WIE BRINGT MAN COMICS UNTERS VOLK?

Die Comic-Vertriebswege, von denen die wenigsten Comic-Leser wissen, sind oft genug Anlaß zum Ärgern. Warum? – Nun, wer hat sich noch nicht darüber geärgert, daß bestimmte Ausgaben ausgerechnet jener Serie, die man sammelt, aus irgendwelchen unerfindlichen Gründen beim Zeitschriftenhändler nicht zu haben waren? Oder man vernimmt mit Erstaunen, daß die Produktion jenes Verlages nördlich der Main-Linie schon bei Nr. 49 liegt, während im trauten Dorf in Südbayern erst die Nummer 28 angeboten wird?

Wir möchten einen Vertriebsweg – denn es gibt mehrere – hier einmal kurz skizzieren. Zum einen, um Euch künftigen Ärger zu ersparen, zum anderen, um Euch einen Blick hinter die Kulissen zu gewähren.

Anders als aktuelle Zeitungen und Zeitschriften, die innerhalb kürzester Zeiträume wegen ihrer nur kurzzeitig interessanten (sprich: aktuellen) Inhalte unters Volk gebracht werden müssen, haben Comics – unter vertriebstechnischen Gesichtspunkten – Zeit. Klar: Sie verlieren nicht an Aktualität. Und Preisausschreiben z. B. können so abgewickelt werden, daß alle Leser – gleich wann sie das Heft in den Händen halten – daran teilnehmen können. Wie wird nun der Vertrieb abgewickelt? Die Vertriebsstrategen haben das Bundesgebiet in „Nielsen"-Gebiete aufgeteilt. Nielsen deshalb, weil der Mann, der die Aufteilung konzipierte, diesen Namen trug. Diese Gebiete erstrecken sich von Nord- nach Süddeutschland und sind für die Kommunikationsbranche, die im wesentlichen von Anzeigen lebt, unter verschiedenen Gesichtspunkten interessant: Bevölkerungsstruktur, Durchschnittseinkommen usw. Logischerweise gibt es „arme" und „reiche" Gebiete. Woraus sich für die Werbewirtschaft ergibt, daß diese Gebiete unterschiedlich zu bewerben sind. Die nördlichen Nielsen-Gebiete – insgesamt gesehen finanzkräftiger – werden stärker beworben und zuerst mit Waren, in unserem Fall also Comics, beliefert.

Die Comics bleiben einen Monat lang im Angebot, werden von den Händlern an die Vertriebsfirma remittiert (die unverkauften Exemplare gehen also zurück), und von dort aus werden die übrigen Gebiete entsprechend später beliefert. Etwas anders ausgedrückt: der Wareneinsatz (Comics) erfolgt unter ganz bestimmten Gesichtspunkten.

Diese Regelung mag ungerecht erscheinen – allerdings nur relativ gesehen. Der Leser bekommt in jedem Fall „neue" Comics, da die Auslieferung in dieser Reihenfolge ja kontinuierlich erfolgt und nicht nur dann und wann! So ist erklärt, warum in Norddeutschland die Nummer 49 neu ist, in Süddeutschland zum selben Zeitpunkt aber die Nr. 28. Die zeitliche Differenz ergibt sich aus den durch die Remission entstehenden Arbeiten, die eine gewisse Zeit erfordern.

Wird aber – und damit zum Stichwort: Überhaupt nicht erhältlich! – ein Comic, gleich in welches Gebiet – zu spät ausgeliefert, bekommt es der Händler am Kiosk nicht mehr und die Leser natürlich ebenfalls nicht. Traurig, aber wahr! Hier hilft nur eine Nachbestellung, um Sammlungen zu komplettieren.