

MANGA!

Für Darren-Jon Ashmore

Die Originalausgabe erschien 2026 unter dem Titel *The Manga Bible* bei Ilex, einem Imprint von Octopus Publishing Group Ltd, Carmelite House, 50 Victoria Embankment, London EC4Y 0DZ

Text: © Helen McCarthy 2025
Design und Layout: © Octopus Publishing Group Ltd 2025

© Prestel Verlag, München · London · New York, 2026, in der Penguin Random House Verlagsgruppe GmbH
Neumarkter Straße 28 · 81673 München

1. Auflage 2026

produksicherheit@penguinrandomhouse.de
(Vorstehende Angaben sind zugleich Pflichtinformationen nach GPSR.)

Der Verlag behält sich die Verwertung der urheberrechtlich geschützten Inhalte dieses Werkes für Zwecke des Text- und Data-Minings nach § 44b UrhG ausdrücklich vor. Jegliche unbefugte Nutzung ist hiermit ausgeschlossen.

Programmleitung Octopus: Alison Starling
Lektorin: Emma Hanson
Leitende Lektorin: Rachel Silverlight
Art Director: Ben Gardiner
Design: JC Lanaway
Bildrecherche: Jen Veall
Produktionsleiterin: Lisa Pinnell

Programmleitung Prestel: Claudia Schönecker
Projektleitung: Veronika Brandt
Übersetzung aus dem Englischen: Julia Gstöttner
Lektorat: Barbara Uhlig
Satz: booklab GmbH, München
Herstellung: Luisa Klose
Druck und Bindung: Papercraft Sdb. Bhd., Pontian



Penguin Random House Verlagsgruppe FSC®
N001967

Printed in Malaysia

ISBN 978-3-7913-9394-0

www.prestel.de

MANGA!

DER DEFINITIVE GUIDE

HELEN McCARTHY

PRESTEL
München · London · New York

INHALT

KAPITEL 1: WO MANGA HEUTE STEHEN

Wo Manga heute stehen	8
Warum Sprache wichtig ist	10
Derzeitige Marktsituation	13
Nachfrage und Zugang	16
Vernetzung: Die guten und die schlechten Seiten	21
Der Einfluss von KI	22
Manga: State of the Art	27

KAPITEL 2: FRÜHGESCHICHTE EINER KUNSTFORM

Frühgeschichte einer Kunstform	32
Die ersten japanischen Cartoons	35
Der Bücherboom	39
Der Einfluss ausländischer Cartoons	40
Einzug der Comics in Zeitungen	43
Import und Nachwuchs	44
Manga für die Zeit im Wandel	49
Die nächste Generation	50
Androiden und Marsianer	52

KAPITEL 3: MANGA IN DER KRIEGS- UND NACHKRIEGSZEIT

Manga in der Kriegs- und Nachkriegszeit	56
Vorkriegsimpulse	58
Expansion und Invasion	62
Manga auf der Bühne	67
Im Dienst der Kriegsmaschinerie	70
Besatzung und Neubeginn	73
Die Alten und die Neuen	76
Strips und Geschichten	81
Jugend und Protest	82
Die surrealen Sechziger	87

KAPITEL 4: VOM JUNGEN ZUM MANN

Vom Jungen zum Mann	91
Action Adventure	92
Der Michelangelo des Gekiga	97
Ein Magazin und seine Mangaka	98
Schöpferische Rechte	105
Gechlechterüberwindung	108
Redaktioneller Input	110
Die Modernisierung des Sportmanga	121
Die Oberschulerfahrung	125

KAPITEL 5: SHŌJO UND DARÜBER HINAUS

Shōjo und darüber hinaus	130
Die Saat der Sonnenblumen	133
Die heißeste Girlgroup der 1970er-Jahre	138
Mädchen auf dem Solotrip	143
Tezukas Erbe lebt weiter	148
Gekiga für Frauen	151
Freundschaft als Superkraft	152
Stil und Substanz	155
Shōjo im 21. Jahrhundert	159
Big in Japan	162

KAPITEL 6: DAS SCI-FI-SPEKTRUM

Das Sci-Fi-Spektrum	166
Technische Begriffe	169
Der Aufstieg des Roboters	170
Top Gear: Der steuerbare Roboter	175
The Mecha-Mediamix	176
Steampunk und Körpermodifizierung	181
Züge, Boote, Flugzeuge	186
Unnatürliche Selektion	189
Apokalypse, wann?	193
Die Ökokalypse überleben	198
Weltall heute	203

KAPITEL 7: KÖRPER – ECCHI, HENTAI, MONSTER UND HORROR

Körper	207
So schlecht, dass es schon wieder gut ist	209
Von Gekiga zum Tentakelporno	210
Hentai kommt in die Oberschule	212
Voyeur der Unschuld	214
Bodyhorror	217
Monstermischmasch	222

KAPITEL 8: JAPAN DURCH MANGA ERLESEN

Japan durch Manga erlesen	229
Vorkriegsjapan	230
Träume	234
Albträume	243
Realität	250

KAPITEL 9: ANTHROPOLOGIE UND ARCHITEKTUR VON FANDOMS

Anthropologie und Architektur von Fandoms	258
Das Fan-Ökosystem	263
Ein Ökosystem unterstützen	268
Die Archäologie des Manga	270
Forschung und Zugang erweitern: Japans Mangamuseen	273
Manga überall	276

KAPITEL 10: DIE MANGAMAGNETE UND DER MEDIENMIX

Die Mangamagnete und der Medienmix	280
Frühe Medienmixprozesse	282
Tezuka und der Medienmix	285
Medienmix auf der Bühne	286
Den Medienmix erweitern: Drama und Diskografie	289
Den Medienmix erweitern: Comics außerhalb Japans	290
Den Medienmix erweitern: Spielzeuglizenzierung	295
Plastikbausätze im Medienmix	296
Kulturelle Sensibilität im Medienmix	299
Neue Technologien im Medienmix	300
Der Mix der Medien: Was kommt als Nächstes?	302

KAPITEL 11: THE GOOD GURU GUIDE

Fachautor:innen, Quellen und mehr	306
Blogs	308
Bücher	309
Register	310
Bildnachweis	318
Dank	320
Über die Autorin	320

1

**WO
MANGA
HEUTE
STEHEN**

WO MANGA HEUTE STEHEN

MANGA ALS GLOBALES KULTURGUT DES 21. JAHRHUNDERTS

Die Medienwelt ist heute größer, schneller und vielfältiger als jemals zuvor. Darunter nehmen japanische Medien, inklusive Manga, einen großen Teil der globalen Medienlandschaft ein. Doch das war nicht immer so.

Vor fünfzig Jahren war der Begriff Manga in Europa kaum bekannt – und noch weniger verbreitet war Wissen darüber. Vor vierzig Jahren erschienen erste Mangapublikationen, meist in Fachkreisen rezipiert und auf ein kleines Publikum von Comic- oder Japaninteressierten beschränkt. Vor dreißig Jahren begannen einige spezialisierte Verlage in verschiedenen europäischen Ländern damit, Manga zu übersetzen – oft in kleinen Auflagen und über Comicläden vertrieben. Vor zwanzig Jahren waren Manga außerhalb Japans meist nur mit großer Verzögerung erhältlich, und selbst erfolgreiche Serien wurden nur vereinzelt übersetzt.

Heute finden wir Manga überall: in gut besuchten Buchläden und online, oft schon Stunden nach der japanischen Veröffentlichung als Übersetzung. Zwar erscheinen hierzulande längst nicht so viele wie in Japan, aber Hunderte neuer Titel pro Jahr bringen Leser:innen jeden Alters mit Manga in Berührung.

Wie aber sind wir hier gelandet? Werfen wir zum Einstieg einen Blick auf die zentralen Veränderungen, darauf, wie diese die westliche Comic-Kultur beeinflusst haben – und welche Rolle Manga heute im globalen Mediennetz spielen.



Eine japanische Edition von *Tetsuwan Atom*, im Westen als *Astro Boy* bekannt.



2. März 2023: *Cyberpunk: Peach John*, der erste vollständig mit KI illustrierte Manga Japans, im Büro des Comicbuchverlags Shinchosha in Tokio.

WARUM SPRACHE WICHTIG IST

Das globale Wachstum des Mangamarkts fußt auf zwei Fundamenten: dem globalen Einfluss bestimmter Sprachen und dem Fortschritt von Kommunikationstechnologien in den letzten Jahrzehnten. Seit etwa 2005 verbreiten sich Breitbandanschlüsse und mobile Endgeräte – Smartphones oder Tablets – in rasantem Tempo, vor allem in kapitalistisch geprägten Märkten mit hohem Innovationsdruck.

Dieser Beschleunigung der globalen Vernetzung gingen Jahrhunderte des Imperialismus, der Kolonisierung und des Welthandels voraus, die Englisch als globale Kommunikationssprache positionierten. Das Britische Weltreich verankerte Englisch als Amtssprache in seinen Kolonien. Entscheidend war auch, dass die einstige US-Kolonie die englische Sprache nach der Unabhängigkeit beibehielt. Zwei Jahrhunderte später wurden mit Microsoft und Apple die wichtigsten Computersysteme von zwei amerikanischen Firmen entwickelt – erneut auf Englisch. Die lange Geschichte der Kolonisation legte somit den Grundstein für die weltweite Verbreitung der englischen Sprache.

Natürlich ist Englisch nicht die einzige Sprache, deren globale Präsenz eng mit kolonialen Strukturen verknüpft ist. Franzö-

sische, belgische und italienische Manga-übersetzungen werden seit den 1970er-Jahren immer beliebter, dicht gefolgt von spanischen und deutschen. Die koloniale Vergangenheit dieser Länder verankerte ihre Sprachen in unterschiedlichen Regionen der Welt. Im 20. Jahrhundert war die Fähigkeit, aus dem Japanischen zu übersetzen, noch relativ selten in Europa. Es war schneller und günstiger, über eine Sprache zu gehen, in der durch regen Handel bereits eine breite Kommunikationsbasis bestand. Sobald ein Text aus dem Japanischen ins Englische, Französische oder Italienische übertragen worden war, bildete er den Ausgangstext für weitere europäische Sprachen. Französische Manga-übersetzungen verbreiteten sich in Nordafrika und der arabischen Welt; spanische und portugiesische Übersetzungen in Südamerika. Im russischen Raum waren Französisch und Englisch als Bildungssprachen etabliert und dienten so als Übersetzungsbasis. Auf diese Weise führte jede Übersetzung in eine europäische Sprache zu weiteren regionalen Übertragungen, und die Landkarten aus der Kolonialzeit ebneten zugleich den Weg für neue Werke und Ideen aller Art.

Dass gerade europäische Sprachen Manga zum Durchbruch verhalfen, ist



Osamu Tezukas Manga *Barbara* in französischer Ausgabe von Delcourt. Das Coverdesign spiegelt das 1970er-Setting der Geschichte wider.

keine Überraschung. In vielen europäischen Ländern haben Comics eine feste kulturelle Verankerung und werden generations- und geschlechterübergreifend gelesen. Manga integriert sich leicht in Märkte, in denen Comics bereits gesellschaftlich akzeptiert sind. In Großbritannien und den USA hingegen konzentrierte sich der Mainstream nach dem Zweiten Weltkrieg auf amerikanische Superhelden- und Gag-Comics, denen selbst engagierte Independent-Verlage kaum kulturelle Relevanz abringen

konnten. Mit wenigen Ausnahmen war die englischsprachige Comiclandschaft auf ein Publikum zugeschnitten, das weiß, CIS-hetero, körperlich fit und männlich war. Auch heute noch werden Fans, die nicht dem alten Klischee entsprechen, in manchen Online-Foren durch Trolling und Gatekeeping abgeschreckt. Dank der Verbreitung von Manga finden nun aber fast alle Leser:innen im Laden oder online eine Vielzahl an Comics, die ihren eigenen Interessen entsprechen.



Weekly Shōnen Jump, auf Englisch stilisiert als Weekly Jump – das bekannteste Shōnen-Mangamagazin von Shūeisha.
©Weekly Shōnen Jump No. 24 2025/SHUEISHA.

DERZEITIGE MARKTSITUATION

Durch Manga fand eine weibliche Leserschaft wieder Gehör, nachdem sie von Verlagen seit dem späten 20. Jahrhundert übergangen worden war. Laut dem Bericht *Manga Market Size & Trends* von Grandview Research lag der globale Anteil der Leserinnen 2023 bei 35 Prozent, soll jedoch laut Prognose zwischen 2024 und 2030 weiter steigen. Parallel dazu soll der Mangamarkt in den Genres Romance und Drama wachsen, und obwohl diese sich eher an Leserinnen richten, finden auch immer mehr Leser Gefallen an Dramen.

Dem Bericht zufolge entfällt der größte Marktanteil auf Erwachsene, also Leser:innen über 16 Jahre, und nahm 2023 ungefähr 57 Prozent des globalen Mangaumsatzes von 13,7 Milliarden US-Dollar ein. Darunter führt das Genre Action-Adventure mit einem Drittel des Umsatzes und spricht neben der Hauptzielgruppe junger Männer auch weibliche sowie ältere Leser:innen an. Weitere populäre Genres sind Comedy, Thriller, Drama, Fantasy, Romance, Sport, Kulinarik sowie Reisen. Besonders die zuletzt genannten Genres waren auf den westlichen Comicmärkten kaum vertreten, bis Manga dort Einzug hielt.

Laut Bericht setzte der Boom des digitalen Vertriebs mit der Corona-Pandemie ein, die viele wirtschaftsstarke Länder in den Lockdown zwang. Der größere Fokus auf Work-Life-Balance und Homeoffice führte zu einem enormen Wachstum digitaler Mangaformate, deren Verkauf im Jahr 2023 über 72 Prozent des Gesamtumsatzes bildete. Weiterhin tendiert aber gut ein Drittel der Mangaleser:innen dazu, die Werke ihrer Lieblingsmangaka in physischer Printform zu sammeln. Dieses Zusammenspiel von digitaler und gedruckter Ausgabe erinnert an das japanische Modell: Erfolgreiche Serien erscheinen dort zunächst in günstig produzierten, telefonbuchdicken Wochenmagazinen wie *Shōnen Jump* oder *Comic Afternoon* und werden später als hochwertige Einzelbände herausgebracht, die von Fans gezielt gesammelt und wiederholt gelesen werden. Der Vertrieb digitaler Formate hat außerdem den Vorteil, dass Fans schnell mit neuem Lesestoff versorgt werden, aus dem sie sich ihre persönliche Sammlung zusammenstellen können.



Der Grandview Research-Bericht hebt auch den spannenden Aspekt hervor, dass Eltern jüngerer Kinder (unter zehn Jahren) das Lesen von Manga zunehmend als Förderung von Lesefähigkeit, Textverständnis und kritischem Denkvermögen ansehen. Comics und Computerspiele galten lange als hinderlich für die Leseförderung, da viele Kinder sie konventionellen Büchern vorzogen. Doch der Textanteil beider Formate sowie das Zusammenspiel von Bild und Handlung machen das Lesen zu einer schönen, selbstgesteuerten Erfahrung. Der Mangamarkt für Kinder unter zehn Jahren soll zwischen 2024 und 2030 um zwanzig Prozent wachsen.

Der Bericht gliedert den globalen Mangamarkt nach Regionen, wobei 2023 auf Nordamerika (USA und Kanada) ein Marktanteil von sieben Prozent entfiel. Bis 2030 soll dieser um weitere 23 Prozent wachsen. Beflügelt wird dieses Wachstum durch eine hohe Buchhandelspräsenz und die gut ausgebauten nordamerikanischen Infrastrukturen rund um Fan-Conventions, auf denen Manga gemeinsam mit Anime, Games, Merchandise und lokalen Comics präsentiert werden. Europa betreibt ein ähnliches Modell mit fest etablierten lokalen Märkten, Buchladenkette, Verlagen und Conventions. Insgesamt soll der europäische Markt bis 2030 um

etwa zwanzig Prozent jährlich anwachsen, in Großbritannien sollen es etwa 21 Prozent sein. Auch in Indien und China wird ein starkes Wachstum des Mangamarkts erwartet.

In diesen Zahlen spiegelt sich ein weltweiter Trend wider: Immer mehr Menschen kaufen Manga – vor allem online und in ihrer eigenen Sprache. Die asiatisch-pazifische Region stellte 2023 mit 86 Prozent weiterhin den Löwenanteil, getragen von Japans starker Infrastruktur im Bereich Produktion, Veröffentlichung und Kommunikation von Fan- und Branchennews. Auch andere asiatische Länder entwickeln derzeit ihre eigenen Faninfrastrukturen durch Conventions und Onlineforen. Da auch Onlineproduktion und -vertrieb immer einfacher werden, kann man davon ausgehen, dass selbst eine weitere weltweite Pandemie das Wachstum nicht eindämmen würde. Zwar bleibt der Weltmangamarkt nicht unberührt von Katastrophen wie globalen Konflikten, technologischen Ausfällen oder Naturkatastrophen wie dem großen Tohoku-Erdbeben in Japan, doch das Online-Geschäft hat sich als erstaunlich widerstandsfähig gegenüber der letzten globalen Gesundheitskrise erwiesen. Ein zusätzlicher Vorteil: Die neuen Digitalformate reduzieren den ökologischen Fußabdruck von Herstellung, Transport und Logistik. Auch wenn die Online-Kommunikation steigende Kosten und zunehmende CO₂-Emissionen mit sich bringt, könnte dies insgesamt ein Gewinn sowohl für die Umwelt als auch den Markt sein.

LINKS Ein Schulmädchen, das Manga in der Tokioter Metro liest.

NACHFRAGE UND ZUGANG

Warum diese Veränderungen den Manga-Konsum westlicher Leser:innen so stark beeinflussten? Ganz einfach: weil Manga plötzlich günstig und leicht verfügbar waren. Als Menschen außerhalb Japans einfacheren und schnelleren Zugang zu Manga und Anime – den animierten TV-Serien, die oft auf Manga basieren – erhielten, wuchs ihr Interesse. Was man nicht kennt, kann man nur schwer begehren, doch sobald es ins Blickfeld gelangt, ist Nachfrage garantiert.

Das Paradebeispiel ist Frankreich. Hier wurden Anime ab den späten 1970er-Jahren im Fernsehen gezeigt und öffneten damit auch Manga und Merchandiseartikeln die Türen. Als in den Sommerferien von 1978 die ersten Folgen der Serie über den gigantischen Roboter *Goldorak* – der lokalisierte Titel von Gō Nagais Manga- und Animehit *Grendizer* – über den Bildschirm flimmerten, sprach sich die Show im Nu unter jungen Schüler:innen herum. Der Merchandise-Vertrieb boomte, doch hohe Import- sowie Übersetzungskosten für japanische Manga führten dazu, dass lokale, unlizenzierte Produkte für wenig Geld auf den Markt kamen, die auch für junge Fans erschwinglich waren.

Ein typisches Beispiel ist der Mädchenmanga *Candy Candy*. Das romantische Drama von Kyōko Mizuki mit Zeichnungen von Yumiko Igarashi erschien zwischen 1975 und

1979 in Japan. Die Anime-Adaption wurde dort zwischen 1976 und 1979 ausgestrahlt. In Frankreich wurde der Anime 1978 gezeigt, kurz nachdem *Goldorak* ein Hit im französischen Fernsehen geworden war. Im Juni 1978 lag der TV-Programmzeitschrift *Télé-Guide* ein kostenloses Farbheft mit Bildern des *Candy*-Anime und einem lokal erstellten Cover bei, auf dem der Aufdruck *comme à la télé* („wie im TV gesehen“) prangte. Das Booklet wurde so beliebt, dass weitere *Télé-Guide*-Ausgaben mit nacherzählten Episoden des Anime folgten. Sie wurden alle lokal produziert, wie auch die ebenso beliebten und erfolgreichen farbigen *Goldorak*-Bücher desselben Verlags. Noch im gleichen Jahr wurden die Bücher zu Taschengeldpreisen verkauft. Damit trugen sie wesentlich zur Popularisierung von Anime und Manga bei – und schufen zugleich Arbeit für französische Künstler:innen sowie Einnahmen für lokale Unternehmen. Erst 1993 erschien der originale *Candy Candy*-Manga in Frankreich im Verlag Presses de la Cité. Bis dahin lebte der Markt von unlizenziertem Merchandise, auch in frankophonen Regionen wie Kanada.