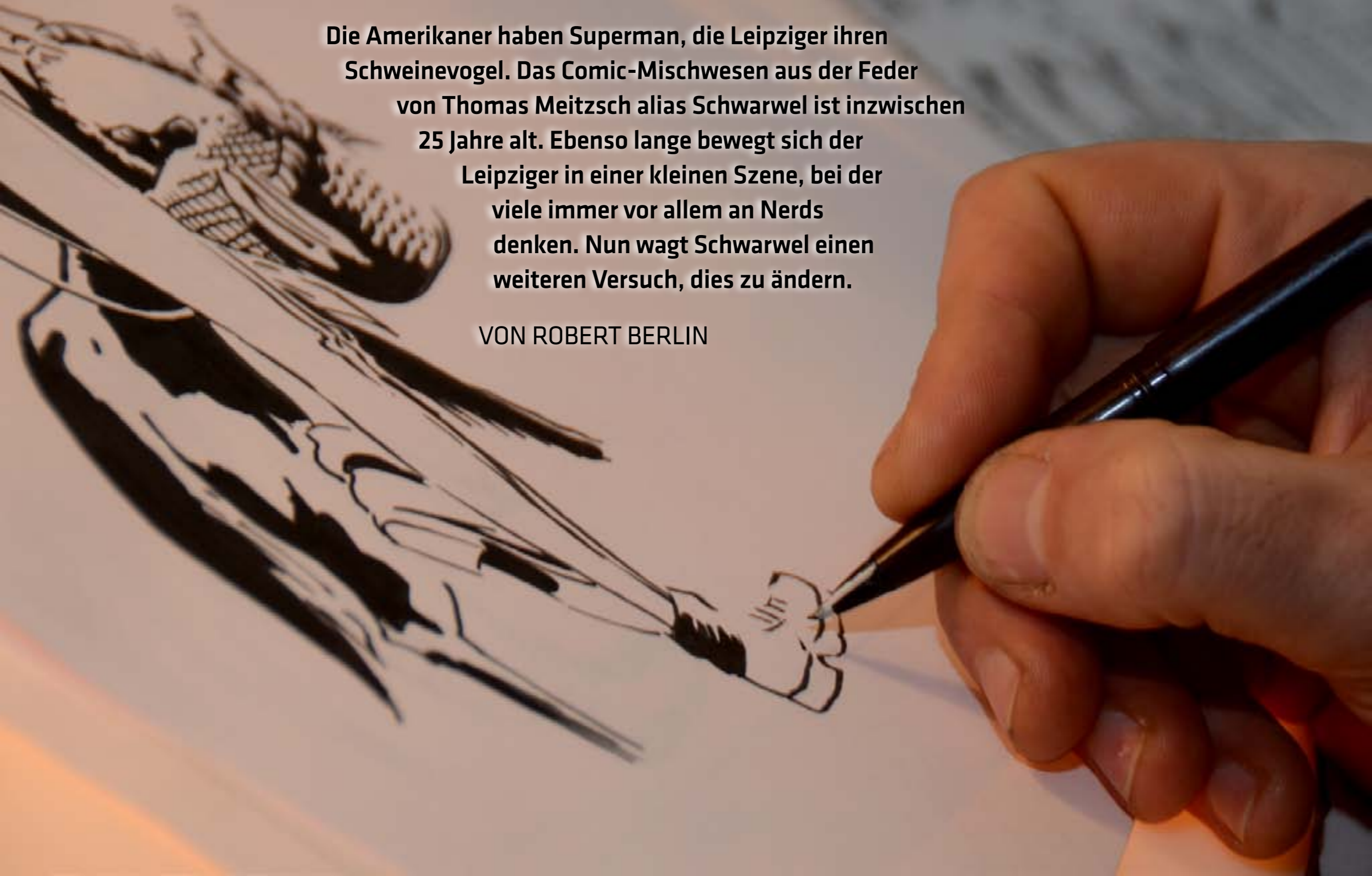


# Gewachsen in der Nische

Die Amerikaner haben Superman, die Leipziger ihren Schweinevogel. Das Comic-Mischwesen aus der Feder von Thomas Meitzsch alias Schwarwel ist inzwischen 25 Jahre alt. Ebenso lange bewegt sich der Leipziger in einer kleinen Szene, bei der viele immer vor allem an Nerds denken. Nun wagt Schwarwel einen weiteren Versuch, dies zu ändern.

VON ROBERT BERLIN



**D**iesen Einkaufsmarkt am Connewitzer Kreuz kennt jeder Leipziger, der südlich der Innenstadt zuhause ist. Er bildet die erste Kulisse in der neuesten Veröffentlichung des Comiczeichners Schwarwel. Mit der Szene, in der ein Mann von einer Gruppe Umherlungernder angebettelt wird, setzt Thomas Meitzsch seiner Heimatstadt ein weiteres künstlerisches Denkmal. Schwarwel ist so etwas wie der Begründer der Comic-Szene in Leipzig. „Natürlich spielt die Welt, in der ich lebe, in meinen Geschichten eine Rolle“, sagt er. Warum also soll er sie dann nicht auch gleich explizit zeichnen?

Im Jahr 1976, Schwarwel ist damals acht Jahre alt, bekommt er von seinem Onkel den ersten Comic geschenkt: Familie Feuerstein. Es folgen Gespenstergeschichten, dann das erste Hulk-Heft und später natürlich die Mosaiks mit den Dige-dags. Der kleine Thomas beginnt zu zeichnen und strampelt bald mit seinem Klapprad und einem Rucksack voller Spielzeug durch Leipzig und Umgebung – immer dann, wenn er gehört hatte, dass jemand einen interessanten Comic haben soll. „Ich bequatschte die dann meist so lange, bis sie mit mir tauschten“, erinnert sich der heute 44-Jährige.



Katzer

### MIT LEIDENSCHAFT

Schwarwel, alias Thomas Meitzsch, in seinem Atelier bei der Arbeit.

**Von der Sammelleidenschaft, vor allem** für amerikanische Comics, hat er sich irgendwann gelöst. Mit seinem Bestand eröffnete er 1993 den ersten Comic-Laden in Leipzig: das Basement. „Comics füllen die Lücke zwischen Film und Literatur“, sagt Schwarwel. Das sahen damals allerdings die we-



nigsten so. Lange galten Comics in den USA und in Deutschland als Schund, als triviale Massenware, die auf Konsum ausgelegt ist und vor allem Klischees bedient.

**Inzwischen haben Comics auch hierzulande** etwas von ihrem Nischen-Image abgeschüttelt. Seit einigen Jahren sind Verfilmungen sehr erfolgreich, allen voran die Serien des US-amerikanischen Verlags Marvel Comics – an dessen Name auch das Pseudonym „Schwarwel“ angelehnt ist. Spiderman, Hulk und X-Men werden beim Giganten aus den USA vertrieben. „Einen Rückfluss zu den Comic-Läden gibt es deshalb leider trotzdem nicht“, sagt Schwarwel.

### Neue Leser durch Verfilmungen

Andere Erfahrungen hat Henrik Härtig gemacht. Er betreibt seit 2006 in der Nähe des Zentrums das City Comics, neben Comic Combo eines von zwei Geschäften dieser Art in Leipzig. „Bei einem Kinofilm gibt es weniger Berührungsängste“, erklärt er. Dadurch interessieren sich auch Leute für Comics, die sonst nie einen Blick in die Hefte geworfen hätten. Manchmal fragen Besucher nach Comics zum Film – oft ohne zu wissen, dass die Hefte deren Grundlage waren.



Knofe

### IN DER COMIC-SZENE

**Henrik Härtig (links) und Sven Müller in ihrem Laden City Comics.**

Durch die Verfilmungen, aber auch durch den Boom japanischer Mangas, hätten Comics inzwischen auch viele weibliche Fans, sagt Härtig. Der pubertierende Nerd mit Brille als stereotyper Leser ist also überholt. „Zu uns kommen alle Alters- und Berufsgruppen, vom Schüler bis zum Rechtsan-

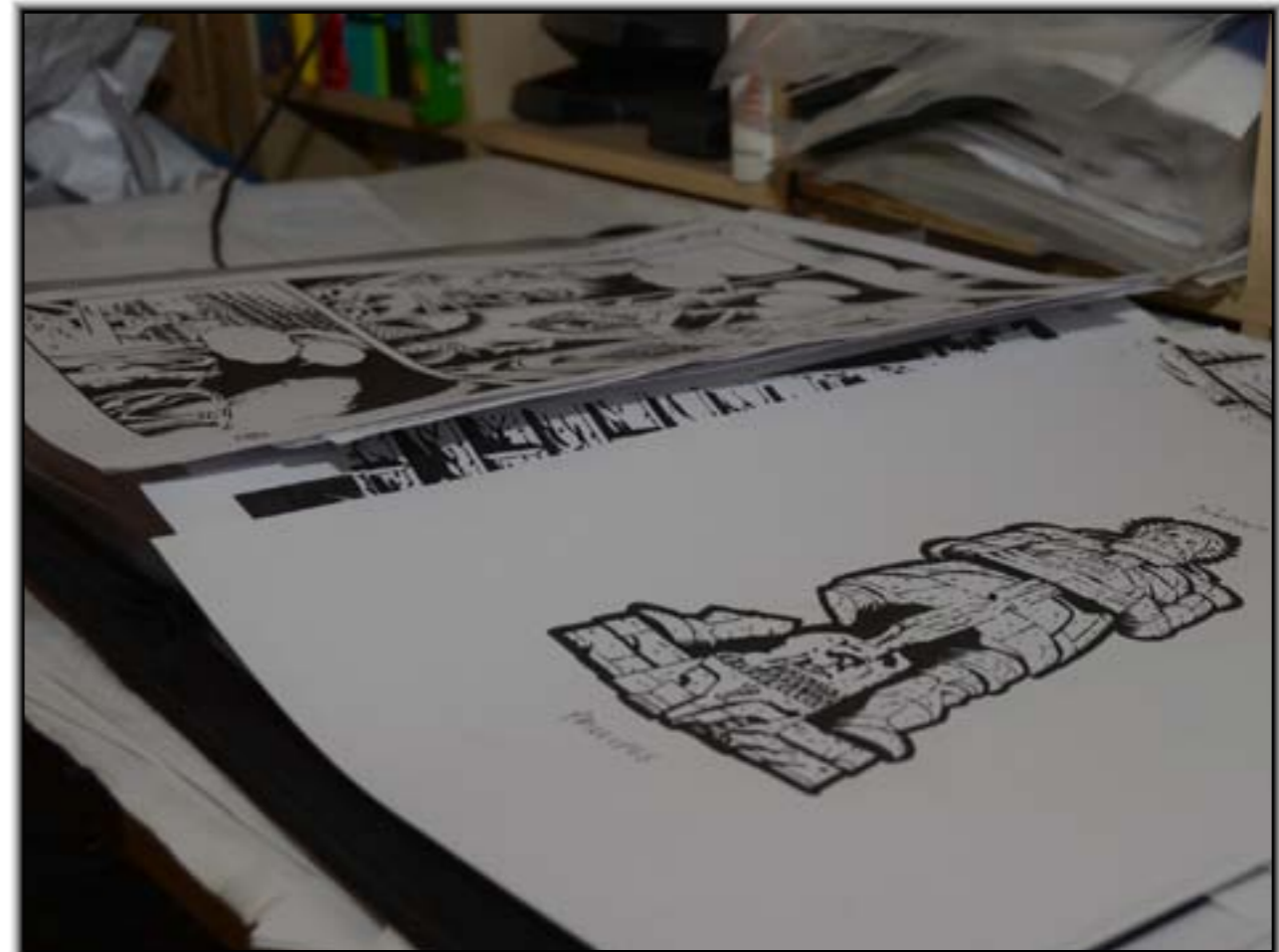


walt.“ Selbst der Leipziger Kunststar Neo Rauch habe schon in seinem Laden eingekauft. Die Schar der regelmäßigen Leser schätzt er auf mehrere Hundert. Viele der Hefte seien heute inhaltlich so anspruchsvoll, dass sie sich ausdrücklich an ein erwachsenes Publikum richten, so der Ladenbetreiber.

**Letztes gilt auch für die „Seelenfresser“-Reihe** von Schwarwel. In diesen düsteren, farblosen Comics erzählt er die Geschichten einer jungen Frau, eines gewalttätigen Truckers, einer Gruppe Herumtreiber und eines mystischen Wesens. Geplant sind vier Folgen, benannt nach den christlichen Grundtugenden Liebe, Glaube, Hoffnung und Barmherzigkeit, die Schwarwel anhand seiner Protagonisten hinterfragt. Gerade ist mit „Glaube“ der zweite Band erschienen, mit der Supermarkt-Szene zum Einstieg. Der Autor empfiehlt den Comic Lesern ab 16 Jahren, weil die Dialoge ruppig sind, die Zeichnungen Gewalt zeigen und die Story komplex ist.

## Neues Etikett für den Buchhandel

Als Graphic-Novel, also illustrierter Roman, werden solche Erwachsenen-Hefte seit ein paar Jahren bezeichnet. Mit diesem neuen Etikett versehen, soll den Verlagen die Zurück-



Kattzer

### ILLUSTRATIONEN

Ein Entwurf für die Graphic-Novel „Seelenfresser“.

haltung genommen werden, sich mit Comics zu beschäftigen. Der Plan ging zumindest teilweise auf. Inzwischen gibt es in einigen Buchläden wieder gut sortierte Comic-Ecken – meist abhängig vom Interesse und Engagement einzelner Mitarbeiter.



Gleichzeitig erinnern viele der aus Comics spezialisierten Geschäfte heute eher an Gemischtwarenläden. Auch im City Comics gibt es neben den Heften ein großes Sortiment an Manga-Merchandising-Artikeln, Sammelkarten und Zeichenutensilien. Hinzu kommen Verkäufe durch den Handel im Internet, den Härtig gleichzeitig als Ergänzung und Konkurrenz zum Ladengeschäft sieht. Seit einigen Jahren rentiert sich das Geschäft für ihn und seinen Mitstreiter Sven Müller – trotz der Krise im Buchmarkt.

**Durch die Möglichkeiten des Webs** entstehen auch neue Formen des Comics mit interaktiven Elementen. Schwarwel hält davon nichts. „Was das angeht, bin ich ein Dinosaurier, weil ich noch mit Hand auf Papier zeichne.“ Er braucht das haptische Erlebnis, muss an einem Heft riechen können.

Auch verweigert sich Schwarwel, das Internet zugunsten besserer Verkäufe als Zwei-Kanal-Medium zu verstehen. „Selbst wenn es schwer ist, mit Comics Geld zu verdienen: Ich möchte die Distanz zu meinen Kunden wahren und nicht wie andere versuchen, für ein bisschen Aufmerksam-



keit am lautesten zu schreien.“ Seinen Erfolg definiert er weniger über Verkaufszahlen, sondern eher über den Spaß an seiner Arbeit.

### Neue Herausforderungen als Karikaturist

Comics allein würden zum Lebensunterhalt allerdings nicht ausreichen. Schwarwel arbeitet unter anderem als Illustrator, aber auch als Trickfilmer, Animator und Drehbuch-Autor. Er gibt Zeichen-Kurse an der Volkshochschule und veröffentlicht seit zwei Jahren täglich zwei Karikaturen zu aktuel-



len Themen, die in Zeitungen deutschlandweit abgedruckt werden – eine wachsende und vor allem regelmäßige Einnahmequelle. Seine Comics, auch seine Zeichentrickfilme und Karikatur-Sammelbände erscheinen im eigenen Verlag „Glücklicher Montag“.

**Bis zum vergangenen Jahr war Schwarwel** Art Director von der Band Die Ärzte. Wie es zum Bruch kam, darüber möchte er nicht sprechen. Dem Mainstream hat sich Schwarwel bisher trotzdem eher entzogen. Zu vielschichtig sind seine Comics. Im Schweinevogel-Universum etwa gibt es neben

der infantilen Hauptfigur die eklige, prollige Schlampfützze Swampie und den mütterlichen Iron Doof. „Ich finde mich überall wieder, lerne mich über die Figuren selbst besser kennen“, erklärt der Künstler.


Vielleicht hätte er aus seiner 1987 erfundenen Figur, die ihn deutschlandweit bekannt machte, noch mehr herausholen können. Allein es fehlten der Antrieb und auch der Wille zur Vereinfachung. „Ich denke eben nicht massenkompatibel“, sagt Schwarwel – und ist darüber gar nicht so unglücklich. ■



[ZUR BIOGRAFIE  
BITTE HIER TIPPEN](#)

[ZUM VIDEO ÜBER  
DEN KÜNSTLER](#)

ZURÜCK  
ZUM ARTIKEL 

 BITTE SCROLLEN

