

Keine zweite Chance für den ersten Eindruck: das Buchcover

Autorinnen: Agnes Köhler und Susanne Pavlovic, www.textehexe.com; Illustrationen: Agnes Köhler, www.agneskoehler.com

Vor einiger Zeit geisterte ein Foto durch das Internet. Es zeigte einen Tisch in einer Buchhandlung, gestaltet mit Büchern, deren Cover allesamt blau waren. Auf einer Tafel war zu lesen: „I forgot the title, but it's blue“ – „Ich habe vergessen, wie es heißt, aber es ist blau“.

Diese Idee zeigt uns nicht nur, was Kunden schnell vergessen, sondern auch das, was sie sich merken: den ersten Eindruck, den ein Cover hinterlässt.

Das Cover ist die prominenteste, wichtigste Werbefläche, die Sie für Ihr Buch zur Verfügung haben. Und Coverdesigner sind Experten, wenn es darum geht, diese Werbefläche optimal zu nutzen.

Regel Nummer eins: Der VHS-Kurs „Malen mit Fingerfarben“ befähigt Ihre Cousine nicht dazu, Ihr Cover zu gestalten.

Designer entwickeln ein Gefühl für die Stimmung des Textes. Als Autor/in liefern Sie am besten eine kurze Inhaltsangabe, eine Liste mit wichtigen Motiven aus dem Buch und eine möglichst genaue Definition Ihrer Zielgruppe. Sie können auch Gestaltungswünsche äußern, wobei Sie diese möglichst allgemein halten sollten: Eine „zart-luftige“ Anmutung kann der Designer gut umsetzen, wohingegen „Ich hätte gerne rechts einen



1. Skizze: Mit ein paar flotten Strichen fertigt die Illustratorin einen Entwurf für „Das Spielmannslied“, um den gesamten Bildaufbau und die wichtigsten Komponenten festzulegen.



2. Illustration des Hauptmotivs: Die Skizze wird als Reinzeichnung angelegt – entweder digital oder manuell. Hier entsteht die Hauptfigur als Silhouette mit einem Gegenlichteffekt, für den sich die Autorin entschieden hat.



3. Bildcomposing: Die Illustratorin entscheidet sich für einen Hintergrund, der den Betrachter gleichsam ins Bild hineinzieht. Der Betrachter wird so zum Begleiter des Spielmanns.

Baum und links ein Kaninchen“ ihn in Schwierigkeiten bringen kann, wenn weder Baum noch Kaninchen sinnvoll ins gestalterische Konzept passen.

Regel Nummer zwei: Lassen Sie den Designer machen. Sie wollen auch nicht, dass er Ihnen in Ihren Text hineinredet.

Legen Sie fest, ob das Cover für ein gedrucktes Buch oder für ein E-Book verwendet werden soll: Der Designer wird dann mit der richtigen Bildauflösung arbeiten und berücksichtigen, dass das Motiv in der kleinen Vorschau auf den E-Book-Plattformen ein echter Blickfang ist.

Zurück zu unserem blauen Büchertisch. Stunde der in Deutschland, wäre ziemlich sicher auszuschließen, dass sich ein Historischer Roman darauf befände. Cover für Historische Romane sind nicht blau, sondern in Pergament- und Brauntönen gehalten. Solche Vorgaben können Sie blöd finden, Sie sollten sie aber beachten, wenn Ihr eigener Historischer Roman vom Leser als solcher erkannt werden soll.

Natürlich spielen auch Modeströmungen eine Rolle. Ist ein Buch international sehr erfolgreich, wird sein Design nachgeahmt. Erschienen Thriller vor zehn Jahren noch vornehmlich in Schwarz und Giftgrün, trägt der Frühjahrsthiller 2015 ein rot-weißes Cover.

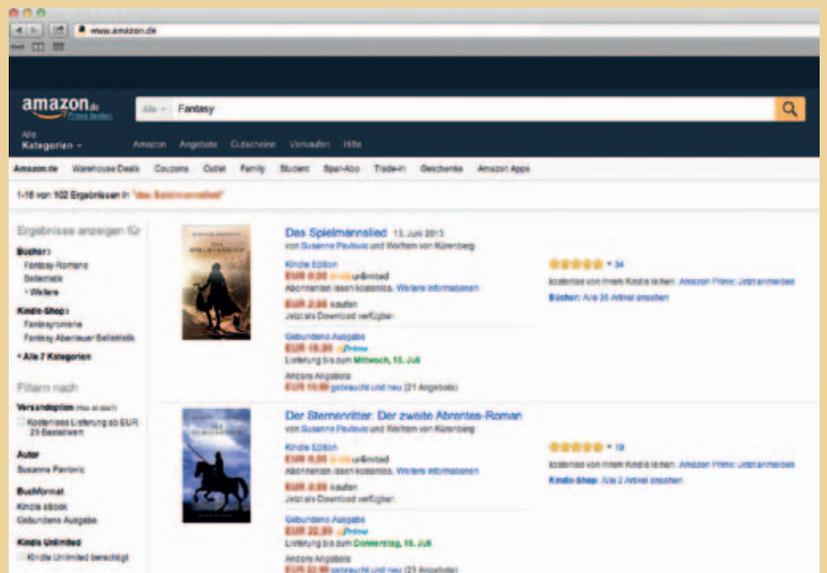
Regel Nummer drei: Designer finden einen guten Mittelweg zwischen der individuellen Darstellung für Ihr Buch und der sichtbaren Verortung im richtigen Genre.

Um Ihre Wünsche in eine Bildsprache zu übersetzen, die Ihnen möglichst gute Verkaufszahlen einbringt, benutzen Designer eine breite Palette an Techniken – von der fotorealistischen Fantasy- bis zur Tuschezeichnung. Viele der Illustrationen entstehen mittels sogenannter Graphic Tablets direkt am Computer; Papier und Farben sind aber längst nicht abgeschrieben.

Um den passenden Designer für Ihr Buch zu finden, sehen Sie sich am besten in den E-Book-Stores und unter den Werken Ihrer Kollegen um. Springt Ihnen ein Cover ins Auge, das Sie sich so oder so ähnlich auch für Ihr Buch vorstellen können, hilft ein Blick ins Impressum weiter: Dort ist die Künstlerin oder der Künstler namentlich erwähnt.

Darüber hinaus gibt es Plattformen im Internet, die Ihnen per Stichwortsuche auf die Spur des passenden Illustrators helfen:

- www.illustratoren.de
- <http://99designs.de/book-cover-design>
- www.mycoverdesigner.com



4. Layout: Anlegen des Covers: Die Gesamtkomposition aus Bild und Schrift fließt im Cover zusammen. Wird – wie bei diesem Beispiel – ebenfalls eine Druckauflage gefertigt, müssen auch Buchrücken und -rückseite gestaltet werden.

5. Darstellung im E-Book-Store: Sie haben oft nur den Bruchteil einer Sekunde, um Ihre Leser in spe zu erreichen. Weckt das Cover Interesse und transportiert es die Stimmung, die der Kunde sucht, ist der erste Schritt zum Verkauf getan.

Deshalb ist es wichtig, schon bei der grafischen Konzeption des Covers daran zu denken, dass es in der Miniaturdarstellung des E-Book-Stores schnell erfassbar sein muss.