

MUSIK FÜR DIE AUGEN

Alex Steinweiss erfand, was die Plattenindustrie zuerst gar nicht haben wollte:
Kunst auf dem Cover. Seine Hüllen für Schellack oder Vinyl sind heute Kult

TEXT RALF EIBL

Es gibt Jäger des schwarzen Goldes, die ihre Beute einzig nach der künstlerischen Qualität der Verpackung auswählen. Wer Schallplatten auch mit den Augen sammelt, hat irgendwann eine respektable Kollektion moderner Meister zu Hause. Warhols Siebdruck-Banane für The Velvet Underground & Nico gehört dazu, ebenso die stilprägenden Jazz-Exkursionen von Reid Miles, dem Hausdesigner bei Blue Note. Weiteres Schürfen führt ins trostlose Manchester der Achtziger, zum Minimalismus von Peter Saville, dessen kompromisslose Ästhetik den Postpunk von Joy Division, New Order und anderen Vinyl-Größen von Factory prägte; seine Visualisierungen der Duster-Fraktion werden längst in Galerien gehandelt. Für Schallplatten scheint also Ähnliches wie für Bücher zu gelten: Grotenschlechte Musik steckte noch nie in grandiosen Hüllen. Es bleibt müßig, darüber zu streiten, welcher Schutz der allerschönste ist. Das beste Albumcover aller Zeiten gibt es nicht. Sehr wohl aber das erste – und damit wären wir auch schon bei dem 1917 in Brooklyn geborenen Alex Steinweiss.

Der fand sich, nachdem er sich in New York mit Grafikaufträgen über Wasser gehalten hatte, 1939 in der tristen Industriestadt Bridgeport wieder. Hier gab es eine große Munitionsfabrik von Remington, aber keine Grafikbüros, keine Typografen, erst recht keine Designer – dafür jedoch den Hauptsitz seines neuen Brötchengebers. Steinweiss' Arbeitsplatz lag in der Ecke eines

Typisch „Mister Records“: Nur vier Farben nutzte Steinweiss, um Gershwin gebührend einzukleiden. Das Cover von 1941 rechts spielt auf die Klavierpassage im Mittelteil der „Rhapsody in Blue“ an. O. stilisierte Trompeten 1959 – schon in Stereo!

scheunenartigen Raums, von ihm spöttisch „Ballsaal“ genannt, und bestand nur aus Zeichentisch, Druckluftflasche und Spritzpistole. Doch der 22-Jährige fühlte sich im Himmelreich: Er war der neue Art Director einer Plattenfirma, die CBS kurz zuvor gekauft und in Columbia Records umbenannt hatte. Und arbeitete rund um die Uhr: „Ich hätte sogar dafür bezahlt, diesen Job machen zu dürfen, denn so eine Chance bekommt man nur einmal.“ Als Einzelkämpfer war er auch Grafiker und Layouter in Personalunion, dennoch stemmte er bis zu fünfzig Entwürfe pro Woche.

Bevor Steinweiss bei Columbia Records anfang, hatte die Verpackung von Tonträgern einzig und allein deren Verkratzen zu verhindern. Damals wurden Schellackplatten, deren Spieldauer nur bei wenigen Minuten pro Seite lag, im Dreier- oder Viererpack

verkauft. „Die Scheiben steckten in Sets aus Kartonhüllen mit Kunstleder Rücken, vorn waren nur Interpret und Titel aufgedruckt. Duster, eintönig, grauenhaft!“, erinnert sich Steinweiss. „Mir schwebte eine Art bunter Umschlag vor, der Aufschluss über die Musik gibt, die darin steckt. Als ich der Geschäftsführung meine Idee vortrug, scheute man zuerst die Anlauf- und Druckkosten. Die Einbände im Grabsteinlook waren eben billiger.“ Weil er so drängelte, durfte er schließlich fünf Hüllen entwerfen – als Test.

Sein erstes Cover entsteht 1940 für eine Hitsammlung des Broadway-Teams Rodgers & Hart. Es zeigt das Vordach eines Musicaltheaters, auf dem der Albumtitel als Leuchtreklame strahlt. Revolutionär, auch in der Ausführung: Steinweiss hatte sich einen Fotografen geschnappt,



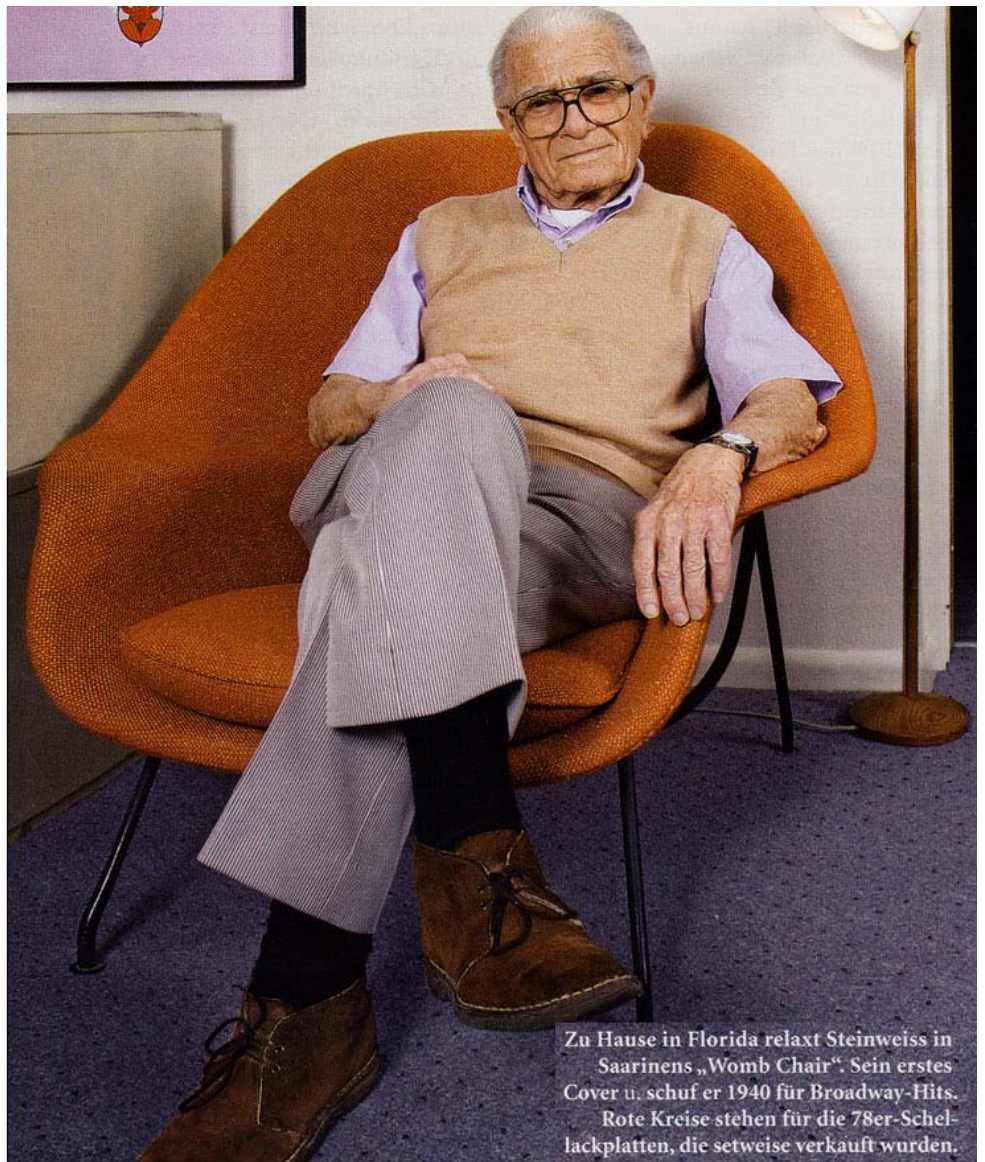
war mit ihm zum New Yorker „Imperial“ gefahren und hatte dessen Besitzer überredet, die Leuchtwerbung für rund eine Stunde auszutauschen. Dazu kamen, als Anspielung auf die Rillen der Scheibe im Innern, konzentrische Kreise in Rot. Die Musikkunden in den Haushaltswarenabteilungen der Kaufhäuser (eigene Plattenshops gab es noch nicht) rieben sich die Augen, griffen zu – und die Verkäufe schnellten in die Höhe. Der Absatz eines weiteren Testballons, Beethovens „Eroica“, dirigiert von Bruno Walter, stieg im Vergleich zur gleichen Pressung der Aufnahme in gewohnt graubrauner Optik um fast 900 Prozent. Angesichts solcher Zahlen musste Steinweiss seine Chefs nicht länger überreden. Im Lauf seiner Karriere gestaltete der heute in Florida lebende 92-Jährige rund 2500 Plattencover.

„ICH HÄTTE DER PLATTENFIRMA GELD GEGEBEN, SO SEHR WOLLTE ICH DIESEN JOB.“

Die besten würdigt Taschen nun in einer opulenten, auf 1600 Exemplare limitierten und handsignierten Liebhaberausgabe; den ersten hundert Exemplaren der Monografie liegt dazu noch ein signierter Siebdruck bei.

Die Weichen für Steinweiss' Karriere wurden in der Kindheit gestellt, als sein Vater ihn früh zu Konzerten mitnahm. Und ab 1930, mitten in der Depression, an der Abraham Lincoln High School: Vier Jahre studierte er bei Leon Friend, dem späteren Co-Autor von „Graphic Design“, Amerikas erstem Standardwerk über moderne visuelle Kommunikation. „Leon gehörte zu der Art von Lehrern, die ihren Schülern selbst Geld gaben, damit sie sich Künstlerbedarf kaufen konnten, wenn der von der Schulbehörde nicht gestellt wurde.“ Die High School war gewiss kein Brooklyn Bauhaus, dennoch kamen hochkarätige Gastdozenten: Lucian Bernhard, Erfinder des Sachplakats; László Moholy-Nagy und der Wiener Werbepionier Joseph Binder (er schuf den Meinl-Mohren).

In Binders Atelier arbeitete der junge Mann drei Jahre und eignete sich an, was der Emigrant und seine europäisch geprägte Grafikkunst zu bieten



Zu Hause in Florida relaxt Steinweiss in Saarinens „Womb Chair“. Sein erstes Cover u. schuf er 1940 für Broadway-Hits. Rote Kreise stehen für die 78er-Schellackplatten, die setweise verkauft wurden.

hatten: markant-satte Volltonfarben, die Kraft von Typografie, surrealistische und folkloristische Motive. Steinweiss' Entwürfe begannen stets mit einer fünf mal fünf Zentimeter großen Skizze, der vielfache farbige Overlays folgten, und waren oft von Anklängen an die abstrakte Kunst der Zeit bestimmt. Und natürlich von der Musik, die es zu verpacken galt – immerhin verfügt Steinweiss über das absolute Gehör. „Da ich Neuland betrat, wollte ich mit meiner Arbeit einen bedeutenden gestalterischen Beitrag leisten. Einfach nur hübsche Bildchen zu entwerfen bedeutet verdammt noch mal gar nichts. Man muss auch die Musik kennen, um die es geht!“ Um diese visuell umzusetzen, sollten alle Elemente auf der Hülle, also Farben (später auch Fotos) und Schriften, eine ähnlich starke Wirkung entfalten wie die Komposition, die sie umgaben.

„Für mich war jeder Entwurf eine Art von Miniaturplakat, das auf den jeweiligen Inhalt hindeuten und die Blicke potenzieller Käufer auf sich ziehen sollte“, erklärt er. Bei der 1941 entstandenen Hülle für Gershwins „Rhapsody in Blue“ mit dem blinden Pianisten Alec Templeton platzierte er mitten auf einem leeren Feld ins Dämmerungsblau einen einsamen Konzertflügel, neben dem eine alte New Yorker Straßenlaterne steht; dahinter ragt als düsteres Gebirge die nächtliche Skyline von Manhattan auf.

Nach Kriegsende (Steinweiss wurde eingezogen und entwarf Poster für die Navy – erstmals Politisches) ist er mit von der Partie, als Columbia-Boss Ted Wellerstein geheimnisvoll eine große schwarze Scheibe mit einer neuen Mikrorille auflegt. „Unterbewusst warteten wir darauf, dass jemand nach ein paar Minuten aufsteht, um die Platte

umzudrehen“, erinnert sich Steinweiss. „Aber sie lief zehn Minuten, fünfzehn,

„MAN MUSS AUCH
DIE MUSIK KENNEN.
BLOSS EIN PAAR
BUNTE BILDCHEN
REICHEN NICHT!“

sogar zwanzig, sodass ich schließlich fragte, was zum Kuckuck da eigentlich los sei. Ted antwortete feierlich: „Was Sie da hören, ist das erste Exemplar einer Langspielplatte!“ Steinweiss wird mit der Verpackung dieses neuen Longplayers betraut, auch das „LP“-Logo mit den ineinander verschlungenen Buchstaben geht auf ihn zurück. Kess meldet er sein Erfolgsprodukt zum Eigenpatent an, muss das Copyright aber an Columbia abtreten. Anfangs als Sparmaßnahme konzipiert, weil aus Stahl geschnittene Vorlagen für Bleiletern sehr teuer waren, entwickelt er Mitte der Vierziger außerdem ein schnörkeliges handgeschriebenes Alphabet – den legendären „Steinweiss Scrawl“. Das viel imitierte Gekritzeln wird zu seinem Markenzeichen und ist heute ein Font.

In den Fifties endet die Zusammenarbeit mit Columbia, Steinweiss baut gute Geschäftsbeziehungen zu London Records sowie zu Decca auf. „Für deren Klassiklabel machte ich einige meiner besten Cover“, findet er. In diese Phase fiel die nächste Vinyl-Revolution: „Ich war ganz aus dem Häuschen über den Klang der ersten Stereo-Schallplatte und schwer damit beschäftigt, die Öffentlichkeit über dieses neue Phänomen zu informieren.“ In den Dekaden danach entwarf Steinweiss auch Filmplakate (1967 beispielsweise Poster für die James-Bond-Persiflage „Casino Royale“). Diese – meist unveröffentlicht – sind nun in der Werkschau von Taschen zu entdecken. „Das Interessante an der Arbeit für den Film war, dass meine Entwürfe nur selten genommen wurden, obwohl ich immer viel Lob von der Werbeagentur und dem Studio erntete“, sagt Steinweiss. „Als Grund wurde vorgeschoben, sie seien ‚zu modern für das breite Publikum‘. Nun ja, meine Cover kamen gerade deshalb so gut an, weil sie ‚zu modern für das breite Publikum‘ waren. Doch die Filmbosse hielten den Durchschnittsamerikaner offenbar für unfähig, auf gutes Design zu reagieren.“

Bereits mit 55 Jahren hatte Steinweiss genug von diesem Berufsleben: „Eines Tages wartete ich im Empfangsbereich einer Plattenfirma, ich im Anzug und neben mir lauter langhaarige Typen in fransigen Lederjacks. Da wurde mir plötzlich klar, dass es an der Zeit war, den Stift aus der Hand zu legen.“ Er baute seine eigene Töpferwerkstatt auf, begann zu malen und ließ sich auch dabei von den Werken klassischer Komponisten inspirieren. Seine Gemälde sind nicht schlecht – seine Plattenhüllen aber sind grandios.

Für die Jäger des schwarzen Goldes kündigte Apple unlängst „iTunes LP“ an, Downloads mit Cover-Art, Texten und interaktivem Material. Zielgruppe: mit Platten aufgewachsene Hörer. Auf Steinweiss werden sie verzichten müssen. Mister Record verspottete bereits die CD bei ihrer Einführung als „eine Briefmarke, auf der man nichts Aussagekräftiges unterbringen kann“. Für ihn muss Musik eben auch optisch groß rauskommen. □

„Alex Steinweiss, The Inventor of the Modern Album Cover“ erscheint im Taschen Verlag, 350 Euro; handsignierte Ausgabe 750 Euro



Die Gabe des absoluten Gehörs half dem Grafikgenie, Cover zu gestalten, die zur Musik dahinter passen – hier graue Isolation für Mahlers schwermütigen Sechsteler.

