



Album-Cover richtig gestalten

Gute Musik professionell verpackt

Workshop von Christine Schweitzer
23. UDJ | Jazzforum 17.11.2016

Gelungene Cover-Gestaltung

Das ideale CD-Cover sollte 1. originell und einzigartig sein und sich von anderen Veröffentlichungen abheben, es sollte 2. natürlich toll aussehen – und es vermittelt 3. mit gestalterischen Mitteln, was den Hörer musikalisch erwartet.

Wenn ein Künstler mit seinem neuen Album an mich herantritt, stehen häufig vor allem die Punkte 1 & 2 im Zentrum. Erstgenanntes lässt sich allerdings bei der heutigen Veröffentlichungsflut realistischerweise nicht immer erreichen, Zweitgenanntes sollte natürlich angestrebt werden. Das Letztgenannte wird teilweise unterschätzt, sollte aber unbedingt in die Überlegungen zur Gestaltung einfließen.

Die Grundsatzentscheidung: Künstler-/Ensemblefoto oder Konzept-Cover

hängt sowohl von **praktischen Erwägungen** (sind bereits passende Fotos vorhanden/kann ein Foto-Shooting finanziert werden und lässt es sich terminlich realisieren) als auch von **Aspekten der Vermarktung** ab: Dient das Album als „Visitenkarte“ für einen neuen Künstler, verkauft das Album voraussichtlich über das Bild des (bekannten) Künstlers besonders gut – oder steht ein inhaltliches Konzept im Mittelpunkt, das sich – idealerweise – grafisch gut umsetzen lässt?

Einer der wichtigsten Aspekte bei der Gestaltung eines Covers ist in zunehmendem Maße die Tatsache, dass CDs heute hauptsächlich über das Internet und immer seltener über den klassischen Handel erworben werden. Eine der Leitfragen bei der Cover-Gestaltung ist daher u.a.: Funktioniert das Cover-Design auch dann noch, wenn es nur im Internet betrachtet wird (werden kann)?

Dies betrifft in Bezug auf die *Bildauswahl* insbesondere Fragen wie die der

- Kleinteiligkeit (wirkt die Coveridee auch bei verkleinerter Darstellung auf dem Bildschirm?)
- der Farbigkeit und Kontraste (hellere Motive stechen auf dem Bildschirm eher hervor als dunklere, größere Farbkontraste fallen mehr ins Auge als eher monochrome Gestaltungen)

CHRISTINE SCHWEITZER Lützowstr. 4 | 50674 Köln

Tel.: (+49)221-55068 99 | Tel.: (+49)152-552 68 99 | e-mail: christine.schweitzer@t-online.de
www.facebook.com/SchweitzerDesign · www.schweitzer-design.com

sowie in Bezug auf die *Auswahl der Schrift* Fragen wie die des

- Charakters (die ausgewählte Schrift sollte nicht zu filigran sein)
- der Größe
- der Farbe der Schrift (sollte sich maximal vom Untergrund abheben),

so dass die wesentlichen Informationen wie Künstlername und Titel des Albums auch dann noch lesbar sind, wenn das Cover nur klein abgebildet ist.

Natürlich sind diese Aspekte nicht allein ausschlaggebend – weder muss auf komplett auf dunklere Cover oder kleinteiligere Motive verzichtet werden, ebensowenig wie die Lesbarkeit auf Kosten einer ästhetisch ausgewogenen und mit dem Bild harmonisierenden Schriftlösung gehen sollte.

Eine Lösung kann darin bestehen, in Anlehnung an das physische Produkt eine eigene Variante des Covers nach den o.g. Erwägungen anzufertigen und für Amazon u.a. sowie für digitale Download-Portale bereitzustellen.

Foto-Shootings für Cover mit Künstlerfotos

Vorbereitung:

Verwendungszweck bedenken

- sich vorab Gedanken machen, für welche Zwecke man die Bilder braucht: Werden außer für das Album-Cover Promotionfotos etc. benötigt?
- für das Album selbst: außer an die Coververwendung auch an Booklet, Inlay und ggf. Label denken!
- eventuell gleich für Nachfolgealbum mitshooten, erspart Zeit, Mühen und Kosten!

Chemie zwischen Künstler und Fotograf

den Fotografen unbedingt vorher kennenlernen – wenn die Chemie nicht stimmt, kommen selten gute Bilder zustande.

Location

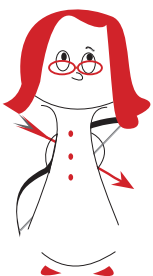
- Bei der Auswahl einer geeigneten Location von der Frage ausgehen, ob die Location zur Musik/zum Konzept des Albums passt – und ob der Künstler in der ausgewählten Umgebung gut in Szene zu setzen ist.

Studio-Shooting vor neutralem Hintergrund

Neben den Fotos in der ausgewählten Location sollte, wenn realisierbar, auch eine Studio-Session vor einfarbigem Hintergrund stattfinden: So kann u.U. das Bild des Künstlers nachträglich vom Grafiker vor einen passenden Hintergrund gesetzt werden.

Outfits

- Bei der Auswahl der Garderobe: auf alle Details von Kopf bis Fuß achten! Auch ein unpassender Schuh kann ein Shooting verderben!
- unbedingt mehrere Outfits mitnehmen; möglichst eines davon uni-farben/schwarz, Vorsicht mit bunten Mustern – es muss noch Schrift auf's Cover (Lesbarkeit!)
- für nicht ganz Stilsichere ein Muss: einen Begleiter mitnehmen, der auf Details achtet: Sitz der Frisur, Flecken oder schlecht sitzende Kleidung usw.



CHRISTINE SCHWEITZER

Lützowstr. 4 | 50674 Köln

Tel.: (+49)221-55068 99 | Tel.: (+49)152-552 68 99 | e-mail: christine.schweitzer@t-online.de

www.facebook.com/SchweitzerDesign · www.schweitzer-design.com

für Instrumentalisten: Bitte Instrumente zeigen!

Unbedingt das Instrument zum Shooting mitnehmen und Fotos vom Künstler *mit* Instrument machen – Erweiterung der Zielgruppe über die eigenen Fans und Kenner hinaus!

Hinweise für den Fotografen:

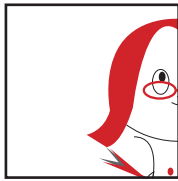
- so viele verschiedene Motive wie möglich fotografieren!
- Instrumente/Accessoires auch einzeln fotografieren
(möglichst auch vor neutralem Hintergrund, damit der Grafiker sie gut freistellen kann)
- Making-of-Bilder, Szenerie und Umgebung liefern Material für Covermontagen, „Futter“ für Booklet & Inlay

Bei Ensembles: ausreichend Gruppenfotos *und* Einzelaufnahmen machen!

Wichtig: Ein Set von Einzelaufnahmen so anlegen, dass unter Umständen ins Gruppenfoto montiert werden kann (im Ensemblefoto schauen selten alle gleichzeitig gut aus)!

Bildausschnitte

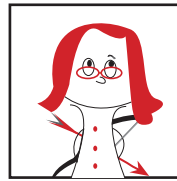
Der Fotograf sollte grundsätzlich rund um den gewünschten Bildausschnitt genug Raum lassen, auch wenn ein Porträt geplant ist – es muss möglich sein, Titel und Künstlernamen unterzubringen. Ein Motiv anschneiden kann der Grafiker immer noch selbst, etwas daranbasteln ist erheblich aufwendiger oder gar nicht möglich (abgeschnittene Pianisten-Hände, einarmige Geiger, halbierte Gesichter sind leider keine Seltenheit!)



So bitte nicht – der Grafiker kann keine Nase dranbasteln!



So bitte auch nicht – kein Platz mehr für Schrift!



Bitte so: Hier kann der Grafiker einen geeigneten Ausschnitt wählen!

Wenn für ein bestimmtes Label geschootet wird: Vorab über Platzierungen von Logos informieren – blöd, wenn das Logo immer rechts oben stehen muss und dem Künstler auf der Stirn hängt!

nach dem Shooting:

möglichst breite Auswahl treffen: *Alle* Motive, auf denen sich der Künstler gefällt, dem Grafiker zur Verfügung stellen. Ein erfahrener Grafiker sieht die Bilder aus einer anderen Perspektive und sucht unter Umständen ein Covermotiv aus, das Künstler oder Label selbst nicht in Erwägung gezogen hätten!



CHRISTINE SCHWEITZER

Lützowstr. 4 | 50674 Köln

Tel.: (+49)221-55068 99 | Tel.: (+49)152-552 68 99 | e-mail: christine.schweitzer@t-online.de

www.facebook.com/SchweitzerDesign · www.schweitzer-design.com

Konzept-Cover

stellen den Grafiker vor eine wesentlich größere Herausforderung als Cover mit Künstlerfotos: Hier muss eine schlüssige Idee entwickelt werden, wie der Charakter der Musik oder das Konzept des Albums visuell umgesetzt werden kann.

Damit dies gelingt, ist eine gute Kommunikation zwischen Künstler und Grafiker (oder – nicht unbedingt einfacher! – über die Vermittlung eines Produktmanagers) Voraussetzung.

Herangehensweisen und Fragestellungen für ein Konzeptcover:

- Ergibt sich aus dem Album-Titel ein passendes Motiv? (Fire Music / Water Music etc.); einzelne Werktitel als Inspiration
- Erzählt die Musik eine Geschichte, gibt es ein außermusikalisches Programm, das sich im Cover darstellen lässt?
- Gibt es ein übergeordnetes Thema, nach dem der Künstler die Werke zusammengestellt hat?
- geographische Anknüpfungspunkte?
- Bezug zu anderen Kulturen? (z.B. lateinamerikanische Rhythmen)
- zeitliche/historische Anknüpfungspunkte (z.B. 1960er Jahre)?
- Charakter / Stimmung der Musik? (z.B. melancholische Balladen)
- Charakter der Instrumente, Besonderheiten in der Partitur
- musikimmanente Besonderheiten (kann z.B. ein charakteristischer Rhythmus visuell umgesetzt werden?)

Einsatz von Schriften

Die Auswahl der Schriften auf dem Cover ist weitgehend Geschmackssache. Eine Schrift sollte nach Möglichkeit passend zum Sujet und mit dem Bild harmonierend gewählt werden. Wenn es zum Konzept des Albums passt, kann sie auch als Kontrast zum Bild eingesetzt werden (z.B. nostalgisches Foto mit moderner Schrift). Letztlich bleibt hier viel dem Geschmack der Verantwortlichen überlassen – die Gesamtwirkung entscheidet.

Es sollte unbedingt auf **gute Lesbarkeit** geachtet werden, die Schrift sollte sich so deutlich wie möglich vom Hintergrund abheben (ggf. muss der Hintergrund unter der Schrift aufgehellt oder abgedunkelt werden) – Haupttitel und -künstler sollten ebenso aus einiger Entfernung im CD-Regal im Handel wie auch in der Bildschirm-Ansicht bei Amazon lesbar sein.

Sparsam mit Texten auf dem Cover: Ein Zuviel an schriftlicher Information sollte vermieden werden – nur die notwendigsten Informationen sollten auf dem Cover stehen

- Haupttitel
- gegebenenfalls kurzer Untertitel
- Künstlername(n)

Für ein Mehr an Information bietet das **Inlay der CD** die Möglichkeit, ein Projekt in einem kurzen Klappentext näher zu beschreiben und Informationen über den Künstler zu geben sowie Platz für ein kurzes Tracklisting.

- Maximal **zwei unterschiedliche, kontrastierende Schriften** einsetzen – wenn zuviele unterschiedliche Fonts eingesetzt werden, wirkt ein Cover schnell unruhig und unprofessionell gestaltet
- **ausgefallene Schriften** wie handschriftliche Fonts sparsam und gezielt einsetzen (z.B. beim Haupttitel), aber nie auf Kosten der Lesbarkeit!



Materialien für Covergestaltungen

Fotos & Illustrationen

Im Internet findet man inzwischen eine Vielzahl hervorragender Bilddatenbanken, die lizenzfreie Fotos und Illustrationen zum direkten Download in hoher Qualität anbieten – zu sehr erschwinglichen Preisen. Mit einer Standard-Lizenzvereinbarung dürfen Bilder für kommerzielle Zwecke verwendet und sogar geändert und bearbeitet werden (erst bei Auflagen über 500.000 fallen höhere Kosten an und es muss eine gesonderte Lizenz eingeholt werden – das dürfte bei Klassik- oder Jazz-CDs wohl eher die Ausnahme sein!).

Die meisten Datenbanken bieten entweder Abonnement-Modelle an (zu einem monatlichen Preis kann eine große Anzahl Bilder geladen werden) oder rechnen pro Bild/Download ab.

Meine Favoriten sind

www.shutterstock.com

Datenbank mit über 90 Mio. lizenzfreien Fotos, Illustrationen, Grafiken, Videos
Kosten ab 30 Euro für 5 Downloads/Abo um die 130 Euro monatlich (pro Monat kann man dafür 750 Bilder herunterladen, die eventuell auch noch zu einem späteren Zeitpunkt eingesetzt werden können!)

www.istockphoto.com

Datenbank mit über 70 Mio. lizenzfreien Fotos, Illustrationen, Grafiken, Videos
Preise variieren je nach gewünschter Auflösung; außerdem sind die Bilder der künstlerisch interessanteren Signature-Kollektion teurer als die der Essentials-Kollektion, in der sich aber auch viele brauchbare Motive finden.

www.fotolia.com

Datenbank mit über 66 Mio. lizenzfreien Fotos, Illustrationen, Grafiken, Videos
Kosten ab 25 Euro für 5 Downloads oder 11,20 Euro für 10 Credits (benötigte Creditzahl variiert je nach der gewünschten Auflösung des Bildes)

weitere Anbieter:

<https://de.dreamstime.com/>

www.123rf.com

Schriften

frei verfügbarer Schriften gibt es z.B. bei:

<http://www.1001freefonts.com>

<http://ufonts.com>

Sobald eine CD kommerziell vertrieben wird, sollte eine Schrift gekauft werden. Eine hervorragende Auswahl zu bezahlbaren Konditionen bieten z.B.

www.myfonts.com

www.fontshop.com

Hier findet man eine riesige Auswahl an klassischen sowie brandneuen Schriften, sortierbar nach Schriftcharakteren wie „legible“, „modern“, „handwritten“, „serif“, „grotesk“. Außerdem kann man hier ausprobieren, wie ein Titel in unterschiedlichen Schriften wirkt, bevor man die Schrift herunterlädt bzw. kauft.



CHRISTINE SCHWEITZER

Lützwowstr. 4 | 50674 Köln

Tel.: (+49)221-55068 99 | Tel.: (+49)152-552 68 99 | e-mail: christine.schweitzer@t-online.de

www.facebook.com/SchweitzerDesign · www.schweitzer-design.com

Checkliste Inlay

| INHALTE | vorhanden | Korrektur- gelesen? | Freigabe eingeholt? |
|--------------------------------------|-----------|------------------------|------------------------|
| Label-Logos | | | |
| Titel/Untertitel | | | |
| Klappentext | | | |
| | | | |
| Tracklisting (Trackdauern) | | | |
| Künstlernamen & Instrumente | | | |
| Künstler- oder Bandlogo | | | |
| | | | |
| Künstler-/Band-/Label-Websites | | | |
| Sponsorentexte und -logos | | | |
| Kooperationspartner: Texte und Logos | | | |
| | | | |
| Legal Lines: | | | |
| Ⓟ & ©-Vermerk | | | |
| Distributionsvermerk | | | |
| Vermerk BIEM/GEMA | | | |
| Labelcode | | | |
| | | | |
| Gesamtspielzeit | | | |
| Katalognummer | | | |
| Barcode | | | |
| | | | |
| Seitenzeilen: | | | |
| Label-Logo oder Symbol | | | |
| Kurztitel/Künstler | | | |
| Katalognummer | | | |

