

# Münchner Merkur Journal

Das Wochenend-Magazin des Münchner Merkur



**Nicht nur schön**  
Auf dem Pferdemarkt geht's  
hemdsärmelig zu. > Seite 3

Zu welchem Buch greifen Leserinnen und Leser? Jeder kennt das Sprichwort: Beurteile ein Buch niemals nach seinem Cover! Dennoch: Wir tun es alle. Doch was ist es, was ein Cover zum Hingucker macht? Zwei Münchner Gestalter wissen, wie es funktioniert...

VON SYLVIE-SOPHIE SCHINDLER

„Es sind Bruchteile von Sekunden, die uns entscheiden lassen, ob uns ein Buch gefällt oder nicht“, weiß Andrea Barth. „Für einen guten ersten Eindruck gibt es im Grunde keine zweite Chance“. Insofern sollte das Werk, weil es natürlich kein Ladenhüter werden soll, auffallen. „Und zugleich die Zielgruppe ansprechen“, betont die Inhaberin und Geschäftsführerin von „Guter Punkt“, einer Münchner Agentur für Gestaltung. Das zu schaffen, machen sich Andrea Barth und ihr Team bei jedem Auftrag, der von einem Verlag kommt, zum Ziel. Unter anderem gestalten sie Buchcover für Piper, Droemer Knauer, Lübbe, Fischer und Random House. Geschmack freilich ist nicht messbar. „Jeden wird man nie erreichen können mit einem Cover, aber wir versuchen natürlich so viele wie möglich für ein Buch zu interessieren“, ergänzt Markus Weber, ebenfalls Inhaber und Geschäftsführer von „Guter Punkt“. Auf der Referenzliste der Agentur finden sich denn auch so unterschiedliche Cover, wie es Leser gibt. Wie beispielsweise ein idyllisch gelegenes Cottage-Haus ebenso wie eine in Flammen aufgehende Stadt, küssende, in sich versunkene Paare wie Helden, die mit einem Schwert in den Kampf ziehen. Ob Krimi, Liebesroman, Thriller, Ratgeber – jedes Genre hat eine eigene Bildsprache, Farbgebung, Typografie. „Und die muss zuallererst von der Zielgruppe klar erkannt und wahrgenommen werden“, erklärt Weber. Konkret: „Die Gestaltung eines Fantasy-Romans ist eine ganz andere als bei einem Ratgeber.“ Andrea Barth geht schmunzelnd in weitere Details: „Schwerer wird man auf einem Ratgeber für Achtsamkeit natürlich nicht sehen wollen.“ Zwei Cover, die vom Team von „Guter Punkt“ gestaltet



## Schwert oder Blume?

Warum das Buchcover über den Verkaufserfolg mitentscheidet

wurden, im Vergleich: Bei „Das Gold der Krähen“ von Leigh Bardugo breitet eine Krähe ihre Schwingen über einer Stadt aus, sie wirkt bedrohlich, man ahnt Böses. Hingegen vermittelt der Ratgeber „Sei achtsam mit dir“ von Patrizia Collard eine sanfte, angenehme Atmosphäre; abgebildet ist eine bunte Blume mit fliegenden Blütenblättern. Weber: „Bei Fantasy ist die Gestaltung viel eindringlicher und plakativer, die Farbgebung extremer, bei vielen Ratgebern, natürlich je nach Thema, zurückgenommener, mehr in Pastelltönen gehalten.“ Es gibt Informationen, die außerdem auf keinem Buchcover fehlen dürfen. Dazu zählen der Titel, mitunter ein Untertitel, der Autorennamen und gegebenenfalls die Nennung des Genres sowie der Klappentext. Auch die Schrifttypen sind jeweiligen Genres zugeordnet. Bei allem, was sich etabliert hat, gibt es freilich auch Trends. Die Covergestaltung eines Bestsellers

beispielsweise wird nicht selten kopiert. Als Beispiel nennt Barth die erfolgreichen Bücher von Cecelia Ahern, erkennbar an der blau-weißen Gestaltung. „Dann ziehen die Verlage meist schnell nach mit ähnlichen Geschichten und wollen auch ähnliche Cover“, so die Grafikerin. Angesagt seien aktuell Cover nach der Devise „weniger ist mehr“. Andererseits sei in bestimmten Genres das Verspielte sehr gefragt wie Glitzerpartikel, „die an Sternstaub erinnern“. Großen Einfluss nimmt außerdem momentan die auf Instagram populäre Bildsprache, die insbesondere die jüngere Leserschaft anspricht. Was grundsätzlich hingegen wenig ankommt, sind Gesichter, die geradeaus in die Kamera blicken. „Das polarisiert schnell und wirkt mitunter konfrontativ“, erläutert Weber. Und was, wenn man etablierte Pfade verlässt? „Das ist in der Tat eine Gratwanderung. Bei Covern etwas sehr Innovatives zu wagen, ist mit Risiko

behaftet.“ Was aber nicht bedeute, es nicht dort und da zu versuchen. Wie nun gehen die Profis an die Sache heran? Der Auftrag kommt von den Verlagen, wobei es Verlage gibt, die hausinterne Grafiker beschäftigen. Eines vorweg: Die Vorstellung, dass die Grafiker das Buch lesen und sich dann an die Gestaltung machen, ist realitätsfremd. „Zu dem Zeitpunkt, da wir beauftragt werden, liegt das Buch höchstens in der Rohfassung vor“, erzählt Weber. Was daran liegt, dass das Cover bereits in der Verlagsvorschau abgebildet wird und damit mindestens ein halbes Jahr vor Erscheinen des Buches – die Verlagsvorschauen erscheinen normalerweise halbjährlich, im Frühjahr und Herbst. Was vorgegeben wird, variiert von Verlag zu Verlag. „Mal erhalten wir eine kurze Inhaltszusammenfassung und Vorschläge zur Bildgestaltung, mal nur zwei, drei Sätze und den Titel, mal Auszüge aus dem Manuskript und Gedanken des Autors zur Covergestaltung, der in Deutschland Mitspracherecht hat und das oft auch nutzt.“ Darüber, inwieweit ein Cover den Inhalt des Buches wiedergibt beziehungsweise überhaupt wiedergeben kann, lässt sich vortrefflich streiten. „Letztlich kann man nie genau die Vorstellung der Leserin oder des Lesers treffen, weil jeder beim Lesen andere Bilder im Kopf hat“, sagt Martin Steiner, Grafiker in Berlin und ebenfalls erfahren in der Gestaltung von Buchcovern wie „Die Inszenierung“ von Martin Walser und der Albert-Camus-Biografie von Iris Radisch. Für Steiner ist es

### TIPPS & TRICKS

#### WELCHES COVER ZU WELCHEM GENRE PASST

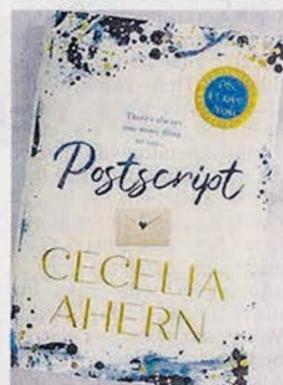
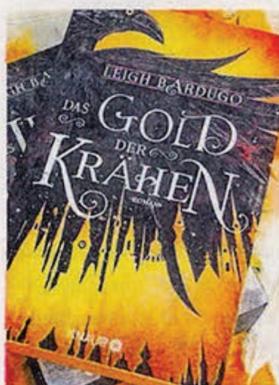
>> Krimi- und Thriller-Cover vermitteln häufig eine düstere und unheimliche Stimmung. Das spiegelt sich im zentralen Motiv, beispielsweise Blut, Waffen und zerstörte Gegenstände, wie auch in der Farbwahl wider. Besonders oft werden Rot, Schwarz oder Blau verwendet. Besonders kalt erscheint die Kombination mit Weiß. Die Schrift ist meist serifenlos, klar und fett, z. B. Bebas Neue, Coolvetica, Silver Slideshow. >> Die Buchcover von Liebesromanen sind hingegen fröhlich und positiv gestaltet. Dazu kommen meist helle, warme und freundliche Farben zum Einsatz, z. B. Pastell-Töne von Rosa, Türkis und Grün. Das Motiv ist häufig gezeichnet und bildet unter anderem Pärchen, Blumen oder Herzen ab. Zur romantischen Stimmung passt eine leichte, verspielte, handschriftliche oder beschwingte Schriftart, beispielsweise Freebooter Script, Jenna Sue und Foglighten. >> Fantasy-Buchcover werden mit illustrierten Figuren, Gebäuden oder wichtigen Gegenständen aus der Geschichte gestaltet. Nicht selten sehen die Cover gemaldehyd aus. Der Farbraum ist nicht beschränkt, jedoch gibt es häufig eine Hauptfarbe. Die fantasievolle Stimmung lässt sich durch eine altmodische oder verspielte Serifenschrift unterstreichen, zum Beispiel Augusta, Cardinal und Fairydust. >> Die Covergestaltung von Ratgebern und Sachbüchern ist eher neutral und minimalistisch. Genutzt werden fotografische Abbildungen passend zum Thema und gegebenenfalls ein Porträt des Autors, falls es sich bei dem Buch um eine Autobiografie handelt oder man auf diesem Themengebiet bereits als Experte bekannt ist. Es gibt aber auch eine Reihe von Sachbüchern, deren Buchcover allein mit Textelementen gestaltet sind. Die Farbgebung der Cover ist oft bunt und es gibt meist zwei Hauptfarben. Beliebt sind Blau-, Gelb- und Rot-Töne. Eine serifenlose, fette Schriftart ist gut lesbar und schnell erfassbar. Eine Serifenschrift verleiht die nötige Seriosität. Für Ratgeber gut geeignet sind Schriften wie Freshman, Get Coffee und Klein Stabserif.



Die Cover der Buchtitel gestaltet das Team von „Guter Punkt“ am Computer. PRIVAT

Warum greift man zu welchem Buch? Ein gut gestaltetes Cover entfaltet da magische Anziehungskräfte. dpa

wichtig, sich in das Buch „einzufühlen“. „Entscheiden der ist die Stimmung des Buches zu treffen und dem Leser außerdem nicht zu viel vorzugeben, sondern das meiste seiner Fantasie zu überlassen“, erläutert Steiner weiter. Ohnehin, wird man zu konkret, obwohl man ja den gesamten Inhalt des Buches nicht kennt, kann man auch danebenliegen. „Rein faktische Dinge wie Haarfarbe und Kleidung der Protagonistin müssen auf jeden Fall stimmen.“ Steiner sagt, er sei nicht frei davon, ob er selbst ein Buch gerne lesen würde oder ob es ihm persönlich weniger liege, auch das beeinflusse den Gestaltungsprozess. Sein Weg sei das „sensible Arbeiten“, sich auch in den Autor hineinzuversetzen und auch nachzuspüren, was die Geschichte, die erzählt wird, mit ihm selbst macht, was sie auslöst, welche Assoziationen sie weckt. Bei all dem habe er aber immer im Blick, dass das Cover eine entscheidende Werbefläche für das Buch sei. Je nach Verlag hat man zwei bis sechs Wochen Zeit und bietet letztlich mehrere Motive an. Wer aber trifft am Ende die Entscheidung, welches Cover verwendet wird? In vielen Verlagen tut dies die sogenannte Coverkonferenz, die in der Regel aus dem Verleger, der jeweiligen Programmleitung, der Vertriebs-, Marketing- und Herstellungsleitung besteht. „Ich weiß, dass oft lange diskutiert wird, bis die Entscheidung feststeht. Und es ist natürlich nicht immer mein Favorit, der dann genommen wird“, sagt Steiner. „Schließlich gelangt nun mal immer nur ein Entwurf in die Regale des Buchhandels. Auf dem Weg dorthin bleiben viele Layouts am Wegesrand liegen.“



Grell gegen dezent: Das Fantasy-Cover ist auffallend mit orangefarbenem Schnitt, der Ratgeber kommt eher nüchtern daher – beide Titel gestaltete die Münchner Agentur „Guter Punkt“. Vorbild für andere Cover: Bestseller wie die Bücher der irischen Autorin Cecelia Ahern (re.), die immer Weiß-Blau daherkommen.