



„Jedes Buch verdient ein einzigartiges Cover“, sagt Anne Gebhardt, die für Verlage und Selfpublisher*innen arbeitet.

Im Interview mit Cornelia Härthl erzählt sie, wie sie vorgeht, um genretypisch und gleichzeitig originell zu designen, warum bei bekannten Autor*innen mehr Spielraum herrscht als bei Newcomer*innen und welche Trends sie bei Krimicovern sieht.

Als Coverdesignerin verbindest du zwei Herzensangelegenheiten – Design und Literatur. Wie bist du zu deinem schönen Beruf gekommen?

Ich bin gelernte Mediengestalterin Digital und Print und habe in der Vergangenheit für verschiedene Werbe- und Eventagenturen gearbeitet. Zu dem Zeitpunkt, als ich mich das erste Mal an die Gestaltung eines Buchcovers gewagt habe, war ich auf der Suche nach einem Ausgleich zu meinem Agenturjob und hatte große Lust etwas Neues auszuprobieren. Also habe ich mir selbst die Frage gestellt, was die eine Sache ist, die ich bisher noch nie gestaltet habe und die mir besonders am Herzen liegt: Das waren und sind für mich als begeisterte Leserin Bücher.



Anne Gebhardt. Foto: Jespah Holthof

Um den Leser*innen einen sofortigen Anreiz zu geben, das Buch in die Hand zu nehmen, muss das Cover möglichst gut mit dem Inhalt des Buches in Einklang stehen. Welche Informationen benötigst du, um loslegen zu können?

In der Regel reichen mir die üblichen Eckdaten wie Autorenname, Titel, Genre und eine kurze Zusammenfassung des Inhalts sowie eine Eingrenzung der Zielgruppe. Sehr nützlich sind darüber hinaus Beispiele für Gestaltungselemente und Beschreibungen der Charaktere, welche die Auftraggeber*innen gerne auf dem Cover integriert hätten. Auch der eine oder andere Referenztitel ist eine gute Orientierungshilfe (sowohl Positiv- als auch Negativbeispiele sind nützlich).

Wie schaffst du es dann, individuelle Cover zu gestalten, die genretypisch, aber eben doch individuell sind? Sofort eine Identifikation für Genre und Zielgruppe schaffen und dennoch aus der Masse hervorstechen?

Das ist bei jedem Projekt eine kleine Gratwanderung. Zum einen gibt es wichtige Punkte bei der Covergestaltung, die man als Designer*in immer beachten sollte, wie die Berücksichtigung des Genres und der Zielgruppe.

Bekannte Verlage investieren viel in Zielgruppenanalyse und Marketing, daher kann man sich an der grundlegenden Stilrichtung erfolgreicher Genretitel orientieren, sollte diesen aber trotzdem nicht alles nachmachen.

Meiner persönlichen Erfahrung nach funktioniert es gut, sich bewusst in einem Gestaltungselement, beispielsweise der Farbe des Titels, einer markanten Schriftart oder einer ungewöhnlichen Perspektive von anderen Genrevertretern zu unterscheiden. So bekommt ein Cover ein Alleinstellungsmerkmal, passt aber trotzdem noch in sein Genre. Würde man in der Gestaltung alles anders machen als vergleichbare Bücher, läuft man Gefahr, dass das Genre für die Leserinnen und Leser nicht mehr erkennbar ist, und das würde der Vermarktung des Buches sehr wahrscheinlich schaden.

Grundsätzlich gilt, je bekannter eine Autorin oder ein Autor ist, desto freier ist man in der Covergestaltung. Wenn die Leserschaft weiß, welche Art von Literatur ein*e Autor*in schreibt, dann kann man sich auch im Coverdesign stärker von Konkurrenztiteln abheben. Noch gänzlich unbekanntem Selfpublisher*innen würde ich davon abraten und empfehlen, sich an den grundlegenden Genretrends zu orientieren.

Ein Cover muss Emotionen wecken, visuelle Reize setzen, es vereint Psychologie und Handwerk. Ganz schön herausfordernd, oder?

Ja, aber auch ganz schön spannend! Am Coverdesign liebe ich, dass es einfach und komplex zugleich ist. Das Medium Buchcover besteht aus einer einzelnen Seite mit nur wenig Text, die im Zusammenspiel mit passender Typografie, grafischen Elementen, Farbe und Bildkomposition zu einem komplexen Gebilde wird, das uns vielschichtige Informationen über ein Buch vermittelt. Ein gelungenes Cover macht uns neugierig auf die Geschichte, die dahintersteckt und weckt in uns den Wunsch, das Buch zu lesen.

Du gestaltest Cover für unterschiedliche Genres. Welche Antworten muss ein Cover geben – und welche Geheimnisse wahren? Was ist besonders bei Krimis?

Ja, ich gestalte Buchcover für ganz unterschiedliche Genres und liebe genau diese Abwechslung bei meiner Arbeit.

Zuerst einmal gehören ganz grundlegende Informationen wie Autorenname, Titel und Genre darauf. Darüber hinaus spiegelt sich das Genre auch in der Gestaltung wider. Ein gut gemachtes Buchcover zeigt das grundlegende Thema und die Stimmung eines Buches dadurch, dass es kleine Einblicke in das Buch gewährt, beispielsweise durch die Darstellung des Handlungsortes, des Milieus, der Epoche oder der Protagonisten. Um das zu erreichen, muss ein Buchcover nicht zwangsweise bildgewaltig sein. Auch ein Cover, das ausschließlich mit Typografie und Farbe arbeitet, kann den Leser*innen viel über ein Buch verraten.

Ein Buchcover sollte meiner Meinung nach niemals entscheidende Teile der Handlung vorwegnehmen, sondern die Leser*innen lediglich neugierig auf den Inhalt des Buches machen.

Für einen Liebesroman ist es durchaus üblich, das zukünftige, glückliche Paar auf dem Cover zu zeigen, denn hier ist der Weg zum Happy End der spannendste Teil der Geschichte. Bei einem Krimi könnte das Cover einige Details zum Tatort oder zum Modus Operandi des Mörders enthalten, es sollte aber keine entscheidenden Hinweise zur Aufklärung des Falles zeigen.

Immer wieder tauchen neue Trends bei Buchcovern auf. Beispielsweise sieht man momentan sehr häufig Motive mit Rauten oder solche mit Blüten. Was ist denn bei Krimis und Thrillern gerade angesagt? Oder was kommt?

Nach meinem Empfinden ist der eine große Trend, dass das Genre Krimi und Thriller in immer mehr Unterkategorien unterteilt wird. Die jeweiligen Subgenres entwickeln verstärkt ihre eigene nuancierte Bildsprache, die sie von anderen Krimi- und Thrillerkategorien unterscheiden.

Noch vor ein paar Jahren war ein großer Teil der Cover im Genre Thriller/Psychothriller immer nach dem gleichen Prinzip gestaltet: heller, leicht texturierter Hintergrund, oft nur ein einzelner Gegenstand als Eyecatcher und eine möglichst große, plakative Titelei in Schwarz oder Rot dazu noch ein paar Blutspritzer an strategisch passenden Punkten. Diesen Trend gibt es zwar immer noch, aber die gestalterische Bandbreite ist mittlerweile größer und geht gezielter auf die spezifische Zielgruppe ein.

Aktuell findet man im Genre Psychothriller beispielsweise Buchcover, die deutlich farbiger gestaltet sind. Und die ganz bewusst Frauen ansprechen sollen, beispielsweise mit einem Titel in Pink und weiteren Farbakzenten wie einem pinkfarbenen Kleidungsstück bei der abgebildeten, weiblichen Hauptfigur.



Covergestaltung: Anne Gebhardt

Die Leserinnen und Leser haben diese visuellen Trends so verinnerlicht, dass ein echter Krimifan einen Regionalkrimi anhand des Covers niemals mit einem Thriller oder einem Cozy Krimi verwechseln würde. Für uns Designer*innen bedeutet das, dass wir uns bei der Gestaltung an gewisse Gestaltungstrends halten müssen, damit die Leserschaft auch das Subgenre schnell richtig einordnen kann.

Wo findest du die passenden Motive?

In der Regel verwende ich Stockfotos von bekannten Bildagenturen wie Shutterstock, Adobe Stock oder iStockphoto. Trotz der großen Auswahl an Stockmaterial, wird man auf der Suche nach dem perfekten Foto bei den gängigen Stock-Anbietern manchmal nicht fündig. Hier gibt es auch noch viele, kleinere Bildagenturen, die sich z.B. auf Stockfotos für historische Liebes- oder Fantasyromane spezialisiert haben und passendes Bildmaterial in Eigenproduktionen shooten.

Immer wieder ist zu hören, dass lizenzfreie Fotos und Grafiken im Netz eine rechtliche Grauzone sind. Wie sichert man sich als Profi da ab?

Der Begriff lizenzfrei kommt vom englischen „royalty free“ und die deutsche Übersetzung sorgt immer wieder für Missverständnisse. Lizenzfreie Fotos sind grundsätzlich nicht kostenlos nutzbar, auch wenn der Begriff das fälschlicherweise vermuten lässt. Im Gegensatz zu lizenzpflichtigen Fotos dürfen diese gegen eine fixe Nutzungsgebühr beliebig, also auch kommerziell, ohne zeitliche Beschränkung und für verschiedene Zwecke genutzt werden. Bei lizenzpflichtigen Fotos hingegen richtet sich der Preis nach der Nutzungsdauer, beabsichtigter örtlicher Verbreitung, Größe und Qualität des Fotos sowie nach dem Verwendungszweck.

Aber auch bei den lizenzfreien Stockfotos gibt es Einschränkungen, was die erlaubte Nutzung angeht, über die man sich im Einzelnen informieren sollte.

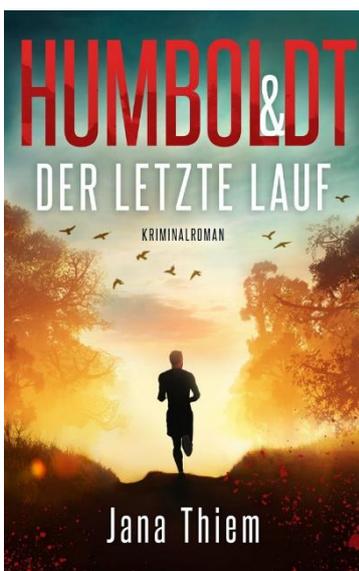
Kauft man lizenzfreie Fotos bei einer Bildagentur und achtet dann auch noch darauf, für welche Verwendungszwecke das Grafikmaterial bei dem jeweiligen Anbieter lizenziert ist, ist man eigentlich auf der sicheren Seite.

Die Bildagenturen verkaufen für gewöhnlich Fotos mit zwei unterschiedlichen Lizenztypen: es gibt kommerzielle (creative) und redaktionelle (editorial) Bildlizenzen. Nur Bildmaterial, das für eine kommerzielle Nutzung freigegeben ist, kommt für die Gestaltung eines Buchcovers in Frage. Stockfotos mit einer redaktionellen Lizenz sind der journalistischen Berichterstattung vorbehalten und dürfen grundsätzlich nicht für kommerzielle Zwecke verwendet werden, eine Ausnahme bilden hier lediglich Sachbücher, Zeitungsartikel und Dokumentationen.

Ich würde grundsätzlich nicht mit Grafikmaterial arbeiten, bei dem der Urheber unbekannt ist und die notwendigen Nutzungsrechte nicht vorliegen. Daher sind Plattformen wie zum Beispiel Pixabay problematisch, weil sich dort theoretisch jeder einen Account erstellen und Bilder hochladen kann, auch wenn er selbst nicht der Urheber ist.

Wenn man als Autor*in abseits der Bildagenturen ein tolles Foto für sein Buch sieht, das man gerne verwenden möchte, dann ist der erste Schritt, den Urheber des Fotos ausfindig zu machen und der zweite sich die notwendigen Nutzungsrechte zu sichern. Sind auf einem Foto Menschen abgebildet, braucht man zusätzlich ein sogenanntes Model Release, also die Einverständniserklärung der abgebildeten Personen, um es kommerziell nutzen zu dürfen. Auch für Abbildungen von Gebäuden/Architektur gibt es ein sogenanntes Property Release, das der Eigentümer erst erteilen muss.

Du arbeitest für Verlage und Selfpublisher*innen. Gibt es Unterschiede in der Vorbereitung oder der Vorgehensweise?



Covergestaltung: Anne Gebhardt

Ja, da gibt es durchaus Unterschiede, wie ein Projekt abläuft. Die Mitarbeiter*innen von Verlagen sind Buchmarketingprofis, die mir bei Projektstart anhand eines ausführlichen Briefings alle notwendigen Informationen zum Buch liefern, die ich für die Gestaltung benötige. Die Verlagsmitarbeiter*innen mit denen ich bisher gearbeitet habe, sind alle echte Literaturfans, die für das Produkt Buch brennen und sich voll für ihre Projekte einsetzen. Allerdings sind Verlage auch gewinnorientierte Unternehmen, daher gibt es in der Regel für jedes Buchprojekt ein festes Budget und bei der Covergestaltung werden eher selten Risiken eingegangen.

Für Selfpublisher*innen ist die Aufgabe das passende Cover für ihr Buch zu finden auch eine Herzensangelegenheit und die Projekte laufen unter Umständen anders ab, je nachdem ob die Autor*innen schon Erfahrung im Selfpublishing haben oder gerade erst gestartet sind.

Bei unerfahrenen Kund*innen kommt es vor, dass notwendige Informationen, die ich für die Covergestaltung benötige, im Projektbriefing fehlen. Für diesen

Fall habe ich einen kleinen Fragebogen, mit dem ich die wichtigsten Informationen vorab erfrage. Das ist auch hilfreich, wenn die Autor*innen nur eine sehr vage Vorstellung davon haben, wie das fertige Cover aussehen soll; so beschäftigen sie sich vorab mit dem Thema und finden im Austausch mit mir heraus, was sie wollen und brauchen.

Mit einigen Autor*innen arbeite ich bereits seit vielen Jahren immer wieder zusammen. Wenn man sich besser kennt und eine persönliche Ebene für die Zusammenarbeit gefunden hat, ist das wirklich toll und wirkt sich auch positiv auf das Coverdesign aus.

Apropos Selfpublisher*innen – einige gestalten, auch aus finanziellen Gründen, ihre Cover selbst. Was sind die größten Fettnäpfchen, in die man dabei treten kann?

Das größte Fettnäpfchen für noch unbekannte Autor*innen wäre ihr Buchcover nicht genügend zu gestalten. Die Auswahl an Büchern ist enorm und man hat nur wenige Sekunden Zeit die Aufmerksamkeit der Leserinnen und Leser auf sein Buch zu ziehen. Wenn die Leserschaft das Buch anhand des Covers nicht auf den ersten Blick einem Genre zuordnen kann und auch die Autorin oder den Autor nicht kennt, wird eher weitergestöbert als genauer hingeschaut und gekauft. Darüber hinaus können viele weitere Dinge bei der Gestaltung schiefgehen wie schlecht montierte Fotos, ein schwer lesbarer Titel, eine nicht genügende Bildsprache, eine unpassende Farbauswahl und Typografie oder zu viele kleinteilige Gestaltungselemente, die in der briefmarkengroßen Vorschau bei den Onlinehändlern nicht wirken.

Wenn die Autor*innen ein Gespür für Gestaltung haben und mit der Bildbearbeitungssoftware umgehen können, kann ein selbstgemachtes Cover durchaus funktionieren. Aber in den meisten Fällen merken auch die Leserinnen und Leser, die selbst keine Gestaltungsexpert*innen sind, ob ein Buchcover von einem Laien oder einem Profi entworfen wurde und ob das Buchcover in sich stimmig ist. Ein gelungenes Cover ist ein Qualitätsmerkmal und sorgt dafür, dass ein Buch die Aufmerksamkeit bekommt, die es verdient. Daher lohnt sich die Investition in ein professionell gestaltetes Buchcover meiner Meinung nach immer.

Bietest du für diese Zielgruppe auch Expertisen an?

Expertisen zu bereits bestehenden Covern habe ich bisher noch keine gemacht. Ich habe allerdings schon häufiger komplette Redesigns für Buchcover gemacht, die einige Jahre nach Veröffentlichung nicht mehr zeitgemäß waren oder von Anfang an nicht richtig funktioniert haben und somit auch nicht dazu beigetragen haben, das Buch erfolgreich zu verkaufen.

Wenn sich ein Buch schlecht verkauft, lohnt es sich daher meiner Meinung nach immer, neben der Überprüfung des Inhalts auch das Buchcover noch einmal genauer zu betrachten und gegebenenfalls überarbeiten zu lassen.

Let's talk about money: Was müssen Selfpublisher*innen für ein Coverdesign einplanen?

Das lässt sich pauschal nur schwer beantworten. Bei einem 1:1 Projekt richtet sich der Preis nach dem Arbeitsaufwand und dem Stundensatz. Der Stundensatz wiederum hängt bei den meisten Freischaffenden von der Berufserfahrung, den laufenden Kosten und darüber hinaus auch vom Bekanntheitsgrad des Designers oder der Designerin ab.

Es gibt aber auch Buchcover für kleines Geld. Einige Coverdesigner*innen haben sich auf die Gestaltung von sogenannten Premades spezialisiert. Das sind eigens für bestimmte Genres fix und fertig gestaltete Cover, bei denen in der Regel nur noch der Titel und der Autorenname individuell angepasst werden. Weitere Änderungen sind häufig gegen einen Aufpreis möglich. Hier muss man sicher etwas Glück haben das passende Cover für das eigene Buch zu finden aber es ist eine kostengünstige Alternative zu einem maßgeschneiderten Buchcover.

Wenn du jetzt einen Blick auf deinen Schreibtisch/deine Arbeitsfläche wirfst, was siehst du da?

Da ich häufig parallel an mehreren Projekten arbeite, habe ich den Morgen in Schottland mit attraktiven Highlandern verbracht und bin heute Nachmittag schon wieder an der Nordsee tief im Krimigenre abgetaucht. Nachher geht die kreative Reise noch weiter nach Connecticut zu einer stürmischen Liebesgeschichte. Bücher sind für mich die Tür zu einer anderen Welt und mit meinen Covern lasse ich die Leserinnen und Leser einen Blick durch das Schlüsselloch werfen.

Mehr über Anne Gebhardt auf ihrer Webseite: <https://annegebhardt.design/>