

**Zeitschrift:** Saiten : Ostschweizer Kulturmagazin

**Herausgeber:** Verein Saiten

**Band:** 15 (2008)

**Heft:** 167

**Artikel:** Antje Gracia, worin liegt die Kunst, ein Cover zu gestalten?

**Autor:** Gracia, Antje

**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-884912>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

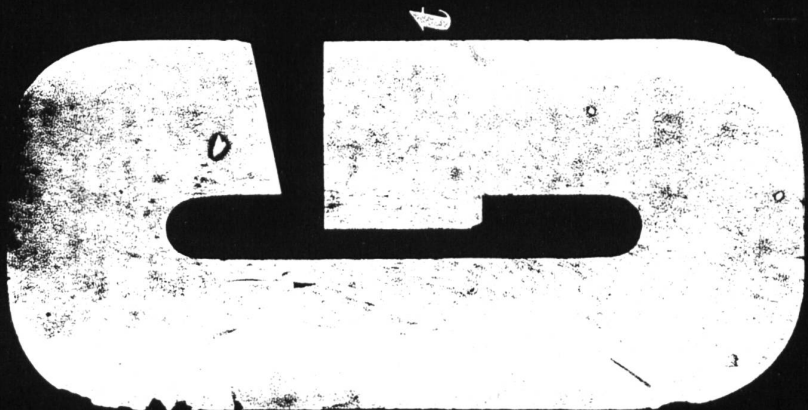
### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

**Download PDF:** 02.01.2025

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

*Antje Gracia,*



*worin  
die Kunst,  
ein Cover  
zu  
gestalten?*



**Antje Gracia**, 1963,  
ist angestellte Grafikerin und typografische Gestalterin in St. Gallen.

**D**as Cover kleidet das Buch und schützt es. Ausserdem ist es das erste, was wir sehen. Vielleicht ist es ein Bild, eine ungewohnte Typografie oder einfach eine besondere ästhetische Stimmung, die uns berührt. Wenn es ein Cover schafft, so viel Aufmerksamkeit auf sich zu lenken, dass wir das Buch in die Hand nehmen und beginnen, uns für den Inhalt zu interessieren, hat es seine Aufgabe erfüllt. Besonders dann, wenn wir ohne konkrete Kaufabsicht unseren Blick über das Büchermeer im Laden streifen lassen, nur um dann genau jenes Exemplar in die Hand zu nehmen, dessen Titelbild uns irgendwie aufgefallen ist.

Die Möglichkeit, den ersten und vielleicht wichtigsten Eindruck zu gestalten, ist reizvoll. Dazu kommt, speziell bei Büchern, die keinem strengen Reihenkonzept unterworfen sind, ein Universum an visuellen Möglichkeiten. Dazu sagte der Grafik-Vordenker Jan Tschichold: «Der Schutzumschlag des Buches allein bietet die Möglichkeit, die formale Phantasie schweifen zu lassen. Es ist zwar kein Fehler, diesen dem Buch und seiner Typografie anzugleichen, ist er doch in erster Linie ein kleines Plakat, das den Blick auf sich ziehen soll und wo vieles erlaubt ist, das im Buche selber unschicklich wäre.»

Das Cover soll also neugierig machen, aber nichts verraten. Das entlastet den Gestalter einerseits, denn er könnte mit einem Minimum an informativen Elementen arbeiten: Titel, Autor, Verlagslogo. In Wirklichkeit kommt aber immer irgendetwas dazu, ein sperriger Untertitel oder ein zweites, vielleicht sogar drittes Logo von einer Partnerfirma. Dann ist das Gestalten schon nicht mehr so lustig.

Der zweite Aspekt, der die Covergestaltung spannend macht, ist das Sujet. Es kann rein typografisch, illustrativ oder fotografisch sein oder aus einer Kombination von mehreren Gestaltungselementen bestehen. Um dem Inhalt gerecht zu werden, ist es nötig und meistens auch schön, das Buch vorher zu lesen. Im schlimmsten Fall reicht eine gute Zusammenfassung. Ich lasse das Gelesene auf mich wirken, spüre den Schlüsselszenen nach und versuche, mir die Stimmung des Buches bildhaft vorzustellen. Welche Farbstimmung passt? Was kann ich wie andeuten? Dann nehme ich Fahrten auf, fertige Skizzen an, kleine Illustrationsproben. Anders als zum Beispiel beim Filmplakat, das soviel wie möglich vom Film zeigen soll, kann ich mich beim Cover auf eine Andeutung oder einen Auszug aus dem Inhalt beschränken. Wer sich näher interessiert, liest den Klappentext oder die ersten Seiten. Ich habe noch nie ein Cover gesehen, das den Inhalt eines Buches wiedergeben konnte. Das kann nur der Text selber.

Magazintitel hingegen sind anderen Gesetzen unterworfen. Stern, Bunte, Spiegel sind sehr kurzlebig und haben eine feste Stammkundschaft. Hier muss sich der jeweilige Magazinnamen klar und laut hervortun, gefolgt von einem spektakulären Foto und auflageträchtigen Headlines. Elemente wie Farben, Logos, Schriften und Bildkonzept sind bei jeder Ausgabe gleich. Denn die Stammkundschaft braucht Wiedererkennungswerte, da-

mit sie ihr Magazin ruckzuck aus dem Regal ziehen und kaufen, in den Zug springen oder noch schnell einen Espresso kippen kann.

Anders verhält es sich mit den hauseigenen Magazinen der Tages- oder Wochenzeitungen wie «NZZ Folio» oder «Das Magazin» des Tages-Anzeigers. Sie verkaufen sich automatisch mit der Zeitung und dürfen viel ruhiger und sorgfältiger erscheinen. Ihr Umfang ist im Vergleich etwa zum Spiegel viel geringer, weshalb meistens nur ein Thema behandelt wird. Dadurch entsteht viel Gestaltungsspielraum, dieses entsprechend ungewohnt und spannend auf der Titelseite zu visualisieren. Meistens steckt, wenn uns ein Cover fasziniert, eine gute oder sogar sehr gute Idee dahinter. Es ist vielleicht immer noch nicht ideal, aber hat etwas, das in unserer Erinnerung hängen bleibt. ✦

VON ANTJE GRACIA