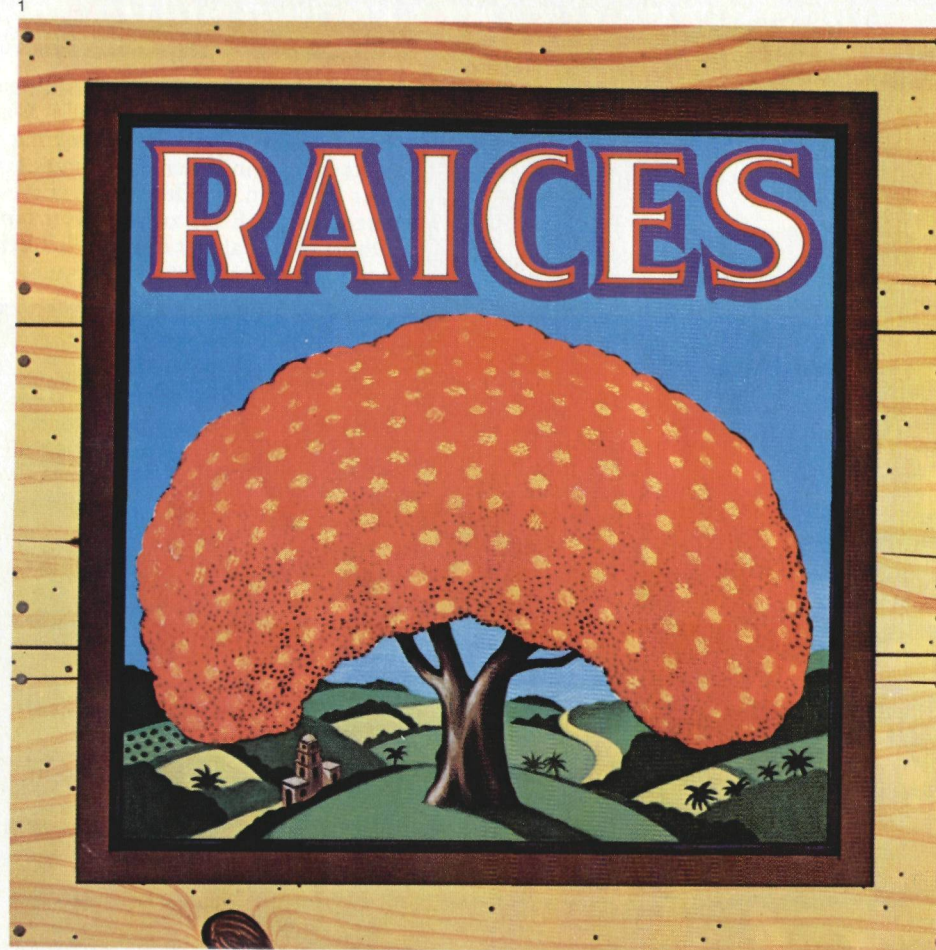




DIE BILD-WELTEN DES COVERS



Längst ist die Herstellung von Schallplatten zu einer ungeheuren Industrie angewachsen. Abertausende von Langspielplatten werden jährlich produziert. Mit dem Boom wuchs in den sechziger und siebziger Jahren auch das Interesse an der Verpackung der Platten. Das Cover-Design, früher eher ein Stiefkind im Schatten der tönenden Muse, hat dadurch einen grandiosen Aufschwung erfahren.

1 Raices, „Raices“, Nemperor Records/Atlantic, Cover Illustration: Haruo Miyachi
2 Cerrone, „Love in C Minor“, Atlantic Records, Cover Photo: Dennis Chalkin, Art Direction: Bob Defrin/Lynn Breslin



3 The Beatles, „Rubber Soul“, EMI/Odeon, Foto: Robert Freeman
4 Osibisa, MCA Records, Design: Roger Dean

Lucie Schauer

Es wäre sehr vordergründig, anzunehmen, daß Schallplattencover ausschließlich Werbezwecken zu dienen und Informationen über ihren Inhalt zu verbreiten hätten. Abgesehen davon, daß die Hüllen am Beginn der Schallplattenindustrie mehr eine reine Schutzfunktion besaßen, haben sie späterhin immer mehr an Eigenständigkeit im Vergleich zu ihrem musikalischen Inhalt gewonnen.

Stimmigerweise fällt diese Entwicklung zusammen mit dem Siegeszug des Optischen gegenüber dem Wort und auch der Musik in der gesamten westlichen Welt, wie sie sich in den späten fünfziger und sechziger Jahren manifestierte. „In der Kunst“, sagte der New Yorker Kritiker John Perreault ganz lapidar, „wurde das Wort durch das Bild ersetzt.“ Ganz gleichlautend ein Zitat des Soziologen Hans Heinz Holz aus seinem Vorwort zur Documenta V: „Verbale Informationen werden durch optische unterstützt oder gar ersetzt.“ Auch die zugrundeliegenden Motivationen sind bei beiden Autoren nicht weit voneinander verschieden. Während Holz in diesem Kontext die allesüberflutende Konsumwerbung erwähnt, verweist Perreault in seinem Essay auf die rasch wechselnden Kunststile und den Einbruch der Kunst in die Alltagswelt der Gestaltung – „Kunst wurde zum Brain-Trust der Designer-Fabriken“.

Das eine ist ein überwiegend sozioökonomisches, das andere ein soziokulturelles Phänomen, die beide gemeinsam weite Teile unserer heutigen Kunstwelt bestimmen. Soweit es die Plattenhüllen betrifft, mischen sich diese Stränge auf eine bisher nicht näher untersuchte Weise. Das liegt vor allem darin begründet, daß die Funktion des Covers im Vergleich zu anderen gestalteten Objekten weder Selbstzweck ist, bzw. auf sich selbst verweist (wie im künstlerischen Bereich), noch als Synonym und Verweis für einen Gegenstand steht (wie in der Werbung). Das Cover ist zum einen Träger, im wahrsten Sinne des Wortes, eines (musikalischen) Inhalts, zum anderen aber ein davon losgelöstes, selbständiges Medium, das auch ohne „Inhalt“ existieren kann. Dadurch unterscheidet es sich von jeder anderen Sorte von Verpackung, die ohne das in ihr Enthaltene sinnlos und damit in gewisser Weise wertlos geworden ist.

Gleichzeitig vermittelt das Cover mehr als sein Inhalt. Es hat, im Gegenteil, eine so große Eigenständigkeit erlangt, daß es völlig losgelöst vom Inhalt sein oder gar dazu differieren kann. In den meisten Fällen der Untersuchung ergab sich keine unmittelbare Entsprechung von optischem und akustischem Bereich.

Das bedeutet aber auch, daß die Schall-

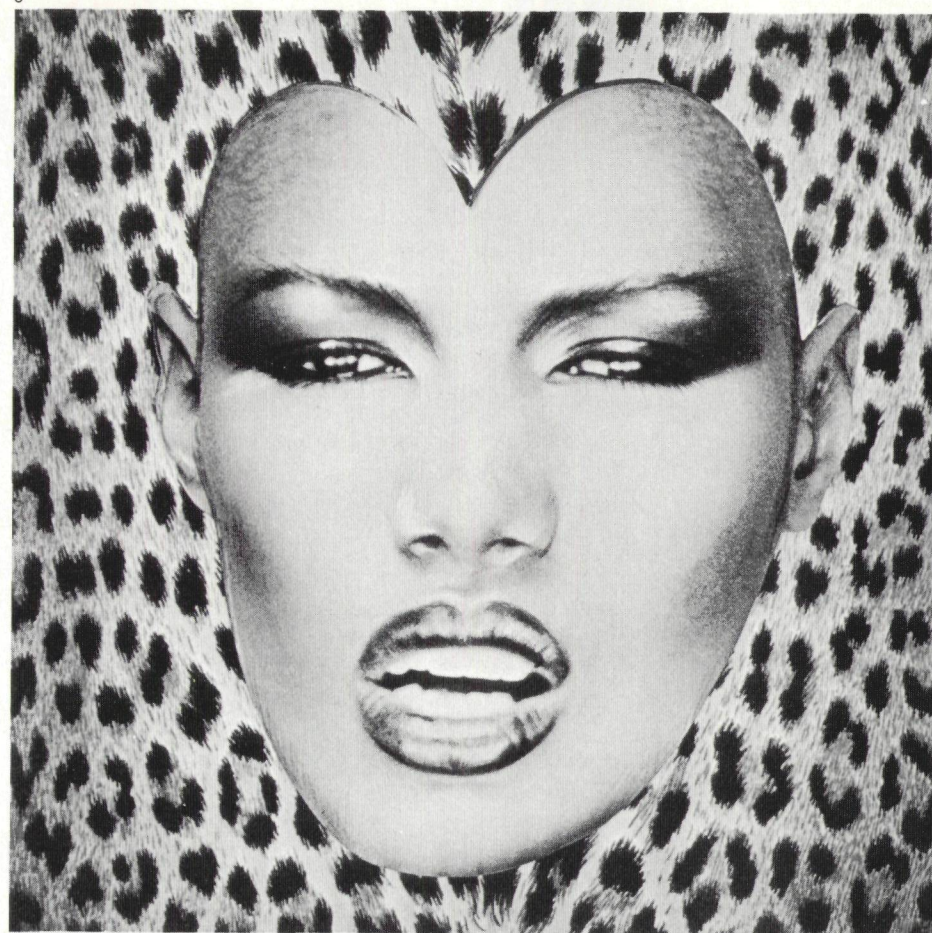
plattenhülle mehr, bzw. etwas ganz anderes, darstellt, als ihr ursprünglich einmal zugeordnet worden war. Mit der Verelbständigung ihrer Existenz hat sich ihre Funktion verschoben und erweitert. Neben ihrer Aufgabe Schutzhülle, Informationsanzeiger und Werbeträger zu sein, hat sie ein hohes Maß an Umweltreflektion übernommen. Es ist nicht übertrieben zu sagen, daß sich die Vielfalt des modernen Lebens in vielerlei Aspekten in der Schallplattencoverbranche wiederfindet.

Bei der Arbeit mit dem Material, das aus Tausenden von Covern ausgewählt wurde, ergaben sich im wesentlichen 13 verschiedene Gruppierungen. Dabei wurde hier nur die Unterhaltungsmusik berücksichtigt. Als besonders ergiebig für die Untersuchung über die Bildwelten des Covers erwiesen sich die Bereiche der Pop-, Rock- und Jazzmusik, die im Vordergrund steht.

Gruppen

1. Personality – Ego – Starkult
2. Gruppenbilder (Gruppenindividualität)
3. Körperteile, entweder als Reiz und Lockung oder als Metaphern und Symbole – Gag
4. Umwelt des Menschen
Stadt – Landschaft – Szene
5. Heile Welt – Landschaft als Sehnsuchts- oder Traumidylle
6. Kaputte Welt – Zerstörung – Aggression – Negativaspekte
7. Phantasieprojektionen und Chimären (makaber, gespenstisch, spukhaft, dämonisch, märchenhaft)
8. Nostalgie – retrospektiv (gute alte Zeit)
9. Utopie – prospektiv (Weltraum, Technik, Expansion)
10. Kunstgeschichte mit historischen Komponenten (hauptsächlich Surrealismus)
11. Bezüge und Parallelen zur Gegenwartskunst (Monochromie, Hard edge, Pop-Kunst, psychedelische Kunst, abstrakter Expressionismus, Farbfeldmalerei, Collage, Comic)
12. Signal, Zeichen, Konsum, Werbung
13. Schrift

Die ersten drei Gruppen lassen sich unter dem Oberbegriff Mensch zusammenfassen, die folgenden vier Gruppen als Lebensraum des Menschen bestimmen. Die Gruppen 8 und 9 befassen sich mit zeitlichen Perspektiven, 10 und 11 mit Wechselbeziehungen zu Kunstäußerungen, 12 und 13 schließlich gehören zum Bereich der visuellen Kommunikation. Es ist verständlich, daß das Star-Cover



5 Grace Jones, „Portfolio“, Island, Design and Painting: Richard Bernstein
6 Eulenspygel 2, Eurocord-Musikverlag, Cover-Idee: Wolfgang M. Schmidt, Cover-Design: Grafik ABCD, Foto: Joschi Jaehnik

eine überragende Rolle in der Branche spielt. Erstens verbindet sich mit Namen und Bild des Interpreten oft eine spontane Bejahung bis zur Identifikation. Der Appell an den Konsumenten ist darüber hinaus vielseitig steuerbar. Man kann den Interpreten als einsamen, sensiblen Helden (Neil Diamond) darstellen, oder als rückgeschütteltes Nervenbündel in wirkungsvoll verwischter Fotopose (Janis Joplin, Mick Jagger, Johnny Winter), als Vitalbrosken (Mahalia Jackson, Little Richard) und todgeschminktes Clownsgesicht (Edith Piaf), als schwierig-schönen Elegant (David Bowie, Grace Jones [Abb. 5, Seite 1376]), wie als dämonischen Wunderknaben (Udo Lindenberg, Jobriath).

Für Gruppendarstellungen gilt ähnliches wie für Einzelpersonen. Auch Gruppen haben ihre „Individualität“, ihr unverkennbares Image. Während jedoch im Personality-Cover die Stilisierung des Gesichts oder auch der Gestalt sehr verbreitet ist und manchmal bis zur Unkenntlichkeit führt, ist für das Team die gestochen klare Fotoaufnahme die Regel. Gruppen bringen eine Ausstrahlung offenbar allein schon durch ihr kommunikatives Zusammensein mit sich. Ein berühmt gewordenes Beispiel: Die Rolling Stones, fotografiert von Nicholas Wright, in der gleichen, dem Betrachter schräg zugewandten Haltung. Noch eindrucksvoller die Rolling Stones in dem Album „Black and Blue“ von 1976, das die fünf nun älter gewordenen Stars in verschiedenen Größen zu einer großartigen Montage aufreht [Abb. 11, Seite 1378]. Ebenso berühmt die Beatles mit ihrer Produktion „Rubber Soul“, fotografiert von Robert Freeman mit dem Fischaugenobjektiv [Abb. 3, Seite 1375]. Die Darstellungen, in denen Gruppen in Aktion in einer bestimmten Umgebung auftreten, gibt es zu hunderten, diejenigen, wo es zu einer stark stilisierten Verfremdung kommt, relativ selten.

Ebenso erfordern einzelne Körperteile eine betont klare Darstellung, damit überhaupt ersichtlich ist, worauf die Abbildung hinaus will. In dem Prinzip des pars pro toto liegt bereits ein so starkes künstlerisches Kriterium, daß sich in diesem Bereich die symbolische oder metamorphische Übertragung besonders stark abzeichnet. So gibt es zum Beispiel die rassistische Verschmelzung von Schwarz und Weiß (Cerrone: „Love in C Minor“ [Abb. 2, Seite 1374], Greyhound: „Black and White“), aber auch die idealisierende Pose der zum Himmel erhobenen offenen Hände (Lee Patterson Singers: „Spirit in the Sky“ [Abb. 10, Seite 1378]), die jeweils seelisch-emotionale Inhalte transportieren. Die Eingangsthese, daß die Cover der gehobenen U-Musik die Umwelt und

die Situation des Menschen in ihr aufnehmen und widerspiegeln, kommt in der folgenden Gruppe am unverstelltesten zum Ausdruck. Für die LP von Amon Düül II „almost alive“ machte Stefan Zauner eine hinreißende Montage aus vier verschiedenen Bedeutungsebenen. Im Mittelfeld eine dicht gedrängte Menge sonnengebräunter, sorgloser Strandgänger, über der sich riesig drohend eine gigantische Apparatur erhebt, von Scheinwerfern nächtlich angestrahlt. Im Hintergrund signalisieren nähergerückte Gestirne Weltraumkälte, während das vordere untere Drittel des Covers von dem träumenden Gesicht und den aufgelösten Haarfluten einer Modellschönheit beherrscht wird. Dieses Cover ist, wie viele andere Spitzencover auch, ein Kunstwerk. Die dort angesprochenen Elemente Massenzeitalter und Einsamkeit, technische Übermacht und private Träume, Weltraumfahrt und Ferienglück sind untrennbar ineinander verwoben wie das Leben selbst – almost alive. Stadtszenen, der Verkehr, rasante Autos, Hotels und Motels, Straßen und Highways, Asphaltplanzen, Pflasterszenen, Bierkneipen und Boutiquen sind in dieser Kategorie häufiger als Ländliches anzutreffen.

Land und Natur gehören meistens schon zu der nächsten Gruppierung, die in unserer Einteilung als „Heile Welt“ gekennzeichnet ist, oder aber sie entrücken in eine Art von unbehauster Mondlandschaft, wie sie häufiger in der Kategorie „Utopien“ auftaucht. Charakteristisch für den Typus heile Welt ist ihre Reduktion auf das Ausschnitthafte. Fast alle Darstellungen erscheinen in einem Rahmenwerk und geben den Blick auf das Idyll nur mittelbar frei. Blühende Bäume und Wiesen [Abb. 1, Seite 1374], weidende Tiere, ein unschuldiges Musikinstrument wie Adamos oder Tiny Tims Gitarre suggerieren eine unbeschädigte Existenz.

Ganz im Gegenteil breiten sich die Aggressionen der kaputten Welt zu radikaleren Gängen aus. Das Kaputte drückt sich in den zerrissenen Gliedern eines Puppenkörpers (Erna Morena, Cover: Heinz Bähr [Abb. 9, Seite 1378]) ebenso aus wie im zu Ende gegangenen Spiel des gestürzten Marionettenkönigs inmitten der Trümmerlandschaft. Eigens eine Cover-Plastik baute Michael Karanek für Warren Schatz (Design: Ron Coro), die mit ihrem Abflußbecken und der gemeinen Schutzatmosphäre unmittelbare Ähnlichkeit mit „Dirt Box“ von Blackwater Park aufweist (Cover: M. Fessel). Das Böse schlechthin manifestiert sich in dem LP-Cover von Eulenspygel 2, wo sich ein quittengelbes lebendiges Küken über ein in der Pfanne gebratenes gerupftes Küken genüßlich hermacht (Design: Grafik ABCD [Abb.

6, Seite 1376]). Kannibalismus unter Tieren?

Die Cover-Welt, die von uns mit dem Kennwort Phantasieprojektionen belegt wurde, ist zur Domäne des englischen Star-Designers Roger Dean geworden. In aufwendigen Doppelalben tummeln sich geflügelte Elefanten und nasenhornköpfige Echsen [Abb. 4, Seite 1375], bemooste Ruinenlandschaften korrespondieren mit Felsenterrassen und von ihnen bevölkerten Sylphiden. Drachenritter, Kindjungfrauen, Fledermäuse mit Menschenkörpern und gigantische Insekten, Eiswüsten und Höhlenschluchten tragen alle die gleiche Handschrift eines gewissermaßen ins Zackige und Spitze umgestalteten Jugendstils, die auch die Schrift einbezieht. Dadurch ergibt sich bei aller Dämonie der Sujets eine heitere Unverbindlichkeit, die das Dargestellte nicht als schrecklich, sondern als märchenhaft erleben läßt. Das Gespenstisch-Makabre drückt sich vielmehr in dem bevorzugten Motiv Totenschädel aus. In geradezu perverser Eleganz auf dem Emerson, Lake & Palmer-Cover (erschieden bei Ariola), in dämonischer Brutalität bei Uriah Heeps „... very 'eavy“ (Design: Robin Nicol); zu diesem Thema existieren noch etliche Varianten.

Die gute alte Zeit spielt in der Schallplattenbranche eine beträchtliche Rolle, sobald es darum geht, Oldies aufzugreifen und neu auf den Markt zu bringen. Eine ganze Serie hat Electrola unter dem Motto „The Golden Era of“ (Dixieland, Blues, Ragtime, Boogie, Swing, Rock 'n' Roll, Beat) herausgebracht, die durch das jeweils passende Beinkleid mit dazugehörigem Schuhwerk charakterisiert werden [Abb. 14, Seite 1379]. Im übrigen aber fällt die Rückschau ins Gesträuch, gemessen am Blick in die Zukunft, kaum ins Gewicht. Alte Automobile und Zwanziger-Jahre-Look, vergilbte Fotoszenen aus alten Tagen, einige Reminiszenzen an den Jugendstil oder eine betont auf Old-Fashion getrimmte Aufmachung, das ist schon alles. Im Gegensatz zu der weit verbreiteten Sympathiewelle für das Vergangene spielt Nostalgie auf den Covern unserer Auswahl eine bescheidene Nebenrolle.

Sehr viel ausgeprägter ist der Sinn für das Morgen, die Zukunft. Verständlich, wenn man bedenkt, daß die Musik, von deren Covern hier vornehmlich die Rede ist, nämlich Rock, Pop, Jazz, Beat, ihrem Wesen nach progressiv ist. Auffallend häufig wird auf Astronautik [Abb. 7, Seite 1378] und fremde Welten Bezug genommen. Der andere Teil der Coverdarstellungen handelt auf der Erde, jedoch in Städten, die zu seelenlosen Megalopolen verkommen sind, in denen der Mensch sich behaupten muß.

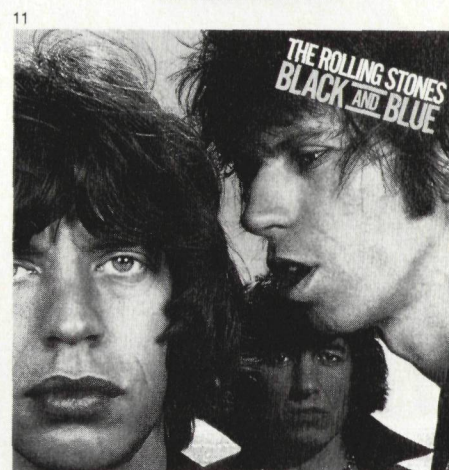
Die Alternative lautet somit Steinwüste hier oder Mondwüste dort.

Die Beziehungen des Covers zu Strömungen oder auch einzelnen Motiven der bildenden Kunst liegen auf der Hand. Sie wurden in dieser Analyse unterteilt in erstens historische Bereiche, vorzugsweise klassische Moderne, und zweitens Gegenwartskunst. Den stärksten Part innerhalb der ersten Kategorie spielen zweifellos surrealistische Momente. Eine gewisse Berühmtheit erlangte das Cover von Pink Floyd (Design: Hipgnosis), auf dem ein brennender Mann einem anderen die Hand reicht [Abb. 12, Seite 1379]. Wer dürfte nicht sogleich an Dalis brennende Giraffe. Die Szene hat etwas von verblüffender Selbstverständlichkeit, von der der echte Surrealismus immer gekennzeichnet ist.

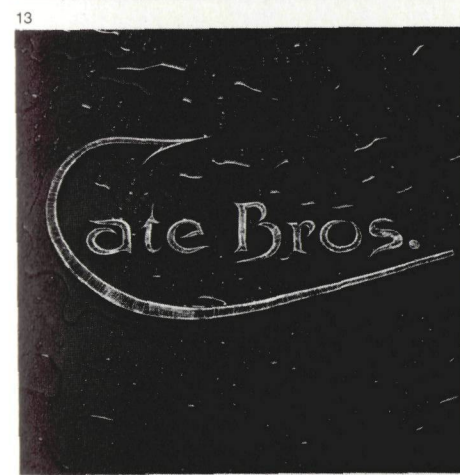
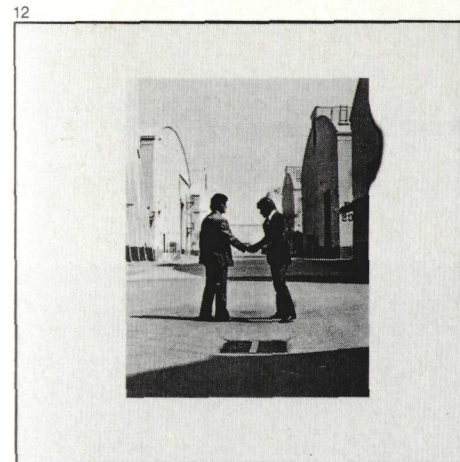
Vielfältiger und bunter freilich sind die Entlehnungen aus der und die Entsprechungen zur Gegenwartskunst. Pop-art und psychedelische Kunst sind in beiden Lagern, dem bildhaften und dem akustischen, ursprunghaft zu Hause. In seiner Publikation „Pop international“ berichtet Jost Hermand, daß in den sechziger Jahren der Anteil an der Beat- und Rockmusik auf dem internationalen Schallplattenmarkt auf rund 50 Prozent angestiegen sei, während die E-Musik sich auf 10 bis 15 Prozent reduziert habe. An anderer Stelle zitiert Hermand einen Satz von Leonard Bernstein, nach dem neuerdings dort meist Gitarren an der Wand lehnten, wo früher Klaviere standen, und fährt fort: „Und so mehren sich denn in den letzten Jahren die Stimmen, die der seriösen oder klassischen Musik, der E-Musik, den baldigen Tod voraussagen und ihre Zukunftshoffnungen allein auf die Pop-Musik, die U-Musik, setzen.“

Die Koinzidenz zwischen Pop-Musik und Pop-Cover ist daher viel eindeutiger gegeben als sonst. Sei es auf dem Andy-Warhol-Cover mit der Banane, der Campbell-Suppendose zu dem Titel „Opener“ von der Gruppe Can oder bei der riesigen Cremetorte à la Oldenburg, aus der die Rolling Stones mit „Let it bleed“ hervorlugen.

Es finden sich in der Rubrik Gegenwartskunst auch die meisten anderen zeitgenössischen Kunstströmungen. Das weiße Album der Beatles hat vielleicht nicht weniger Aufsehen erregt, als die ersten monochromen Bilder von Yves Klein. Hard edge, Op-art, Konstruktivismus bieten sich ebenso an, wie alle Fototechniken, vom künstlerisch gestalteten Foto mit „Filmcharakter“ über Fotomontage und Fotocollage. Künstlerische Richtungen, die auch von der Gebrauchsgrafik in jeder Weise ausgeschaltet werden, und über deren Einfluß speziell auf die Schallplatten-

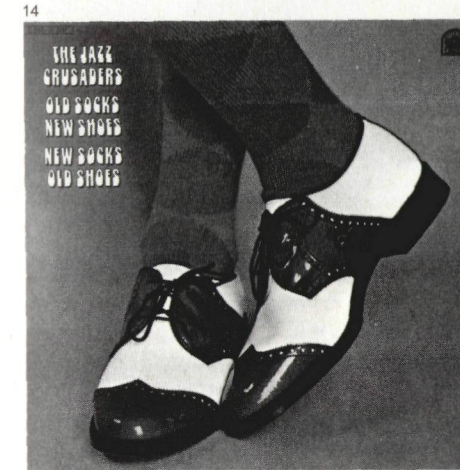


7 Decameron, „Tomorrow's Pantomime“, Chipping Norton Studios, Oxon, England, Cover-Design: Clyde Ferry & Jack Room, Art Direction: Bob Franks
8 Spirits of Yesterday - Hits Today, Philips
9 Erna Morena, Association P. C., Live, MPS Records, Cover Design: Heinz Bähr
10 Lee Patterson Singers, „Spirit in the Sky“, Mercury
11 Rolling Stones, „Black and Blue“, Rolling Stones Records/WEA Musik, Design: Nicholas Wright



Schallplattenhüllen

Den Standort des anspruchsvollen Covers am Beispiel der Rock- und Popmusik versucht eine Ausstellung des Neuen Berliner Kunstvereins zu bestimmen. Die Ausstellung war in Berlin und in Zürich bereits zu sehen. Ihre nächsten Stationen sind: Bremen, Böttcherstraße (Dezember) Frankfurt/M., Deutsche Bibliothek (Februar) Aachen, Neue Sammlung Ludwig (März/April) Essen, Folkwang Museum (April/Mai) Wuppertal, Wuppertaler Bühnen (Mai/Juni) Der (gekürzte) Beitrag von Dr. Lucie Schauer - „Die Bildwelten des Covers“ - entstammt dem Ausstellungskatalog.



12 Pink Floyd, „Wish You Were Here“, EMI, Design: Hipgnosis
13 Cate Bros., „Cate Bros.“, Asylum Records, Cover Design: Glen Christensen, Gribbitt
14 The Jazz Crusaders, „Socks never Shoes“, Electrola, Design & Photography by Tom Viltzes & Barry Feinstein for Camouflage Productions

hüllen nichts Besonderes zu bemerken ist.

Weit eindrucksvoller sind jene Hüllen, auf denen die Designer parallel zur zeitgenössischen Kunst ihren Inspirationen folgen und etwas Eigenständiges auf die Beine stellen. Bekannt wurden die Cover von John Berg und Abdul Mati Klarwein, deren hypertrophes Figurenarsenal nicht nur orientalische Elemente zeigt, sondern auch einen monströsen Erotizismus, vermengt mit blühender Ornamentik aufweist. Alles in allem: die ganze Spannweite der bildhaft erfassbaren Gegenwartskunst von lyrischer Farbfeldmalerei bis zu den nüchternen Alltagsmaterialien der Pop-Kunst, vom klaren Konstruktivismus bis zur bunten Nonsenswelt des Comic-Strip, von psychedelischer Seifenblasensanftheit bis zur harten Neonleuchtkunst ist vorhanden.

Die beiden letzten Gruppen, 12 und 13, wurden unter dem Oberbegriff visuelle Kommunikation zusammengefaßt. Beide gehen ineinander über. Schrift kann Signal sein, wie das V in Victory, und Signal kann Zeichen sein von der Einfachheit der Schrift. Verkehrssignale wie STOP tauchen auf, Ampeln, Straßenbaken, Fahrbahnmarkierungen und Warnsignale (Blues & Electronics, Design: J. H. Löffler).

Zahlreiche Cover verzichten auf das Bild und bedienen sich der Schrift zur Mitteilung. Sei es als reine Information, sei es als wiederkehrendes Markenzeichen (IF, Chicago), oder sei es zum Transport gedanklicher Inhalte. Formal gesehen lassen sich auf diesem Feld besonders hinreißende Lösungen erzielen, sobald die Versuchung, allzuviel auf allzu kleinem Raum mit allzu verschiedenen Schrifttypen aussagen zu wollen, überwunden ist. Ein Beispiel dieser etwas überladenen Kategorie ist das Cover „Spirit of Yesterday“ aus dem Hause Phonogram [Abb. 8, Seite 1378]. Rühmensewerte Gegenbeispiele sind die schon erwähnten Hüllen der Gruppe IF (Cover Art: CCS Advertising Associates) und Nova News von Teldec in einer bestechend klaren Komposition, ebenso das bekannte Cover von Cate Bros mit den Wassertropfen (Cover Design: Gribbitt [Abb. 13, Seite 1379]). In anderen Fällen übermittelt die Schriftgestaltung symbolhaft zusätzliche Informationen.

Es gibt über diese Einteilung hinaus selbstverständlich auch Cover-Typen, die sich nicht unmittelbar in eine der genannten Rubriken fügen, wie z. B. die berühmte Kuh auf der Wiese auf dem Titel „Atom Heart Mother“ von Pink Floyd (Design: Hipgnosis) oder das Nilpferd mit der dicken Brille (David Matthews with Whirlwind, Design: Rene Schumacher). Tiere überhaupt

sind hin und wieder auf Covern zu erblicken, mit Vorliebe übrigens Vögel, aber sie würden wohl kaum im Sinne einer Typologie, wie sie hier versucht worden ist, zu einer eigenen Kategorie führen.

Die Standortbestimmung des Covers aus dem hier herangezogenen Umkreis der intelligenten U-Musik (im Gegensatz zur Schlagerbranche), entworfen von ausgebildeten Fachleuten, läuft auf eine Zwischenstellung zwischen Hochkunst und Trivialkunst hinaus. Die einschlägigen, sich der Aufgabe bewußten Designer, haben längst erkannt, daß eine bloße Dekoration, eine platte Illustration oder eine dürftige Interlinearübersetzung des Gedankens und der Musik für das Cover tödlich sind. Sie bewegen sich mit ihren oftmals hochgestochenen Entwürfen auf künstlerischem Grat, sie haben ihre Echofunktion auf Zeit und Umwelt - auf dem Umweg über die musikalischen und verbalen Inhalte - erkannt. Eine erst kleine, dann immer mehr anwachsende Schar von Spezialisten hat aus Cover-Muffeln Cover-Lover gemacht.

Die Kritiker der „Warenästhetik“ prangern gerade dieses Verhalten an. Eine Ausstellung, die die Galerie 70 im letzten Jahr veranstaltete, betitelt „Beiträge zur gesellschaftlichen Funktion von Rock-Musik am Beispiel ihrer Verpackung“, räumt in ihrem Katalog zwar ein, daß viele Cover durchaus als Kunstwerke anzuerkennen seien, sieht aber den Endzweck solcher Bemühungen stets nur in dem Wunsch begründet, die Ware „an den Mann zu bringen“.

Zugegeben, daß Cover stets eine werbende Funktion besitzen und diese auch nie verleugnen würden. Andererseits aber hieße dies in so verkürzter Sicht doch auch, daß die jeweiligen Designer nur im Hinblick auf den Konsum produzieren. Damit würde man die ganze vielseitige und vielschichtige Branche der Art-Directors und Designer, der Fotografen und Arrangeure zu Werbedienstern herabsetzen. Cover sind in der Tat oft genug bunte, seichte oder alberne Trivialkunst, die auf billige Reduktion des Daseins ausgeht und primitive Mechanismen in Gang setzt. Doch war von dieser Sorte hier genauso wenig die Rede, wie man Groschenromane mit anspruchsvollen literarischen Zeugnissen in einen Topf wirft.

Cover zeigen viele Gesichter. Sie können Akklamation bedeuten, aber auch Protest, Verschönerung des Lebens, aber auch Dämonisierung, Verniedlichung, aber auch Aggression, Verführung, aber auch Bewußtmachung. Von ihren Ursprüngen als Aschenputtel der Branche haben sie sich weit entfernt.