

Challenge

Nils Kahlefeldt



So sehen Sieger aus: Gruppenbild im Innenhof des neuen Droemer-Knauer-Domizils im MARK München in Laim

**Der Spruch »Don't judge a Book by its Cover«
stimmt längst nicht mehr. Der Droemer
Verlag hat die Hochschulen HTWK Leipzig
und HdM Stuttgart zum Ideen-Wettbewerb
eingeladen - und großartige Vorschläge
für Krimi-Cover bekommen.**



Volltreffer:
der Flyer zur
gemeinsamen
Challenge

D

Das wird ja immer schöner: Bücher schimmern im Metallic-Look, Spot- oder UV-Lacke glitzern, andere werden wie Diven in Samt und Seide gekleidet oder leuchten im Dunkeln. Seitdem, gerade im Fantasy- oder Romantasy-Segment, statt gekleckert gern geklotzt wird, stellen echte Fans die Objekte ihrer Begierde schon mal mit dem künstlerisch wertvollen Buchschnitt nach vorn ins Regal. Fakt ist: Verlage haben in den letzten Jahren nicht nur bei der Ausstattung ihrer regulären Ausgaben aufgerüstet – sondern aufwendig gestaltete Pracht-, Schmuck- oder Luxusausgaben als Verkaufs-Argument wiederentdeckt. Auch bei der Verlagsgruppe Droemer Knaur in München kennt man sich mit dem Bü-

cher-Tuning im Spannungsfach bestens aus. Zumal man mit dem Thriller-Autor Sebastian Fitzek, der mit mehr als 20 Millionen verkauften Büchern seit Jahren zu den erfolgreichsten deutschen Autoren gehört, quasi eine eigene Liga bespielt. Hier hat sich in den zurückliegenden Jahren eine minutiös orchestrierte Abfolge von Normal-Auflage und »Limited Edition« entwickelt – das Cover-Reveal der Sonderausgabe wird regelmäßig zum mit Spannung erwarteten Highlight der jeweiligen Kampagne.

Beim Psychothriller »Das Kalendermädchen« (2024) arbeitet man mit einem Hydrolack – der, wenn man mit einem feuchten Tuch über das »vereiste« Fenster auf dem Cover fährt, durchsichtig wird und den Titel freigibt. Sobald die Oberfläche wieder trocken ist, verschwindet das Motiv im Weiß. Bei »Der Nachbar« (2025) kommt Scanimation zum Einsatz, ein Verfahren, bei dem durch das Bewegen einer gestreiften Folie über speziell verzerrte Bilder oder Schriften



Junger Tüftler: Frederik Stoll
(HdM Stuttgart) experimentierte
mit temperatursensiblen
Cover-Oberflächen

eine flüssige Animation entsteht: Schiebt man die Plastikhülle vom Buch, erwacht die Titel-Typo zum Leben. Die Herausforderung für Marketing und Herstellung: Man benötigt eigentlich in Permanenz herausragende Ideen, muss sich selbst immer wieder übertreffen – und das auch in extrem großen Stückzahlen umsetzen können. »Das alles erfordert eine unheimlich lange Vorplanung«, sagt Stephan Huber, Leiter Einkauf, Produktion und Herstellung bei Droemer Knaur. »Winston Churchill hätte gesagt: Es geht nur mit Blood, Sweat and Tears! Wir haben im Thriller-Bereich, nicht nur wegen

Fitzek, einen riesigen Bedarf an attraktiven, innovativen Gestaltungsideen.« Huber, der im Oktober 2024 von C.H. Beck zu Droemer Knaur wechselte, hatte bereits während einer früheren Berufsstation beim Richard Boorberg Verlag (Stuttgart) sehr gute Erfahrungen mit Hochschulkooperationen gemacht, im speziellen Fall mit der Hochschule der Medien Stuttgart (HdM). Von diesen ersten Ideenfunken brauchte es noch jede Menge Mails, Telefonate, Abstimmungs-Meetings – am Ende startete Droemer Knaur im vergangenen Herbst eine gemeinsame Hochschul-Challenge mit der HdM Stuttgart und der Leipziger Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur (HTWK). Im Fokus: die innovative Neugestaltung von Krimis und Thrillern, das Ganze eng orientiert am eigenen Programm.

Anforderungen des Verlags

In der Landsberger Straße in München-Laim hat man sich dann den fiktiven Autor Alexander Breck ausgedacht und mithilfe von KI drei Krimis am Reißbrett konstruiert. »Damit es etwas spannender wird«, so Huber, »haben wir noch zwei echte Exposés in den Topf geworfen und den Studierenden in Stuttgart und Leipzig am Ende fünf Titel vorgestellt.« Aufgabe: die Entwicklung eines klaren, plakativen Designs für einen Psychothriller mit besonderer, so möglichst noch nicht gesehener Ausstattung – die man auch in Richtung einer Sonderedition weiterdenken sollte. Und, wichtig: »Grafisches Design und Ausstattung sollen zusammenspielen und das Buch so im besten Fall zu einem Must-have-Objekt machen.«

Weiterhin auf der Wunschliste des Verlags: Das Design muss auch im digitalen Raum funktionieren, da der »neue Breck«, wie im richtigen Leben, mit einer großen Begleitkampagne an den Start gehen soll – inklusive Landing-Page, Film-Trailer und Social-Media-

Ein Dummy sagt mehr als tausend Ausdrücke: Bei der Herstellung ihrer Entwürfe gingen die Studierenden jede Menge Extra-Meter



Trommeln. An der HdM Stuttgart stürzten sich insgesamt 23 Studierende unterschiedlicher Semester des Wahlkurses »Medienkreation« in die Arbeit. »Das ist ein Gestaltungskurs mit Schwerpunkt Marketing«, erklärt Professor Stefan Schmid, der an der HdM den Bachelor-Studiengang Mediapublishing betreut. Schmid ist von Haus aus Grafikdesigner, er hat für viele Verlage aus dem süddeutschen Raum oder (zusammen mit seinem Kollegen Diethard Keppler) fürs Deutsche Literaturarchiv Marbach gestaltet. Praxis-Erfahrungen spie-

len in seiner Lehre eine elementare Rolle. »Wie bei der HTWK sind unsere Studierenden ja keine Gestalter. Es sind Leute, die – wenn alles gut geht – später mal im Verlag arbeiten und dann eher Gestaltungsaufträge vergeben. Und wie lernt man am besten? Durchs Selbermachen!«

Ein Satz, den auch Christian Ide unterschreiben würde. Seine elf Studierenden befinden sich im 7. Semester ihrer Buch- und Medienproduktions-Ausbildung in Leipzig, stecken also gerade in ihrer Bache-

Gern wieder: Caro Bambach (Marketing, Umschlaggrafik) und Stephan Huber (Leitung Einkauf, Produktion, Herstellung) von Droemer Knaur





Mit spitzen
Fingern: Die Jury
bei der Arbeit

lor-Arbeit. Die Crime-Cover-Challenge absolvieren sie im Rahmen eines Moduls »Produktentwicklung und Gestaltung«, das regelmäßig für kreative Projekte genutzt. 2025 etwa ging es ums digitale Weiterdenken eines Standardwerks – der »Detailtypografie« von Ralf de Jong und Friedrich Forssman (Verlag H. Schmidt).

Großartige Cover-Vorschläge

Anfang Februar wurde die Lounge in den neuen Verlagsräumen in München-Laim zur Bühne für den Showdown der Hochschul-Challenge. Es herrscht drangvolle Enge im Raum: Rund 30 Studierende und ihre Professoren, zahlreiche Kolleginnen aus Herstellung und Marketing, auch Steffen Haselbach, Verlagsleiter Droemer Belletristik, ist gekommen. Sie alle wissen, dass der alte Spruch »Don't judge a book by its cover« natürlich nicht stimmt. Sondern, im Gegenteil, innovative Gestaltungslösungen für Verlage immer wichtiger werden. Keine leichte Aufgabe für die Jury, hier Preisträgerinnen und Preisträger zu identifizieren – beide Hochschulen haben großartige Arbeiten ab-

geliefert. Und auch mit ziemlich eiserner präsentatorischer Disziplin (vorgegeben waren je fünf Minuten) vorgestellt. »Ich finde es toll, dass viele total mutig ›out of the box‹ gegangen sind«, sagt Carola Bambach, die im Droemer-Marketing fürs Cover-Design verantwortlich ist, und zeigt auf einen Dummy zum Psychothriller »Five«: Das Buch hat die ausgestanzte Form der Zahl Fünf: »So ein Entwurf ist vermutlich nicht realisierbar. Aber es ist wichtig, über den Tellerrand hinauszudenken!«

Das ist auf jeden Fall allen fünf Ausgezeichneten gelungen. Vergeben wurden, nach langer Diskussion, ein erster Preis (500 Euro), zwei zweite Preise (je 200 Euro) und zwei dritte Preise (je 100 Euro). »Stellen Sie sich vor, Sie stehen bei Minus 40 Grad draußen in eisiger Kälte«, nimmt Sophia Kratsch (HTWK, 1. Preis) das Publikum in der gemütlichen Lounge mit in ihren Entwurf zum Alexander-Breck-Thriller »Minus Null«, ein mysteriöser Vermisstenfall, der im kanadischen Winnipeg spielt. »Sie ziehen den Schal über die Nase, atmen in den Stoff, kleine Eiskristalle bilden sich. Die Kälte

fühlt sich nicht nur kalt an – sondern bedrohlich und isolierend. Dieses Gefühl will ich spürbar machen.« Die Umsetzung erfolgt über einen gehäkelten Woll-Schutzumschlag, der mit Schnee-Spray behandelt wurde und wie ein Schal ums Buch liegt.

»Der Spiegel« wird im gleichnamigen Thriller für die Psychologin einer Luxus-Klinik zu einem Fenster, das Verdrängtes zeigt und die Realität allmählich außer Kraft setzt. »Dieses Buch ist kein Objekt, das man nur ansieht«, sagt Alina Hess (HTWK, 2. Preis). »Es sieht zurück!« Ihr Entwurf arbeitet mit aufkaschierter Acrylglas-Spiegeloberfläche, die sich komplett um Cover, Buchrücken und U4 zieht; Titel-Typo und die Kanten des »zerbrochenen« Spiegels entstehen durch Lasergravur. Für eine limitierte Sonderedition kann sich Hess eine vom Autor in Handarbeit zerschlagene Spiegelfläche vorstellen. Im Entwurf von Mona Mößlang (HdM, 3. Preis) ist ein echter, von Bruchkanten überzogener Spiegel verarbeitet – einzelne Scherben sind jedoch mit Magneten befestigt. Löst man sie, geben sie das Bildmotiv auf einer bislang verborge-

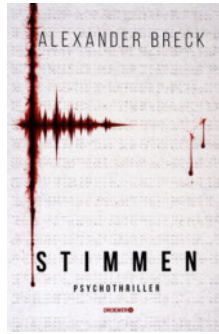


Platz 1:
Sophia Kratsch,
HTWK

nen Ebene frei: die Augen eines blutüberströmten Gesichts. Im fiktiven Breck-Thriller »Stimmen« kämpft eine nach einem Unfall erblindete Investigativ-Journalistin gegen einen Gegner, den sie nur hören kann. Der Entwurf von Alina Augenschein (HdM, 2. Preis) greift das zentrale Motiv visuell auf, in dem eine Blutspur als grafische Stimmfrequenz dargestellt wird. Das Cover ihrer Special Edition ist mit Blindenschrift geprägt. Der »Stimmen«-Entwurf von Felix Liebisch (HdM, 3. Preis) will die Angst der Protagonistin erfahrbar machen, indem er ihre Iris auf dem sonst rein schwarz-weiß gehaltenen Cover in Gelb darstellt. Der Clou: Eine ums Buch gelegte Banderole zeigt Hände, die den Mund der Protagonistin bedecken – verschiebt man sie, wird der weit aufgerissene, schreiende Mund der Heldin sichtbar.

Aus der Versuchsküche

Der Einsatz von Lentikulardruck scheint in der Krimi-Cover-Versuchsküche so etwas wie die ultima ratio zu sein. Hin und wieder wird's wirklich bunt, dann kommt sich der Reporter vor, als würde er den fröhlichen Zauberlehrlingen von Major Boothroyd (Codename »Q«), dem legendären Waffenmeister von James Bond, über die Schul-



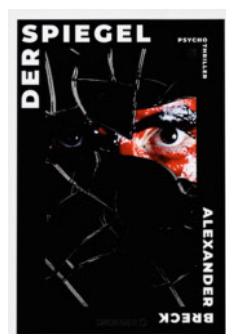
Platz 2:
Alina Augenschein,
HdM



Platz 2:
Alina Hess,
HTWK



Platz 3:
Felix Liebisch,
HdM



Platz 3:
Mona Mößlang, HdM

ter lugen: Wenn man etwa seine Hand auf ein Cover legt, dessen Oberfläche mit Phase-Change Materials (PCM) arbeitet, fühlt sich das Buch kälter an. Einrichtungen wie das Thüringische Institut für Textil- und Kunststofforschung Rudolstadt bestätigen, dass ein Einsatz im Buchbereich durchaus denkbar wäre. Auch sogenannte Shape Memory Polymere (SMP), wie sie bereits in Automobil- oder Spielzeugindustrie eingesetzt werden, wären theoretisch verwendbar. Das Fazit des Düsentriebs aus Stuttgart: »Umsetzbar – aber hochkomplex!« Auf dem Spezialeffekt-Zettel hatten die Studierenden etwa Duft-Pads im Vorsatz (eine Mischung aus »Ozon« und »kaltem Chlor« für die authentische Krankenhaus-Atmo!), eine in den Buchblock eingebaute echte, tickende Uhr oder ein komplett als Streichholzschachtel designedes Buch mit beigelegtem Streichholzbriefchen – in den beiden letzten Fällen dürften sich die Stirnen zuständiger Verlags-Justiziere verlässlich kräuseln.

Am Ende zogen alle Beteiligten der spannenden Hochschul-Challenge ein positives Fazit. »Wow!«, brachte ein sichtlich beeindruckter Stephan Huber seine Eindrücke auf den Punkt. »Ich bin begeistert von so vielen kreativen Ideen.« Einen gewollten Nebeneffekt verschweigt er nicht: »Durch solche Projekte halten wir die Verbindung zu den Hochschulen – und können uns als attraktiver Arbeitgeber empfehlen.« Auch für Christian Ide ist die Realisierung »echter« Projekte mit Verlagen unverzichtbar: »Wir erleben eine hohe Motivation der Studierenden. Solche praxisorientierten Aufgaben aus der Wirtschaft sind besser als jede Trockenübung.« Für Stefan Schmid zeigt sich die Wertschätzung des Verlags nicht nur in den ausgelobten Preisgeldern. »Caro Bambach hat einen unserer Entwürfe tatsächlich in die Cover-Runde für »Five« mitgenommen. Er hat es bis in die letzte Runde geschafft.«

Fotos Seite 6–7 links und rechts © Nils Kahlefeldt
Seite 8–9 © Nils Kahlefeldt
Seite 10 © Nils Kahlefeldt