsregister Fürth

**Für Akira Toriyama,
den Schöpfer von *Dragon Ball*
05.04.1955–01.03.2024**

Inhalt

Vorwort: 25 Jahre Manga-Boom in DACH

Seite | 7

I. Teil: Einblicke in die heutige Manga-Szene mit Schwerpunkt auf Independent

Seite | 24

1. Stilistische Merkmale und Genres

Seite | 28

2. Verlagsarbeit und Leserschaft

Seite | 32

3. Herausforderungen des deutschsprachigen Marktes

Seite | 36

4. Digitalisierung und Social Media

Seite | 40

5. Die Independent-Szene stellt sich vor

Seite | 44

II. Teil: Schlussbetrachtungen

Seite | 64

1. Zukunftsprognosen

Seite | 64

2. Tipps für angehende Mangaka

Seite | 66

Quellenverzeichnisse

Seite | 69

Vorwort: 25 Jahre Manga-Boom in DACH

Elsa-Margareta Venzmer

Once upon a time: Wie alles anfing

Wir befinden uns eines lauen Sommerabends am Hamburger Hafen im Jahr 1987:¹ Der Comickünstler Matthias Schultheiss fragt bei einem Bier Andreas C. Knigge, damals Cheflektor des Verlags *Carlsen Comics*, ob er Katsuhiro Otomos Manga *Akira* schon gesehen hätte.² Da zu diesem Zeitpunkt Manga³ fast ausschließlich in Japan erschienen, war Knigge zunächst verwundert über das japanische Produkt, das wie ein ‚Telefonbuch‘ aussah, zeigte sich jedoch fasziniert und war schnell von dem rasanten Story-Fluss des Comics begeistert.⁴

Gleich am nächsten Tag überlegte sich Knigge, wie man Manga auch im deutschsprachigen Raum veröffentlichen könnte.⁵ Da Manga in Schwarz/Weiß gedruckt werden, war er zunächst besorgt, ob die LeserInnen hierzulande dies akzeptieren würden, da sich in den 1980er Jahren Comics in Farbe etablierten.⁶ Doch dann begann *Marvel* in den USA damit, *Akira* zu kolorieren und in einzelnen Bänden zu verkaufen, was Knigge als Chance ansah, ebenfalls mit den Japanern zu verhandeln.⁷ Es wurde schließlich ein Vertrag geschlossen.⁸ Der japanische Comic wurde westlich ‚verkleidet‘ und in Farbe sowie gespiegelt gedruckt, sodass die Leserichtung von links nach rechts verlief und nicht von rechts nach links wie in japanischen Manga.⁹ Da *Akira* im Jahr 1991 als Anime in den deutschen Kinos anlief,¹⁰ gab es perfekte Voraussetzungen für die Veröffentlichung des Manga, auch wenn es Verunsicherungen von Seiten des Verlags gab.

Nach anfänglichen Sorgen, ob sich *Akira* hierzulande verkaufen würde, erschienen die ersten beiden Bände im April 1991 schließlich auf Deutsch und der Manga wurde ein bahnbrechender Erfolg – eine Kultserie der 1990er Jahre,¹¹ die eine Zäsur darstellte: Der Manga schien in DACH offiziell angekommen zu sein. So erinnert sich Knigge:

„Der Manga hat sich ja über Jahrzehnte hinweg entwickelt, ohne dass wir in der sogenannten westlichen Welt davon etwas mitbekommen hätten, das war für uns schlicht ein anderes Universum noch bis in die 1990er-Jahre, und vor allem stand natürlich die Sprache im Weg. Es war dann erst *Akira*, der die Comicwelt über Japans Grenzen hinaus elektrisierte.“¹²

¹ Vgl. Knigge 2004: 66.

² Vgl. Knigge 2004: 66; von Törne 2016: o.S.; Carlsen Manga! 2021: o.S.

³ Im Japanischen ist der Plural von ‚Manga‘ ebenfalls ‚Manga‘. In dieser Publikation wird die japanische Schreibweise übernommen und auf die deutsche Schreibweise ‚Mangas‘ verzichtet. Das Gleiche gilt für ‚Anime‘.

⁴ Vgl. Knigge 2004: 66–67; Carlsen Manga! 2021: o.S.

⁵ Vgl. Knigge 2004: 67.

⁶ Vgl. Knigge 2004: 67.

⁷ Vgl. Knigge 2004: 67.

⁸ Vgl. Knigge 2004: 67.

⁹ Vgl. Malone 2013: 238; Carlsen Manga! 2021: o.S.

¹⁰ Vgl. Malone 2013: 238.

¹¹ Vgl. Knigge 2004: 67; von Törne 2016: o.S.

¹² Knigge 2024: o.S. Das Zitat entstammt einer E-Mailkorrespondenz zwischen der Autorin Elsa-Margareta Venzmer und Andreas C. Knigge. Im Folgenden werden weitere Nachweise dieser Art mit ‚Knigge 2024: o.S.‘ abgekürzt.

Carlsen Comics war somit der erste *Comic*-Verlag im deutschsprachigen Raum, der einen Manga veröffentlichte.¹³ Aber auch, wenn *Akira* den ersten Manga-Durchbruch in DACH markiert, da er der erste *erfolgreiche* Manga war, wurden bereits andere japanische Comics vor ihm vereinzelt im deutschsprachigen Raum veröffentlicht, wenn auch relativ unbeachtet. So publizierte beispielsweise der Verlag *Rowohlt* im Jahr 1982 den ersten Band von Nakazawa Keijis *Barfuß durch Hiroshima*, bei dem es sich um einen autobiografischen Manga handelt.¹⁴ Wegen fehlender Resonanz¹⁵ wurden allerdings keine weiteren Bände herausgebracht.¹⁶ 1985 erschien der Manga *Heine in Japan* von Keiko Ogata und Kyota Kita, der die Lebensgeschichte von Heinrich Heine erzählt und 1988 vom Verlag der Goethe-Buchhandlung abgeschlossen wurde.¹⁷ Im Jahr 1989 wurde zudem der Manga *Nihon Keizai Nyumon* von Ishinomori Shotaro im Verlag *Norman Rentrop* als *Japan GmbH* veröffentlicht.¹⁸ Dabei handelt es sich um eine Einführung in die Wirtschaft Japans im Comic-Stil, jedoch war dieser Manga ebenfalls nicht erfolgreich.¹⁹

In anderen westeuropäischen Ländern und in Nordamerika gab es bereits früher ausgeprägte Manga-Szenen mit leidenschaftlichen Fans und spezialisierten Verlegern als zum Beispiel in Deutschland.²⁰ Dass Manga relativ spät in den deutschsprachigen Raum kam, hängt zum einen mit Geschichte zusammen. Comics jeder Art entwickelten sich hierzulande langsamer, da Deutschland während des Zweiten Weltkrieges und der DDR kulturell isoliert war und nahezu keine künstlerischen Freiheiten möglich waren.²¹ Ab den 1960er Jahren setzten die großen Verlage zudem hauptsächlich auf ausländische Importe, deren Stil von deutschsprachigen Comic-KünstlerInnen nachgeahmt wurde.²² Zum anderen hatten Manga längere Zeit einen schlechten Ruf. Ende der 1980er Jahre nahm das österreichische Fachmagazin *Comic Forum* beispielsweise Manga als obszön wahr, da in ihnen angeblich äußerst viel Sex dargestellt werde.²³ Solche Vorurteile sorgten dafür, dass sich LeserInnen und Verlage erst mehrere Jahre später für Manga begeisterten.²⁴

Nach dem einschlägigen Erfolg von *Akira* folgten deswegen zunächst ernüchternde Jahre. Andere Verlage trauten sich zwar, ebenfalls Manga zu publizieren, so veröffentlichten *Schreiber & Leser* 1993 Koike Kazuos und Ikegami Ryoichis *Crying Freeman* in 17 Bänden und kurz danach der *Reiner Feest Verlag* (heute *Ehapa/Egmont*) Shirow Masamunes *Appleseed*.²⁵ Da *Akira* sehr erfolgreich war, brachte der Verlag *Alpha Comics* ab 1994 zudem einen weiteren Manga von Katsuhiro Otomo heraus – *Das Selbstmordparadies*.²⁶ Jedoch wurden Manga in

¹³ Vgl. Malone 2013: 238.

¹⁴ Vgl. Malone 2013: 237.

¹⁵ Erst im Jahr 2006 wurde das Werk als erster Manga mit einem Max-und-Moritz-Preis auf dem Comic-Salon in Erlangen ausgezeichnet, vgl. Carlsen Manga! 2021: o.S.

¹⁶ Vgl. Malone 2013: 237.

¹⁷ Vgl. Ziegler 2016: o.S.

¹⁸ Vgl. Malone 2013: 237–238.

¹⁹ Vgl. Malone 2013: 238.

²⁰ Vgl. Malone 2013: 233.

²¹ Vgl. Malone 2013: 235–236.

²² Vgl. Malone 2013: 235–237.

²³ Vgl. Malone 2013: 238.

²⁴ Vgl. Malone 2013: 238.

²⁵ Vgl. Malone 2013: 238–239.

²⁶ Vgl. Ziegler 2016: o.S.

Japan für umgerechnet zehn Mark verkauft, während sie im deutschsprachigen Raum für horrende Preise angeboten wurden.²⁷ Das hatte eine Reihe von Flops für zum Beispiel den Carlsen-Verlag zur Folge.²⁸ Ein weiterer Fehler war, dass die Manga gespiegelt wurden, zum Beispiel auch *Appleseed*.²⁹ Denn bei Spiegelungen gab es einige Ungereimtheiten, da die Texte zwar ersetzt wurden, Sound-Zeichen wurden dagegen falsch herum gedruckt.³⁰

Dass Manga den deutschsprachigen Markt irgendwann dominieren würden, war damals nicht zu erwarten.³¹ „Zunächst [...] riefen wir zwar weiterhin lauthals ‚Mangamania‘, aber es kam keinerlei Echo“,³² so Knigge. „Der Sortimentsbuchhandel war irritiert, der Comic-Handel, an franko-belgische Zeichenkunst gewöhnt, lehnte das Thema teilweise sogar offensiv ab.“³³ Der japanische Comic schaffte aber doch noch die Wende.

Der erste Manga-Boom: Deutsche Übersetzungen

Knigge setzte sich dafür ein, dass Akira Toriyamas *Dragon Ball* hierzulande veröffentlicht wird, da der Manga bereits in Japan ein großer Erfolg war.³⁴ Hiroshi Makino, der für den japanischen Lizenzgeber Shūeisha arbeitete, als auch Toriyama selbst bestanden darauf, dass Carlsen den Manga im Taschenbuchformat und in der japanischen Leserichtung von rechts nach links und von hinten nach vorne veröffentlicht, was beides neu für Carlsen war.³⁵ Denn, wie bereits erwähnt, waren bei früheren Manga die Seiten gespiegelt worden, um die westlichen LeserInnen nicht abzuschrecken.³⁶ In Spanien und Frankreich hatte diese Vorgehensweise jedoch bereits funktioniert, weswegen auch Carlsen den Schritt wagte.³⁷ So berichtet Knigge:

„Nach Akira wollte ich *Dragon Ball* nach Deutschland holen, damals, Mitte der 90er, der Seller in Japan. Bisher wurden Mangaseiten gespiegelt, damit sie wie westliche Comics zu lesen sind. Das wollte Akira Toriyama allerdings nicht, anders hätte ich die Rechte nicht bekommen. Anscheinend waren nicht mal die Japaner davon überzeugt, dass das klappen könne, denn von ‚hinten‘ nach ‚vorne‘ gab es bislang nicht in Europa oder den USA. Also kamen sie eiligst nach Hamburg, um mit mir darüber zu reden. Schließlich habe ich ja gesagt, ‚probieren wir’s‘. Als ich bei Carlsen dann verkündete, was ich vorhatte, hielt man mich schlicht für verrückt, das wurde ein langer harter Kampf.“³⁸

Knigge vertraute Joachim Kaps die Redaktion der *Dragon Ball*-Reihe an und bis zur Frankfurter Buchmesse im Jahr 1997 lagen vier Titel bereits vor.³⁹ *Dragon Ball* verkaufte sich zunächst

²⁷ Vgl. Knigge 2004: 68.

²⁸ Vgl. Knigge 2004: 68.

²⁹ Vgl. Suchan 2017: o.S.

³⁰ Vgl. Treese 2006: 64.

³¹ Vgl. Knigge 2004: 70.

³² Knigge 2004: 70.

³³ Knigge 2004: 70.

³⁴ Vgl. Knigge 2004: 70–71.

³⁵ Vgl. Knigge 2004: 71; Malone 2013: 241; von Törne 2016: o.S.

³⁶ Vgl. Knümann 2006: o.S.

³⁷ Vgl. Knigge 2004: 71.

³⁸ Knigge 2024: o.S.

³⁹ Vgl. Knigge 2004: 71.

nur langsam, rettete aber letztendlich den zur damaligen Zeit wirtschaftlich schwächerlnden Verlag *Carlsen Comics*.⁴⁰ Bis zum Sommer 2003 wurden sechs Millionen Exemplare des Manga verkauft, was damals einer der größten Buchhandelserfolge war.⁴¹ Die original japanische Leserichtung und der Preis von 9,95 Mark halfen am Ende dem Manga zum Erfolg.⁴² So sagt Knigge:

„Da Erwachsene darüber nur den Kopf schütteln und die Finger davon lassen, konnte der Comic, der schon zu vergreisen drohte, wieder zur hippen Jugendkultur werden. Und mit einem Ladenpreis von 9,95 DM für Kids auch wieder erschwinglich.“⁴³

Im März 2004 war Akira Toriyama schließlich als Ehrengast bei *Carlsen* auf der Leipziger Buchmesse anwesend und einige glückliche Fans konnten an einer Signierstunde teilnehmen.⁴⁴ „Stand die Branche vor einem Jahrzehnt noch kurz vor der Pleite, brachte die Mangaserie ‚Dragon Ball‘ von Akira Toriyama die rettende Wendung“,⁴⁵ kommentiert der Journalist Bastian Knümann das Phänomen. *Dragon Ball* gilt deswegen als Auslöser des Manga-Booms im deutschsprachigen Raum.⁴⁶

Auch wenn es im deutschsprachigen Raum eine zeitliche Verzögerung hinsichtlich des Durchbruchs des Mangas gab, konnte man diese Versäumnisse schnell nachholen und Manga konnten einen festen Platz innerhalb der Mainstream-Verlage einnehmen sowie den Comic-Markt dominieren.⁴⁷ Der Aufstieg des Mangas in DACH war jedoch kein Zufall, sondern einer Kette von Entwicklungen in den Medien und in der Wirtschaft geschuldet.⁴⁸

Zu verdanken war der Erfolg zum einem dem Fernsehsender RTL II, der *Dragon Ball* ab 1999 als Anime ausstrahlte und damit auch dem Manga zur Bekanntheit verhalf. Das Jahr 1999 war ein *einschlägiger* Moment, der die Medien Anime und Manga verbinden sollte und einen 25 Jahre andauernden Manga-Boom in DACH auslöste, der bis heute anhält. So ermittelte die Wissenschaftlerin Lea Treese, dass die Verkaufszahlen von Manga bei *Carlsen* erst ab 1999 exponentiell anstiegen.⁴⁹ Kristina Auer konstatiert in diesem Kontext: „Durch die Ausstrahlung der Anime-Adaption von ›Dragon Ball‹ und ›Sailor Moon‹ im RTL 2-Kinderprogramm wurde 1999 schließlich die Hauptphase des Manga-Booms eingeleitet.“⁵⁰

So erwarben die privaten Fernsehsender japanische Anime-Serien, die bereits in anderen Ländern Westeuropas sehr populär waren.⁵¹ Bereits seit den 1970er Jahren wurden im deutschen und österreichischen Fernsehen japanische Zeichentrickserien ausgestrahlt,⁵² zunächst im ZDF und ORF.⁵³ Das lag vor allem an ökonomischen Gründen: Japan wollte auf dem europäischen

⁴⁰ Vgl. Knigge 2004: 72; von Törne 2016: o.S.

⁴¹ Vgl. Knigge 2004: 72.

⁴² Vgl. Knigge 2004: 72; von Törne 2016: o.S.; Auer 2013: 28.

⁴³ Knigge 2004: 72.

⁴⁴ Vgl. Carlsen Manga! 2021: o.S.

⁴⁵ Knümann 2006: o.S.

⁴⁶ Vgl. Ossmann 2004: 31.

⁴⁷ Vgl. Malone 2013: 233.

⁴⁸ Vgl. Malone 2013: 240.

⁴⁹ Vgl. Treese 2006: 72.

⁵⁰ Auer 2013: 31.

⁵¹ Vgl. Malone 2013: 240.

⁵² Vgl. Auer 2013: 29.

⁵³ Vgl. Treese 2006: 56.

Markt mit Anime Geld verdienen und europäische Fernsehsender wiederum Geld sparen, indem sie erfolgreiche und günstige Programme aus Japan kauften.⁵⁴ Das ZDF nutzte die Gelegenheit und es wurden Koproduktionen zwischen dem deutschen Sender und japanischen Animationsstudios realisiert wie *Wickie und die starken Männer* ab 1974 sowie *Die Biene Maja* ab 1976.⁵⁵ Aber erst die Einführung des Privatfernsehens im Jahr 1981 und insbesondere von RTL II war ein entscheidender Faktor, der die Beliebtheit von Manga beförderte.⁵⁶ Auch mit weiteren Anime-Serien und -Filmen wie *Pokémon* ab 1999 wurde ein Millionenpublikum im deutschsprachigen Raum erreicht.⁵⁷

Da die Anime-Serien sehr erfolgreich waren, kauften Fans auch Merchandising-Artikel wie Kostüme, Spielzeug und – noch wichtiger – die Manga, auf denen die Anime basieren.⁵⁸ Durch die japanischen Zeichentrickserien und solche Produkte wurden Generationen von jungen Menschen mit der Anime- und Manga-Ästhetik vertraut.⁵⁹ Dieses Marketing-Konzept wurde von Japan übernommen, wo bereits seit den 1920er Jahren Manga und Merchandising gekoppelt werden.⁶⁰ *Pokémon* ist ein Musterbeispiel für solch multimediale Phänomene, da neben der Manga und Anime auch Kartenspiele und Videospiele ihren Weg in die Jugendzimmer im deutschsprachigen Raum fanden.⁶¹ Um den Absatz von japanischen Comics zu steigern, suchten deutsche Verlage nach weiteren Marketingstrategien und stimmten ihr Manga-Programm deswegen auf das Angebot von Anime-Serien ab.⁶² Denn es ließ sich der Trend beobachten, dass die Jugendlichen von damals zuerst mit Anime in Kontakt kamen, bevor sie auch die dazugehörigen Manga lasen.⁶³

Während die deutsche Comic-Industrie von den 1980er Jahren bis zur Jahrtausendwende eine große Krise erlebte – es gab keine Comic-Eigenproduktionen mehr und auch ausländische Comics (zum Beispiel *Superman*) wurden eingestellt –, wuchs nur ein Sektor weiter: Manga.⁶⁴ Manga, die erst einige Jahre vor Höhepunkt der Krise eine interessierte Leserschaft gefunden hatten, wiesen bereits im Jahr 2000 höhere Verkaufszahlen auf als westliche Comics.⁶⁵ Manga hatten günstigere Preise als andere Comics zu dieser Zeit, weswegen sie für LeserInnen attraktiver waren.⁶⁶ Es war demnach neben den Anime auch der Comic-Flaute in den 1990er Jahren zu verdanken, dass Manga zu einem Markterfolg wurden.⁶⁷

Kristina Auer zufolge spielte in den 1990er und 2000er Jahren die Einführung des Internets im deutschsprachigen Raum sowie dessen wachsende Geschwindigkeit für den Manga-Boom eine weitere wichtige Rolle, da es unter anderem die globale Vernetzung förderte,⁶⁸ aber auch die

⁵⁴ Vgl. Göhlen 2008: 236.

⁵⁵ Vgl. Göhlen 2008: 236–238.

⁵⁶ Vgl. Auer 2013: 29.

⁵⁷ Vgl. Dolle-Weinkauff 2008: 214.

⁵⁸ Vgl. Malone 2013: 241.

⁵⁹ Vgl. Auer 2013: 29.

⁶⁰ Vgl. Treese 2006: 29.

⁶¹ Vgl. Treese 2006: 67–68.

⁶² Vgl. Auer 2013: 30.

⁶³ Vgl. Auer 2013: 30–31.

⁶⁴ Vgl. Malone 2013: 239.

⁶⁵ Vgl. Malone 2013: 239.

⁶⁶ Vgl. Auer 2013: 28.

⁶⁷ Vgl. Auer 2013: 28.

⁶⁸ Vgl. Auer 2013: 29–30.

lokale Manga-Kultur wurde gestärkt. So entstanden frühe Webseiten wie *Mangas für Deutschland*.⁶⁹

Darüber hinaus punkten Manga durch ihre exotischen Eigenschaften: Die japanische Leserichtung und die schwarz/weißen Seiten im Taschenbuchformat halfen ihnen zum Erfolg.⁷⁰ So konstatiert Andrea Ossmann:

„Die Spiegelung brachte [...] mit sich, dass viele Bilder in den Mangas, die gerade durch ihre Asymmetrie, fehlende oder ungleichmäßige Panelaufteilung und dynamische Strichführung ihren Reiz erhalten, in gespiegelter Form viel von ihrer Aussagekraft einbüßten, so dass bald viele Leser gegen die Spiegelung protestierten und auf eine möglichst originalgetreue Reproduktion der japanischen Comics bestanden.“⁷¹

Der Schwarz/Weiß-Druck hat den Vorteil, dass viele kunstvolle und detaillierte Zeichnungen mit Rasterfolien, Schattierungen und Ton-in-Ton-Abstufungen zustande kommen, während dagegen in westlichen Comics oft mit vollfarbigen Flächen und Grundfarben gearbeitet wird.⁷² Der Zeichenstil wird so vom Druck beeinflusst.⁷³ Darüber hinaus tragen japanische Soundwords und Schriftzeichen in Manga zur Exotik bei.⁷⁴

Da *Dragon Ball* durch solche Eigenschaften für *Carlsen* ein Hit und Dauerbrenner wurde,⁷⁵ zogen andere Verlage nach. Ab 1998 veröffentlichte der *Reiner Feest Verlag* Takeuchi Naokos *Sailor Moon*,⁷⁶ andere Verlage folgten. Fans wollten Manga nun möglichst „japanisch“ und die Verlage kamen diesem Wunsch nach.⁷⁷ Die drei größten Verlage begannen rasant, Lizenzen zu sammeln und kauften Titel, die bereits in anderen Ländern erfolgreich waren: *Carlsen* erwarb beispielsweise *One Piece*, *Naruto* und *Yu-Gi-Oh!*; *Ehapa* schaffte einen neuen Imprint namens *Egmont Manga & Anime* (EMA) und konnte sich *Oh! My Goddess*, *Gundam* und *Ranma ½* sichern; *Panini* kaufte für das hauseigene Label *Planet Manga* Titel wie *Hellsing*, *Berserk* und *Lone Wolf & Cub*. Die Verlage erlebten dadurch einen noch nie dagewesenen Boom.⁷⁸

Solch ein Vorgang wie in Deutschland grenzt sich vom Entstehen von Manga-Märkten in vielen anderen westlichen Ländern ab: Dort entstanden kleinere, spezialisierte Verlage für Manga.⁷⁹ Lediglich in Deutschland waren es zu Anfang vor allem die großen, schon etablierten Verlage, die die Chance sahen, den Manga-Markt selbst zu einem frühen Zeitpunkt zu dominieren.⁸⁰

Im deutschsprachigen Raum wurden Manga anders als in anderen westlichen Ländern jedoch nicht als Konkurrenz zu klassischen Comics angesehen, sondern vielmehr als neues Glied in der Geschichte ausländischer Einflüsse auf die Comic-Kultur und ein hybrides Genre, das einem ständigen Transformationsprozess unterbunden ist.⁸¹ Durch die gestiegerte Nachfrage und

⁶⁹ Vgl. Auer 2013: 30.

⁷⁰ Vgl. Auer 2013: 28.

⁷¹ Ossmann 2004: 30.

⁷² Vgl. Ossmann 2004: 32.

⁷³ Vgl. Ossmann 2004: 32.

⁷⁴ Vgl. Auer 2013: 33.

⁷⁵ Vgl. Malone 2013: 241.

⁷⁶ Vgl. Malone 2013: 241.

⁷⁷ Vgl. Malone 2013: 241.

⁷⁸ Vgl. Malone 2013: 241.

⁷⁹ Vgl. Malone 2013: 241.

⁸⁰ Vgl. Malone 2013: 241.

⁸¹ Vgl. Malone 2013: 242.

indem Manga langsam ihr Image verloren, dass sie insbesondere Gewalt und Sex thematisieren und sonst keinen Qualitätsanspruch erheben, waren Manga zunehmend in Bibliotheken und Sortimentsbuchhandlungen auffindbar.⁸²

Um noch mehr LeserInnen anzuziehen, publizierten Carlsen und Ehapa Manga-Magazine, die monatlich erschienen und – analog zu ihren japanischen Pendants – Fans neue Manga-Serien kapitelweise vorstellen sollten.⁸³ So veröffentlichte Carlsen das Shōnen-Magazin *Banzai!* (2001–2005) und das Shōjo-Magazin *Daisuki* (2003–2012),⁸⁴ in denen beispielsweise Manga wie *Naruto* und *Fruits Basket* präsentiert wurden,⁸⁵ sowie Ehapa den Titel *Manga Twister* (2003–2006) und zuvor *Feest/Ehapa* das Magazin *Manga Power* (1996–1997; 2002–2003).⁸⁶ Solche Magazine dienten auch dazu, heimische Nachwuchstalente zu fördern,⁸⁷ jedoch wurden sie schließlich eingestellt, da wie in anderen westlichen Ländern die Leserschaft nicht groß genug war.⁸⁸

Deutschland sowie seine deutschsprachigen Nachbarn waren bisher stets Importeure und keine Exporteure oder Produzenten der Comic-Kultur – es war den deutschen Verlagen aber nicht entgangen, auch aufgrund solcher Magazine, dass es durch Manga weltweit eine produktive und aktive Fan-Kultur gab.⁸⁹

Mangaka aus DACH: Von RezipientInnen zu ProduzentInnen

Während *Akira* hauptsächlich bereits eingeweihte Comic-Leser ansprach,⁹⁰ erschloss sich durch die Popularität neuerer Manga ein vorher unbeachteter Leserkreis in der deutschsprachigen Comicszene: Frauen.⁹¹ So waren bis zum Jahr 2006 rund 60 Prozent der Manga-LeserInnen weiblich.⁹² Und diese Manga-LeserInnen wurden schließlich zu KünstlerInnen. In den USA gab es bereits Fans, die sich von RezipientInnen zu ProduzentInnen entwickelten, da sie sich mit den Manga-Figuren identifizieren können und der eher einfache Stil von Manga dazu einlädt, dass sich LeserInnen selbst das Zeichnen beibringen.⁹³ Hierfür erschienen Manga-*how-to*-Bücher, mit denen man lernen kann, Manga zu zeichnen – zuerst in Japan, später auch im Westen.⁹⁴ In Japan gibt es schon lange Zeit eine Dōjinshi- (Fanzine-) oder Fan-Comic-Kultur, in der Fans ihre Lieblingsmanga imitieren oder originelle Werke kreieren und verkaufen.⁹⁵

Wie im Jahr 2003 durch eine Umfrage in dem Fan-Magazin *MangasZene* deutlich wurde, zeichneten auch im deutschsprachigen Raum zwei Drittel der Manga-LeserInnen selbst Manga.⁹⁶

⁸² Vgl. Auer 2013: 32.

⁸³ Vgl. Malone 2013: 242.

⁸⁴ Als Shōjo werden Manga bezeichnet, die für junge Frauen konzipiert sind, während Shōnen an ein junges, männliches Publikum gerichtet sind.

⁸⁵ Vgl. Carlsen Manga! 2021: o.S.

⁸⁶ Vgl. Malone 2013: 242.

⁸⁷ Vgl. von Töme 2016: o.S.

⁸⁸ Vgl. Malone 2013: 242; Knümann 2006: o.S.

⁸⁹ Vgl. Malone 2013: 242.

⁹⁰ Vgl. Malone 2013: 238.

⁹¹ Vgl. Malone 2013: 234, 240.

⁹² Vgl. Knümann 2006: o.S.

⁹³ Vgl. Malone 2013: 242.

⁹⁴ Vgl. Malone 2013: 242.

⁹⁵ Vgl. Malone 2013: 242.

⁹⁶ Vgl. Malone 2013: 243. Nach einer Auswertung aus dem Jahr 2012 waren immer noch fast 60 Prozent der Fans selbst als ZeichnerInnen aktiv, vgl. Mertens 2012a: 54.

Deutschsprachige Anime- und Manga-Vereine veranstalteten zusammen mit Verlagen Wettbewerbe für zielstrebige Manga-KünstlerInnen („Mangaka“⁹⁷) und veröffentlichten die ausgewählten Werke in Anthologien.⁹⁸ Analog zu Japan war das Anwerben deutschsprachiger ZeichnerInnen das Ziel deutscher Verlage, um diese zu fördern und deutsche Eigenproduktionen publizieren zu können.⁹⁹ Von 2002 bis 2007 veröffentlichte Carlsen die Reihe *Manga-Talente* und bei EMA erschien von 2003 bis 2006 *Shinkan Special*.¹⁰⁰

Der erste deutsche Manga stammt von Jürgen Seebeck im Jahr 2001, der zusammen mit seiner Frau Junko Iwamoto-Seebeck *Akira* und *Dragon Ball* übersetzte und dann selbst das Zeichnen begann – *Bloody Circus* wurde in zwei Bänden in der Reihe *Carlsen Manga* veröffentlicht.¹⁰¹ Da sich der Zeichenstil allerdings als recht europäisch erwies, akzeptierte das deutschsprachige Publikum diesen Manga nicht, auch wenn in den Bildern viele japanische Elemente vorkommen.¹⁰² 2001 erschien auch Robert Labs' *Dragic Master* bei Carlsen, der besser angenommen wurde, da er an Shōnen-Manga angelehnt ist und Labs den Stil berühmter Manga-ZeichnerInnen gut nachahmen konnte.¹⁰³ Er kreierte daraufhin den Manga *Crewman 3*. Sein Stil wurde zunächst von *Dragon Ball* und *One Piece* beeinflusst, später zeichnete Labs mehr im amerikanischen Stil.¹⁰⁴ Er gilt aber trotzdem als Manga-Star der ersten Stunde.¹⁰⁵ Doch die ersten Mangaka im deutschsprachigen Raum hatten es grundsätzlich schwer – so auch Stefan Voß und Sascha Nils Marx, deren 2002 erschienener Manga *Naglayas Herz* (EMA) negative Rezensionen in der Fachpresse erhielt.¹⁰⁶

Das Scheitern solcher Versuche zeigt, dass es damals unmöglich schien, einen Manga auf westliche Weise herzustellen.¹⁰⁷ Während japanische Mangaka AssistentInnen haben, um Deadlines einzuhalten, mussten deutschsprachige KünstlerInnen alleine arbeiten und Bände wurden häufig zeitlich verschoben, wodurch es schwierig war, ein Publikum zu gewinnen.¹⁰⁸ Es musste eine andere Strategie her.

Da, wie bereits erwähnt, Manga bei Mädchen und jungen Frauen sehr beliebt waren, haben die deutschen Verlage Mangaka in diesem Publikum rekrutiert, da Shōjo-Manga auch einen leichteren Gewinn versprachen.¹⁰⁹ Das war vor allem der Anime-Serie *Sailor Moon* zu verdanken, die ab 1998 auf RTL II ausgestrahlt wurde.¹¹⁰ So stellt Kristina Auer fest:

„Aufgrund der engen Verknüpfung von Anime und Manga stellt *Sailor Moon* überdies den Auslöser für den Manga-Boom unter weiblichen Lesern dar [...]. Besonders der spätere Siegeszug des sogenannten *shojo*-Manga auf dem deutschen Comic-Markt wurde durch die spezifische Ästhetik und genretypische

⁹⁷ Als „Mangaka“ werden Menschen bezeichnet, die Manga machen, wobei zwischen AutorInnen und ZeichnerInnen nicht unterschieden wird, vgl. Mertens 2012b: 81.

⁹⁸ Vgl. Malone 2013: 243.

⁹⁹ Vgl. Malone 2013: 243.

¹⁰⁰ Vgl. Malone 2013: 243.

¹⁰¹ Vgl. Malone 2013: 243.

¹⁰² Vgl. Malone 2013: 243.

¹⁰³ Vgl. Malone 2013: 243.

¹⁰⁴ Vgl. Malone 2013: 244.

¹⁰⁵ Vgl. Malone 2013: 244.

¹⁰⁶ Vgl. Malone 2013: 244.

¹⁰⁷ Vgl. Malone 2013: 244.

¹⁰⁸ Vgl. Malone 2013: 244.

¹⁰⁹ Vgl. Malone 2013: 245.

¹¹⁰ Vgl. Auer 2013: 31.

Geschichte jener Serie vorbereitet. So erweiterten durch den großen Erfolg von 'Sailor Moon' immer mehr Comic-Verlage ihr Programm um Titel für ein junges weibliches Publikum.¹¹¹

Martina Peters, eine der bekanntesten deutschsprachigen Mangaka, kam mit Manga auch erst durch solche Anime in Berührung: „Mein Initialerlebnis waren ‚Ghost in the Shell‘ und ‚Sailor Moon‘, die ich als Anime gesehen habe und erst dann den Manga dazu entdeckte“,¹¹² so Peters. Im Jahr 2003 erschien bei Carlsen schließlich der erfolgreiche Manga *Prussian Blue* von der Künstlerin Christina Plaka, der von einer Rockband handelt. Ab 2004 wird positiv über deutschsprachige Manga in der Comic-Fachpresse geschrieben und Manga werden als fester Bestandteil deutschsprachiger Comic-Kultur und als keine Modeerscheinung mehr angesehen.¹¹³ So hatte das Magazin *Comixene* 2004 einen zehnseitigen Bericht über Manga aus Deutschland publiziert.¹¹⁴

Carlsen veröffentlichte daraufhin im Jahr 2004 *Dystopia: Love at Last Sight* von Judith Park – 2005 wurde der Manga mit dem Sondermann-Publikumspreis der Frankfurter Buchmesse ausgezeichnet.¹¹⁵ Weitere Manga von Park folgten: *Ysquare* (2005), *Ysquare Plus* (2007) und *Luxus* (2007). Die Laufbahn von Park und Plaka wurde fast musterhaft für die Karrieren nachfolgender deutschsprachiger Mangaka.¹¹⁶

Gina Wetzel gewann 2003 den zweiten Platz des Manga-Wettbewerbs der Connichi und ihr Manga *Orcus Star* erschien 2005 bei EMA, der eine recht düstere Thematik aufweist, da die Protagonistin in der Hölle landet.¹¹⁷ Alexandra Völker nimmt in ihren Werken *Catwalk* (2006) und *Paris* (2008) den Gothic-Lolita-Trend auf und in ihren Manga lassen sich viele verschiedene Gender und Ethnizitäten wie androgynen HeldInnen finden.¹¹⁸ EMA veröffentlichte weitere deutschsprachige Talente wie DuO, Lenka Buschová, Diana Liesaus, Alexandra Völker und Viviane.¹¹⁹

Im Jahr 2004 war die Gründung einer deutschen Niederlassung des US-Verlags *Tokyopop* zu verzeichnen, der mit einigen lizenzierten Manga-Titeln an den Start gehen konnte wie *Death Note*, *Bleach* und *Sgt. Frog*.¹²⁰ Bereits im Jahr 2006 hatte *Tokyopop* in den USA 50 Prozent des Manga-Marktes inne.¹²¹ Der damalige Carlsen-Leiter Joachim Kaps war zu *Tokyopop Deutschland* gewechselt und hatte mehrere MitarbeiterInnen sowie die Künstlerin Christina Plaka mitgenommen.¹²² Die Neuauflage von *Prussian Blue* (dann *Yonen Buzz*) und dessen Fortsetzung wurden ab 2005 bei *Tokyopop* veröffentlicht¹²³ sowie auch in Frankreich und in den USA.¹²⁴ *Tokyopop* war grundsätzlich einer der Verlage, der schon früh Manga mit deutschsprachigen

¹¹¹ Auer 2013: 31–32. Wobei viele Frauen auch Serien ansahen, die auf ein männliches Publikum zugeschnitten sind, etwa *Pokémon* und *Naruto*, vgl. Mertens 2012a: 39.

¹¹² Peters zitiert nach von Törne 2016: o.S.

¹¹³ Vgl. Malone 2013: 245.

¹¹⁴ Vgl. Dolle-Weinkauf 2010: 94.

¹¹⁵ Vgl. Malone 2013: 246.

¹¹⁶ Vgl. Malone 2013: 246.

¹¹⁷ Vgl. Malone 2013: 246.

¹¹⁸ Vgl. Malone 2013: 246–247.

¹¹⁹ Vgl. Mertens 2012b: 58.

¹²⁰ Vgl. Malone 2013: 247.

¹²¹ Vgl. Knümann 2006: o.S.

¹²² Vgl. Malone 2013: 247.

¹²³ Vgl. Malone 2013: 247.

¹²⁴ Vgl. Knümann 2006: o.S.

Titeln auf den Markt brachte.¹²⁵

Ab da an waren es drei große Verlage, die deutsche Mangaka und vor allem Frauen förderten: *Carlsen*, *EMA* und *Tokyopop*.¹²⁶ Der Comic-Forscher Paul M. Malone vermutet: „Gemeinsam veröffentlichten diese Verlage im ersten Jahrzehnt dieses Jahrhunderts vermutlich mehr Werke weiblicher deutschsprachiger Comic-Zeichnerinnen als im ganzen 20. Jahrhundert.“¹²⁷

Im Jahr 2005 brachte der Manga-Verkauf in Deutschland einen Bruttoumsatz von fast 70 Millionen Euro¹²⁸ und der Manga-Markt erzielte ein Wachstum von 6,9 Prozent.¹²⁹ Er lag „damit im Vergleich zu dem Wachstum des gesamten deutschen Buchmarktes deutlich über diesem, da er nicht einmal um ein Prozent gewachsen ist“,¹³⁰ so der Journalist Bastian Knümann damals. Aber Manga verdrängen auch andere Comics. In Deutschland lag im Jahr 2006 der Anteil von Manga am gesamten Comic-Umsatz bei ca. 75 Prozent,¹³¹ im selben Jahr wird die Größe der Manga-Szene in Deutschland durch eine *Tokyopop*-Studie auf 2.452.601 Mitglieder beifert.¹³²

Im September 2006 themisierte sogar die Titelgeschichte des *Kulturspiegel* das Phänomen, dass die Mehrheit der deutschsprachigen Mangaka aus jungen Frauen besteht.¹³³ Während der *Kulturspiegel* vier Jahre vorher Manga noch als obszön ansah, hat hier ein eindeutiger Wandel stattgefunden, da er nun deutsche Eigenproduktionen von Frauen als wertiger einschätzte als ihre japanischen Vorbilder.¹³⁴ Allerdings erschienen auch Manga von männlichen Künstlern im deutschsprachigen Raum wie *Go Kids* (2007) von Zhe Zhang bei *Carlsen* und von dem Team *Pink Psycho* (Heath und Nheira) *In the End* (2006) bei *Tokyopop*.¹³⁵

Nach *Dragon Ball* mussten sich deutschsprachige Mangaka zunächst an der japanischen Leitkultur orientieren und es musste eine Reihe von Normen eingehalten werden, um den LeserInnen entgegenzukommen und diesen ‚echte japanische‘ Manga bieten zu können:¹³⁶ Namen, die japanisch klingen, asiatisch wirkende Kulissen sowie feste Regeln für Bildmetaphern und Lautmalerei.¹³⁷ Während der zweiten Welle deutschsprachiger Manga, die mehr aus weiblichen KünstlerInnen bestand, fanden die Mangaka allerdings Wege, diese Maßstäbe lockerer zu interpretieren.¹³⁸ Man konnte unterschiedliche kulturelle Anmutungen vermischen, ohne Leser abzuschrecken; es gab zum Beispiel politische Themen oder auch Sport-Manga.¹³⁹ Da um die Jahrtausendwende die Fernsehsender im deutschsprachigen Raum immer mehr Jugendliche statt Kinder ansprechen wollten, wurden Anime wie *Golden Boy* und *Visions of Escaflowne* auf MTV und VIVA ungeschnitten ausgestrahlt.¹⁴⁰ Erwachsenere Themen fanden so auch ihren Weg in Manga.

¹²⁵ Vgl. Dolle-Weinkauff 2010: 94.

¹²⁶ Vgl. Malone 2013: 247.

¹²⁷ Malone 2013: 247.

¹²⁸ Vgl. Knümann 2006: o.S.

¹²⁹ Vgl. Knümann 2006: o.S.

¹³⁰ Knümann 2006: o.S.

¹³¹ Vgl. Knümann 2006: o.S.

¹³² Vgl. Auer 2013: 40.

¹³³ Vgl. Malone 2013: 247.

¹³⁴ Vgl. Dolle-Weinkauff 2010: 96.

¹³⁵ Vgl. Malone 2013: 248.

¹³⁶ Vgl. Malone 2013: 248.

¹³⁷ Vgl. Malone 2013: 248.

¹³⁸ Vgl. Malone 2013: 248.

¹³⁹ Vgl. Malone 2013: 248–249.

¹⁴⁰ Vgl. Treese 2006: 69.

Währenddessen wuchs die Nachfrage nach Shōnen-Ai-, Boys-Love- bzw. Yaoi-Manga – Genres, die sich hauptsächlich an Frauen richten und von Liebesbeziehungen zwischen Jungen oder Männern handeln.¹⁴¹ Im Jahr 2000 erscheint mit dem Manga ZETSUAI von Minami Ozaki der erste Boys-Love-Manga von Carlsen,¹⁴² allerdings stammt er von keinem deutschsprachigen Mangaka. 2005 veröffentlichte EMA den ersten deutschen Shōnen-Ai-Manga und zwar *Shanghai Passion* von Ying Zhou Cheng, der eine Liebesgeschichte zwischen einem aktiven (seme) chinesischen Mann und einem passiven (uke) Europäer thematisiert.¹⁴³

Seitdem sind weitere deutschsprachige Shōnen-Ai-Manga bei den drei großen Verlagen erschienen: Tokyopop feierte einen Erfolg mit *Stupid Story* (2008–2012) von Anna Hollmann, der 2008 den Sondermann-Comic-Preis der Frankfurter Buchmesse gewann und auch in Frankreich verlegt wurde.¹⁴⁴ Die größte Anzahl von Boys-Love-Reihen deutschsprachiger Manga-ZeichnerInnen erschien damals bei Carlsen, etwa Marika Pauls *Royal Lip Service* (2011–2015), Zofia Gartens *Killing Iago* (2009–2011) sowie Martina Peters' und Anne Delseits *Lilientod* (2009–2011).¹⁴⁵

Der Comic-Markt im deutschsprachigen Raum wurde in den Folgejahren weiterhin von Manga dominiert, allerdings fiel der Anteil der Manga am deutschen Markt im Jahr 2010 von 75 auf 60 Prozent.¹⁴⁶ Manche Verlage hatten vor allem deutsche Manga aufgegeben wie *Eidalon* oder *Droemer Knaur*.¹⁴⁷ Das Veröffentlichungstempo der Comic-Verlage wurde bei Manga langsamer und Manga-Programme kleiner, aber trotzdem blieben Verlage wie Carlsen, EMA und Tokyopop ihren KünstlerInnen treu.¹⁴⁸ Bis heute veröffentlichte zum Beispiel Carlsen die Werke vieler namhafter Mangaka wie Judith Park, Martina Peters, Christina Plaka, Inga Steinmetz, Oroken, Melanie Schober und Kamineo.¹⁴⁹

Der Aufschwung kam allerdings rasch wieder und der Einfluss von Manga im deutschsprachigen Raum ist deutlich spürbar, was man unter anderem an deren Bedeutung für den deutschen Buchmarkt während der Corona-Pandemie erkennen kann.

¹⁴¹ Vgl. Malone 2013: 249.

¹⁴² Vgl. Carlsen Manga! 2021: o.S.

¹⁴³ Vgl. Malone 2013: 250.

¹⁴⁴ Vgl. Malone 2013: 251.

¹⁴⁵ Vgl. Malone 2013: 251.

¹⁴⁶ Vgl. Malone 2013: 251.

¹⁴⁷ Vgl. Malone 2013: 251.

¹⁴⁸ Vgl. Malone 2013: 251.

¹⁴⁹ Vgl. Carlsen Manga! 2021: o.S.

Keine Krise in Sicht: Der heutige Manga-Markt

Als ich Andreas C. Knigge frage, ob er während seiner Zeit bei *Carlsen Comics* bereits absehen konnte, dass Manga eine so große kulturelle Bedeutung im deutschsprachigen Raum erlangen würden, scherzt er: „Ja, nicht nur im deutschsprachigen Raum, sondern das ist zu einer weltweiten neuen Jugendkultur geworden. Nein, ganz ehrlich, das war jenseits aller Vorstellungskraft damals.“¹⁵⁰ Hinsichtlich der heutigen Wahrnehmung von Manga im deutschsprachigen Raum im Vergleich zu den 1980er und 1990er Jahren konstatiert er:

„Damals war der Manga noch etwas weitgehend Exotisches, heute ist er Alltag. Und nicht nur das. Wenn man sich ansieht, dass selbst in Europas Comic-Hochburg Frankreich heute bereits die Hälfte des gesamten Comic-Umsatzes auf Mangas entfallen, dann erkennt man überhaupt erst die tatsächliche Dimension.“¹⁵¹

Ähnliches lässt sich auch im deutschsprachigen Raum feststellen – der Manga-Boom hält weiterhin an und ist größer denn je. Ein Blick auf die Zahlen und weitere Entwicklungen: Zunächst sind im deutschsprachigen Raum neue Verlage entstanden, die auf Manga spezialisiert sind. Nachdem Joachim Kaps zwölf Jahre bei *Tokyopop* tätig war, gründete er 2017 seinen eigenen Verlag – *altraverse*.¹⁵² Bereits im Jahr 2018 wurden von *altraverse* zweieinhalb Millionen Bücher verkauft und innerhalb von zwei Jahren wurde ein Umsatz von über sechs Millionen Euro erzielt.¹⁵³ Zum Erfolg verhalfen zu Anfang Lizenztitel wie *Meine Wiedergeburt als Schleim in einer anderen Welt* und *Goblin Slayer*, aber auch deutschsprachige Mangaka werden weiterhin gefördert – aktuell hat der Verlag rund 13 KünstlerInnen unter Vertrag.¹⁵⁴ Darunter sind Aljoscha Jelinek und Mareike Noske aka Blackii, die bei dem Verlag ihren Manga *Children of Grimm* 2024 debütieren werden.¹⁵⁵ „Wir wollen künftig eine bessere Lösung für die Produktion deutscher Themen finden“, so Kaps, „um dieses Fehlen von Magazinen zu ersetzen. Da geht es kurz gesagt darum, einen schnelleren Rhythmus bei Fortsetzungsgeschichten zu bekommen, damit es auch spannend bleibt.“¹⁵⁶ Ein weiteres Ziel sei es, die Zusammenarbeit mit anderen europäischen Manga-Verlagen zu stärken, um den ständig wachsenden Fangruppen gerecht zu werden und Trends im Auge zu behalten.¹⁵⁷ Zu den verlagseigenen Bestsellern Anfang 2024 gehören unter anderem *Solo Leveling*, [*Mein*Star*] und *Fullmetal Alchemist Ultra*.¹⁵⁸ Ebenfalls 2017 entstand das Label *Manga Cult* des Verlags *Cross Cult*.¹⁵⁹ Seinen Schwerpunkt – von seinen Anfängen bis heute – beschreibt der Verlag selbst folgendermaßen:

„Im Fokus stand die Veröffentlichung von hochwertigen Sammelausgaben beliebter und längst vergriffener Manga, langersehnten Fanlieblingen sowie von Manga, an die sich kein anderer so recht trauen wollte. [...] Mittlerweile haben

¹⁵⁰ Knigge 2024: o.S.

¹⁵¹ Knigge 2024: o.S.

¹⁵² Vgl. Heller 2024: o.S.

¹⁵³ Vgl. Heller 2024: o.S.

¹⁵⁴ Vgl. Heller 2024: o.S.

¹⁵⁵ Vgl. Jakubowski 2023: o.S.

¹⁵⁶ Kaps zitiert nach Heller 2024: o.S.

¹⁵⁷ Vgl. Heller 2024: o.S.

¹⁵⁸ Vgl. Sebastian 2024: o.S.

¹⁵⁹ Vgl. Cross Cult 2022: o.S.

wir unser Programm um zahlreiche Manga für jeden Geschmack erweitert.“¹⁶⁰

Zu beliebten Titeln des Verlags gehören unter anderem die Bestseller-Reihe *Demon Slayer – Kimetsu no Yaiba* und der Mystery-Hit *Die Tagebücher der Apothekerin*.¹⁶¹ Im August 2022 eröffnete das Unternehmen in Stuttgart den *Manga Cult Store* auf 100 qm im Milaneo-Einkaufszentrum und plant auch weitere Stores, in denen Fans nicht nur Merchandising-Artikel und Manga kaufen können, sondern auch Signierstunden mit Manga-Stars genießen.¹⁶² Aber auch Buchhandelsketten legen in diesem Bereich nach. So eröffnete Thalia ebenfalls 2022 einen Pop-up-Store in Offenbach mit Büchern ausschließlich aus dem Manga-Sortiment und anderem Merchandising wie Figuren.¹⁶³

Darüber hinaus wurde im Jahr 2012 das Label *KAZÉ Manga* gegründet, das sich in weniger als zehn Jahren zum zweitgrößten Manga-Verlag in Deutschland entwickelte.¹⁶⁴ Titel wie der Volleyball-Manga *Haikyu!!* und die Dark-Fantasy-Serie *Jujutsu Kaisen*, die im Jahr 2021 die erfolgreichste Manga-Serie auf dem deutschen Markt war, trugen zu dem Erfolg maßgeblich bei.¹⁶⁵ Auch *Tokyo Ghoul*, der eigentlich seit 2019 abgeschlossen ist und zwischen 2015 und 2017 der meistverkaufte Manga in Deutschland war, weist immer noch beachtliche Verkaufszahlen auf.¹⁶⁶ Zu neueren Titeln des Verlags gehören der Fußball-Manga *Blue Lock* und der Comedy-Manga *Spy x Family*, zu denen ab 2022 Anime-Umsetzungen erschienen, sowie der Boys-Love-Manga *My Pretty Policeman*.¹⁶⁷ Seit 2022 werden *KAZÉ Manga* und weitere *KAZÉ*-Marken (*KAZÉ Anime* und *KAZÉ Games*) unter der Marke *Crunchyroll* weitergeführt.¹⁶⁸ „Anime und Manga gehören zusammen“,¹⁶⁹ so *Crunchyroll*-Präsident Rahul Purini über die Entwicklung. „Angesichts von fast 30 fantastischen Jahren *KAZÉ* in Frankreich und 12 ebenso fantastischen Jahren in Deutschland sind wir begeistert, Crunchyrolls Manga- und Home-Entertainment-Geschäft jetzt auf die nächste Ebene zu bringen.“¹⁷⁰

Ende des Jahres 2021 ließ sich folgende Markt-Verteilung unter den deutschsprachigen Manga-Verlagen feststellen:

1. *Carlsen Manga! / Hayabusa*: 37,4 %
2. *KAZÉ Manga*: 16,7 %
3. *Tokyopop*: 13,2 %
4. *Egmont Manga*: 11,9 %
5. *altraverse*: 10,7 %
6. *Manga Cult*: 7,3 %
7. *Panini Manga*: 2,0 %
8. *Andere Verlage*: 0,8 %¹⁷¹

¹⁶⁰ Cross Cult 2022: o.S.

¹⁶¹ Vgl. Cross Cult 2022: o.S.

¹⁶² Vgl. Buchreport 2023: o.S.

¹⁶³ Vgl. Lutz 2022: o.S.

¹⁶⁴ Vgl. Börsenblatt 2022a: o.S.

¹⁶⁵ Vgl. Börsenblatt 2022a: o.S.

¹⁶⁶ Vgl. Börsenblatt 2022a: o.S.

¹⁶⁷ Vgl. Börsenblatt 2022a: o.S.

¹⁶⁸ Vgl. Börsenblatt 2022b: o.S.

¹⁶⁹ Purini zitiert nach Börsenblatt 2022b: o.S.

¹⁷⁰ Purini zitiert nach Börsenblatt 2022b: o.S.

¹⁷¹ Vgl. Manga Passion/Maximilian 2022a: o.S.

Carlsen Manga! gibt an, dass der Verlag von seinen Anfängen bis zum Jahr 2021 insgesamt ca. 60 Millionen Manga druckte.¹⁷² Und jedes Jahr werden mehr Manga veröffentlicht. Dem Börsenverein des Deutschen Buchhandels zufolge wurden zum Beispiel im Jahr 2017 bei Manga 945 Neuerscheinungen verzeichnet, im Jahr 2021 waren es bereits 1185¹⁷³ und im Jahr 2022 schon 1390 Titel.¹⁷⁴ Nach dem Buchreport hatte der Manga-Umsatz in Deutschland im Jahr 2021 gegenüber 2020 um 75 Prozent zugelegt, trotz Corona-Pandemie.¹⁷⁵

Die ersten Jahre der Pandemie waren für die Buchbranche und Verlage grundsätzlich schwierig – außer für den Bereich der Belletristik, was den Manga zu verdanken ist, da diese zu diesem Bereich dazugezählt werden.¹⁷⁶ Manga gehören als Comics dem Bereich der Belletristik an und nicht zum Beispiel dem Kinder- oder Jugendbuch, was vermutlich den vielen unterschiedlichen Manga-Genres und Themen geschuldet ist, die sich von pornografischen Inhalten bis Kindermärchen erstrecken.¹⁷⁷ „Laut einem Bericht des ‚Buchreport‘ ist es vor allem der andauernden großen Nachfrage nach Manga-Comics zu verdanken, dass die Belletristik als einzige Warengruppe im Jahr 2022 bei Absatz und Umsatz über dem Vorjahr liegt, trotz Krise“,¹⁷⁸ fasst die Journalistin Christiane Lutz in diesem Kontext zusammen. *KAZÉ Manga* (jetzt *Crunchyroll*) konnte seinen Umsatz im Jahr 2021 im Vergleich zum Rekordjahr 2020 sogar mehr als verdoppeln.¹⁷⁹ In Deutschland sind inzwischen zwei von drei verkauften Comics Manga¹⁸⁰ und sie sind die drittgrößte Kategorie innerhalb der Belletristik im Buchhandel, direkt nach erzählender Literatur und Spannungsliteratur.¹⁸¹

Auch auf Messen und Conventions lassen sich Rekorde verzeichnen. Auf der Manga- und Anime-Convention DoKomi in Düsseldorf im Jahr 2022 kam eine Rekordzahl von 75000 Besuchern zusammen.¹⁸² Auf der Leipziger Buchmesse im Jahr 2023 fand parallel die Manga-Comic-Con statt, größer als je zuvor.¹⁸³ Anime tragen dabei weiterhin zum Erfolg der Manga bei. So gehörte die bereits angesprochene Dark-Fantasy-Reihe *Jujutsu Kaisen* 2022 zu den erfolgreichsten Serien bei *KAZÉ Manga* (jetzt *Crunchyroll*), was auch dem Anime zu verdanken ist.¹⁸⁴ Zwischen Anime und Manga gibt es also weiterhin eine Wechselwirkung und man kann die Medien nicht getrennt voneinander betrachten. Das Gleiche gilt inzwischen vermehrt für Videospiele, durch die auch viele Fans mit Manga in Berührung kommen.

Neben Lizenztiteln aus Japan veröffentlichen die deutschen Verlage auch weiterhin deutschsprachige KünstlerInnen. So konstatiert Kai-Steffen Schwarz, Programmchef bei *Carlsen Manga!*:

„Qualitativ stehen die deutschen Arbeiten den japanischen quasi in nichts nach.“

¹⁷² Vgl. *Carlsen Manga!* 2021: o.S.

¹⁷³ Vgl. Lutz 2022: o.S.

¹⁷⁴ Vgl. Jakubowski 2023: o.S.

¹⁷⁵ Vgl. Lutz 2022: o.S.

¹⁷⁶ Vgl. Lutz 2022: o.S.

¹⁷⁷ Vgl. Lutz 2022: o.S.

¹⁷⁸ Lutz 2022: o.S.

¹⁷⁹ Vgl. Börsenblatt 2022a: o.S.

¹⁸⁰ Vgl. Jakubowski 2023: o.S.

¹⁸¹ Vgl. von Törne 2023: o.S.

¹⁸² Vgl. Lutz 2022: o.S.

¹⁸³ Vgl. Lutz 2022: o.S.

¹⁸⁴ Vgl. Lutz 2022: o.S.

Allerdings sind die Produktionsbedingungen andere als in Japan, wo die Manga mit Assistenten arbeiten und somit in kurzer Zeit viel mehr Seiten abliefern können.“¹⁸⁵

Bei *Egmont Manga* wurde unter anderem der deutschsprachige Fantasy-Comedy-Titel *Demon King Camio* (2015–2016) publiziert, der von dem Artist-Duo CHASM (Zeichnungen: Marika Herzog, Story: Michel Decomain) geschaffen wurde,¹⁸⁶ sowie der Boys-Love-Band *Dreizehn* (2014) von Mangaka de.zibel.¹⁸⁷ *Carlsen Manga!* hat auch einige Werke deutschsprachiger KünstlerInnen im Programm, darunter *Schattenarie* von Zofia Garden und Anne Delseit (*Encore Edition* 2023), *Lupus in Fabula* (2016–2017) von Kamineo, *Das Liberi-Projekt* (2016–2019) von Tamasaburo, *Personal Paradise – Brave Brother* (2017–2022) von Melanie Schöber, *Schneeballen: Verliebt in Japan!* (2017) von Inga Steinmetz oder auch *GoForIt* (2015–2016) von der erfahrenen Mangaka Christina Plaka.¹⁸⁸

Im Jahr 2016 gründete Christina Plaka zudem die erste traditionelle Manga-Zeichenschule namens *i am mangaka!* in Offenbach am Main und lehrte über 250 Schülern bereits das Manga-Zeichnen.¹⁸⁹ Für Hundeliebhaber veröffentlichte *Carlsen Manga!* 2023 den deutschsprachigen Manga *Baddog und Goodboy* von Olschi,¹⁹⁰ der seinem Stil zufolge auch *Batman*-Fans ansprechen könnte. Die Künstlerin gab zuvor bereits *Another Me* im Eigenverlag heraus.¹⁹¹

Bei *Tokyopop* sind vor allem drei erfolgreiche Eigenproduktionen zu nennen: *Ermafrodito – Harlows Begehrten* (2019) von Esa Parr, der Boys-Love-Manga *Sternensammler* (2016–2018) von Sophie Schönhammer und Anna Backhausen sowie das Shōnen-Abenteuer *Goldfisch* (2016–2019) der bekannten Manga-Zeichnerin Nana Yaa.¹⁹² Nana Yaa konnte sich bereits eine Fanbase aufbauen, indem sie Dojinshi-Selbstpublikationen und Werke bei *Delfinium Prints* und *Neon Comics* veröffentlichte.¹⁹³ Da Esa Parrs Werk so erfolgreich war, wurde es auch bei *Tokyopop* in den USA veröffentlicht.¹⁹⁴ Darüber hinaus holte sich der Verlag die Zeichnerin Ban Zarbo aus der Schweiz ins Boot; ihr Manga *Kamo – Pakt mit der Geisterwelt* erschien von 2017 bis 2019.¹⁹⁵

Aber auch Verlage, die nicht auf Manga spezialisiert sind, veröffentlichen solche. So hat der *Hinstorff*-Verlag nur einige Manga im Programm und führte erst 2015 einen Graphic-Novel-Bereich ein.¹⁹⁶ Dennoch erschien hier die Historie-Trilogie *Im Eisland* (2015–2016) der Mangaka Kristina Gehrmann.¹⁹⁷ Der *Cursed*-Verlag, der einen Schwerpunkt auf homosexuelle Literatur aufweist, veröffentlichte den Boys-Love-Manga *TEN* (2013–2016) von Martina Peters, der schließlich auch vom Verlag *MxM Bookmark* in Frankreich lizenziert wurde.¹⁹⁸ Martina Peters beschränkt sich allerdings nicht nur auf die eigene Kunst, sondern verfasst auch Manga-

¹⁸⁵ Schwarz zitiert nach Jakubowski 2023: o.S.

¹⁸⁶ Vgl. Suchan 2016a: o.S.

¹⁸⁷ Vgl. Suchan 2017: o.S.

¹⁸⁸ Vgl. Suchan 2016a: o.S.

¹⁸⁹ Vgl. Plaka 2024: o.S.

¹⁹⁰ Vgl. Manga Passion/Maximilian 2022b: o.S.

¹⁹¹ Vgl. Manga Passion/Maximilian 2022b: o.S.

¹⁹² Vgl. Suchan 2016a: o.S.

¹⁹³ Vgl. Suchan 2016a: o.S.

¹⁹⁴ Vgl. Tokyopop 2020: o.S.

¹⁹⁵ Vgl. Suchan 2016a: o.S.

¹⁹⁶ Vgl. Suchan 2016a: o.S.

¹⁹⁷ Vgl. Suchan 2016a: o.S.

¹⁹⁸ Vgl. Suchan 2016a: o.S.

how-to-Bücher. So erschienen 2016 *Manga einfach zeichnen Band 1: So fängst du an* und *Manga Einfach zeichnen Band 2: Kolorieren* beim EMF-Verlag, mit denen man Manga-Zeichnen lernen kann.¹⁹⁹

Der Independent-Verlag *Schwarzer Turm* kann die Mangaka Sabrina Schmatz sein Eigen nennen und veröffentlichte ihre Nachkriegszeitromanze *München 1945* ab dem Jahr 2016.²⁰⁰ Aber auch Manga von Kami und Julia Schlax gehören zum Programm von *Schwarzer Turm*, etwa Schlax' *Memento Mori – A Circus Tale* aus dem Jahr 2023. Schlax veröffentlichte bereits 2008 eine Geschichte in dem von *Egmont Manga* herausgegebenen Band *Subway to Sally – Storybook*, in dem deutschsprachige ZeichnerInnen kurze Manga zu Lyrics der Band *Subway to Sally* umsetzten.²⁰¹ Im Jahr 2015 wurde der Verlag *Krankenkuss* gegründet und feierte ein Jahr später auf der Frankfurter Buchmesse sein Debüt mit dem Artbook *Shinkai Kisus – Play with me in kinky waters*, das Beiträge von verschiedenen ZeichnerInnen enthält.²⁰² Zu deutschsprachigen Eigenproduktionen gehören bei dem Verlag die Manga *Captive Black* (2016) der Österreicherin Mina Wu und der Boys-Love-Titel *Dreamcandy* (2016) von Tesla.²⁰³

Abschließend seien die Verlage *Delfinium Prints* und *Zwerchfell* zu erwähnen. Bei Ersterem erschienen unter anderem die Printversion von David Fülekis Fantasy-Action-Story *Allani Persephone* (2016) und Marcel „Hugi“ Hugenschütt's *Elefantenfriedhof* (2013–2018).²⁰⁴ Der Verlag *Zwerchfell* konnte dagegen die Mangaka Asja Wiegand für sich gewinnen und publizierte *Sterne Sehen* ab 2016.²⁰⁵

Viele dieser Werke lassen sich auf den integrierten Künstleralleen von bekannten Manga- und Anime-Conventions finden wie der Manga-Comic-Con/Leipziger Buchmesse, Connichi und DoKomi.²⁰⁶ Es lässt sich allerdings beobachten, dass deutschsprachige Manga hauptsächlich im Eigenverlag publiziert und von den KünstlerInnen vor Ort bei solchen Veranstaltungen verkauft werden, da es bei Verlagen nicht viele Plätze für Veröffentlichungen von Manga-Eigenproduktionen gibt.²⁰⁷ „Trotz allen Hypes stehen wir in Deutschland immer noch am Anfang“,²⁰⁸ so Joachim Kaps. „Wir kommen gerade erst an den Punkt, dass einige Themen am sogenannten Mainstream kratzen. Das war in Japan schon vor einigen Jahrzehnten der Fall.“²⁰⁹

Im deutschsprachigen Raum gehören weiterhin Lizenztitel aus Japan zu den Bestsellern, etwa *Naruto*, *Spy x Family* oder *One Piece*.²¹⁰ Insgesamt lässt sich der Comic-Markt in Deutschland nicht mit dem in Ländern, die eine größere Comic-Tradition aufweisen, vergleichen. Der japanische Manga-Markt erreichte 2022 Umsätze von knapp fünf Milliarden Euro, was bedeutet, dass allein die Comics in Japan einen Umsatz erzielten, der ca. der Hälfte des Gesamtumsatzes der deutschen Buchbranche entspricht.²¹¹ Häufig angebracht wird der Vergleich, dass in Japan

¹⁹⁹ Vgl. Suchan 2016a: o.S.

²⁰⁰ Vgl. Suchan 2016a: o.S.

²⁰¹ Vgl. Manga Passion/Anne 2023: o.S.

²⁰² Vgl. Suchan 2016a: o.S.

²⁰³ Vgl. Suchan 2016a: o.S.

²⁰⁴ Vgl. Suchan 2016a: o.S.

²⁰⁵ Vgl. Suchan 2016a: o.S.

²⁰⁶ Vgl. Suchan 2016a: o.S.

²⁰⁷ Vgl. Suchan 2016a: o.S.

²⁰⁸ Kaps zitiert nach Jakubowski 2023: o.S.

²⁰⁹ Kaps zitiert nach Jakubowski 2023: o.S.

²¹⁰ Vgl. von Törne 2023: o.S.

²¹¹ Vgl. von Törne 2023: o.S.

angeblich mehr Papier für Manga verwendet wird als für die Herstellung von Toilettenpapier.²¹² Das liegt daran, dass Manga in Japan inzwischen den gleichen Stellenwert haben wie Filme und Romane.²¹³

Dennoch befindet sich der Manga-Markt hierzulande mit stetig ansteigenden Umsätzen im Wachstum. Manga sind schon lange kein Trend mehr, sondern längst im Mainstream angekommen. So konstatiert die Wissenschaftlerin Jacqueline Berndt, dass, während in der Vergangenheit von einer globalen „Disneyfizierung“ gesprochen wurde, ließe sich heute eine „Mangafizierung“ der Welt beobachten.²¹⁴ Bernd Dolle-Weinkauff macht eine ähnliche Beobachtung und kommt zu dem Schluss:

„Die Rezeption des Manga geht dabei mit einem der Amerika-Begeisterung der 50er Jahre durchaus vergleichbaren Boom japanischer Kultur einher. Was in den 50er Jahren Coca Cola, Jeans und Rock'n Roll bedeuteten, wird in der Gegenwart in gewisser Weise von Sushi, Cosplay und J-Pop repräsentiert.“²¹⁵

Über diese Publikation

Die vorliegende Publikation stellt eine ergänzende Betrachtung zu den am Comic-Salon 2024 stattfindenden Manga-Ausstellungen dar.

Zunächst soll ein näherer Blick auf die heutige Manga-Szene geworfen werden. Hierfür wurden Mangaka befragt, die Einblicke in Themenfelder wie Verlagsarbeit und Leserschaft, die Herausforderungen des deutschsprachigen Marktes sowie die Bedeutung der Digitalisierung und sozialer Medien geben. Darüber hinaus soll die Independent-Szene im deutschsprachigen Raum vorgestellt werden. Die Publikation abschließen werden Schlussbetrachtungen mit Zukunftsprognosen und Tipps von Mangaka für Mangaka, die eine Karriere als Manga-KünstlerInnen anstreben.

Das Ziel dieses Katalogs ist es, die nationalen Begebenheiten der deutschsprachigen Manga-Szene zu ergründen und Mangaka aus Deutschland, Österreich und der Schweiz sichtbar zu machen.

Dieses Buch ist Akira Toriyama (05.04.1955–01.03.2024), dem Schöpfer von *Dragon Ball*, gewidmet, der dieses Jahr verstarb. Danke, Toriyama-sensei, für all die Abenteuer, die Sie uns geschenkt haben, und den maßgeblichen Einfluss Ihrer Werke auf die deutschsprachige Manga-Kultur. Mögen es weitere 25 Jahre Manga-Boom werden.

²¹² Vgl. Knümann 2006: o.S.; Dolle-Weinkauff 2010: 85.

²¹³ Vgl. Treese 2006: 24.

²¹⁴ Vgl. Berndt 2008: 14.

²¹⁵ Vgl. Dolle-Weinkauff 2010: 90.

I. Teil: Einblicke in die heutige Manga-Szene mit Schwerpunkt auf Independent

Elsa-Margareta Venzmer

Inmitten der globalen Dominanz japanischer Manga hat sich die deutschsprachige Szene zu einem aufstrebenden Knotenpunkt kreativer Energie entwickelt. Trotz ihrer vergleichsweise geringen Größe hat sie eine leidenschaftliche Anhängerschaft gewonnen, die sowohl von traditionellen Verlagswerken als auch von Indie-Produktionen angezogen wird.

Angesichts der begrenzten Anzahl zeitgenössischer wissenschaftlicher Literatur zur deutschsprachigen Manga-Szene²¹⁶ beabsichtigt dieses Kapitel, eine aktuelle Betrachtung dieser Thematik vorzunehmen. Dazu wurden Manga-KünstlerInnen befragt, um Einblicke in verschiedene Aspekte wie Verlagsarbeit und Leserschaft, die spezifischen Herausforderungen des deutschsprachigen Marktes sowie die Rolle der Digitalisierung und sozialer Medien zu erhalten.²¹⁷ Zu diesen befragten Mangaka gehören Pushcart, RoseNose, Kandismon, LIAN, Esa Parr, Désirée Kunstmann alias nayght-tsuki, Julia Schlax, Kristina Gehrmann und Natalie Wormsbecher. Abschließend sollen diese KünstlerInnen detailliert vorgestellt werden. Das Kapitel einführen soll die Thematik, wie die Manga-Szene im deutschsprachigen Raum zu charakterisieren ist und wie Mangaka selbst diese erleben.

Die deutschsprachige Manga-Szene ist ein facettenreiches Gefüge, das von unterschiedlichen Perspektiven und Erfahrungen geprägt ist. Das Independent-Artist-Duo Pushcart hebt zunächst die Unterschiede zwischen Manga-Lesenden und -Zeichnenden hervor und führt aus:

„In der Hinsicht gibt es unseres Erachtens nach durchaus Unterschiede. Manga-Lesende gibt es extrem viele, aber die meisten von ihnen würden wir tendenziell den Großteil eher als ‚Konsumenten‘ betrachten, die speziell nach Lizenztiteln schauen, oft aktuellen Trends nachjagen, bis hin zu einem eher oberflächlichem, aber exzessivem Sammelwahn. Die meisten von ihnen lesen zwar Manga, aber interessieren sich wenig für das Mangamachen. Sie sind eher Teil der popkulturellen Bewegung um Manga, Anime, Cosplay und Japan an sich. Nur wenige finden den Weg zum Indie-Manga. Manga-Zeichnende hingegen gibt es in Deutschland auch viele, der Großteil ist weiblich und/oder gehört dem LGBTQ-Spektrum an.“

Die Mangaka im deutschsprachigen Raum seien nach Pushcart eher zersplittert und es gebe keinen regen Austausch wie in der klassischen Comic-Szene. Viele Manga-KünstlerInnen hätten auch aufgrund der hohen Arbeitslast kein Interesse daran, sich zum Beispiel durch gemeinsame Treffpunkte zu vernetzen, da dies zusätzliche Arbeit bedeuten würde. Die ältesten Mangaka in Deutschland seien erst Ende 30 oder Anfang 40, wodurch die Szene sehr jung ist.

²¹⁶ Die meisten wissenschaftlichen Publikationen über deutschsprachige Manga wurden bereits vor über zehn Jahren veröffentlicht.

²¹⁷ Mit den Mangaka dieses Kapitels wurden Leitfadeninterviews durchgeführt. Die Leitfadeninterviews wurden nach der Methode von Horst O. Mayer durchgeführt und ausgewertet, vgl. Mayer 2006: 36–56. Einige der befragten Mangaka stammen eher aus der Independent-Szene (Pushcart, RoseNose, Kandismon, LIAN, Désirée Kunstmann), andere haben sowohl bei Verlagen als auch im Eigenverlag veröffentlicht (Esa Parr, Julia Schlax, Kristina Gehrmann, Natalie Wormsbecher). Wenn manche Mangaka bei einigen Themen nicht zitiert werden, konnten sie zu der jeweiligen Thematik keine Auskunft geben.

Pushcart konstatieren:

„Auch ist zu beobachten, dass sich die Szene ihre eigenen Werke oft klein redet, obwohl sie auf absolut hohem Niveau arbeitet. Das mag vielleicht daran liegen, dass Manga seit seiner Ankunft in Deutschland von vielen Seiten belächelt wurde, deutsche Mangawerke immer mit den Toptiteln aus Japan verglichen werden, und wir zum Großteil weiblich sozialisiert wurden. Das Loben des eigenen Werks wird ungern gesehen und man überlässt es meistens anderen, dieses positiv zu bewerten.“

Im Gegensatz dazu beschreibt RoseNose den Indie-Bereich als angenehm, geprägt von gegenseitiger Wertschätzung und Unterstützung. Die Mangaka LIAN vereint beide Standpunkte und betont, wie sich die Szene im Laufe der Zeit entwickelt hat, von anfänglichen Herausforderungen zu einer Akzeptanz unter den KünstlerInnen:

„Als wir alle sehr jung waren und uns auf der Plattform animexx.de zu Anfangszeiten des Internets trafen, waren wir ein bunter Haufen Kinder und Teenager. Wir haben unsere Jugend zusammen im Internet und auf Conventions verbracht, manche sind beim Zeichnen geblieben, manche sind andere Wege gegangen. Wenn so viele Teenies auf einem Haufen sind, gibt es alle möglichen menschlichen Interaktionen, hässlich wie schön. Man hat eine Zeit lang der deutschen Szene hinterhergesagt, dass sie sehr toxisch wäre. Ich kann nur für die Zeichner sprechen, die ich in meinem Umfeld hatte und auch dort gab es alles. Aber je älter wir wurden und je mehr man merkte, dass wir alle koexistieren können, desto entspannter wurde die gesamte Szene. Mit 15 denkt man ja auch anders als mit 25 oder 35.“

Die aktuelle Manga-Szene erlebt LIAN als sehr bunt, unterstützend und als einen Ort der Akzeptanz. Esa Parr hat in der deutschsprachigen Manga-Szene die Erfahrung gemacht, dass sowohl andere Mangaka als auch LeserInnen, die sie getroffen hat, immer sehr freundliche und tolerante Menschen waren. Durch Online-Kontakte zu anderen KünstlerInnen seien Freundschaften entstanden, die Jahre anhielten. Auch Fans auf Conventions seien sehr respektvoll. Parr fügt hinzu:

„Zusätzlich bin ich ein riesiger Fan der Artist Alleys, ob groß oder klein. Online kann einem ein Künstler einfach verborgen bleiben und dann sieht man einen Stand in der Künstlerallee und fragt sich, wie man bisher ohne diesen Künstler leben konnte! Jede Convention ist für mich wie eine Abenteuerreise mit neuen Entdeckungen. Ich mag den direkten Kontakt zu Fans und Künstlern, weswegen Conventions für mich ein Zentrum der deutschen Manga-Szene sind. Ein Punkt, der mir immer in der Szene auffällt: Autoren, Leser, Gamer, Cosplayer, alle sind so leidenschaftlich in Bezug auf Manga/Comics, das ist wunderschön zu sehen.“

Désirée Kunstmann zufolge ist die deutschsprachige Manga-Szene vorwiegend weiblich, jung, divers und darüber hinaus sehr aufgeschlossen. Sie denkt, dass sich die meisten männlichen Fans eher mit Anime beschäftigen und in diesem Bereich bleiben, während weibliche Fans neben den Anime auch Manga lesen, selbst kreativ werden und auf Conventions unterwegs

seien: „Mit Manga gab es endlich auch Geschichten für weibliche Leser, etwas, was es in der Comiclandschaft zuvor kaum gab. Darum ist der weibliche Anteil glaube ich immer noch so hoch“, so Kunstmann.

Während Pushcart und LIAN Herausforderungen in der Manga-Szene beschreiben, heben RoseNose, Esa Parr und Désirée Kunstmann die offene und freundliche Atmosphäre hervor, die von Toleranz und Leidenschaft für Manga geprägt ist, insbesondere auf Conventions, die als Zentrum der Szene fungieren. Es gibt jedoch auch Stimmen wie die von Kandismon, Julia Schlax und Kristina Gehrmann, die weniger aktiv oder involviert in der Szene sind. Es gehen demnach nicht alle Mangaka auf Conventions oder tauschen sich im Internet mit anderen KünstlerInnen aus. Obwohl Natalie Wormsbecher ebenfalls nicht mehr stark in die deutschsprachige Manga-Szene involviert ist, beschreibt sie die Atmosphäre und die Gemeinschaft unter den Zeichnenden dennoch als familiär und das Gefühl des Wiedersehens auf Messen gleiche einem Klassentreffen.

Es lässt sich resümieren, dass nicht nur zu Manga-Anfangszeiten (vgl. Vorwort),²¹⁸ sondern auch in der heutigen Manga-Szene die meisten KünstlerInnen sowie LeserInnen im deutschsprachigen Raum eher jung und weiblich sind. Das wird auch von Kai-Steffen Schwarz, dem Programmchef bei *Carlsen Manga!*, in Bezug auf die Rezeption bestätigt. Ihm zufolge sind Manga-LeserInnen zwischen 13 und 40 Jahre alt.²¹⁹ Er fügt hinzu:

„Die Generation, die mit ‚Dragon Ball‘ und ‚Sailor Moon‘ aufgewachsen ist, ist zum Großteil weiter an Manga interessiert, sammelt immer noch Longseller wie ‚One Piece‘, interessiert sich aber auch für schöne Neuausgaben. Zugleich kommen die Kinder dieser Generation selbst ins Lese- und Kaufalter.“²²⁰

Hinsichtlich des Geschlechts gibt es einige Unterschiede zu Japan, da dort Manga-Fans eher männlich sind, weil Manga zunächst von Männern für Männer geschrieben wurden, was sich ab den 1960er Jahren allmählich änderte.²²¹ Jedoch wird davon ausgegangen, dass heutzutage in Japan trotz der bunten Szene weiterhin die meisten LeserInnen männlich sind (Stand 2012)²²², was mit den dortigen patriarchalischen Strukturen zusammenhängen kann.

Ich habe die ausgewählten KünstlerInnen zudem gefragt, ob sie neben Mangaka auch Cosplayer sind. Von den neun GesprächsteilnehmerInnen sagte nur eine, RoseNose, dass sie in der Vergangenheit kurze Zeit Cosplay machte. Das Ergebnis mag damit zusammenhängen, dass sowohl Manga-Zeichnen als auch Cosplay (durch zum Beispiel das Nähen von Kostümen) viel Zeit in Anspruch nehmen. So sagt Julia Schlax: „Ein Cosplayer bin ich nicht wirklich, aber ich habe definitiv ein Herz für Cosplays. Die Cosplay-Szene ist unglaublich kreativ und viele Cosplays sind mit sehr viel Herzblut gestaltet. So was finde ich unglaublich beeindruckend.“ Insgesamt zeigt sich die deutschsprachige Manga-Szene als dynamisches und vielfältiges Umfeld,²²³ das geprägt ist von kreativer Aktivität und sozialen Dynamiken, die vor allem auf Conventions und Messen stattfinden.

²¹⁸ Vgl. Malone 2013: 245.

²¹⁹ Vgl. Jakubowski 2023: o.S.

²²⁰ Schwarz zitiert nach Jakubowski 2023: o.S.

²²¹ Vgl. Mertens 2012a: 38.

²²² Vgl. Mertens 2012a: 38.

²²³ Neben Alter und Geschlecht kann man noch die Verortung erwähnen. Eva Mertens kam 2012 zu dem Ergebnis, dass die meisten Manga-Fans aus dem Ruhrgebiet und dem Rheinland kommen, vgl. Mertens 2012a: 43.

Die Befragung der Mangaka zu ihrer Wahrnehmung der Manga-Präsenz auf dem Internationalen Comic-Salon Erlangen und anderen Comic-Festivals sowie zur Bedeutung anderer Veranstaltungen (Messen/Conventions) für Mangaka im deutschsprachigen Raum zeigt ähnliche Perspektiven. Pushcart betonen, dass Manga bisher auf dem Comic-Salon Erlangen eher wenig repräsentiert waren und dass sich viele Manga-ZeichnerInnen stattdessen auf Manga-Conventions als wichtigen Vertriebs- und Austauschort konzentrieren. Sie fügen hinzu:

„Um Manga besser in den Salon zu integrieren, braucht es ein langfristiges Interesse, diesen mit einem guten Programm zu etablieren. Manga-Conventions an sich stellen für einige Mangazeichnende einen wichtigen Pfeiler des Vertriebs dar, um Lesende für ihre Werke zu finden und diese zu verkaufen. [...] Zusätzlich sind sie auch ein großartiger Ort des Austauschs, falls man das Glück haben sollte, mit anderen Manga-Zeichnenden auszustellen. Jedoch ist der Indie-Manga auch hier eher eine Randerscheinung, denn die meisten Conventions sind eher Popkultur-Veranstaltungen um Anime und Japan.“

RoseNose sieht die Messen und Conventions im deutschsprachigen Raum ebenfalls als wichtige Plattformen für Manga-KünstlerInnen, auch aus dem Independent-Bereich, um mit LeseInnen in Kontakt zu treten und sich mit anderen Mangaka auszutauschen. Sie dienten ebenfalls dazu, um mit Verlagen in Kontakt zu treten:

„In Deutschland haben wir inzwischen ein großes Angebot von Messen und Conventions und fast alle bieten auch eine Artist Alley, wo KünstlerInnen ausstellen können. Auch alle größeren Manga-Verlage sind gerade auf den größeren Veranstaltungen immer präsent und bieten auch oft die Möglichkeit für Mappensichtungen. [...] Über Messen verkaufe ich auch immer noch die meisten Bücher gegenüber Online.“

LIAN beschreibt, dass Manga manchmal auf Comic-Festivals weniger erwünscht sind, aber zum Beispiel Messen dennoch ein wichtiger Ort für den Austausch und die Vermarktung von Werken sind:

„Da ich leider noch nie auf dem Comic-Salon war, kann ich da leider wenig zu sagen. Von anderen Comic-Festivals weiß ich aber, dass wir mal mehr, mal weniger erwünscht sind. Das geht weniger von den Veranstaltern aus und mehr von gewissen Comiczeichnern und Ausstellenden. Leider sind wir vielen alten Hasen noch immer ein Dorn im Auge. Mit dem Aufkommen des MCU und den Avengers Filmen gab es in der Mangaszene eine breite Masse an Fans, die sich parallel auch für Comics interessiert haben. Wieso auch nicht? Man kann beides mögen, hauptsache es macht Spaß und holt einen für eine kurze Zeit aus dem Alltag. Mittlerweile sind es auch viel mehr Comic-Schaffende geworden, die eine Koexistenz sehen, aber es gibt wie gesagt leider noch immer viele Menschen, die auf uns herabblicken und sich selber, wieso auch immer, dadurch besser fühlen. Messen sind für jeden Mangazeichner anders wichtig. Ich habe mich sehr darauf konzentriert und viele andere auch, aber es gibt auch Zeichner, die man nur ein oder zweimal im Jahr antrifft [...]. Für Menschen wie mich sind sie existenziell.“

Esa Parr hebt im Zusammenhang mit Comic-Festivals hervor, dass Manga längst keine Randerscheinung mehr seien und sich einen festen Platz in der Comic-Welt erobert hätten. Kristina Gehrman hat ebenfalls den Eindruck, dass die Veranstaltungen immer eine gute Mischung und von allem etwas anbieten, wobei sich beide Mangaka nicht spezifisch auf den Comic-Salon beziehen. Désirée Kunstmann reflektiert dagegen die Herausforderungen, denen sich Manga-ZeichnerInnen auf Comic-Festivals stellen müssen, und betont, dass Manga immer noch nicht so ernst genommen werden wie andere Comic-Genres:

„Es kommen zwar auch Cosplayer auf den Comic-Salon, aber insgesamt fühlt man sich als Vertreter der Manga-Szene nicht so gut aufgehoben. Da ich aus Erlangen komme, gehe ich schon seit ich 10 Jahre alt war auf den Comic-Salon, und die Besucher waren schon immer eher Comiclesende Erwachsene, weswegen ich mich als junger Manga-Leser ziemlich fehl am Platz fühlte. Manga-Verlage, die vor Ort sind, haben meistens auch Comic-Inprints, auf die sie sich beim Comic-Salon konzentrieren, weil es sich anders nicht lohnt. Das ist auch in Ordnung so, denn der Comic-Salon ist für Comics da und Manga haben auch ihre eigenen Conventions. Allerdings kann man auch nicht darüber hinwegsehen, dass deutsche Manga-Zeichner sogar bei Ehrungen in der Vergangenheit eher belächelt wurden. Natürlich bleibt man als Manga-Leser und -Zeichner dann lieber auf den eigenen Veranstaltungen, wenn man bei Comic-Veranstaltungen nicht das Gefühl hat, ernst genommen zu werden.“

Sie führt weiter aus, dass die meisten Mangaka vermutlich nicht ernst genommen werden, da sie sehr jung sind. Zwar würden sich Manga und andere Comics immer weiter annähern, jedoch glaubt sie, dass es noch ein langer Weg sein wird, bis Manga auf Festivals wie dem Comic-Salon endgültig respektiert würden.

Insgesamt zeigen die Antworten der KünstlerInnen, dass Manga auf klassischen Comic-Festivals weniger repräsentiert sind und spezielle Manga-Messen und -Conventions eine größere Rolle für die deutschsprachige Manga-Szene spielen. Manche Mangaka wie Esa Parr und Kristina Gehrman sehen trotzdem eine gewisse Annäherung zwischen Manga und anderen Comics auf Comic-Festivals. Solch eine Annäherung könnte für Comic-Festivals den Vorteil haben, auch Manga-Fans und somit jüngere Menschen anzuziehen.

1. Stilistische Merkmale und Genres

Als Manga gerade erst den deutschsprachigen Markt eroberten, mussten deutschsprachige KünstlerInnen zunächst den Stil und Themen japanischer Manga nachahmen, um LeserInnen nicht abzuschrecken (vgl. Vorwort).²²⁴ In dieser Sektion soll der Frage nachgegangen werden, ob sich inzwischen ein eigenständiger Stil im deutschsprachigen Raum entwickelt hat und welche Manga-Genres sich hierzulande besonderer Beliebtheit erfreuen. Bedeutet der Begriff *Manga* doch, aus den sinojapanischen Zeichen *man* (zufällig, ziellos, zusammenhanglos, verschieden) und *ga* (malen, zeichnen) zusammengesetzt,²²⁵ frei übersetzt *Verschiedenes Zeichnen*.²²⁶ Und auch die japanische Kultur ist bekannt dafür, dass sie Fremdes übernimmt und

²²⁴ Vgl. Malone 2013: 248.

²²⁵ Vgl. Köhn 2016: 248.

²²⁶ Manchmal wird der Begriff *man* auch mit *witzig*, *komisch* oder *verzerrt* übersetzt, vgl. Treese 2006: 24.

damit ein neues, verändertes Produkt schafft.²²⁷ So wurden japanische Comics ursprünglich von europäischer und US-amerikanischer Kunst, insbesondere von Satire-Magazinen, geprägt.²²⁸ Die Manga-KünstlerInnen wurden gefragt, ob es bestimmte Themen oder Genres gibt, die besonders gut oder weniger gut von Manga-LeserInnen angenommen werden. Die Präferenzen der deutschsprachigen Leserschaft hinsichtlich bestimmter Themen und Genres werden von den befragten Mangaka vielfältig beschrieben. Pushcart betonen die Beliebtheit von Boys Love und Romance, insbesondere im Indie-Bereich, und bezeichnen die Genres als „Dauerbrenner“. Nach RoseNose konsumierte die breite Masse am meisten Shōnen-Titel wie *Demon Slayer* und *Jujutsu Kaisen*, aber auch Romance, Shōjo und Shōnen AI seien sehr beliebt. Sie bestätigt, dass es im Independent-Bereich einen Hype um Boys-Love-Manga gibt und führt aus:

„Allgemein queere Geschichten sind sehr stark vertreten im Indie-Bereich. Man findet zu jedem Genre (Fantasy, Alltag etc.) etwas, aber was mir sehr stark auffällt und was ich auch selbst sehr mag, ist, dass wir gerne queere Themen in unsere Geschichten einfließen lassen. Das zeigt mir immer wieder, dass unsere Szene sehr queer und bunt ist.“

Auch anderen befragten Mangaka fällt dieser Trend auf. Esa Parr bekräftigt die anhaltende Beliebtheit von Shōnen, Shōjo und Boys Love und bezeichnet die Genres als „All-Time-Classics“ auf dem deutschen Markt. Trotzdem sei der Markt „omnivor“ und es gebe auch Nischen-Titel. LIAN merkt an, dass sie nicht denselben Marktüberblick habe wie ein Verlag, aber trotzdem scheinen ihr Boys Love und Shōjo zu den Bestsellern zu gehören. Sie fügt hinzu, dass sich der Geschmack der LeserInnen auch mit dem Alter verändert:

„Man darf nicht vergessen, dass es unseren Beruf, so wie er existiert, hier nicht gab. Ich habe das Gefühl, dass wir noch immer auf der Suche nach ‚dem richtigen‘ sind und viele von uns nie zur Ruhe kommen. Die Welt verändert sich, das Internet verändert sich und wir müssen irgendwie mithalten. Viele KollegInnen fangen an, mehr mit ihrer Kunst zu wollen und etwas mit Bedeutung zu schaffen. Früher ging es in den Geschichten um klassische Themen, die man als Jugendlicher mochte oder die man nachgeahmt hat: Die erste Liebe in der Schule, jemand besonderes in einer neuen Welt zu sein, ein Magical Girl mit Superkräften zu sein und seine Freunde beschützen zu können oder was auch immer die verschiedenen Themen unserer Mangas waren. Jetzt lese ich viel von erwachsenen Beziehungen, mentale Gesundheit und Alltagssorgen werden in unseren Mangas verarbeitet, sowie die Suche nach sich selbst und anderen Themen, die mit dem Wissen einer erwachsenen Person nochmal anders erzählt werden können.“

Ähnliches kann Jonas Blaumann, Programmleiter von *Egmont Manga*, bestätigen:

„Ich glaube, dass die Leser einerseits immer älter werden. Manga-Leser sind meist sehr treu und hören nicht mit Anfang 20 auf. Die Programme aller deutschen Manga-Verlage haben sich in den letzten Jahren entsprechend verändert.“

²²⁷ Vgl. Treese 2006: 25–26.

²²⁸ Vgl. Treese 2006: 26, 29.

Es gibt viel mehr Titel für ältere Leser.“²²⁹

Désirée Kunstmann fällt ebenfalls auf, dass sich das Älterwerden der Szene auch in neueren Werken widerspiegelt und betont, dass langlaufende Shōnen-Titel und Boys Love besonders erfolgreich seien, wobei es ruhigere Slice-of-Life-Serien schwerer hätten. Auch Josei-Serien werden Kunstmann zufolge hierzulande als weniger präsent wahrgenommen. Kandismon, Julia Schlax und Kristina Gehrman können keine konkreten Informationen zu bevorzugten Genres liefern, während Natalie Wormsbecher bedauert, dass Science-Fiction auf dem deutschen Markt weniger erfolgreicher sein soll, da es eines ihrer Lieblingsgenres ist.

Insgesamt spiegeln die Antworten der KünstlerInnen eine breite Palette von Vorlieben wider, wobei Boys Love und Romance als besonders beliebt gelten, während Nischen-Genres wie Science-Fiction, Josei und Slice-of-Life-Serien möglicherweise vor Herausforderungen stehen. Die Vielfalt der deutschsprachigen Manga-Szene wird durch die Akzeptanz und Offenheit gegenüber queeren Themen unterstrichen. Es lässt sich aber auch ein Umbruch in den favorisierten Genres feststellen. 2008 stellte der Wissenschaftler Bernd Dolle-Weinkauff noch fest, dass die beliebtesten Manga-Genres bei LeserInnen Fantasy, Comedy, Action und Science-Fiction seien.²³⁰ Und obwohl es inzwischen Manga für ältere KonsumentInnen gibt, fällt im Buchhandel auf, dass sich so genannte Silver Manga in Deutschland noch nicht durchgesetzt haben, was wohl am jungen Alter der Leserschaft liegt. Denn dabei handelt es sich um Manga für Menschen im Rentenalter, die das Leben im Ruhestand thematisieren.²³¹

Während Manga-RezipientInnen in der Vergangenheit das Exotische an Manga bevorzugten wie japanische Schauplätze und japanisch klingende Namen und es ablehnten, wenn Manga zu „deutsch“ waren (vgl. Vorwort),²³² scheint sich dies ebenfalls langsam zu ändern.²³³ Als die ausgewählten Mangaka gefragt werden, wie sie mit möglichen kulturellen Unterschieden in den Erwartungen der Leserschaft umgehen, sagen Pushcart:

„Obwohl unsere Geschichte in Japan spielt und auf einem dort bei Manga beliebtem Trope aufbaut, gab es durchaus einen Unterschied in der Wahrnehmung unserer Geschichte als ‚Boys Love‘. Da viele japanische Manga relativ starre Genres bedienen und selten von den dort etablierten Erzählstrukturen abweichen, hat sich die Erwartung der Lesenden unserer Geschichte nicht mit unseren Inhalten gedeckt und hat daher einige abgeschreckt/nicht überzeugt. Allerdings bekamen wir auch oft Feedback dazu, dass sie trotz dieser anfänglichen Unsicherheit dabeigeblichen sind und sehr glücklich darüber sind. Es gibt allerdings auch eine andere Fraktion deutscher Lesenden, die gerade Japan als Schauplatz ablehnen, weil sie davon übersättigt sind.“

LIAN sieht das ähnlich und verweist auf gesellschaftliche Unterschiede, insbesondere in der Darstellung von Frauenfiguren:

„Was das Verhalten der Charaktere angeht, hat sich meine Leserschaft eher gefreut, dass bestimmte Klischees der japanischen Vorbilder versucht werden

²²⁹ Blaumann zitiert nach Suchan 2017: o.S.

²³⁰ Vgl. Dolle-Weinkauff 2008: 219.

²³¹ Vgl. Treese 2006: 34.

²³² Vgl. Dolle-Weinkauff 2008: 221.

²³³ Manche Fans sahen sogar nur japanische Manga als ‚echte‘ Manga an und lehnten deutschsprachige Werke grundsätzlich ab, vgl. Mertens 2012b: 106.

aufzubrechen. Man kann das sehr gut an „Mechanical Princess“ erkennen, das 2012 gestartet ist. Die weibliche Hauptfigur Bijou ist am Anfang noch recht nah an japanischen Mädchenfiguren orientiert, aber mit der Zeit habe ich mich damit nicht mehr wohl gefühlt. Ich kann mich nicht in die Frauenbilder hineinversetzen, die nun einmal aus der Gesellschaft heraus entstehen, in der ich nicht lebe. Unsere Gesellschaft hier ist anders und das habe ich mehr und mehr einfließen lassen. Zum Glück passt es sehr gut in die Story und somit in die Charakterentwicklung.“

LIAN erkennt auch problematische Dialoge in klassischen Boys-Love-Manga wie „Du willst es doch auch, das sehe ich“ und deswegen entwickeln sich die Beziehungen in ihren eigenen Boys-Love-Geschichten langsamer und gesünder. Natalie Wormsbecher geht ebenfalls auf Feminismus ein und sieht ihn sowie andere progressive Themen für deutschsprachige Manga als Chance, um sich von japanischen Comics abzugrenzen:

„Eine größere Thematisierung der deutschen Kultur in den deutschsprachigen Manga wäre eine Chance, sich von den japanischen Werken abzuheben. In Deutschland haben bestimmte Themen wie Feminismus, Identität und Gesellschaftskritik einen größeren Stellenwert als in Japan. Das muss nicht unbedingt Hauptthema eines deutschsprachigen Mangas sein, aber es kann in der Darstellungsweise der Geschichte durchscheinen und dadurch dem Manga an sich einen erfrischenden neuen Touch verleihen.“

In bisherigen Studien findet man vergleichbare Ergebnisse, die Differenzierungen zwischen deutschsprachigen und japanischen Manga zeigen. Die Manga-Forscherin Kristina Auer kommt etwa in einer Untersuchung deutschsprachiger Manga zu dem Ergebnis, dass die Hälfte dieser Manga keinen Bezug zu japanischer Kultur, sondern einen konkreten Bezug zum kulturellen Hintergrund der jeweiligen KünstlerInnen haben.²³⁴ Daraüber hinaus verwendeten sechs von zehn Mangaka deutsch klingende Titel oder Figurennamen.²³⁵ Es scheint aber auch Unterschiede zwischen Independent- und Mainstream-Manga zu geben. So stellt RoseNose fest:

„Im Mainstream-Manga werden oft stereotypische Typen/Themen behandelt. Bestimmte Männer-/Frauenbilder. Oft werden auch Ideen/Konzepte, die gut funktionieren, bis zum geht nicht mehr ausgeschlachtet. Es gibt auch hier Ausnahmen, aber ich persönlich habe das Gefühl, dass es ist immer schwieriger wird, Titel zu finden, die für mich noch funktionieren, die ich gerne lese. Bei unabhängigen Mangaka hab ich das Gefühl, mehr Diversität zu finden. Oft behandeln diese auch eine Art Aufklärung zu bestimmten Themen.“

Hinsichtlich des Stils von Manga hat sich im deutschsprachigen Raum auch einiges verändert. „Stilistisch haben sich viele deutsche Mangaka inzwischen längst von den einstigen japanischen Vorbildern entfernt“,²³⁶ konstatiert der Journalist Lars von Törne. Auch Wissenschaftler Bernd Dolle-Weinkauff attestierte den deutschsprachigen KünstlerInnen bereits im Jahr 2010 eine eigene Handschrift sowie erzählerische und gelegentliche satirische Qualitäten, die nicht mehr

²³⁴ Vgl. Auer 2013: 95.

²³⁵ Vgl. Auer 2013: 95.

²³⁶ Von Törne 2016: o.S.

auf Einflüsse aus Japan zurückgehen, sondern neue Standards setzen.²³⁷

Typische Stil-Elemente von japanischen Manga wie eine ausdrucksvolle Mimik, große Kulleraugen und eine dynamische Seitengestaltung²³⁸ (häufig mithilfe von filmischen Mitteln) werden in deutschsprachigen Manga nur zum Teil übernommen. So stellt Kristina Auer in ihrer Untersuchung fest, dass zwar eine dynamische Seitengestaltung und große Augen eingesetzt werden, aber nur ca. die Hälfte der Mangaka eine expressive Mimik bei ihren Charakteren, um ihre Emotionen auszudrücken, verwendeten.²³⁹ In 40 Prozent der deutschsprachigen Werke würden die Charaktere realistischer und in ihrer Mimik und Gestik natürlicher dargestellt sowie weniger übertrieben als in japanischen Werken.²⁴⁰ Auch die Kleidung, Frisuren und Proportionen seien häufig realitätsgtreuer.²⁴¹ Auer zufolge werden in deutschsprachigen Manga zudem Männer zum Beispiel weniger androgyn dargestellt als in japanischen Shōjo-Manga.²⁴² KünstlerInnen selbst haben eine ähnliche Meinung. So sagt der bekannte Mangaka David Füleki in einem Interview: „Zu meinen, Manga sei das mit den großen Augen, ist ein Trugschluss, ein Zerrbild. [...] Was Manga ausmacht, ist die besondere Art des Erzählens.“²⁴³ Im Hinblick auf deutschsprachige Manga sieht Joachim Kaps grundsätzlich große Entwicklungen: „Zeichnerisch hat sich die deutsche Mangaka-Szene in den letzten Jahren sehr stark verbessert, und in vielen Fällen erreichen die Produktionen ein sehr hohes Niveau.“²⁴⁴

Füleki bemerkt, dass er mittlerweile viele Aspekte der Erzählweise von Manga auch in anderen Kunstformen wiedererkennt. Ein Beispiel hierfür seien die ausgedehnten Handlungsstränge von Fernsehserien wie *Breaking Bad*.²⁴⁵ „Das gab's im Manga schon in den 1960er Jahren – jetzt merkt der Rest der Welt es auch.“²⁴⁶

Es lässt sich zusammenfassen, dass sich deutschsprachige Werke sowohl thematisch als auch stilistisch immer mehr von japanischen Comics entfernen. Es entwickelt sich eine einheimische Manga-Kultur, die sich durch progressive Thematiken und individuelle Stile auszeichnet.

2. Verlagsarbeit und Leserschaft

Die Befragung deutschsprachiger Manga-KünstlerInnen zu den Themen Verlagsarbeit und Leserschaft ermöglicht Einblicke in die Herausforderungen und Dynamiken der Branche. Konkret wurden die Mangaka befragt, wie sich die Zusammenarbeit mit Verlagen im deutschsprachigen Raum gestaltet, wie deutschsprachige LeserInnen auf ihre Werke reagieren und ob es Unterschiede im Feedback im Vergleich zu anderen Regionen gibt.

„Wir können, was das angeht, nicht aus persönlichen Erfahrungen sprechen, da wir selbst nie Interesse daran hatten, bei einem Verlag veröffentlicht zu werden“, sagt das Independent-Mangaka-Duo Pushcart. Sie gehen jedoch darauf ein, dass längere Serien oft Schwierigkeiten

²³⁷ Vgl. Dolle-Weinkauff 2010: 95.

²³⁸ Vgl. Auer 2013: 92.

²³⁹ Vgl. Auer 2013: 92.

²⁴⁰ Vgl. Auer 2013: 92–93.

²⁴¹ Vgl. Auer 2013: 93.

²⁴² Vgl. Auer 2013: 92–93.

²⁴³ Füleki zitiert nach von Törne 2016: o.S.

²⁴⁴ Kaps zitiert nach Suchan 2016b: o.S.

²⁴⁵ Vgl. von Törne 2016: o.S.

²⁴⁶ Füleki zitiert nach von Törne 2016: o.S.

hätten, einen Platz bei Verlagen zu finden,²⁴⁷ und die anfängliche Bezahlung oft sehr gering sei. Sie heben hervor, dass das deutsche Publikum Werke, die japanischen ähnlich sind, besser annehme. Sie führen weiter aus:

„Das merkt man unter anderem auch daran, dass auch deutsche Eigenproduktionen häufig von rechts nach links gelesen werden, wie ein japanischer Lizenztitel. [...] Es gibt noch immer bei einigen [LeserInnen] das große Vorurteil, dass unabhängige Manga nur deshalb unabhängig sind, weil sie zu schlecht für den Verlag seien. Auch wird Indie oft mit ‚Hobby‘ gleichgesetzt und der professionelle Anspruch daran ist nicht klar. Der Indie ist in der allgemeinen Mangaszene absolutes Nischenprodukt, da er auch fast ausschließlich über Social Media oder lokalen Conventions gefunden werden kann. Oft gibt es noch immer Probleme, gerechte Preise bei den Lesenden für die eigene Arbeit zu verlangen, obwohl dieselben Preise bei Verlagsprodukten, ohne mit der Wimper zu zucken, gezahlt werden. Die deutschen Lesenden, die sich allerdings für unabhängige Manga interessieren, sind sehr treu und bereit, einen lange und geduldig zu unterstützen.“

RoseNose hatte bis jetzt ebenfalls wenig Kontakt zu Verlagen, hätte aber einiges durch FreundeInnen und Verwandte mitbekommen. RoseNose beschreibt die ersten Hürden der Kontaktaufnahme mit Verlagen und konstatiert, dass Mangaka lange Zeit auf Antworten per E-Mail warten müssten oder manchmal gar keine Antwort erhielten. Auch sei keine Zusammenarbeit zustande gekommen, wenn Verlage und KünstlerInnen unterschiedliche Vorstellungen hinsichtlich Ideen und Konzepten hatten. RoseNose lobt allerdings, dass Verlage auf Veranstaltungen wie Messen Mappensichtungen anbieten und sie Mangaka vor Ort ihre Meinung geben. Die Reaktionen der LeserInnen auf ihre Werke beschreibt sie im deutschsprachigen Raum als sehr positiv und würde sich sogar mehr Kritik wünschen. Sie erzählt daraufhin von einem Fall, der zeigt, wie unterschiedlich LeserInnen aus verschiedenen Ländern auf ihre Werke reagieren, und verweist auf gesellschaftliche Unterschiede:

„Ein Beispiel, was mir hier im Kopf geblieben ist, war der Altersunterschied zwischen meinen beiden Protagonisten in meiner Geschichte *Flourishing Flower*. Milo ist 17 Jahre alt und Ben 21 Jahre. Das Alter hat bei den deutschen LeserInnen nie groß eine Rolle gespielt. In den USA ist das allerdings bei einigen sauer aufgestoßen. Mir war bewusst, dass der Altersunterschied größer ist und Milo noch minderjährig ist. Mir ist auch bewusst, dass das Thema behutsam und mit einer gewissen Sensibilität zu behandeln ist. Was ich auch thematisiere in der Geschichte. Auch weiß ich, dass die Rechtslage in den Ländern unterschiedlich ist. Nur mit so einem teilweise doch emotionalen Feedback hatte ich im ersten Moment dann doch nicht gerechnet.“

Kandismon hat sich ebenfalls noch nie bei einem Verlag beworben, allerdings kam *Papertoons* auf sie mit einem Angebot zu. Sie hebt die Anerkennung deutscher KünstlerInnen durch LeserInnen hervor:

²⁴⁷ Dies bestätigt wiederum Jonas Blaumann: „Es gibt auch Manga-Leser, die manche Serien gar nicht erst anfangen, wenn sie wissen, dass es mehr als zehn Bände werden. Zumaldest lesen wir das auf vielen Online-Plattformen“, Blaumann zitiert nach Suchan 2017: o.S.

„Das Feedback deutscher Leser sticht oft hervor, wenn sie bemerken, dass meine Comics von einem deutschen Künstler gezeichnet werden und wenn sie deutsche Begriffe oder Orte in meinen Comics erkennen! Die Leser freuen sich oft sehr darüber, über deutsche Zeichner zu stolpern im Online-Webcomic-Bereich! Ansonsten sehe ich keine Unterschiede im Feedback.“

LIAN kennt einige Personen aus der Verlagsbranche, da sie seit dem Teenageralter Teil der Manga-Szene ist und sie mit ihnen bei Mappensichtungen ins Gespräch kam. Manchmal hat sie eine Visitenkarte bekommen und konnte per E-Mail mehr in die Tiefe der Projekte gehen. Wie es heutzutage ist, kann sie nicht genau beurteilen, aber da weiterhin viele Verlage auf Messen vertreten sind und manche auch Mappensichtungen anbieten, würde sie heutzutage denselben Weg einschlagen. Den E-Mailkontakt beschreibt sie hingegen manchmal als frustrierend, da man nicht die erste Priorität bei Verlagen sei und die RedakteurInnen auch andere Projekte stemmen müssten.

Esa Parr hat bis jetzt mit zwei oder drei kleinen Verlagen und einem großen Verlag (*Tokyopop*) zusammengearbeitet. Die Zusammenarbeit mit Letzterem beschreibt sie als „immer sehr einfach“. Sie vergöttere die MitarbeiterInnen dort, sowohl im deutschen als auch internationalen Raum, und es gebe ein sehr gutes Arbeitsklima. Im Gegensatz zum Eigenverlag gebe es allerdings bei der Zusammenarbeit mit einem Verlag nicht so viele Freiheiten: Kompromissbereitschaft und Kritikfähigkeit seien eine Grundvoraussetzung. So kann es natürlich vorkommen, dass der Verlag Verbesserungswünsche bzw. -vorschläge hätte. Die Vorschläge, die sie bekam, seien allerdings immer sehr durchdacht gewesen, auch wenn es die eine oder andere Diskussion gegeben hätte. Wenn ihre eine Szene oder Textstelle besonders wichtig war und eine besondere Relevanz für die Story hat, durfte sie sie beibehalten. Aber man müsse sich bewusst sein, dass die Story oder Charaktere höchstwahrscheinlich überarbeitet werden.

Die Reaktionen der LeserInnen auf ihre Werke seien unterschiedlich. In ihrem Vorwort von *Ermafrodit* schrieb sie, dass die Story bestimmt nicht jeden anspricht. Aber die Rückmeldungen der Fans seien grundsätzlich sehr positiv und sie seien begeistert von einzigartigen Boys-Love-Geschichten. Negatives Feedback hat sie in Hinsicht auf die Komplexität ihrer Geschichte erhalten. Sie behandelt auch geisteswissenschaftliche oder kunsthistorische Themen sowie zum Beispiel die Geschichte Venedigs im 16. Jahrhundert und Medizingeschichte, das sei keine leichte Kost. Dieses Feedback sei in allen Regionen ähnlich.

Désirée Kunstmann weist auf die Problematik hin, dass hierzulande die Schwierigkeit oft noch besteht, dass RedakteurInnen neben der Betreuung von deutschsprachigen Mangaka auch viele andere Aufgaben hätten. Sie sagt weiter:

„Aber ich glaube, auch, dass sich in dem Bereich in den letzten Jahren auch schon je nach Verlag einiges getan hat und viel Neues probiert wird. Bei Lesern aus Deutschland habe ich das Gefühl, dass sie mehr Verständnis dafür haben, wie viel Arbeit in einen Comic fließt, und sich eher auf sensible Inhalte einlassen. Bei internationalen Lesern sind Comicseiten gefühlt mehr ‚Content‘. In meinem Comic *Morgens Mittags Abends* verlieben sich zwei Stiefgeschwister ineinander, was sich als Konfliktpunkt durch die Geschichte zieht. Deutschsprachige Leser verstehen, dass Stiefgeschwister nicht Blutsverwandt sind, aber internationale Leser leider eher weniger.“

Auch hier werden, ähnlich wie bei RoseNose, gesellschaftliche Unterschiede bei der Leserschaft deutlich. Julia Schlax weist auf die unterschiedliche Arbeitsweise von Verlagen hin. Manche hätten RedakteurInnen, die die KünstlerInnen bei ihren Werken betreuen. Beim Independent-Verlag *Schwarzer Turm* hatte sie dagegen komplett kreative Freiheit und konnte ihre Geschichte so gestalten und erzählen, wie sie wollte. Aus dem deutschsprachigen Raum hat sie bisher positives und respektvolles Feedback von LeserInnen erhalten. Englischsprachiges Feedback habe sie vereinzelt auch auf englischen Webcomic-Seiten bekommen. Unterschiede beim Feedback konnte sie allerdings nicht erkennen.

Kristina Gehrman beschreibt ihre Zusammenarbeit mit *Carlsen* und *Hinstorff* als sehr effektiv und produktiv und sie beschreibt den Vorgang, ein Manuskript einzureichen, wie folgt: „Man reicht ein Projekt ein und der Verlag kann es dann annehmen oder auch nicht. Es gibt einen Buchvertrag genau wie für andere Bücher, Autorenhonorar und Abgabefristen.“ Ihr Manga-inspirierter Comic *Im Eisland* sei zwar neben Deutschland auch in China erschienen, aber von dort hätte sie bislang kein Feedback von LeserInnen erhalten.

Natalie Wormsbecher beschreibt dagegen alternative Wege, auch ohne Verlag als Mangaka erfolgreich zu sein:

„Aktuell scheint es mir, dass die Arbeit mit einem Verlag immer mehr an Bedeutung verliert. Früher war es für die eigene Selbstbestimmung als Zeichner*in unverzichtbar, eine Zusammenarbeit mit einem Verlag anzustreben. Heutzutage übernehmen Plattformen wie Webtoon teilweise die Funktion eines Verlags, man findet dort mitunter sogar ein deutlich größeres Publikum. Was Geld angeht, so kann man auch über Instagram, Tik Tok und YouTube auch ohne Verlag sehr erfolgreich werden. Ich will Verlagen ihre Rolle als Talentschmiede nicht komplett absprechen, viele erfolgreiche Zeichner*innen finden noch immer über Verlage ihren Weg auf den Markt. Aber um Erfolg zu haben, in welchem Sinne auch immer, sind Verlage nicht mehr unumgehbar.“

Die Reaktionen von deutschsprachigen LeserInnen auf ihre Werke beschreibt sie als sehr herzlich, auch wenn ihre Publikationen bei *Tokyopop* schon einige Zeit zurückliegen: „[A]uch heute noch werde ich manchmal von Erwachsenen angesprochen, die mir erzählen, dass sie mit meinen Werken aufgewachsen sind, was mich jedes Mal sehr röhrt.“

Insgesamt zeigen die Antworten ein breites Spektrum an Erfahrungen und Einschätzungen bezüglich der Zusammenarbeit mit Verlagen und des Feedbacks der Leserschaft. Die meisten KünstlerInnen hatten mehr Erfolg damit, Verlage direkt auf Messen bei Mappensichtungen anzusprechen als durch E-Mail Kontakt aufzubauen. Zudem machen die Mangaka auf die harte Arbeit der RedakteurInnen aufmerksam, die viele KünstlerInnen gleichzeitig betreuen müssen und darüber hinaus noch andere Aufgaben übernehmen müssen, wobei es zwischen größeren und kleineren Verlagen Unterschiede zu geben scheint. Bei größeren Verlagen haben die Mangaka beschrieben, dass mehr in ihre Werke eingegriffen wird, während es bei kleineren Verlagen mehr kreative Freiheiten geben soll.

Trotz Herausforderungen und Veränderungen in der Branche und auch wenn es teilweise gesellschaftliche Unterschiede bei der Rezeption gibt, bleibt die Wertschätzung der LeserInnen für die Werke der Mangaka deutlich.

3. Herausforderungen des deutschsprachigen Marktes

Die Mangaka sind in ihren bisherigen Antworten bereits auf einige Herausforderungen des deutschsprachigen Marktes eingegangen. In dieser Sektion wurden sie konkret gefragt, welche Herausforderungen es für die Independent-Szene gibt und welche herausfordernden Aspekte sie für Mangaka im deutschsprachigen Raum im Vergleich zu Japan sehen. Das Feedback der KünstlerInnen bietet Einblicke in verschiedene Hindernisse und Unterschiede zwischen den beiden Märkten.

Esa Parr hebt hervor, dass die Anzahl der Möglichkeiten für Mangaka im Verlagsbereich in Deutschland begrenzter sei als in Japan, was auf die weniger etablierte Präsenz von Manga in der deutschen Kultur zurückzuführen sei:

„Die Anzahl der Mangaka, die im Verlag unterkommen können, ist hierzulande natürlich wesentlicher kleiner als in Japan. Zwar werden Manga auch in Deutschland im Alltag immer präsenter, aber sie sind noch lange nicht so omnipräsent wie in Japan. Die Verlage können nicht jedes Projekt von heimischen Künstlern umsetzen, da es manchmal einfach keine verfügbaren Slots mehr im Programm gibt. Zusätzlich zu den Dingen, die man in der Hand hat, wie die Qualität der Zeichnungen oder eine gute Geschichte, spielen auch Glück und Timing eine Rolle, ob das eigene Projekt genau in diesem Moment zum Verlag und seinen Plänen passt.“

Désirée Kunstmann betont die hohen Erwartungen der LeserInnen, die deutschsprachige Mangaka mit japanischen vergleichen. Sie hebt die Schwierigkeiten hervor, mit den besten Werken aus Japan hierzulande konkurrieren zu müssen:

„Man muss bedenken, dass bei uns fast nur Manga rauskommen, die in Japan bereits super erfolgreich sind, also nur das Beste vom Besten. Auch in Japan gibt es mittelmäßige bis schlechte Manga, die wir hier nie zu Gesicht bekommen. Die Herausforderung, mit den allerbesten mitzuhalten, ist also sehr groß.“

Kunstmann macht zudem auf die Schwierigkeit aufmerksam, dass gleichzeitig die Ressourcen und das Assistentensystem, das in Japan üblich ist, hierzulande fehlen:

„Dann kommt noch hinzu, dass nicht alle deutschen Zeichner Vollzeit Manga zeichnen können. In Japan ist es normal, dass ein Mangaka mit mehreren Assistenten an einem Projekt sitzt, während es hier schwerer ist, sie entweder richtig zu bezahlen oder überhaupt jemanden zu finden, der einem richtig assistieren kann.“

Sie vermisst auch wöchentlich oder monatlich erscheinende Magazine, die in Japan üblich sind und Manga kapitelweise vorstellen und in denen getestet wird, ob eine Serie erfolgreich wäre (vgl. Vorwort). Hierzulande würden Manga direkt als Einzelband veröffentlicht und müssten demnach überzeugend genug sein, um direkt gekauft zu werden.

Julia Schlax weist auf Vorurteile gegenüber deutschen Mangaka von Seiten der deutschsprachigen Leserschaft hin und betont das unterschiedliche Arbeitspensum im Vergleich zu Japan, wo Mangaka oft unter straffen Deadlines arbeiten und von Assistenten unterstützt werden. Kristina Gehrmann vermutet ebenfalls, dass in Japan zwar höhere Auflagen üblich seien, aber auch der Arbeitsdruck extremer sei, während in Deutschland niedrigere Auflagen und entspanntere

Arbeitszeiten vorherrschen würden.

Natalie Wormsbecher beschreibt den deutschen Manga-Markt als Nischenmarkt, der im Schatten der großen japanischen Hits stehe. Sie betont die Herausforderung für deutschsprachige Werke, mit der Flut an japanischen Veröffentlichungen in Buchhandlungen mithalten, und plädiert für mehr Unterstützung und Aufmerksamkeit seitens des Buchhandels für regionale Produktionen:

„Neben den großen Hits wie *One Piece* und *Naruto* gehen Manga von deutschsprachigen Künstler*innen leicht unter. In Buchhandlungen sind diese Werke sehr unterrepräsentiert, sie müssen mit der Fluktuation der japanischen Veröffentlichungen mithalten. In Japan ist Manga eine hochspezialisierte Industrie, Manga werden wie am Fließband produziert und mehrfach verwertet: im Magazin, digital, als Taschenbuch, eventuell noch als Anime, Film, Theaterstück, Hörspiel oder TV-Serie. Damit können deutsche Werke nicht mithalten und es ist auch ungerecht, beide auf derselben Bühne gegeneinander antreten zu lassen. Das ist leider das, was aktuell in Buchhandlungen passiert. Ein deutsches Werk erscheint, wird neben die japanischen Veröffentlichungen ausgelegt, und verschwindet nach einigen Monaten wieder aus dem Regal. Etwas mehr Entschleunigung und ein größerer Fokus auf die regionale Produktion seitens des Buchhandels würden deutschsprachigen Künstler*innen enorm helfen.“

Die Herausforderungen für Independent-KünstlerInnen im deutschsprachigen Raum, insbesondere im Vergleich zu etablierten Märkten wie Japan, sind ähnlich.

Pushcart heben die begrenzte Sichtbarkeit innerhalb und außerhalb Deutschlands hervor, da Indie-Manga oft nicht in Buchläden landen und auf Conventions zwischen professionellen KünstlerInnen und Merchandise-Ständen als Nischenprodukte gelten. Sie führen weiter aus:

„Selbst die Manga Comic Convention der Leipziger Buchmesse hat keinen Spotlight für unabhängigen Manga und keinerlei Auswahlkriterien für die Besetzung ihrer Artist-Alley. Wenn man aber nicht konstant auf Conventions unterwegs ist (was sehr teuer und zeitintensiv ist), ist es schwer, sich einen guten funktionierenden Kundenstamm aufzubauen.“

Pushcart zufolge führe die steigende Konkurrenz im Online-Bereich zudem zu einer Verschiebung der Arbeitslast und einem hohen Druck, kontinuierlich neue Inhalte zu produzieren:

„Es gibt keine deutsche App, um die eigenen Geschichten hochzuladen und insbesondere den jüngeren Generationen zu präsentieren. Gleichzeitig haben wir durch das Internet eine absolute Flut an hochwertigen Webcomics, vor allem aus Korea, die eine verklärte Anspruchshaltung der oft jungen Lesenden generiert. Die ‚alles umsonst‘ Mentalität, gepaart mit den immer schneller geforderten Update-Zyklen, sowie einer großen Konkurrenz um die Aufmerksamkeit der Lesenden online, sorgen für eine Verschiebung der Arbeitslast: Man müsste eigentlich konstant neue Updates produzieren, während man parallel konstant Social Media bespielt, um die Algorithmen zu verstehen und zum eigenen Vorteil zu nutzen.“

Sowohl die meisten unabhängigen Mangaka als auch die Mangaka, die für Verlage zeichnen,

verdienten nicht genug, um von ihren Manga zu leben, hätten noch einen anderen Job oder seien als Freelancer unterwegs. Die unheimliche Arbeitslast hinterlasse bei vielen große gesundheitliche Spuren wie zum Beispiel Burnout.

RoseNose betont ebenfalls die Herausforderung der Sichtbarkeit, insbesondere durch die Schwierigkeit, die eigenen Werke trotz Online-Veröffentlichung einem breiten Publikum zugänglich zu machen, wobei sie auch das Problem bei den Algorithmen sieht. Existenzängste und die Balance zwischen der kreativen Arbeit und einem Brotverdienstjob tragen zusätzlich zur Belastung bei. Auch sie spricht von Erfahrungen mit Burnout: „Wir sitzen alle mit sehr viel Leidenschaft an unseren Werken und würden alles dafür geben. Was oft dazu führt, dass man sich schnell ausbrennt. Gerade, weil heutzutage stetige Präsenz super wichtig ist, um nicht in Vergessenheit zu geraten.“

Kandismon identifiziert finanzielle Unsicherheit als Hauptproblem für Mangaka im deutschsprachigen Raum. Die Bezahlung eines Verlags reiche in den meisten Fällen nicht aus, um hauptberuflich als Mangaka arbeiten zu können. Auch als Independent-Mangaka oder WebcomiczeichnerIn sei es schwierig, nur mit solcher Arbeit den Lebensunterhalt zu verdienen. Die fehlende Präsenz von Online-Plattformen wie Webtoon und die Zersplitterung der deutschen Szene führten dazu, dass viele KünstlerInnen auf den internationalen Markt ausweichen würden, um finanziellen Erfolg zu erzielen.

LIAN unterstreicht die Schwierigkeiten, einen festen Platz auf Messen zu bekommen, und die enormen Kosten, die damit verbunden sind:

„Viele leben vom Zeichnen und die Auslosung der Plätze auf vielen wichtigen Messen entwickelt sich mehr und mehr zu einem großen Problem. Um auf allen wichtigen Messen präsent zu sein, muss man außerdem enorme Rücklagen gebildet haben. Neben Steuern und Nebenkosten fallen pro Jahr, wenn ich überall angenommen werde, zwischen 7.000-8.000 Euro Standkosten an, die ich Anfang des Jahres stemmen muss. Viele Veranstalter denken, dass wir das große Cash machen, aber übersehen, dass auch wir Steuern zahlen und auch für uns alles teurer wird. Wir gehen als Independent-Zeichner immer in Vorkasse und haben das Risiko des finanziellen Verlustes immer auf unserer Seite. [...] Auf weniger Messen zu gehen, ist leider kaum eine Option, weil der Shift in eine andere Richtung (Webtoon, Etsy, TikTok) nicht einfach zu machen ist. Überall erfolgreich präsent zu sein, ist unmöglich ohne Burnout oder ein Team.“

Die steigenden Standkosten und das finanzielle Risiko führten dazu, dass viele Independent-KünstlerInnen mit finanziellen Herausforderungen kämpfen und sogar aufgeben müssen.

Insgesamt verdeutlichen die Antworten der KünstlerInnen die vielschichtigen Probleme, denen Mangaka und Independent-Mangaka im deutschsprachigen Raum gegenüberstehen, darunter Burnout, begrenzte Sichtbarkeit, finanzielle Unsicherheit und die Herausforderungen im Umgang mit der steigenden Konkurrenz im Online-Bereich, aber auch fehlende Unterstützung von Verlagen und dem Buchhandel sind weitere Herausforderungen.

Dem *Egmont*-Programmleiter Jonas Blaumann zufolge suchen Verlage noch nach den richtigen Strategien für deutschsprachige Eigenproduktionen (Stand 2017):

„Die Zusammenarbeit mit Künstlern ist im Allgemeinen sehr viel aufwendiger als die Bearbeitung von japanischen Mangas. Da es sich um junge Menschen

handelt, die oft noch in Ausbildung stehen und wenig professionelle Erfahrungen haben, ist die Zusammenarbeit manchmal schwierig. Aber auch bei uns in den Verlagen besteht hier insgesamt noch Bedarf an den richtigen Strategien. Ich denke aber, dass sich hier v. a. in der letzten Zeit sehr viel tut. Zwar sind wir Konkurrenten, aber ich persönlich finde z. B. die Arbeit, die Tokyopop mit ihren Eigenproduktionen macht, sehr gut. Da sind echt richtig tolle Bücher entstanden, die sich keineswegs vor japanischen Mangas zu verstecken brauchen und teilweise sogar die Verkaufscharts stürmen.“²⁴⁸

Trotzdem brauchen die meisten Mangaka noch einen Broterwerbsjob. Dies hat zur Folge, dass viele KünstlerInnen neben ihrer Tätigkeit im Comicbereich auch in verwandten Branchen Einkommen generieren. Dies kann beispielsweise durch Illustrationen oder Storyboards für Filmproduktionen, durch Lehrtätigkeiten an Kunsthochschulen und in Workshops oder als Visual Recorder für Unternehmen erfolgen, die Veranstaltungen durch Zeichnungen dokumentieren lassen.²⁴⁹

In Japan wurde seit dem Jahr 2002 ein neuer Mittelschulplan für das Fach Kunsterziehung eingeführt, der Anime und Manga beinhaltet.²⁵⁰ Darüber hinaus gibt es seit 2006 eine Manga-Fakultät an der Seika-Universität Kyōto.²⁵¹ Der Beruf der/s Mangaka wird demnach in Japan mehr gefördert. Hierzulande müssen sich Mangaka dagegen selbst das Zeichnen beibringen, beispielsweise durch Nachahmung oder Workshops.²⁵² Zudem wird von ihnen erwartet, dass sie viele verschiedene Fähigkeiten aufweisen müssen. So sagt Joachim Kaps, Leiter von *altraverse*: „Comic- und Manga-Zeichner müssen ja idealerweise exzellente Zeichner, Texter, Bühnenbildner und Regisseure in einem sein. Das sind doch sehr hohe Herausforderungen an die oftmals sehr jungen Autoren.“²⁵³

Der deutschsprachige Manga-Markt weist damit auch nach 25 Jahren Manga-Boom noch große Unterschiede zu den etablierten Strukturen und Ressourcen in Japan auf. Um auf dem internationalen Markt mit japanischen Manga konkurrieren zu können, müssten deutschsprachige Mangaka von Verlagen mehr unterstützt werden, durch zum Beispiel AssistentInnen, um schneller und stressfreier publizieren zu können. Aufgrund der hohen Umsätze von Manga im deutschsprachigen Raum (vgl. Vorwort) sollte es den Verlagen inzwischen möglich sein, Eigenproduktionen stärker zu fördern. Eine weitere Lösung könnte sein, dass sich Mangaka die Arbeit untereinander aufteilen. So arbeiten inzwischen viele Mangaka im Team (siehe auch in diesem Band), indem zum Beispiel eine/r die Story schreibt und der/die andere zeichnet. Da deutschsprachige Manga inzwischen individueller und progressiver sind als viele japanische, könnten Verlage von einer stärkeren Förderung einheimischer KünstlerInnen profitieren.

²⁴⁸ Blaumann zitiert nach Suchan 2017: o.S.

²⁴⁹ Vgl. von Törne 2023: o.S.

²⁵⁰ Vgl. Berndt 2008: 13–14.

²⁵¹ Vgl. Berndt 2008: 14.

²⁵² Vgl. Auer 2013: 48.

²⁵³ Kaps zitiert nach Suchan 2016b: o.S.

4. Digitalisierung und Social Media

Die Befragung deutschsprachiger Manga-KünstlerInnen zu den Themen Digitalisierung und Social Media verdeutlicht die vielfältigen Auswirkungen dieser Entwicklungen auf die Manga-Szene im deutschsprachigen Raum. Die Mangaka wurden konkret gefragt, wie sie digitale Plattformen und soziale Medien nutzen, um mit ihrer Leserschaft in Verbindung zu treten und inwiefern die Digitalisierung den Zugang zu Manga im deutschsprachigen Raum verändert hat. Pushcart heben hervor, dass Social Media für Indie-Mangaka oft der einzige Weg sei, um LeserInnen über Vorbestellungen und Updates zu informieren. Die steigende Fragmentierung von Plattformen und der hohe Arbeitsaufwand, um auf verschiedenen Plattformen präsent zu sein, erschweren jedoch die Reichweite und den Aufbau einer stabilen Leserschaft. „Daher nutzen wir Social Media nur noch sporadisch und nehmen daher in Kauf, dass immer weniger Menschen auf uns aufmerksam werden“, so Pushcart. Andere Mangaka würden ihrer Auffassung nach zum Beispiel noch Patreon oder Discord verwenden.

Die Digitalisierung habe zwar den Zugang zu Manga erleichtert, aber auch zur Verbreitung illegaler Inhalte beigetragen und eine ‚Umsonst‘-Mentalität geschaffen, die die Wertschätzung für künstlerische Arbeit beeinträchtige. So sagen sie:

„Wir fürchten, was allgemein Manga angeht, so hat die Digitalisierung in erster Linie dafür gesorgt, dass illegale Mangaseiten (mit illegal übersetzten Lizenztiteln aus Japan) sehr beliebt geworden sind. Auch hat die ‚Umsonst‘-Mentalität bei vielen dazu geführt, dass man oft noch erklären muss, warum man Geld für seine Arbeit verlangt.“

Aber Pushcart gehen auch auf die positiven Auswirkungen der Digitalisierung ein:

„Gleichzeitig wurde mit der Digitalisierung und Seiten wie Animexx die Schwelle zum Veröffentlichen eigener Manga extrem niedrig. Man konnte auch als Laie den eigenen Comic einfach hochladen und Lesende finden, die auch bereit waren, das Werk finanziell zu unterstützen. Allein das Aufkommen von Online-Druckereien machte es für viele überhaupt erst möglich, statt zu Hause gedruckte und getackerte Manga-Heftchen, professionell aufgearbeitete Einzelbände zu produzieren. Zusätzlich wurde es immer einfacher, auf Tutorials und Informationen zum Zeichnen von Manga zu kommen und der Austausch mit Kolleg*innen wurde stark vereinfacht. Die Vernetzung durch das Internet hat dazu geführt, dass man einander gefunden hat und auch das Zielpublikum einen finden konnte.“

Insbesondere Social Media hätten das Tor ins Internationale für viele deutschsprachige Mangaka geöffnet und für einige Independent-KünstlerInnen wurden soziale Medien zum Startschuss für ihre Karriere. Inzwischen hätte sich das aber wieder geändert. Da nun die bekannte Webseite Animexx als deutsche Szeneplattform etwa seit acht Jahren immer mehr verlassen werde und nur wenige neue Besucher generiere, verlor die deutschsprachige Manga-Szene einen zentralen Ort des Austauschs. „So hat die Digitalisierung, welche anfänglich das Zusammenkommen der Szene möglich gemacht hat, mittlerweile einen gegenteiligen Effekt erzielt, da die Szene nun sehr zersplittet ist und keinen zentralen deutschen Anlaufpunkt hat“, so Pushcart weiter. Dies hätte zur Folge, dass viele deutschsprachige Mangaka in den internationalen Markt abwandern.

RoseNose nutzt Social Media, um ihre Werke zu veröffentlichen oder um neue Bücher/Produkte zu bewerben. Darüber hinaus lädt sie ihre Geschichten auf Plattformen wie Tapas oder Webtoon kostenlos hoch. Wenn den LeserInnen die Geschichten gefallen, können sie sich das ganze Buch kaufen. Allerdings fehle ihr für regelmäßigen Austausch auf Social Media die Zeit. Sie bevorzugt den persönlichen Kontakt auf Veranstaltungen. Die Digitalisierung habe dazu beigetragen, dass Manga hierzulande im Mainstream angekommen sind und an Popularität gewonnen haben. Allerdings überfordere die Masse an Plattformen auch:

„Es ist aufgrund der Digitalisierung heute so viel einfacher zu konsumieren. Es gibt unendlich viele Plattformen und es werden immer mehr. [...] Inzwischen ist es sogar so, dass ich selbst oft überfordert bin von der Masse an Angebot. Früher war das alles viel komprimierter und hat sich auf wenige online Seiten oder Verlage z.B. verteilt.“

Kandismon nutzt Social Media hauptsächlich, um mit einer kleinen, aber engagierten Leserschaft in Kontakt zu bleiben. Dafür nutzt sie hauptsächlich Twitter und Instagram für schnelle Updates und Informationen, aber auch für Skizzen und Illustrationen, oder um auf Fragen zu antworten. Sie fügt hinzu:

„Hin und wieder poste ich auf Socials auch kleine Dinge aus meinem persönlichen Leben und Alltag, da es mir immer wichtig ist, nicht nur eine gesichtlose Content-Maschine zu sein für meine Leserschaft, sondern eine etwas persönlichere Verbindung aufzubauen.“

Deswegen betreibt sie einen kleinen Discord-Server, der nur für Patreon-Supporter verfügbar ist. LIAN beschreibt, wie die Digitalisierung die Verbreitung von Manga erleichtert hat und neuen Talenten großartige Möglichkeiten gab, unabhängig von Verlagen und deren strikten Auswahlverfahren zu agieren und ihre Werke einem breiteren Publikum zugänglich zu machen. Früher hätten sich die Mangaka bei Wettbewerben getroffen, als es nur animexx.de gab. Je mehr die Digitalisierung voranschritt, desto mehr Zugang hätten auch KünstlerInnen, die sich das teure Equipment nicht leisten konnten. Digitales Zeichnen hat sich schließlich immer mehr verbreitet und irgendwann kamen Webseiten wie Webtoon und Tapas, auf denen Manga gelesen und hochgeladen werden können.

Sie selbst postet gelegentlich auf Twitter und Instagram und möchte ihre Online-Aktivitäten weiter ausbauen:

„Zusammen mit meiner Schwester, die als Social Media Managerin bei Five Guys arbeitet, habe ich einen groben Plan gemacht, wie meine Kanäle in Zukunft bespielt werden. Doch egal wie ich es drehe und wende, ich vermisse eine Plattform wie Animexx, wo sich einfach zentral alles in der Szene abspielte. Wir hatten die Einsicht in alle Bereiche, ob Cosplay, Fanfiction, Crafting, RPG's usw. Man konnte sich eine Leserschaft aufbauen, weil ständiger Zugriff auf Informationen der gezeichneten Mangas vorhanden war.“

Neben Pushcart bedauert demnach auch LIAN das Fehlen eines zentralen Austauschorts wie Animexx. Plattformen wie Patreon sind für sie Fluch und Segen zugleich. Man müsse aufpassen, es mit der Arbeit nicht übertreiben, aber gleichzeitig sei man unabhängiger von zum Beispiel Verlagen.

Esa Parr war in der Vergangenheit auf Facebook und hat dort ihre digitale Laufbahn angefangen, nutzt inzwischen aber hauptsächlich nur noch Instagram. Trotz ihrer Präsenz auf Social Media betont sie gleichzeitig den Reiz von gedruckten Manga für viele LeserInnen:

„Die Digitalisierung hat den Zugang zu Manga stark vereinfacht. Ich lese die neusten Kapitel meiner Lieblings-Manga inzwischen in Apps und die Eigenproduktionen selbstständiger Künstler online, z.B. Webtoon. Allerdings gibt es nach wie vor Einzelbände oder Reihen, die ich unbedingt gedruckt im Regal haben möchte.“

Désirée Kunstmann nutzt Webcomic-Plattformen und Social Media, um Feedback zu erhalten und ihre Geschichten zu teilen. Ihrer Erfahrung nach kaufen LeserInnen die Druckversion lieber, wenn sie bereits wissen, worum es geht. Animexx, Webtoon oder auch Tapas sind ihre bevorzugten Kanäle. Die Digitalisierung habe den Zugang zu Manga hierzulande grundsätzlich erleichtert. In Deutschland bevorzugten aber nach wie vor viele Menschen gedruckte Bücher gegenüber E-Books. Aufgrund einiger großer illegaler Scanlations-Webseiten sei es für viele LeserInnen lange Zeit normal gewesen, Manga kostenlos zu erhalten, was dem Markt insgesamt schade und eine ungesunde Erwartungshaltung bei den KonsumentInnen fördere. Diese Tendenz zeige sich auch auf Webcomic-Plattformen, auf denen eine Vielzahl von Comics legal und kostenlos zur Verfügung steht. Dennoch steige dort die Erwartungshaltung der LeserInnen ständig, als hätten sie einen direkten Anspruch auf die Comics. Durch die Struktur dieser Plattformen, die wöchentlichen Uploads und das schnelle Tempo der sozialen Medien würden Manga nicht mehr als Kunst, sondern als ‚Content‘ betrachtet.

Julia Schlax betont die Bedeutung von Webcomic-Plattformen wie Webtoon, Animexx und Tapas sowie Social Media wie Instagram und Twitter/X für den direkten Kontakt mit LeserInnen und die Präsentation von Illustrationen und Webcomic-Updates. Kristina Gehrmann nutzt verschiedene Social-Media-Plattformen, um ihre Illustrationen zu präsentieren und potenzielle KundInnen zu erreichen, wobei die Bedeutung von Plattformen wie Webtoons für deutschsprachige LeserInnen zunehme. Sie führt weiter aus:

„Als hauptberufliche Illustratorin ist Social Media für mich sehr wichtig. Ich nutze u.a. Facebook, Discord, Twitter/X, Instagram, Bluesky und LinkedIn. Leser*innen können darüber mit mir in Kontakt treten. [...] Man sollte auf jedem Profil mindestens den Link zur Portfolio-Webseite haben, sodass man leicht kontaktiert werden kann.“

Natalie Wormsbecher hebt die Bedeutung einer eigenen Webseite und von Social Media für die Veröffentlichung und Vermarktung von Werken hervor, da der digitale Raum für deutsche ZeichnerInnen eine wichtige Kommunikations- und Marketingplattform darstelle, auf der man sich gegenseitig inspiriere. So sagt sie:

„Ich habe eine eigene Website, auf der ich meine aktuellen Werke veröffentlichte. Parallel dazu nutze ich Instagram und lade Zeichenvideos auf YouTube hoch. Diese Art der direkten Kommunikation mit den Leser*innen hat einen großen Reiz für mich, sie wirkt persönlich und familiär. [...] Es gibt kaum noch Zeichner*innen in Deutschland, der nicht in irgendeiner Form digital veröffentlichen.“

Es lässt sich resümieren, dass Webtoon und Tapas häufige Anlaufstellen sind, die viele Manga-aka heutzutage nutzen, während Animexx langsam an Bedeutung zu verlieren scheint. In der Vergangenheit diente den Verlagen vor allem die Webseite Animexx dazu, nach frischen Talenten zu suchen,²⁵⁴ aber diese Vorgehensweise könnte sich nun zu anderen Webseiten verlagern. Seit Animexx langsam an Bedeutung verliert, scheint die deutschsprachige Manga-Szene auch zersplitterter zu sein. Weiterhin sind gedruckte Manga beliebter als E-Books, was auch von Verlagen bestätigt wird. Zwar startete zum Beispiel *Egmont Manga* 2014 eine e-Manga-Offensive, aber trotzdem sei die Nachfrage nach E-Books geringer als nach gedruckten Büchern, die das Hauptgeschäft blieben.²⁵⁵ Immerhin gab es im Jahr 2022 schon 1003 E-Books, während es im Jahr 2017 noch 324 Titel waren.²⁵⁶

Insgesamt verdeutlichen die Antworten der Manga-aka die komplexen Auswirkungen von Digitalisierung und Social Media auf die deutschsprachige Manga-Szene, wobei Chancen und Herausforderungen eng miteinander verbunden sind.

²⁵⁴ Vgl. Auer 2013: 9.

²⁵⁵ Vgl. Suchan 2017: o.S.

²⁵⁶ Vgl. Jakubowski 2023: o.S.

5. Die Independent-Szene stellt sich vor

Abseits der großen Verlagshäuser und Mainstream-Publikationen pulsiert eine lebendige Subkultur von Manga-KünstlerInnen in Deutschland, Österreich und der Schweiz. In der vielfältigen Welt des deutschsprachigen Manga blüht eine unabhängige Szene, die mit ihren einzigartigen Stilen und Geschichten die Grenzen des Genres erweitern. Im Folgenden sollen einige dieser KünstlerInnen vorgestellt werden.²⁵⁷ Dieses Kapitel lädt ein, die Welt der Independent-Mangaka im deutschsprachigen Raum zu entdecken, die mit ihren Werken neue Wege beschrieben und eine alternative Perspektive auf das Medium bieten.²⁵⁸

5.1 Pushcart

5.1.1 Leben und Karriere



© 2024 Pushcart

Name: Miriam Cavalli (Mim) & Marlin Beringer (Bob)

Künstlername: Pushcart

Webseite: www.remembering-gale.com

Hinter dem Künstlernamen „Pushcart“ steht das Artist-Duo Mim und Bob aus Fürth. Sie zeichnen beide seit ihrer frühen Jugend im Manga-Stil. Bob wollte schon immer Manga zeichnen und hat sich deswegen gleich nach der Schule sehr naiv auf ein Kunststudium eingelassen, um sich besser darauf vorzubereiten. Dass die meisten DozentInnen Manga als weniger künstlerisch wertvoll erachteten, war Bob zu diesem Zeitpunkt nicht bewusst. Statt das Studium einfach abzubrechen, wurde Manga für viele Semester komplett eingestellt, bis die Sehnsucht danach kurz vor der Abschlussarbeit wieder nach oben schwang und für viel Reibung sorgte. Wirklich professionell mit Manga wurde es für beide erst mit Ende 20.

Seit 2015 arbeiten sie zusammen an der Manga-Reihe *Remembering Gale*, einem queeren *Slice-of-Life*-Drama. Die Arbeitsteilung erfolgt hier nicht nach dem klassischen Autor/Künstler-Prinzip, sondern wechselt sich in den Arbeitsschritten ab. Während das Grundgerüst der Geschichte von beiden erarbeitet wurde, bereitet Mim den Text auf ein Comic-Skript um, erstellt das Layout der Seiten und kümmert sich um die Raster-Effekte der fertig gezeichneten Seiten. Bob übernimmt Skizzen, Reinzeichnung und Druckdatenaufbereitung. Veröffentlicht wird der Comic seit Beginn im Selbstverlag. Diese Veröffentlichungsform wurde gewählt, um jede Freiheit in Erzählform und Länge des Werks zu behalten. Seit acht Jahren ist *Remembering Gale* mit jeweils zwei Seiten die Woche auf Englisch und Deutsch zum Großteil kostenlos im Web auf unterschiedlichen Plattformen oder nach Abschluss eines Bandes als gedruckte Form zu lesen.

Yoneda Kous Zeichnungen und Erzählstil haben das Mangaka-Duo stark für *Remembering Gale* beeinflusst, zeichnerisch sind die größten Vorbilder Takehiko Inoue, Egon Schiele und „est em“. Als kulturelle und persönliche Einflüsse nennen sie Japan, ein Land, mit dem sie über

²⁵⁷ Manche der vorgestellten KünstlerInnen haben sowohl bei Verlagen als auch im Eigenverlag veröffentlicht.

²⁵⁸ Die Biografien und Abbildungen wurden von den Mangaka zur Verfügung gestellt.

konsumierte Medien auch aufgewachsen sind. Mim hat eine Weile Japanologie studiert und auch für Recherche zu ihrer Geschichte waren sie mehr als einmal dort. Sie haben sich natürlich auch selbst Gedanken gemacht, warum ihre Geschichte gerade in Japan spielen muss. Neben der unverkennbaren optischen Szenerie, die sie sehr lieben, ist vor allem die Geschichte ausschlaggebend dafür.

Remembering Gale beschreibt das Schicksal heranwachsender Schüler. Mim und Bob denken, dass man durchaus einen gewissen mentalen Reifegrad besitzen muss, um die Gedanken und Gefühle von damals, als man selbst 17 Jahre war, zu reflektieren. Diese Reflexion ist wichtig, um Charaktere nachvollziehbar darzustellen. Es gibt ihnen aber auch immer wieder einen Einblick in eine Zeit, an die sie beide eigentlich nicht gern zurückdenken. *Remembering Gale* kann also in seiner Form nicht in einem deutschen Setting spielen, ohne dass die Erzählung sich unbewusst stark verändern würde. Auch der LGBTQ+-Fokus ist sehr stark vertreten und hat auch in vielen Aspekten etwas sehr Persönliches. Die örtliche Distanz des Settings hilft ihnen also zusätzlich dabei, die Geschichte und deren Thematik zu ihrer Zufriedenheit darzustellen. *Remembering Gale* erzählt die Geschichte einiger Schüler und ihres neuen Lehrers. Es ist Sommer, als ihr Leben eine unerwartete Wendung nimmt und sie zwingt, sich ihren Ängsten zu stellen, um die Fehler der Vergangenheit nicht zu wiederholen. Die Geschichte befasst sich mit Themen wie Trauer, *Found Family* und Selbstfindung.

Abschließendes Statement von Pushcart selbst:

„Die nach wie vor weit verbreitete Abwertung von Manga Manga in der deutschen Comic-Kulturszene kann man unserer Meinung nach nicht ohne das Thema Sexismus betrachten. In den späten 90er Jahren haben vor allem Serien wie *Sailor Moon* jungen Mädchen und queeren Menschen eine Alternative in der deutschen Medien- und Comiclandschaft gegeben, die bis zu diesem Zeitpunkt noch häufig mit sexistischen und stereotypen Geschlechterrollen überflutet war. Obwohl Manga selbst aufgrund der schieren Masse und Vielfalt an Geschichten auch nicht frei von solchen Inhalten ist, gab es vor dem Aufkommen von Manga in Deutschland kaum Comics, die auch heranwachsende Mädchen als Zielgruppe hatten. Wir glauben daher, dass es wichtig ist, sich kritisch damit auseinanderzusetzen, warum es gerade Manga so schwer in der deutschen Comiclandschaft hat und ob es nicht für einige an der Zeit wäre, noch einmal tief in sich zu gehen und darüber nachzudenken, woher diese Abwertung kommt. [...]“

Wir würden uns wünschen, dass Indie-Manga in der deutschen Manga-Szene und Manga allgemein in der deutschen Comicszene als Kunstform ernster genommen wird. Dafür werden wir versuchen, uns in den nächsten Jahren einzusetzen. Des Weiteren wäre es großartig, wenn es wieder eine deutsche Szeneplattform gäbe, oder einen Ort/ein Bund, um sich unter Zeichnenden auszutauschen. Wenn jeder offener über Geld sprechen würde und man sich gemeinsam für bessere Arbeitsbedingungen einsetzen könnte. Und ganz besonders wünschen wir uns und unseren Kolleg*innen das Selbstvertrauen eines weißen Mannes Mitte 50 ;“

5.1.2 Werke

- *Remembering Gale* (seit 2005, Online-Publikation & Eigenverlag)



© 2024 Pushcart

5.2 RoseNose

5.2.1 Leben und Karriere



© 2024 RoseNose

Name: Sina Rieger
Künstlername: RoseNose
Webseite: www.instagram.com/rosenosey

RoseNose ist 34 Jahre alt, gebürtig aus Bayern und wohnt in der Nähe von Ingolstadt. Seit sie zurückdenken kann, hatte sie einen Stift in der Hand und zeichnete gern. Ein prägender Moment in ihrem Leben, der sie stark beeinflusste und dazu beitrug, wo sie heute steht, war ihr erster Kontakt mit dem Anime *Sailor Moon*. Das geschah im Alter von etwa sechs bis sieben

Jahren, als sie zum ersten Mal *Sailor Moon* im Fernsehen sah und der Anime sie sofort in den Bann zog. In den 90ern war die RTL-2-Ära mit ihrem Nachmittags-Anime-Programm gerade ganz groß und sie hat alles verschlungen. Ob *Pokémon*, *Digimon*, *Dragon Ball Z*, oder *Detektiv Conan* – sie füllte ganze Ordner mit abgezeichneten Bildern zu diesen Serien. Sie erinnert sich daran, dass es damals regelmäßig *Sailor-Moon*-Zeitschriften am Kiosk zu kaufen gab, in denen einzelne Episoden der Serie abgedruckt waren. Zusammen mit ihrer besten Freundin bastelte sie dann eigene Zeitschriften und zeichnete schon damals kleine Minicomics.

Mit dem Medium Manga kam sie erst viel später als Teenager in Berührung. Ihr erster Manga, den ihre Mutter ihr kaufte, war *Hack – The Legend of Twilight*. Als sie dann mit der Online-Plattform Animexx in Berührung kam, begann sie, ihre gezeichneten Geschichten online zu stellen. Von da an wuchs ihr Werk nach und nach. Durch Plattformen wie Facebook war es ihr später möglich, noch mehr Menschen zu erreichen. In ihren frühen Zwanzigern besuchte sie zum ersten Mal eine Convention und stand plötzlich mitten in einer Artist Alley. Ihr wurde bewusst, dass man seine gezeichneten Werke nicht nur online hochladen, sondern auch verkaufen konnte. Im Jahr 2013 veröffentlichte sie ihre erste kleine Kurzgeschichte in einer Anthologie namens *Little Ones*, die als gedrucktes Buch auf Conventions erhältlich war. Und 2015 hat sie dann mit *Blumensprache* ihr erstes eigenes Werk auf der Leipziger Buchmesse mit eigenem Stand in der damaligen Artist Alley zum Verkauf angeboten. Von Jahr zu Jahr entwickelte sich ihr Schaffen weiter.

Sie glaubt, dass die erste Mangaka, die sie stark beeinflusst hat, Arina Tanemura war. Sie holte sich damals alles von ihr und liebte ihre Geschichten und Zeichnungen. *D.Gray-Man* von Katsura Hoshino hat auch bis heute einen großen Platz in ihrem Herzen, da sie die Reihe seit ihren Anfängen verfolgt. Im Genre Shōnen Ai haben sie besonders japanische AutorInnen wie Rihito Takarai, Kanna Kii oder Y. Fumino geprägt. Im Shōjo-Genre schätzt sie besonders die Werke von Mika Yamamori.

Ansonsten lässt sie sich von vielen Independent Comic Artists inspirieren, jedoch sind es zu viele, um sie alle aufzuzählen. Heutzutage würde sie sagen, dass der größte Einfluss sogar aus dem Independent-Bereich kommt. Grundsätzlich wird sie von allem geprägt, was sie konsumiert oder was um sie herum passiert. Seien es Manga, Anime, Filme/Serien im Allgemeinen, Bücher, popkulturelle Themen, das persönliche Umfeld oder gesellschaftliche Themen. All dies kann eine Quelle für neue Geschichten und Ideen sein.

Hauptberuflich arbeitet sie als Technische Illustratorin in Teilzeit auf 32 Stundenbasis bei ei-

nem mittelständischen Entwässerungsunternehmen. In ihrem Nebengewerbe geht sie ihrer großen Leidenschaft, dem Comiczeichnen nach. Seit knapp zehn Jahren ist sie in der Manga-/Anime-Szene und auf Messen/Conventions unterwegs und hat schon einige Comics im Self-Publishing veröffentlicht. Sie verkauft ihre Bücher in ihrem eigenen Onlineshop oder auf Messen und lädt sie auf internationalen Plattformen wie Webtoon/Tapas auf Englisch hoch.

Abschließendes Statement von RoseNose selbst:

„Ich würde mir mehr Sichtbarkeit/Anerkennung für die Independent-Szene wünschen. Ich habe oft das Gefühl, wir fallen neben den internationalen Mangakas oder auch den deutschen VerlagMangakas hinten runter und werden eher beliebteugelt/kaum wahrgenommen. Gerade bei offiziellen Stellen, großen Medien oder Komitees nehme ich das eher spärlich war. Zumindest gibt es seit einigen Jahren jetzt den ‚Ginko Award‘, der besonderen Fokus auf Independent-KünstlerInnen legt. Das ist schon ein guter Schritt in die richtige Richtung.“

5.2.2 Werke

- *Blumensprache* (2014, Online-Publikation & Eigenverlag)
- *Strange Habit* (2015, Online-Publikation & Eigenverlag)
- *Flourishing Flower* (seit 2017, Online-Publikation & Eigenverlag)
- *Regentage* (2018, Online-Publikation & Eigenverlag)
- *Bed of Flowers* (2024, Online-Publikation & Eigenverlag)

3



© 2024 RoseNose

5.3. Kandismon

5.3.1 Leben und Karriere



© 2024 Kandismon

Name: /
Künstlername: Kandismon
Webseite: www.kandismon.com

Das Interesse am Manga-Zeichnen kam bei Kandismon auf, als *Sailor Moon* erstmals im deutschen Fernsehen gezeigt wurde und sie daraufhin den Manga kaufte. Allerdings war Manga-Zeichnen für sie immer nur ein Hobby, sie hat nie mit dem Gedanken gespielt, es zu ihrer Karriere zu machen. Erst später, etwa 2012, hat sie begonnen, Zeichnen im Allgemeinen etwas ernster zu nehmen und wirklich nach Verbesserung zu streben und richtige Projekte in Angriff zu nehmen. Nach mehreren abgebrochenen Comics/Manga, wurde dann **#MUTED** das erste

Werk, das über fünf Jahre hinweg fertiggestellt wurde und auch direkt ihre Karriere als Zeichnerin einleitete.

Mangaka, die sie über die Jahre beeinflusst haben, sind CLAMP, Yana Toboso und Mamiya Oki. Dazu gehören auch Werke von diesen KünstlerInnen, insbesondere *Tsubasa: RESERVoir CHRoNiCLE*, *Kuroshitsuji* und *Ja-Dou*. **#MUTED** und *Shallow Sleep* spielen in Deutschland (jeweils Leipzig und Berlin), abgesehen davon hat sie jedoch nicht das aktive Bedürfnis, ihre eigene Kultur in ihre Werke zwangsweise einfließen zu lassen. Persönliche Einflüsse gibt es allerdings in ihren Manga: Sie ist vor allem daran interessiert, Charakter-fokussierte, introspektive Geschichten zu erzählen, die oft eher langsam und still sind. Einen Action-Manga wird es von ihr vermutlich niemals geben.

Abschließendes Statement von Kandismon selbst:³

„Ich denke und hoffe, dass wir auch in Zukunft mehr von deutschen Talenten sehen werden! Ich kann nichts über Trends oder Entwicklungen sagen, aber ich weiß, dass es viele sehr talentierte Zeichner in Deutschland gibt, mit Geschichten, die es wert sind, erzählt und gesehen zu werden. Ich hoffe auch, dass Manga als Kunst und Arbeit hierzulande etwas mehr Anerkennung finden wird, da ich noch immer das Gefühl habe, dass oft noch auf diese Art von Comic herabgeschaut wird.“

5.3.2 Werke

- **#MUTED** (2017–2023, Online-Publikation & Eigenverlag, seit 2022 beim Verlag *Yaoi Revolution* & seit 2023 beim Verlag *Papertoons*)
- **Shallow Sleep** (seit 2022, Online-Publikation)



© 2024 Kandismon

5.4 LIAN

5.4.1 Leben und Karriere



© 2024 LIAN

Name: Lisa Santrau
Künstlername: LIAN
Webseite: www.lisa-santrau.com

Aufgewachsen in Erkrath bei Düsseldorf hat sie wie viele in ihrem Alter die Zeichentrickserien auf RTL 2 in frühster Kindheit fasziniert. Sie durfte immer nur eine Stunde fernsehen und hat sich dann stets Anime-Serien wie *Biene Maja*, *Heidi* oder *Nils Holgerman* herausgesucht. Angefangen zu zeichnen hat sie mit

Sailor Moon, da sie selbst ihre Geschichten auf dem Schulhof mit Freunden nachgespielt hatte. Bestimmte Augenstile fand sie wunderschön und hat dann die Folgen aufgenommen, das Video pausiert und versucht abzupausen. Da das aber nicht funktionierte, musste sie es selber lernen. Sie hat das so frustriert, dass sie seit diesem Zeitpunkt wie eine Wilde geübt hat und das sogar ihre Schullaufbahn mehrfach gefährdet hat.

Vor Kurzem hat sie herausgefunden, dass sie ADHS hat und das seit ihrer Kindheit ihr Hyperfokus ist. Das hat ihr zwar viele Probleme im Leben gebracht, aber durch dieses Scheuklappenverhalten hat sie den Beruf gefunden, den sie über alles liebt und den sie niemals aufgeben will. Für das Geschichtenerzählen ist sie auf die Welt gekommen. Nach dem Abitur studierte sie Kommunikationsdesign an der Folkwang Universität der Künste in Essen und spezialisierte sich dort auf Illustration.

Der Manga-Stil war seit jeher ihr präferierter Stil. Während des Studiums blühten die Artist Alleys in Deutschland auf, sodass sie sich nebenher durch eigens publizierte Manga einen klei-

nen Namen in der Szene aufbauen konnte. Ihr Standkonzept beinhaltet zu 90 Prozent ihre eigenen Serien und dazu passendes Merch. Neben den Artist Alleys arbeitete sie für verschiedenste Klienten wie zum Beispiel NIKE, Aire (für Oscar Preisträger Horst Burbulla), CHIO Aachen, 7mile/Julien Bam, riva Verlag und Mexify, EMF Verlag, Basecamp Bonn und viele mehr.

Naoko Takeuchi, ihre Königin des Shōjo-Stils und Schöpferin von *Sailor Moon*, war eines ihrer ersten Idole und hat ihren Stil stark beeinflusst. Wie sie Geschichten erzählt hat, wie sanft ihr Strich beim Zeichnen war und wie ausdrucksstark die Gesichter waren, hat LIAN in den Bann gezogen, sowohl im Manga als auch im Anime. Seit frühster Kindheit liebt sie die sanften und romantischen Serien mit Ghibli Vibe, angefangen bei *Heidi*, *Biene Maja*, *Peter Pan* und all den Kinderserien auf RTL 2 oder Sat1 am Morgen.

Ihr nächstes großes Idol wurde Arina Tanemura. Auf der Immermannstraße in Düsseldorf hatte sie sich schon Manga von ihr auf Japanisch gekauft und als die Serien dann in Deutschland veröffentlicht wurden, hat sie nur noch ihre Sachen abgemalt und analysiert. Spätere Einflüsse waren auch diverse Videospiel-Illustrationen, zum Beispiel von Grandia.

In ihrer Zeit als Teenager hat sie besonders die japanische Kultur beeinflusst, die sie romantisiert gern in ihren Geschichten durch Mimik, Gestik und Sprache einbringt. Sie hat bewundert, wie das Leben dort für Menschen in ihrem Alter aussah und hat viel davon übernommen. Je älter sie wurde, desto mehr hat sich der Schwerpunkt von lustigen und fantastischen Themen ohne Bedeutung hin zu Geschichten entwickelt, die wirklich etwas zu sagen haben. Mittlerweile ist sie Mitte 30 und die rosa Brille sitzt nicht mehr so gut auf ihrer Nase. Die Themen ihrer Geschichten sind beeinflusst von Dingen, die sie erlebt hat und die sie geprägt haben.

Um es konkret zu sagen, beschäftigt sie seit 2014 das Thema Tod und Depression enorm, da ihr Vater in diesem Jahr plötzlich verstarb. In *Rabenfluch*, einem ihrer aktuellen Manga, geht es im Allgemeinen um die Frage, wie die Charaktere durch verschiedene Hintergründe ihrer Story mit diesem Thema umgehen. Zwei ihrer Charaktere haben eine sehr lange Zeitspanne, einer zerbricht daran fast, da er ständig sieht, wie seine geliebten Menschen um ihn herum kommen und gehen, und der andere zog die Grenze vor langer Zeit und verschloss sich einfach vor der Welt. Eine andere Figur, Prinz Ryland, erlebt am eigenen Leib die Veränderung seiner Umstände, als er durch einen dunklen Fluch vom Menschen zu einem magischen Leben mit extrem langer Lebenszeit wird. Sie alle leiden und wachsen daran und gehen, verflochten in andere Themen der Story, mal so und mal so damit um.

Tod, Depression, Zeit und „ein Zuhause finden“ sind die Themen, die sie in die Geschichte gebracht hat, weil sie sie persönlich beschäftigen und sie glaubt, dass man diese ernsten Themen gerade im Manga auf ernste, aber auch melancholische und schöne Weise erzählen kann.

Abschließendes Statement von LIAN selbst:

„Die alte Floskel, die immer stimmt: Erfolg kommt nicht über Nacht. Und: Es ist keine Schande, wenn man neben seiner (hauptberuflichen) Tätigkeit als Illustrator/Mangaka noch einen Brotjob hat, der finanzielle Sorge und Last zum Teil nimmt.“

5.4.2 Werke

- *Götterboten* (2010, Knaur)
- *Helden als Manga zeichnen* (2020, Edition Michael Fischer)
- *Manga Watercolor* (2020, Edition Michael Fischer)
- *Mein Manga-Adventskalender-Buch: Magic Manga Christmas* (2023)

- *Manga zeichnen – Starter-Set* (mit Nao Yazawa, 2023, Edition Michael Fischer)
- *Mechanical Princess* (seit 2012, Eigenverlag)
- *Rabenfluch* (seit 2019, Eigenverlag)



© 2024 LIAN

5.5 Esa Parr

5.5.1 Leben und Karriere



© 2024 Esa Parr

Name: /

Künstlername: Esa Parr

Webseite: www.instagram.com/esa.parr

Esa Parr ist eine freiberufliche Illustratorin/Mangaka und lebt zusammen mit ihrem Hund und einer Ritterrüstung im Süden Deutschlands. Ihr Studium der Kunstgeschichte konzentrierte sich auf Gemälde der venezianischen Renaissance, was sie dazu inspirierte, den Manga *Ermafrodit* zu kreieren. Neben Zimmerpflanzen, Lego, Kunst und mittelalterlichen Schwertern sammelt sie viel zu teure Figuren aus den Bereichen Manga, Anime und Games. Dank Spielen wie *Baldur's Gate 3* kommt demnächst wohl noch eine Obsession für *Dungeons and Dragons* dazu.

Zum Manga-Zeichnen ist sie wie viele andere auch aufgrund des ersten Anime-Hypes in den 90er Jahren auf RTL 2 gekommen. Sie zeichnet seit ca. 25 Jahren im Manga-Stil. Früher gab

es viele Wettbewerbe, bei denen man Kurzgeschichten und/oder Illustrationen einreichen konnte, und sie war der festen Überzeugung, durch das Gewinnen eines solchen Wettbewerbs bekannt zu werden und das Interesse eines Verlages zu wecken. Sie wurde zweimal beim *Pimp my Character* Wettbewerb der AnimaniA platziert und traute sich dann endlich auch digital an die Öffentlichkeit zu gehen, via Social Media. Letzten Endes war der ‚Durchbruch‘ eine direkte Verlagsbewerbung, die sie auf einer Convention bei einer Mappensichtung von *Tokyopop* abgegeben hat. Ihren Einzelband *Ermafrodit* hat sie extra für diesen Zweck geschrieben.

Ihren jetzigen Stil geprägt haben sehr viele internationale KünstlerInnen, zu diesen gehören: Zariya Ranmaru, Midnight Rain und Scarlet Beriko. Im deutschen Bereich waren es vor allem Martina Peters und Mikiko Ponczeck, die sie zusätzlich zu ihrem Werk und Stil noch aufgrund ihrer Vorreiterrolle für deutsche Mangaka bewundert. Aber sie lässt auch persönliche Einflüsse in ihre Manga einfließen.

Sie hat ein großes Faible für die venezianische Renaissance. Sie war ihr Schwerpunkt in ihrem Kunstgeschichtsstudium und erschien ihr als großartiges Setting für eine dramatische Liebesgeschichte. Zu anderen persönlichen Einflüssen würde sie Authentizität zählen. Sie mag Charaktere, die sich natürlich verhalten und nicht idealisiert sind. Jeder Mensch hat seine Macken, ist manchmal (unfreiwillig) lustig und hat unbewusste Beweggründe.

Abschließendes Statement von Esa Parr selbst:

„Ich bin Autorin und Leserin und natürlich bin ich ein Otaku! Ich denke, das ist eine Voraussetzung, um überhaupt als Mangaka tätig sein zu können. [...] Leidenschaft ist das A und O. Die Otaku-Kultur wird immer öfter im Alltag sichtbar. Fast täglich sehe ich Menschen mit Fan-Shirts oder anderem Merchandise. Ich liebe es, dass man diese Subkultur inzwischen so offen ausleben kann. Ich bin in dieser Hinsicht sehr schüchtern und hatte mich früher nicht getraut, mich als Fangirl in der Öffentlichkeit zu bewegen. Ich habe die Szene

immer als aufgeschlossen wahrgenommen. Niemand findet es seltsam, wenn man denjenigen auf sein cooles Manga-Shirt anspricht. Im Gegenteil: Daraus hat sich schon mal eine einstündige Unterhaltung entsponnen ... Das ist das Schöne an Otakus. Sie teilen ihre Leidenschaft liebend gern mit anderen.“

5.5.2 Werke

- *Fou de Cirque* (2014, in *Baito Oh!*-Sonderband der Deutsch-Japanischen Gesellschaft Berlin Manga Club)
- *Ananas flambé* (2015, in *Kotori 01-Tori-Project*)
- *Shinkai Kisú: Play with me in kinky waters* (2019, *Krakenkuss Verlag*)
- *Ermafrodito – Harlows Begehrten* (2019, *Tokyopop*)
- *Alexandros* (2020, in *Yamete! – die Yaoi-/Bara-Anthologie*)



© 2020 Esa Parr/TOKYOPOP GmbH

5.6 Désirée Kunstmann (nayght-tsuki)

5.6.1 Leben und Karriere



© 2024 Désirée Kunstmann

Name: Désirée Kunstmann
Künstlername: nayght-tsuki
Webseite: www.nayght-illustration.de

Désirée Kunstmann ist eine Illustratorin und Comiczeichnerin aus Nürnberg. Schon in ihrer Schulzeit zeichnete sie gern Kurzgeschichten im Manga-Stil, die sie im Internet unter dem Nicknamen „nayght-tsuki“ auf Animexx veröffentlicht. 2014 begann sie ihren Webcomic *Morgens Mittags Abends*, der inzwischen sieben Bände umfasst. Nach ihrem Studium 2018 beschloss sie, sich ihren Kindheitstraum zu erfüllen und freie Illustratorin zu werden.

Denn schon im Kindergarten zeichnete sie gern und als sie in der Grundschule das erste Mal mit *Sailor Moon* in Berührung kam, war sie sofort in den Zeichenstil verliebt. Da sie sich für keinen guten Schreiber hält, fand sie die Möglichkeit, mit Bildern Geschichten zu erzählen ideal für sich und so begann sie, erste Comics zu zeichnen. Während ihrer Schulzeit nahm sie an vielen Manga-Wettbewerben teil und machte ein paar Kurzgeschichten für Anthologien wie *A Story to tell* und *Blütenträume*. Danach testete sie noch Kurzgeschichten im Eigenverlag, bevor sie schließlich neben dem Studium ihr Langzeitprojekt *Morgens Mittags Abends* anfing. Mit dem *Delfinium Prints*-Verlag zeichnete sie Band 1 von *MaNeCon*.

Ganz früh haben sie vor allem Clamp, Rumiko Takahashi und *Fruits Basket* von Natsuki Takaya in ihren Werken geprägt. Über die Jahre kamen u.a. noch Motomi Kyousuke und Hiromu Arakawa hinzu, aber eigentlich sind es vermutlich sehr sehr viel mehr, wie sie sagt. *Morgens Mittags Abends* und *MaNeCon* spielen beide in Deutschland, da es „Shoujo-Manga aus Deutschland“ sein sollten. Eigentlich ist sie selbst Halb-Filipino und weiß selbst nicht genau, wie so ein typischer deutscher Haushalt aussieht. Darum würde sie das in zukünftigen Werken gern anders angehen. Die Patchwork-Familiensituation und die Con-Erfahrungen stammen als Scheidungskind und Con-Besucher aber aus persönlichen Einflüssen.

Inzwischen ist sie hauptsächlich als freiberufliche Illustratorin im Kinderbuchbereich tätig und zeichnet nebenher weiterhin *Morgens Mittags Abends*.

Abschließendes Statement von Désirée Kunstmann selbst:

„Solange Manga nur als leichte Unterhaltung für junge Leute betrachtet wird und nicht auch entsprechend als Kunst respektiert wird, wird sich wenig an unserer Repräsentation bei Kulturveranstaltungen ändern. Nur weil der Output bei Manga so extrem hoch ist, bedeutet das nicht, dass Manga nur leichtfertig entstehen. Nur weil man etwas schnell macht oder man einfach nur ein bestimmtes Publikum in gewissen Genres unterhalten möchte, bedeutet das nicht, dass nicht in jedem einzelnen Strich jahrelange Arbeit und Disziplin stecken. Nur weil man größere Augen zeichnet, bedeutet das nicht, dass es keine Kunst ist. Es wird Zeit, dass das auch ohne Labels wie ‚Graphic Novel‘ von Leuten, die nicht zur Manga-Szene gehören, anerkannt wird.“

5.6.2 Werke

- *StrawberryGun* (2010, in *Blütenträume 3, Schwarzer Turm*)
- *MaNeCon* (2015, *Delfinium Prints*)
- *Morgens Mittags Abends* (seit 2014, Eigenverlag)



© 2024 Désirée Kunstmann

5.7 Julia Schlax

5.7.1 Leben und Karriere



© 2024 Julia Schlax

Name: Julia Schlax

Künstlername: /

Webseite: www.linktr.ee/juliaschlax_art

Legenden besagen, dass Julia Schlax seit über zehn Jahren ihre Taler als Lead UX/UI-Designerin verdient. Doch tief in den Kreativhöhlen ihres Kopfes entstehen noch ganz andere Dinge – Manga/Comics und Illustrationen sollen schon seit frühester Kindheit ihre Leidenschaft sein. Schon 2006 soll man erste Kurzgeschichten mit dem Namen *Todkäppchen* von ihr gesehen haben und 2023 erblickte dann ihr erster Oneshot Manga *Memento Mori – A Circus Tale* das Licht der Welt beim Verlag *Schwarzer Turm*.

Noch vor dem *Sailor-Moon*-Boom gab es einen Anime im deutschen TV Anfang der 90er Jahre namens *Rock 'n Roll Kids*. Dieser sprach sie als junger Teenie mit seiner Band- und Liebesgeschichts-Thematik sofort an.

Kurz darauf startete sie die ersten Versuche, Geschichten im Manga-Stil zu zeichnen. Erst als sie Jahre später die ersten Manga las, begann sie sich intensiver mit Storytelling, Rastereinsatz etc. auseinanderzusetzen.

Die erste Geschichte, die sie der Manga-/Anime-Community auf Animexx.de damals im Jahr 2006 als Webcomic präsentierte, war der Prototyp ihrer Kurzgeschichte *Todkäppchen*. Das

Feedback war positiv und so stellte sie ihre Geschichte damals dem Verlag *Schwarzer Turm* vor. Sie überarbeitete alles noch einmal für den Druck und zusammen mit anderen Manga-Schaffenden erschienen mehrere *Todkäppchen*-Kurzgeschichten dann in der Anthologie *Paper Theatre*.

Der nächste Traum war dann einen Einzelband zu erschaffen mit Manga-typischen 200 Seiten. Ihr Manga *Memento Mori – A Circus Tale* entstand. Der erste Teil der Geschichte erschien 2015 bei einem anderen Verlag. Leider wurde diese dort nie komplett zu Ende erzählt. Sie erhielt die Rechte zurück und überarbeitete und verfeinerte die Geschichte noch einmal. 2019 gab es dann den Reboot von *Memento Mori* in Webcomicform. *Schwarzer Turm* gefiel die Geschichte um den düsteren Zirkus und der Verlag wollte ihn drucken. 2023 war es dann endlich soweit und Schlax konnte ihren Einzelband in den Händen halten.

In ihren Manga lassen sich sowohl Einflüsse einiger Mangaka als auch persönliche und kulturelle Einflüsse finden. Aus dem Manga-Bereich wurde sie über die Jahre sowohl von Yuu Watase (*Fushigi Yuugi*) als auch von Ai Yazawa (*Nana*) stark beeinflusst. Ihre Vorliebe zu etwas düsteren Geschichten verdankt sie dem Einfluss des guten Tim Burton (*Corpse Bride, Edward mit den Scherenhänden*). Ihre Figuren sind ebenso wie ihre Geschichten im alternativen Spektrum angesiedelt. Einflüsse aus der Gothic-Szene, der japanischen Popkultur, aber auch Märchen- und Comedy-Elemente prägen ihre Geschichten. Alles Bereiche, denen sie sich selbst zugehörig fühlt.

Abschließendes Statement von Julia Schlax selbst:

„Deutsche Manga-Leser und Leserinnen haben oft noch Vorurteile gegenüber deutschen Mangaka. Diese gilt es zu überzeugen. ;) Auch das Arbeitspensum ist hierzulande ein anderes als z.B. in Japan. Dort muss man viele, viele Seiten in kurzer Zeit fertig stellen. Daher haben japanische Mangaka oft Assistenten, um die strammen Deadlines zu schaffen.“

5.7.2 Werke

- *Todkäppchen* (2006–2010, in *Paper Theatre, Schwarzer Turm*)
- *Memento Mori – A Circus Tale* (2023, *Schwarzer Turm*)



© 2024 Julia Schlax

5.8 Kristina Gehrman

5.8.1 Leben und Karriere



© 2024 Kristina Gehrman

Name: Kristina Gehrman

Künstlername: /

Webseite: www.kristinagehrmann.com

Kristina Gehrman ist eine deutsche Illustratorin und Comiczeichnerin mit einem realistischen Zeichenstil und Schwerpunkt auf historischen Themen. Zu ihren Kunden zählen große und kleine Verlage für Bücher und Spiele. Sie ist von Geburt an hochgradig schwerhörig. Sie zeichnet schon immer und hat als Teenager damit angefangen, die Grundlagen gezielter zu lernen –

Anatomie, Perspektive, Licht und Schatten. Ab 2007 hatte sie neben Schule und Studium erste Erfahrungen mit Illustrationsaufträgen gesammelt und 2012 hat sie sich als freiberufliche Illustratorin in Vollzeit selbstständig gemacht.

Einige Mangaka und Werke haben ihren Stil beeinflusst: Als Jugendliche hat sie gern *Lady Oscar* und *Cantarella* gelesen, momentan mag sie die Manga über Nero, Jeanne d'Arc und Jesus von Yoshikazu Yasuhiko, die unverständlichlicherweise nicht auf Deutsch oder Englisch erschienen sind (sie besitzt die italienischen Ausgaben) – die Art, wie sie koloriert sind, hat sie bei ihrem neueren Comic *Bloody Mary* inspiriert, genau so etwas auch zu probieren. Sie ist auch ein großer Fan von *Cesare* von Fuyumi Soryou und Makoto Yukimuras *Vinland Saga*. Sie fokussiert sich auf historische Themen – daran fasziniert sie, dass diese tatsächlich real so gewesen sein könnten; und dass das wirkliche Leben die interessantesten Geschichten schreibt.

Abschließendes Statement von Kristina Gehrman selbst:

„Momentan zeichne ich keine Comics, da ich mich stärker auf reguläre Illustration konzentrieren will. Mein größter Traum ist, noch Jahrzehnte lang zu zeichnen, besser darin zu werden und davon leben zu können. Es ist davon auszugehen, dass das aufgrund der Klimakrise in Zukunft schwieriger werden wird, wie viele andere Tätigkeiten auch.“

5.8.2 Werke

- *Im Eisland* (2015–2016, Hinstorff)



© 2024 Kristina Gehrmann

5.9 Natalie Wormsbecher

5.9.1 Leben und Karriere

Name: Natalie Wormsbecher

Künstlername: /

Webseite: www.natalie-wormsbecher.de

Schon in ihrer frühen Kindheit begann Natalie Wormsbecher zu zeichnen. Sie war schon immer eine Leseratte und hat schon früh begonnen, sich eigene Geschichten auszudenken, die sie durch eigene Zeichnungen festhielt. Mit 13 entdeckte sie Manga in der Bibliothek und sah sofort, dass es genau das ist, was sie auch machen möchte. Zu der Zeit wurden noch regelmäßig Manga-Zeichenwettbewerbe auf Messen und Conventions veranstaltet, bei denen sie auch mitmachte und hier und da auch einen der vorderen Plätze belegte.

Über diese Zeichenwettbewerbe kam sie mit deutschen Manga-Verlagen in Berührung. Zwischen 2006 und 2012 hat sie mehrere Kurzgeschichten, die beiden Einzelbände *Summer Rain* und *Dämonenjunge Lain*, die fünfbändige Serie *Life Tree's Guardian* sowie das Artbook *Träume in Pastell* beim Verlag *Tokyopop* veröffentlicht.

Nach dem Abschluss ihrer fünfbändigen Serie wechselte sie ihren Fokus auf die Verlagsseite und arbeitete einige Jahre als Redakteurin für deutsche Manga-Veröffentlichungen bei *Tokyopop*. Währenddessen hat sie weiter gezeichnet und neue Geschichten auf ihrer Webseite und auf Social-Media-Plattformen veröffentlicht. Eines Tages beschloss sie, doch noch ein Studium aufzunehmen, und hat daraufhin eine ganze Weile das Manga-Zeichnen pausiert. Inzwischen hat sie ihr Studium abgeschlossen und arbeitet als Digital Publishing Manager bei *Crunchyroll*. Sie hofft, das Zeichnen bald wieder aufnehmen zu können, auch wenn das Leben momentan immer wieder dazwischenfunkt.

Sie wurde von sehr vielen ZeichnerInnen und Werken beeinflusst und inspiriert. Aber der Manga, bei dem sie zum ersten Mal dachte: „Ich möchte auch einmal etwas zeichnen, das andere genauso bewegt wie dieses Werk mich bewegt hat“, war *Kodomo no Omocha* von Miho Obana.

In ihrer Jugendzeit hat sie viele Romance-Manga und Fantasy- und Science-Fiction-Bücher gelesen. Sie liebt außerdem Filme aller Art und geht gern ins Kino. Diese Genres und die filmische Darstellungsweise haben sie in ihrer Kunst inspiriert. Auf persönlicher Ebene hat sie sich in ihrer Schulzeit oft (unglücklich) verliebt und hat das dann in ihren Geschichten verarbeitet, die sie aber größtenteils erst als Erwachsene umsetzen konnte. Überhaupt hegt sie noch immer eine große Leidenschaft für feminin konnotierte Themen: Liebe, Freundschaft, Familie, Gesellschaft. Darüber denkt sie viel nach und ihre Geschichten drehen sich immer wieder um diese Themenfelder.

Ihr aktuelles Werk *Schwarzer Kater* zeichnet und veröffentlicht sie im Eigenverlag auf ihrer Webseite und ihren Social-Media-Kanälen und genießt ansonsten ihr zurückgezogenes Leben mit Familie und zwei Katzen in Berlin.

Abschließendes Statement von Natalie Wormsbecher selbst:

„Im Moment bin ich noch immer in meiner kreativen Pause und sammle Lebenserfahrung. In Zukunft möchte ich aber wieder aktiver in die Szene einsteigen, allerdings nicht mehr so verbissen und selbstzerstörerisch wie früher. Ich möchte gerne eine Balance finden zwischen meinem Leben als Künstlerin und

meinem Privatleben, das ich sehr schätze. Der aktuelle Markt bietet da leider nur wenige zufriedenstellende Lösungen. Daran möchte ich gern arbeiten.“

5.9.2 Werke

- *Robin* (2006, in *Manga Fieber 2, Tokyopop*)
- *One Day* (2006, in *Paper Theatre 1, Schwarzer Turm*)
- *Chocolate War* (2006, in *Paper Theatre 2, Schwarzer Turm*)
- *Summer Rain* (2007, *Tokyopop*)
- *Dämonenjunge Lain* (2008, *Tokyopop*)
- *Geheimnis* (2009, in *Paper Theatre 6, Schwarzer Turm*)
- *Life Tree's Guardian* (2009–2011, *Tokyopop*)
- *Träume in Pastell* (2012, *Tokyopop*)
- *Schwarzer Kater Collector's Edition* (2013–2014, Eigenverlag)

II. Teil: Schlussbetrachtungen

Elsa-Margareta Venzmer

„Es gibt so viele Helden und auch so viele Geschichten *und* Schichten. Ich glaube, für jeden ist hier eine Nische dabei. Und es freut mich zu sehen, dass in Deutschland jetzt mehr und mehr einfach auf dem Markt ist und sich mehr Leute auch angesprochen fühlen von dem Medium.“²⁵⁹

1. Zukunftsprognosen

Eine der letzten Fragen an die Mangaka war, wie sie die Zukunft von Manga im deutschsprachigen Raum einschätzen und ob es Trends oder Entwicklungen gibt, die sie besonders interessant oder relevant finden. Die Einschätzungen der Manga-KünstlerInnen zeigen eine Vielzahl von Perspektiven. Pushcart betonen die Entwicklung weg vom klassischen schwarz/weißen Manga hin zu farbigen Webtoons, die insbesondere auf mobilen Endgeräten immer beliebter werden. Sie sehen jedoch den deutschsprachigen Markt in dieser Hinsicht noch wenig erschlossen:

„Insbesondere weil junge Leute heutzutage eher auf mobilen Endgeräten Comics/Manga/Manwha und Webtoons konsumieren, ist der Trend hin zu diesen Medien als erste Veröffentlichungsform nur natürliche Konsequenz. Diese sind allerdings bis jetzt noch komplett international und meist auf Englisch.“

Darüber hinaus hätten einige KünstlerInnen durch verschiedene Möglichkeiten der Monetarisierung und die Nutzung unterschiedlicher Einkommensquellen tatsächlich die Chance, von ihren Comics/Manga gut zu leben. Es komme auch immer öfter vor, dass international bekannte Indie-Manga/Webtoons von deutschen Mangaka zurück nach Deutschland lizenziert werden und nun von deutschen Verlagen im Handel erhältlich sind.

RoseNose äußert dagegen Bedenken hinsichtlich der Zukunft im Kreativbereich aufgrund des zunehmenden Einflusses von Künstlicher Intelligenz und plädiert für die Einführung von Regularien zum Schutz geistigen Eigentums: „Da ich die menschliche Kreativität als ein sehr hohes Gut einstufe, das unbedingt geschützt gehört.“ LIAN geht ebenfalls auf Künstliche Intelligenz sowie auf die Independent-Szene ein. Indie-Mangaka hätten eine Zeit erlebt, in der kaum jemand Interesse an ihren Indie-Manga zeigte. Doch dann kamen die ersten LeserInnen und mittlerweile gebe es sogar Verlage, die unabhängige Serien erwerben und veröffentlichen. Obwohl es heutzutage nicht mehr zwingend notwendig sei, von Verlagen abhängig zu sein, um davon leben zu können, werde dies für viele immer noch als eine Art Bestätigung angesehen. Sie ist überzeugt davon, dass ihre Leserschaft Mangaka treu bleiben wird, denn sie erzählen Geschichten, die sie berühren, mit Charakteren, die ihnen ans Herz wachsen. Solange es Menschen gebe, die sich für ihre Geschichten interessieren, werde es sie auch geben.

Angesichts des Vormarsches von Künstlicher Intelligenz und der zögerlichen Reaktion der Politik weltweit überkomme sie allerdings manchmal die Angst, dass sie ihren Beruf nicht bis ans Ende ihrer Tage ausüben kann. Aber sie sieht dennoch positiv in die Zukunft. Sie glaubt daran,

²⁵⁹ Cathy Cat zitiert nach Fitsch 2023 [2022], 00:00:50–00:01:03.

dass es immer genügend Menschen geben wird, die Geschichten von Menschen lesen möchten. Vielleicht werde die Profitgier zeitweise überhandnehmen und die Märkte überschwemmen, doch letztlich werde es immer ein Verlangen nach Authentizität geben. Selbst wenn K.I. eines Tages in der Lage sein sollte, Manga zu erstellen, glaubt sie an eine Koexistenz. Wenn Mangaka vor den Menschen sitzen und ihre Exemplare signieren, sei das ein Beweis dafür, dass sie das Produkt selbst erschaffen haben. Sie ist davon überzeugt, dass Menschen, die K.I. ästhetisch finden, schon jetzt und hoffentlich auch in Zukunft nicht zu ihrer Zielgruppe gehören.

Kandismon hofft auf eine stärkere Präsenz deutscher Talente im Manga-Bereich und wünscht sich eine größere Anerkennung von Manga als Kunst- und Arbeitsform im deutschsprachigen Raum. Sie fügt hinzu: „Ich kann nichts über Trends oder Entwicklungen sagen, aber ich weiß, dass es viele sehr talentierte Zeichner in Deutschland gibt, mit Geschichten, die es wert sind, erzählt und gesehen zu werden.“

Esa Parr hebt die wachsende Präsenz von Manhwa und den südkoreanischen Einfluss im Manga-Bereich hervor, insbesondere durch ihre farbige Gestaltung und ihr Paneling für das digitale Lesen:

„Die Koreaner kommen! Und ich liebe es! Immer mehr Manhwas finden gedruckt ihren Weg in die Regale. Preislich etwas höher angesetzt als das japanische Pendant, aber dafür in Vollfarbe. Ich bin nicht gut beim Kolorieren oder Farbtheorie und ich bin fasziniert davon, wie man nicht nur alles Zeichnen und eine Geschichte schreiben, sondern das ganze auch noch so wunderschön kolorieren kann! [...] Zusätzlich mag ich den koreanischen Zeichenstil sehr gerne. Da ist ordentlich was dran an den männlichen Charakteren!“

Désirée Kunstmann beobachtet mit Interesse, wie die Manga-Szene wächst und Verlage verstärkt auf Limited Editions und Zusatzinhalte wie Kalender und Sammelkarten setzen, um LeserInnen zum Kauf anzuregen:

„Die Manga-Abteilungen waren in Buchläden vorher immer nur eine kleine Ecke und wurden stiefmütterlich behandelt. Seit den letzten Jahren wurden die Manga-Abteilungen größer und man merkt, dass die ausgelegten Titel mit Bedacht gewählt werden. [...] Gleich drei große Verlage haben ihre eigene Art ‚Sammelkarte‘ für ihre Shoujo-Titel, um zum Kauf anzuregen. In der Indie-Manga-Szene wird das mit Vorbestellungen auch so gehandhabt und es scheint ziemlich gut zu funktionieren!“

Natalie Wormsbecher stellt fest, dass viele deutsche ZeichnerInnen verstärkt Boys-Love-Manga veröffentlichen. Die Boys-Love-Leserschaft erweise sich als äußerst dankbar und loyal. Sie seien stark involviert, engagiert und pflegten eine äußerst aktive Feedback-Kultur. Diese Merkmale machten sie für deutsche ZeichnerInnen zu einem attraktiven Publikum.

Insgesamt zeigen die Antworten der Mangaka eine breite Palette von Meinungen und Einschätzungen zur Zukunft und den aktuellen Entwicklungen im Manga-Bereich im deutschsprachigen Raum. Es lässt sich zusammenfassen, dass sich als aktuelle Trends südkoreanische Comics sowie Boys-Love-Manga beobachten lassen. Nicht umsonst hat Carlsen im Jahr 2020 das neue Manga-Label *Hayabusa* gegründet, das einen Fokus auf Boys-Love-Storys legt.²⁶⁰ Tokyopop

²⁶⁰ Vgl. Carlsen Manga! 2021: o.S.

zum Beispiel bietet inzwischen auch die Manga-ähnlichen Mahnua an, die aus Taiwan stammen.²⁶¹ Künstliche Intelligenz beschäftigt einige KünstlerInnen, wobei die Befragten grundsätzlich positiv in die Zukunft blicken und auch Chancen für deutschsprachige Mangaka auf dem Manga-Markt sehen.

2. Tipps für angehende Mangaka

Abschließend wurden die KünstlerInnen gefragt, welche Ratschläge sie anderen angehenden Mangaka geben würden, die eine Karriere als Manga-KünstlerInnen im deutschsprachigen Raum anstreben. Aufgrund ihrer jahrelangen Erfahrung umfassen die Tipps deutschsprachiger Mangaka eine Vielzahl von Aspekten. Pushcart warnen vor der Übernahme der ‚Crunch-Culture‘ aus Japan und betonen die Gefahren einer übermäßigen Arbeitsbelastung ohne AssistentInnen:

„Gerade die Jüngeren unter uns sehen es noch immer als Gütesiegel, viele Seiten so schnell wie möglich auf hohem Niveau zu produzieren, obwohl sie, im Gegensatz zu unseren Kolleg*innen aus Japan, ohne Assistenten auskommen müssen. Wir kennen kaum Mangaschaffende, die sich mit dieser Einstellung nicht gegen die Wand gefahren haben (wir sind keine Ausnahme). Tragischerweise ist zu beobachten, dass man die Warnungen der anderen nicht ernst nimmt und die negativen Folgen erst selbst herausfinden muss.“

RoseNose legt Wert auf Durchhaltevermögen, das Feiern kleiner Fortschritte und das Veröffentlichen über Online-Plattformen wie Webtoon und Tapas. Sie rät dazu, mit kleinen Projekten zu beginnen und sich nicht zu überlasten. Darüber hinaus solle man kleinere Conventions besuchen, die kleinere Artist Alleys aufweisen, bei denen man nicht neben Hunderten von KünstlerInnen untergehe. Kandismon empfiehlt ebenfalls die Teilnahme an Conventions, um sich zu etablieren, und betont die Bedeutung eines eigenen Produkts. Ein Kurzmanga mit 30-60 Seiten könnte genügen, um InteressentInnen anzuziehen und eine kleine Lesergemeinschaft aufzubauen. Auf dieser Basis könne dann schrittweise weiter aufgebaut werden. Sie ermutigt dazu, Geschichten sowohl im deutschsprachigen Raum als auch international zu veröffentlichen. Sie würde immer dazu raten, Geschichten online sowohl auf Deutsch als auch auf Englisch verfügbar zu machen, wenn möglich.

LIAN geht sehr ausführlich auf die Thematik ein und gibt zahlreiche praktische Tipps: „1. Lest euch Verträge durch. [...] 2. Tretet ein in die Illustratoren Organisation. [...] 3. Versucht, in die KSK (Künstlersozialkasse) zu kommen. [...] 4. Bleibt dran. [...] 5. Achtet auf euren Körper.“ Konkret führt sie aus, dass es ratsam sei, Verträge sorgfältig zu prüfen. Als jemand, der mit verschiedenen Verlagen zusammengearbeitet hat, verstehe sie zwar vollkommen, wenn man als Neuling günstig arbeitet, um sein Portfolio zu verbessern. Dies könnte gelegentlich funktionieren, aber oft verkaufe man sich unter Wert. Es gebe Klauseln, die den Verlagen erlauben, Illustrationen weiter zu verwerten. Mangaka sollten dementsprechend handeln und sicherstellen, dass sie schriftlich über jede Nutzung informiert und angemessen vergütet werden. Der Illustratoren-Organisation beizutreten, sei vielleicht nicht für jeden von Nutzen, aber sie unterstütze

²⁶¹ Vgl. Knümann 2006: o.S.

KünstlerInnen vor allem beim Einstieg in den IllustratorInnen-Job. Man könne aus der Organisation jederzeit wieder austreten. Außerdem gebe es hilfreiche Bücher wie das *Honorarwerk*, mit dem Mangaka ihren Stundenlohn berechnen können und viele Beispiele sowie andere wichtige Informationen erhalten, die den Beruf betreffen. Die Künstlersozialkasse (KSK) übernehme die ArbeitgeberInnenkosten und vor allem 50 Prozent der Krankenversicherungsbeiträge. Die KSK sei eine unschätzbare Hilfe im Alltag.

Zum Thema Dranbleiben sagt LIAN, man solle wenigstens auf Messen oder online aktiv bleiben. Ein Hype bringe nichts, sondern man solle auf langfristigen Erfolg hinarbeiten. Fanart ziehe Menschen zwar an, aber treue LeserInnen und KäuferInnen seien wichtiger. Man solle nicht arrogant sein und dankbar für jeden Fan sein, der zurückkommt, und mit LeserInnen in Kontakt treten. Abschließend zum Thema Gesundheit empfiehlt sie, Sport zu machen: „Hände und Arme dehnen, so gut es geht gesund essen und yes, Kaffee und Tee sind super, aber Schlaf ist euer Freund.“

Esa Parr hebt hervor, dass Disziplin wichtiger als Motivation sei. Das klinge vielleicht nicht besonders romantisch, aber letztendlich sei es die Disziplin, die einen vorantreibe. Auch wenn sie selbst nicht immer motiviert gewesen sei, war schließlich die Disziplin das, was sie ans Ziel brachte. Zudem gebe es keinen perfekten Zeitpunkt zum Start einer Karriere. Man solle es einfach ausprobieren und an Mappensichtungen teilnehmen. Ein/e Mangaka solle so viele professionelle Meinungen wie möglich einholen. „Tipps und Feedbacks von Freunden und Familie sind gut, aber die objektive Meinung der Verlage malt euch ein realistischeres Bild eures Könbens“, so Parr.

Ähnlich wie Pushcart warnt Désirée Kunstmann davor, die ungesunde japanische Arbeitskultur zu übernehmen. In den meisten Fällen werde man durch das Zeichnen von Comics oder Manga nicht reich, daher sei es wichtig, auf seine Gesundheit zu achten und wirklich das zu zeichnen, was einem Freude bereitet. Harte Arbeit werde zwar belohnt, aber es sei auch wichtig, vernünftig vorzugehen: „Jeder noch so kleine Schritt bringt einen in die richtige Richtung!“

Julia Schlax rät dazu, Kurzgeschichten zu zeichnen sowie sich mit anderen ZeichnerInnen und LeserInnen zu vernetzen (zum Beispiel auf Manga-Messen). Zudem solle man sein Werk entweder einem Verlag vorstellen oder im Eigenverlag produzieren, wenn man sich in seinem Stil sicher fühle, eine Geschichte im Kopf habe und motiviert sei:

„Habt ihr einen sicheren Mangastil für euch gefunden, startet mit Kurzgeschichten. Übt Geschichten zu erzählen und studiert Mangas, die euch gefallen. Wie sind die Geschichten dort erzählt? Der Aufbau der Panels, der Einsatz der Rasterfolie etc. Auch Bücher übers Drehbuchschreiben zu studieren, kann sehr helfen.“

Kristina Gehrmann betont die Realität, dass die meisten Mangaka nicht ausschließlich von Comics oder Manga leben können, und empfiehlt, die geschäftliche Seite des Berufs ernst zu nehmen und nicht nur die eigenen Zeichenfähigkeiten zu entwickeln. Sie selbst arbeitet als kommerzielle Illustratorin. „Realistisch betrachtet ist es schwer, so lange dranzubleiben, bis man vom Zeichnen leben kann, da es meistens jahrelange Übung erfordert. Es ist aber möglich“, so Gehrmann. Natalie Wormsbecher ermutigt dazu, viel zu zeichnen, Opfer zu bringen und sich bewusst zu machen, dass das KünstlerInnen-Leben hart sein kann, aber auch erfüllend ist. So sagt sie:

„Es ist nur schwer, Zeichnen und Leben miteinander zu vereinbaren, insbesondere, wenn man genug verdienen will, um davon auch zu leben. Aber ich weiß, dass das viele nicht davon abhalten wird, ihren Traum trotzdem zu verfolgen, mir ging das damals schließlich genauso. Die Liebe zum Zeichnen und die Geschichten, die aufs Papier wollen, lassen einen nicht los. Das sollte auch nicht unterdrückt werden.“

Diese vielfältigen Ratschläge bieten angehenden Manga-KünstlerInnen eine breite Palette an Tipps und Perspektiven, um ihren Weg im deutschsprachigen sowie im internationalen Raum zu finden. Und es braucht neue Geschichten, die zukünftige Generationen bewegen und inspirieren. So kommt die Dokumentation *Popcult Japan* zu dem Schluss:

„Manga und Anime sind [...] mehr als Unterhaltungsmedien. Auch, weil ihre Themen den Menschen ein großes Identifikationspotential bieten: Der selbstlose Kampf für ein höheres Ziel; der Wunsch des Einzelnen, sich immer weiter zu verbessern.“²⁶²

²⁶² Fitsch 2023 [2022], 00:16:33–00:16:48.

Quellenverzeichnisse

Literaturverzeichnis

Auer, Christina (2013): *D-Manga. Der japanische Comic und seine deutsche Adaption*. München u.a.: Grin Verlag.

Berndt, Jaqueline (2008): Mangamania – Dis/Kontinuitäten, Perspektivenwechsel, Vielfalt. In: Deutsches Filminstitut & Filmmuseum (Hrsg.): *Ga-netchû! Das Manga/Anime Syndrom*. Leipzig: Henschel Verlag, S. 12–23.

Börsenblatt (2022a): *KAZÉ Manga verdoppelt Umsatz*. URL: <https://www.boersenblatt.net/news/verlage-news/kaze-manga-verdoppelt-umsatz-225139>. Zugriff: 20.03.2024.

Börsenblatt (2022b): *Aus KAZÉ wird Crunchyroll*. URL: <https://www.boersenblatt.net/news/verlage-news/aus-kaze-wird-crunchyroll-241969>. Zugriff: 20.03.2024.

Buchreport (2023): *Cross Cult will mit Manga-Stores zulegen*. URL: <https://www.buchreport.de/news/cross-cult-will-mit-manga-stores-zulegen/>. Zugriff: 20.03.2024.

Carlsen Manga! (2021): *Das große Carlsen Manga!-Jubiläum*. URL: <https://www.carlsen.de/manga/jubilaum-carlsen-manga>. Zugriff: 12.03.2024.

Cross Cult (2022): *5 Jahre Manga Cult*. URL: <https://www.cross-cult.de/news-details/id-5-jahre-manga-cult.html>. Zugriff: 20.03.2024.

Dolle-Weinkauff, Bernd (2008): Fandom, Fanart, Fanzine – Rezeption in Deutschland. In: Deutsches Filminstitut & Filmmuseum (Hrsg.): *Ga-netchû! Das Manga/Anime Syndrom*. Leipzig: Henschel Verlag, S. 214–225.

Dolle-Weinkauff, Bernd (2010): Comics und kulturelle Globalisierung. Manga als transkulturelles Phänomen und die Legende vom >östlichen Erzählen in Bildern<. In: Grünewald, Dietrich (Hrsg.): *Struktur und Geschichte der Comics. Beiträge zur Comicforschung*. Bochum: Bachmann, S. 85–98.

Göhlen, Josef (2008): Suspekt, doch erfolgreich – Der Weg der Anime ins ZDF. In: Deutsches Filminstitut & Filmmuseum (Hrsg.): *Ga-netchû! Das Manga/Anime Syndrom*. Leipzig: Henschel Verlag, S. 234–239.

Heller, Mathias (2024): *altraverse-Verlag: Ein Manga-Universum im Herzen Altonas*. URL: <https://www.ndr.de/kultur/buch/altraverse-Ein-Manga-Universum-im-Herzen-Altonas,altraverse100.html>. Zugriff: 20.03.2024.

Hitz, Julia (2022): *Manga-Boom in Deutschland*. URL: <https://www.dw.com/de/manga-boom-deutschland/a-62839876>. Zugriff: 20.03.2024

Jakubowski, Alex (2023): *Japanische Comics erobern den Buchmarkt*. URL: <https://www.tages-schau.de/wirtschaft/unternehmen/comics-japan-verlage-manga-day-100.html>. Zugriff: 22.03.2024.

Knigge, Andreas C. (2004): *Comics. Eine Entdeckungsreise von den Höhlenbildern bis zum Manga*. Hamburg: Europa Verlag.

Knigge, Andreas C. (29.02.2024): *E-Mail-Korrespondenz zwischen Andreas C. Knigge und Elsa-Margareta Venzmer*.

Knümann, Bastian (2006): *Deutsche Mangabranche boomt weiterhin*. URL: https://www.handelsblatt.com/arts_und_style/kunstmarkt/manga-und-anime-deutsche-mangabranche-boomt-weiterhin/2637798.html. Zugriff: 13.03.2024.

Köhn, Stephan (2016): Manga. In: Abel, Julia & Klein, Christian (Hrsg.): *Comics und Graphic Novels. Eine Einführung*. Stuttgart: J.B. Metzler. S. 248–262.

Lutz, Christiane (2022): *Manga-Trend hält an. Danke, Manga*. URL: <https://www.sueddeutsche.de/kultur/comics-manags-1.5723827>. Zugriff: 12.03.2024.

Mayer, Horst O. (2006): *Interview und schriftliche Befragung: Entwicklung, Durchführung und Auswertung*. München u.a.: Oldenbourg.

Malone, Paul M. (2013): Hybrides Spielfeld Manga. Adaption und Transformation japanischer Comics in Deutschland. In: Mae, Michiko & Scherer, Elisabeth (Hrsg.): *Nippon-spiration: Japonismus und japanische Populärkultur im deutschsprachigen Raum*. Köln u.a.: Böhlau Verlag, S. 233–258.

Manga Passion/Anne (2023): *Neuer deutschsprachiger Manga „Memento Mori – A Circus Tale“ bei Schwarzer Turm erschienen*. URL: <https://www.manga-passion.de/news/8123/neuer-deutschsprachiger-manga-memento-mori-a-circus-tale-bei-schwarzer-turm-erschienen>. Zugriff: 29.03.2024.

Manga Passion/Maximilian (2022a): *Der Manga-Markt 2021 – Ein Rückblick*. URL: <https://www.manga-passion.de/news/5905/der-manga-markt-2021-ein-rueckblick>. Zugriff: 20.03.2024.

Manga Passion/Maximilian (2022b): *Carlsen Manga! veröffentlicht deutsche Eigenproduktion „Baddog und Goodboy“*. URL: <https://www.manga-passion.de/news/7026/carlsen-manga-veroeffentlicht-deutsche-eigenproduktion-baddog-und-goodboy>. Zugriff: 29.03.2024.

Mertens, Eva (2012a): *Mehr als „nur“ die Fans: Community, Conventions, Wettbewerbe und Internetplattformen. Die Manga- und Animeszene stellt sich vor. Band I*. Hamburg: Diplomica Verlag.

Mertens, Eva (2012b): *Mehr als „nur“ Manga und Anime: Geschichte, Verlage, Künstler und Fernsehsender. Die Manga- und Animeszene stellt sich vor. Band II*. Hamburg: Diplomica Verlag.

Ossmann, Andrea (2004): *Phänomen Manga. Die Entstehungsgeschichte japanischer Comics und ihre Bedeutung für deutsche Verlage und Bibliotheken. Mit einer annotierten Titelliste* [Diplomarbeit]. URL: <https://hdms.bsz-bw.de/frontdoor/deliver/index/docId/385/file/manga.pdf>. Zugriff: 20.03.2024.

Plaka, Christina (2024): *i am mangaka!* URL: <https://iammangaka.com/christina-plaka/>. Zugriff: 22.03.2024.

Sebastian, Lucas (2024): *Bestseller von altraverse – Woche 01/2024*. URL: <https://www.manga-passion.de/news/10032/bestseller-von-altraverse-woche-01-2024>. Zugriff: 20.03.2024.

Suchan, Nadine (2016a): *Deutsche Manga- und Dojinshi-Szene 2016 – Jahresrückblick (Teil 1)*. URL: <https://sumikai.com/mangaanime/deutsche-manga-und-dojinshi-szene-2016-jahresrueckblick-teil-1-162465/>. Zugriff: 29.03.2024.

Suchan, Nadine (2016b): *Tokyopop im Interview zu deutschen Manga-Eigenproduktionen 2016*. URL: <https://sumikai.com/mangaanime/tokyopop-im-interview-zu-deutschen-manga-eigenproduktionen-2016-147996/>. Zugriff: 30.03.2024.

Suchan, Nadine (2017): *Interview mit Jonas Blaumann von Egmont Manga*. URL: <https://sumikai.com/mangaanime/interview-mit-jonas-blaumann-von-egmont-manga-188601/>. Zugriff: 29.03.2024.

Tokyopop (2020): *Interview mit Esa Parr*. URL: <https://www.tokyopop.de/blog/interview-mit-esa-parr>. Zugriff: 30.03.2024.

Von Törne, Lars (2016): „Akira“, „Dragon Ball“ und „Sailor Moon“: Wie der Manga nach Deutschland kam. URL: <https://www.tagesspiegel.de/kultur/comics/wie-der-manga-nach-deutschland-kam-3750361.html>. Zugriff: 13.03.2024.

Von Törne, Lars (2023): *Comics und Manga auf der Leipziger Buchmesse: Deutsche Comicverlage zwischen Boom und Bammel*. URL: <https://www.tagesspiegel.de/kultur/comics/comics-und-manga-auf-der-leipziger-buchmesse-deutsche-comicverlage-zwischen-boom-und-bammel-9733040.html>. Zugriff: 30.03.2024.

Treece, Lea (2006): *Go East! Zum Boom japanischer Mangas und Animes in Deutschland. Eine Diskursanalyse*. Berlin: LIT Verlag.

Ziegler, Michael (2016): *Special – Die ersten Manga in Deutschland Teil I*. URL: <https://sumikai.com/mangaanime/special-die-ersten-manga-in-deutschland-122198/>. Zugriff: 30.03.2024.

Medienverzeichnis

Fitsch, Marcus (2023 [2022]): *Popcult Japan: Der Boom von Manga, Anime und Cosplay*. Dokumentation, MDR/hr, 44 Minuten (Ausstrahlung: 20.08.2023).