© privat

Mehr Überraschung bitte!

Auf boersenblatt.net stellt Buchgestalter Robert Schumann seine persönliche Cover-Top-Ten 2010 vor. Und was hält er vom ganzen Jahrgang?

War 2010 ein gutes Jahr in Sachen Covergestaltung?
Die Tendenz zum wohl kalkulierten Design hat sich verfestigt. Die meisten Buchtitel bedienen eine vermutete Erwartungshaltung der anvisierten Käufer. Zugegebenermaßen agieren die dominierenden Publikumsverlage dabei handwerklich sehr geschickt. Das technische Niveau der Umschlagproduktion hat 2010 weiter zugenommen, die inhaltliche Qualität der Cover nimmt dagegen rapide ab. Ziehen wir die Gestaltung der originär deutschen Bestseller als Messlatte heran, war es kein aufregendes Jahr.

Trotzdem haben die Cover der Bestseller offenbar sehr viele Käufer angesprochen ...
Sagen wir so: zumindest nicht vom Kauf abgehalten. Es mag schon sein, dass die Gefälligkeit mancher Titel auf breites Interesse gestoßen ist. Die Umschlaggestaltung ist aber selten allein für einen Erfolg verantwortlich. Es wäre sicher abwegig zu glauben, dass sich Thilo Sarrazins viel diskutierte Polemik nur aufgrund der Signalwirkung des Umschlags über eine Million Mal verkauft hat. Der ist überaus ungeschickt in den deutschnationalen Farben gestaltet und sieht im Handel wie ein zusammengefaltetes Reichsbanner aus.

Lässt sich an den Covern ein bestimmter Trend ablesen?
Sie verkörpern in der Regel die jeweiligen Marketingabsichten der Verlage. Und da diese sich oft gleichen, kommt es eben auch zu gestalterischen Ähnlichkeiten. Wenn man die Häufung bestimmter Bildideen als Trend bezeichnen möchte, gibt es sicher einige stimmungsauslösende Motive, die 2010 besonders präsent waren. Beliebt waren beispielsweise Federn, Blätter, Füße jeder Art oder Variationen von Wolkenhimmeln.

Welche Rolle spielt das Cover künftig beim E-Book?
Die Technik wird der Buchtitelgestaltung künftig neue Möglichkeiten eröffnen, Mehrdimensionalität und der Einsatz von Bewegtbildern sind denkbar. Während die gestalterischen Mittel im E-Book ganz andere Reize ansprechen können, bleibt die Funktion der Cover auf dem Display genauso relevant wie beim gedruckten Buch. Auch dort sorgen sie für Orientierung und die visuelle Vermittlung der Textinhalte.

Was wünschen Sie sich von den Verlagen im neuen Jahr?
Manche Traditionsverlage sollten ihren Gestaltungswillen neu formulieren, diesen tatsächlich umsetzen und nicht weiter die visuellen Methoden vermeintlich erfolgreicher Buchumschläge kopieren. Das demonstriert verlegerische Haltung und die ist im Übrigen auch eine Orientierung für den Käufer. Ansonsten: überraschende Ideen! **gab**